

**UNIVERSIDADE TECNOLÓGICA FEDERAL DO PARANÁ
DEPARTAMENTO ACADÊMICO DE GESTÃO E ECONOMIA
CURSO DE ESPECIALIZAÇÃO EM GESTÃO PÚBLICA MUNICIPAL**

MARCUS TADEU QUARENTEI CARDOSO

**A IMPORTANCIA DO TURISMO RELIGIOSO PARA O
DESENVOLVIMENTO DE ITAPETININGA TURISMO RELIGIOSO**

MARCUS TADEU QUARENTEI CARDOSO

ITAPETININGA

2020

**UNIVERSIDADE TECNOLÓGICA FEDERAL DO PARANÁ
DEPARTAMENTO ACADÊMICO DE PÓS GRADUAÇÃO
CURSO DE GESTÃO MUNICIPAL**

MARCUS TADEU QUARENTEI CARDOSO

**A IMPORTANCIA DA INDÚSTRIA DO TURISMO
RELIGIOSO PARA O DESENVOLVIMENTO DE
ITAPETININGA**

TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO

ITAPETININGA

2020

MARCUS TADEU QUARENTEI CARDOSO

**A IMPORTÂNCIA DO TURISMO RELIGIOSO PARA O
DESENVOLVIMENTO DE ITAPETININGA**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Curso de Pós Graduação em Gestão Municipal da Universidade Tecnológica Federal do Paraná, *Campus* Itapetininga, como requisito parcial à obtenção do título de Pós graduado em Gestão Municipal.

Orientadora: Prof. Dra Isaura Alberton de Lima

ITAPETININGA

2020

Cardoso, Marcus Tadeu Quarentei
Turismo Religioso / Marcus Tadeu Quarentei Cardoso.
Itapetininga. UTFPR, 2020
37 f. : il. ; 30 cm

Orientador: Prof. Dra. Isaura Alberton de Lima.
Monografia (Trabalho de Conclusão de Curso) - Universidade
Tecnológica Federal do Paraná. Curso de Agronomia. Itapetininga, 2020.
Bibliografia: f. 39 – 42.

1. Santo Sudário. 2. Turismo Religioso 3. Desenvolvimento Regional. I.
Alberton de Lima, Isaura, oriente. II. Universidade Tecnológica Federal
do Paraná. Curso de Pós Graduação em Gestão Municipal. IV. Título.

CDD: 630

TERMO DE APROVAÇÃO



Ministério da Educação
Universidade Tecnológica Federal do Paraná
Diretoria de Pesquisa e Pós-Graduação
Gestão Pública Municipal



A importância da indústria do Turismo religioso para o desenvolvimento de Itapetininga

por

MARCUS TADEU QUARENTEI CARDOSO

Esta monografia foi apresentada às 11:00 do 23 de setembro de 2020 como requisito parcial para a obtenção do título de **Especialista no Curso de Especialização em Gestão Pública Municipal** – Polo de Itapetininga - SP, Modalidade de Ensino a Distância, da Universidade Tecnológica Federal do Paraná, Campus Curitiba. O candidato foi arguido pela Banca Examinadora composta pelos professores abaixo assinados. Após deliberação, a Banca Examinadora considerou o trabalho **APROVADO**

Hilda Alberton de Carvalho

Isaura Alberton de Lima

Vanessa Ishikawa Rasoto

a autenticidade deste documento pode ser verificada através da URL:
<http://certificados.utfpr.edu.br/validar/E1AA95F5>

Dedico este estudo a Nossa Senhora dos Prazeres, padroeira de Itapetininga, que serviu de inspiração, motivação e ânimo para realizar e concluir este trabalho e estudo. Dedico também a ELE, criador de todas as coisas, que me trouxe até aqui.

AGRADECIMENTOS

Agradeço especialmente a minha esposa Bia e minha família que muito me encorajou e incentivou a chegar até este momento.

Agradeço também aos nosso Mestres e Professores que não mediram esforços para nos conduzir nesta jornada de estudo e especialização.

Agradeço aos meus colegas de curso em nome da Claudia Maria Soares pela união e companheirismo.

Por fim agradeço à Professora Dra. Isaura Alberton de Lima e ao Professor Alequexandre Galvez pelas conversas, orientações, horas de estudo e dicas. Sem todos vocês nada seria possível.

“A força mais potente do Universo é a fe”.
Madre Tereza de Calcuta.

RESUMO

CARDOSO, Marcus Tadeu Quarentei. Turismo Religioso: a fé construindo o desenvolvimento de Itapetininga. 37 f. TCC (Curso de Gestão Municipal), Universidade Tecnológica Federal do Paraná (UTFPR). Itapetininga, 2020.

A atividade turística é um importante segmento para o desenvolvimento social, econômico e cultural de um povo, de uma comunidade. Gera emprego e renda, permite a melhoria da infraestrutura e o desenvolvimento da localidade. Uma de suas modalidades mais importantes é o turismo religioso. A fé desde os primórdios movimenta as pessoas de um local para o outro, a procura de satisfazer suas necessidades espirituais, de um encontro com o divino e o sagrado, entre tantas outras manifestações. O objetivo deste estudo foi elaborar um diagnóstico para o Turismo Religioso na cidade de Itapetininga, estado de São Paulo. O método utilizado foi a Lógica Paraconsistente Anotada Evidencial (Et), um tipo de lógica não clássica que admite verdade e contradição na mesma proposição. As proposições foram criadas conforme a revisão teórica e respondidas por seis especialistas formados por empresários, pesquisadores e autoridades públicas. Os resultados indicam que a cidade de Itapetininga tem uma inclinação para o agronegócio, tem potencial para o turismo religioso, sendo preciso desenvolver a qualidade no atendimento aos serviços de alimentação, hotelaria, aluguel de veículos, agências de viagens, desenvolver políticas para ampliar o conhecimento cultural da cidade, como pontos positivos destaca-se a organização das comemorações religiosas e a cultura religiosa da cidade.

Palavras-chave: Turismo Religioso. Mesorregião de Itapetininga. Santo Sudário.

ABSTRACT

CARDOSO, Marcus Tadeu Quarentei. Religious Tourism: the faith building the development of Itapetininga. 37 F. Cbt (Course of Municipal Management), Universidade Tecnológica Federal do Paraná (UTFPR). Itapetininga, 2020.

The tourist activity is an important segment for the social, economic and cultural life of a people, a community. Generates jobs and income, allows the improvement of infrastructure and the development of the locality. One of its most important is religious tourism. The faith from the beginning moves people from one place to another, seeking to satisfy their spiritual needs, an encounter with the divine and the sacred, among many other manifestations. The objective of this study was to elaborate a diagnosis for Religious Tourism in the city of Itapetininga, State of São Paulo. The method used was the Annotated Paraconsistent Logic (Et), a type of non-classic logic that admits the truth and contradiction in the same proposition. The propositions were created according to the bibliographic review and answered by six experts formed by entrepreneurs, researchers, and public authorities. The results indicate that the city of Itapetininga has an inclination for agribusiness, has the potential to religious tourism, it is necessary to develop the quality of care for food services, hotel, car rental, travel agencies, develop policies to increase the knowledge of cultural center of the city, as positive points include the organization of religious celebrations and religious culture of the city.

Keywords: Religious Tourism. Mesoregion of Itapetininga. Shroud of Turin

LISTA DE FIGURAS

Figura 1:	Possibilidades de negócio em relação ao aproveitamento turístico da religião	11
Figura 2:	Fazenda Santa Luzia	19
Figura 3:	Santo Sudário	26
Figura 4:	Materiais e Métodos	27

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1:	Quociente Locacional da Mesorregião de Itapetininga – Indústria	13
Gráfico 2:	Quociente Locacional da Mesorregião de Itapetininga – Serviços	13
Gráfico 3:	Quociente Locacional da Mesorregião de Itapetininga – Agronegócio	14

LISTA DE FOTOGRAFIAS

Fotografia 1:	A primeira mulher a realizar voo solo em território Nacional	16
Fotografia 2:	Homenagem a Teddy Vieira na praça dos Amores em Itapetininga	17
Fotografia 3:	Três Escolas, na praça Peixoto Gomide em Itapetininga	18
Fotografia 4:	Parque Carlos Botelho, São Miguel Arcanjo.	18
Fotografia 5:	Igreja de São Roque, Itapetininga-SP	21
Fotografia 6:	Igreja Nossa Senhora das Estrelas	21
Fotografia 7:	Nossa Senhora Aparecida do Sul	22
Fotografia 8:	Horto Religioso de Itapetininga.	22

LISTA DE TABELAS

Tabela 1:	Relação entre Variáveis e Questionário	30
Tabela 2:	Gênero	31
Tabela 3:	Faixa Etária	31
Tabela 4:	Formação	31
Tabela 5:	Alfa de Cronbach	32
Tabela 6:	Aplicação da Lógica Et	36

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	15
1.2 OBJETIVOS	16
1.2.1 Geral	16
1.2.2 Específicos	17
2 REFERENCIAL TEÓRICO	18
2.1 TURISMO RELIGIOSO	19
2.2 ITAPETININGA	23
2.3 SANTO SUDÁRIO	35
3 MATERIAL E MÉTODOS	39
3.1 METODOLOGIA	39
3.2 TIPO DE PESQUISA	39
3.3 AMOSTRA	40
3.4 COLETA DE DADOS	40
3.5 ANÁLISE DOS DADOS	41
4 RESULTADOS E DISCUSSÕES	43
5 CONCLUSÃO	49
6 REFERÊNCIAS	52
APÊNDICE A – MESORREGIÃO DE ITAPETININGA - POPULAÇÃO	56
APÊNDICE B – PIB NA MESORREGIÃO DE ITAPETININGA	58
APÊNDICE C – ÍNDICE DE ESPECIALIZAÇÃO NA MESORREGIÃO DE ITAPETININGA	60
APÊNDICE D - QUESTIONÁRIO	62

1 INTRODUÇÃO

O Turismo religioso destaca-se por ser um segmento importante para o desenvolvimento regional como observado na cidade de Aparecida do Norte, Trindade, Juazeiro do Norte, Belém (MINISTÉRIO DO TURISMO, 2020).

No maior centro Mariano do mundo, localizado na cidade de Aparecida do Norte, estado de São Paulo. Todos os anos recebem 12 milhões de turistas, são várias atividades programadas para que estes turistas possam unir lazer com fé, dentre elas destacam-se o caminho da fé, visita ao santuário Nacional de Nossa Senhora de Aparecida, Bondinho que liga a Basílica ao morro do Cruzeiro, Cinema 3D, dentre outras atrações (A12, 2020a).

Uma das características do Turismo Religioso é a especialização dos serviços direcionados ao público alvo, como o que ocorre na Indonésia, especializada no turismo islâmico (JAELANI, 2017).

Esta especialização foi possível por contar com iniciativas combinadas e compartilhadas entre integração política, comercial e religiosa (MUHAMMAD HAQ, 2014), esta união é importante para o desenvolvimento e internacionalização do turismo religioso.

O turismo religioso traz consigo diversas outras oportunidades de negócios, como hotelaria, roteiros gastronômicos, alimentação, alugueis de veículos, utilização dos sistemas de transportes, aumento do comércio, artesanato, fábricas de artigos religiosos e outras (SILVEIRA, 2007).

O que se destaca nestas atividades, é que são formadas em grande parte por pequenas empresas, que representam a maioria dos empregos no Brasil e maior parte das empresas existentes em território nacional. Normalmente o resultado da atividade econômica das pequenas empresas são distribuídos em uma escala local ou regional, enquanto as grandes organizações enviam dividendos para outros locais diversos do contexto regional ou nacional.

A mesorregião de Itapetininga é composta por 15 municípios, constituída por 4 microrregiões, sendo Itapeva, Itapetininga, Tatuí e Capão Bonito (SDS, 2019). O PIB representa 22,3 bilhões de reais, tendo como principal atividade de especialização o agronegócio.

A cidade de Itapetininga possui uma das 3 imagens oficiais do Santo Sudário, doados pela Basílica de Turim na Itália (ASSOCIAÇÃO NOSSA SENHORA RAINHA DA PAZ, 2020), demonstrando grande potencial para o turismo religioso, o que corrobora para o seu desenvolvimento é a tradição da cidade em festas religiosas conhecidas localmente e a cultura religiosa, voltada para o catolicismo. Desta forma, pergunta-se. Quais são os principais pontos a serem desenvolvidos para fomentar o Turismo religioso na cidade?

O desenvolvimento deste tipo de atividade na cidade, é relevante por ter um grande potencial de geração de renda e desenvolvimento regional, convulsionando diversos agentes sociais para o aumento da qualidade na prestação de serviços e surgimento de novos negócios na cidade.

O objetivo deste estudo foi elaborar um diagnóstico para o desenvolvimento do Turismo religioso em Itapetininga, Estado de São Paulo, Brasil. Para atingir os objetivos foi utilizado o método paraconsistente anotado evidencial (Et), por permitir verdade e contradição na mesma proposição, sendo ideal para tomada de decisão (REIS, 2014). Foram consultados 6 especialistas e os resultados indicam que os serviços relacionados a alimentação, hospedagem, saúde e a disseminação dos aspectos culturais da cidade precisam ser aperfeiçoados, como ponto forte destaca-se a organização dos eventos religiosos que ocorrem em diversos momentos durante o ano e a cultura religiosa da cidade baseada na solidariedade.

1.2 OBJETIVOS

Os objetivos foram separados em gerais e específico.

1.2.1 Geral

O objetivo geral deste trabalho foi elaborar um diagnóstico para o desenvolvimento do Turismo Religioso na Cidade de Itapetininga, estado de São Paulo, Brasil

1.2.2 Específicos

A partir do objetivo geral que trata do verbo elaborar, defluem os objetivos específicos.

a) Identificar os elementos que compõe o turismo religioso: esta compreensão destaca quais são os fatores importantes para que seja promovido o turismo religioso em determinado local, sendo necessário efetuar uma pesquisa na teoria que trata do tema e casos que podem ser adotados como modelos para que possam servir como requisitos para iniciativas neste segmento.

b) Descrever a mesorregião de Itapetininga: por meio de uma análise dos indicadores regionais é possível descobrir as vocações regionais, considerando os segmentos da indústria, serviços e agronegócio, com base no PIB Agregado, outros pontos a serem observados são os aspectos culturais, religiosos e gastronômicos em especial da cidade de Itapetininga, para construir uma base de conhecimento sobre a elaboração do diagnóstico.

c) Compreender o Santo Sudário no contexto regional: por se tratar de uma das três imagens oficiais no mundo que está em Itapetininga, conhecer a história desta imagem e fé, possibilita entender como sua história se relaciona com a cidade e porque uma réplica oficial está na cidade.

e) Relacionar os fatores a serem aperfeiçoados para o desenvolvimento do Turismo Religioso em Itapetininga.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

Neste capítulo será abordado os três componentes do referencial teórico, sendo Turismo Religioso, a cidade de Itapetininga e o Santo Sudário, conforme a figura 1

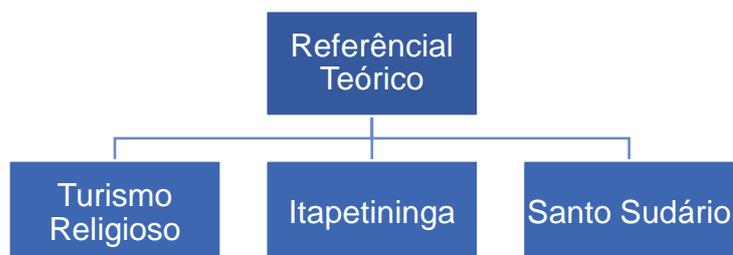


Figura 1: Referência Teórico
Fonte: Elaboração Própria

No capítulo 2.1, aborda o Turismo Religioso que representa um importante segmento da economia nacional e internacional. No Brasil este segmento fatura R\$ 20 bilhões de reais, sendo segregados em mais de 300 destinos, o mais conhecido trata-se de Aparecida do Norte que recebe anualmente 12 milhões de turistas, representando o maior centro Mariano do mundo (MINISTÉRIO DO TURISMO, 2017). No mundo são mais de 600 milhões de viagens religiosas, tendo como destino 40% na Europa e mais da metade na Ásia-Pacífico, o Brasil não ocupa uma posição de destaque (WORLD TOURISM ORGANIZATION, 2011). Do ponto de vista da pesquisa a Europa em particular a Espanha ocupa um papel importante. Outros pontos têm se destacado, como Indonésia, que se especializou no Turismo Islâmico e Índia no turismo espiritual (JAELANI, 2017). O que há em comum é que em ambos os locais as pessoas buscam a fé, não é possível confundir comodidade com fé, não há nenhuma correlação. Sendo assim o Turismo religioso une lazer com fé, o que determinará esta experiência é o turista, portanto o foco para a ser no consumidor.

No capítulo 2.2, discorre-se sobre a mesorregião de Itapetininga, destaca-se as cidades que foram caminho para os tropeiros, a revolução constitucionalista de 32, primeira mulher a voar em solo nacional, um dos maiores compositores sertanejos da música caipira, igrejas construídas por arquitetos importantes que projetaram grandes santuários, roteiros gastronômicos e as três escolas que foram um marco na educação do Estado de São Paulo. Como potencial a região tem uma inclinação para as atividades industriais e do agronegócio, deve-se trabalhar o potencial para o segmento

de serviços reunindo universidades, que possuem uma ampla rede na região, poder público e empresários.

No capítulo 2.3, apresenta-se o Santo Sudário, que foi manto utilizado como mortalha em Jesus Cristo. Há um debate quanto a esta afirmação, mas do ponto de vista da arte, sua própria imagem seria considerada um milagre. No mundo, em 2002, na Basílica de Turim, foram realizadas três imagens originais que estão em Jerusalém, Roma e Itapetininga no Estado de São Paulo. A forma como foi realizada esta doação chama a atenção, podendo ser interpretada como uma revelação para a cidade que possui várias festas religiosas regionais, mas que poderia proporcionar o contato com a fé em uma escala mais global.

Estes três capítulos entrelaçam-se na teoria para que possa alicerçar este estudo.

2.1 TURISMO RELIGIOSO

No Brasil o turismo religioso movimenta mais de R\$ 20 bilhões de reais, gerando 20 milhões de viagens em mais de 300 destinos, um dos destinos mais conhecidos o de Aparecida do Norte no Estado de São Paulo, que é o maior Santuário Mariano do mundo, recebeu 12 milhões de visitantes em 2017, as cidades vizinhas que também possuem laços com a fé, como Guaratinguetá recebeu 600 mil turistas e em Cachoeira Paulista o movimento canção nova recebeu 1,2 milhões de visitantes (MINISTÉRIO DO TURISMO, 2017).

Este fenômeno do Turismo religioso é observado em outras localidades como o turismo religioso na indonésia, que tem crescido mais que a economia mundial, é um segmento que contribui para o desenvolvimento econômico, como observado no Turismo *Halal*, que determina comportamentos desde fabricação a tratamento pessoal, sendo considerado o passaporte para países Islâmicos; constituindo uma parte importante do turismo, porém o país está preparado para receber muçulmanos e não muçulmanos (JAELANI, 2017).

Sublinha-se que a indonésia se especializou no turismo islâmico, tendo como premiação em 2016 a melhor companhia aérea para turismo Islâmico, melhor aeroporto do mundo, melhor hotel para família do mundo, hotel ideal para famílias luxuosas do

mundo, melhor resort de praia islâmico do mundo, melhor site para turismo do mundo, melhor lua de mel, melhor destino culinário e melhor destino islâmico, isto reforça que a Indonésia se preparou para atender este tipo de turismo, demonstrando que é necessário compreender os símbolos, as tradições, as crenças que envolvem as religiões (JAELANI, 2017). No caso Islâmico para o crescimento deste tipo de turismo, é necessário que seja concebida parceria política, comercial e religiosa (MUHAMMAD HAQ, 2014).

Já na Índia os turistas que visitam o Ashram de Sri Aurobindo e o distrito próximo de Auroville, em Pondicherry, classificam-se em dois grupos, o primeiro permanente para viver uma experiência espiritual profunda e o segundo temporário com uma diversidade de motivações espirituais e não espirituais, o fator determinante para manter-se na espiritualidade é a experiência do Turista e não a motivação inicial (SHARPLEY; SUNDARAM, 2005).

Esta experiência com o consumidor, que está cada vez mais empoderado, é fundamental para criar produtos e serviços que atendam suas necessidades, este fenômeno das redes sociais e a forma como se faz negócios, estão forçando as organizações a terem foco no consumidor (PRAHALAD; RAMASWAMY, 2004). A compreensão destas experiências, permitem a ampliação do turismo religioso, preservando a fé, que representa suas crenças. Em uma extensão da fé é preciso reforçar questões centrais de direito humanitário como a dignidade humana, a fim de criar uma estrutura adequada para a proteção destes direitos (AGER; AGER, 2011).

Esta experiência com o consumidor não pode servir para julgar o turista que possui mais conforto de um turista que tem hábitos mais simples, não é possível identificar quem obteve a maior experiência religiosa (CHRISTOFFOLI; PEREIRA; SILVA, 2012).

No mundo existem aproximadamente 600 milhões de viagens religiosas e espirituais das quais 40% são para a Europa e mais da metade para a Ásia-Pacífico (WORLD TOURISM ORGANIZATION, 2011). O Brasil tem pouca representatividade no Turismo Religioso Internacional, o que pode ser comprovado pelos estudos publicados de 2015 a 2019 em periódicos internacionais qualificados, não apresentando mais que dois artigos científicos (COLLINS-KREINER, 2020).

Embora exista o segmento do turismo, é preciso considerar as denominações

religiosas para que possa se especializar, desta forma é necessário que exista uma estratificação para que não incorram em erros que podem ser interpretados como ofensas a religião e conseqüentemente ao turista. Como exemplo, se a cidade tem vocação para o turismo religiosa católico, é preciso conhecer os ritos e a religião para que possa oferecer um serviço adequado. Não se trata de discriminar outras denominações, apenas de compreender o público alvo e adequar o potencial turístico por meio de políticas públicas, comércio local e religião.

Este movimento turístico na pós modernidade, que diz respeito a circulação de pessoas com determinado objetivo, no caso em tela temos duas separações a primeira o turismo em si que remete a lazer e no segundo momento a religião que remete a fé, em primeira análise podem se demonstrar antagônicas, mas a união destes termos forma um segmento de mercado guiado por pessoas experientes para que não ocorra a descaracterização religiosa (SILVEIRA, 2007).

Embora o termo turismo tenha surgido por volta do século XVIII e XIX (SILVEIRA, 2007), muito antes no século III observava-se visita as mecas por meio das peregrinações religiosas a Jerusalém e Palestina, porém era um ato de coragem, outros relatos eram importantes, como doenças, roubos, relíquias, lembranças e outros (BRILLI, 2014).

Este turismo religioso, que une consumo, fé e experiência, promove deslocamentos por vários motivos e tipos de atividades, dentre elas tem-se as festas religiosas populares, lugares e eventos aos quais ocorrem fluxos de turistas, caminhos sagrados, turismo religioso na internet, o turismo religioso entre negócios e dicionários, deslocamento turismo e oportunidade de negócios (SILVEIRA, 2007).

Há um misto de turismo físico com virtual, onde pode-se participar de missas, efetuar contribuições para a continuidade de obras sociais e manutenção das atividades religiosas, orientações e outros.

Este movimento da internet pode ser observado nos grandes centros evangelizadores do Brasil a exemplo do Santuário Nacional de Nossa Senhora de Aparecida que possui um canal de tv aberta, podendo ser acompanhado pela internet, rádio ou televisão.

Dentre estes tipos e atividades citadas, no maior centro mariano do mundo, na página no sítio da internet é possível identificar a história do santuário e de Nossa

Senhora de Aparecida; campanha dos devotos; reze no santuário; pastoral; os serviços que estão disponíveis para os turistas como, achados e perdidos, acessibilidade, ambulatório médico, estacionamento, fraldário, sala dos motoristas, segurança e central de informações; como pontos turísticos no santuário, tem-se: visita guiada ao Santuário Nacional, orientações gerais para guias turísticos, cidade do romeiro, caminho do rosário, monumento dos 300 anos, homenagem a Nossa Senhora de Fátima, Memorial dos Construtores, circuito de visitação à Cúpula, Capela da Ressureição, Capelas do Santuário de Aparecida, Museu Nossa Senhora Aparecida, Loja Oficial casa das velas, centro de apoio ao romeiro, memorial de devoção a Nossa Senhora Aparecida, Campanário, Tribuna Dom Aloísio Lorscheider, tribuna Bento XVI, Passarela da Fé, Mirante, Porto Iguaçu, Nicho, Capela do Santíssimo, Capela do Batismo, Sala das Promessas, Capela das Velas, bondinho. Cinema e parque de diversão, por fim o Hotel Rainha do Brasil (A12, 2020a).

Nota-se que várias atividades oferecidas em Aparecida, estão ligadas a uma variedade de tipos de atração turística com foco na fé, oferecendo conhecimento sobre historiografia, caminhos da fé, procissão, festas religiosas como a festa da padroeira. No entorno há uma série de hotéis e restaurantes que geram emprego, renda e impostos para a cidade que recebe 12 milhões de turistas todos os anos.

No Brasil há diversos eventos religiosos, muitos regionais que ocorrem na cidade e no seu entorno e outros com expressão nacional. Dentre os eventos nacionais e locais religiosos, pontuam-se segundo o Ministério do Turismo (2020) as Oferendas para Iemanjá chamam atenção de turistas na Bahia; “Andar com Fé eu vou”, no Rio Grande do Sul; caminho das missões; Divino Pai Eterno em Trindade Goiás; Ouro Preto, Minas Gerais; Nova Trento, Santa Catarina; Convento da Penha, Espírito Santo; Madre de Deus, Minas Gerais; Círio de Nazaré em Belém do Pará; Juazeiro do Norte, Ceará; Igreja de São Francisco de Assis, Bahia e outras festas que ocorrem em todo o Brasil.

Surgem várias possibilidades de atividades de negócios correlatas ao turismo religioso, conforme a Figura 1.

Agências de viagens de turismo religioso
Agências de viagens em geral
Transporte Aéreo e rodoviário
Sistemas de hospedagem, incluindo casas de aluguel para temporada
Artesanato de artigos religiosos
Indústrias de itens religiosos
Comércio local em geral
Serviços de apoio (aluguel de carros, diversão)

Figura 1: Possibilidades de negócio em relação ao aproveitamento turístico da religião
 Fonte: Silveira (2007, p. 47).

São muitos os agentes envolvidos no processo de construção do Turismo Religioso, naturalmente a pedra fundamental é a fé e a estrutura religiosa da cidade para proporcionar aos turistas a experiência espiritual. Por outro lado, quando há estas características enraizadas na localidade, é preciso fazer um grande movimento para ganhar escala nacional e internacional. Para isto, o esforço deve estar realçado entre Educação, Poder público, população e organizações, a isto se denominará de vantagem colaborativa (KANTER, 1996).

2.2 ITAPETININGA

A constituição federal no artigo 25, parágrafo 3 indica que os estados poderão, mediante lei complementar, instituir regiões metropolitanas, aglomerações urbanas e microrregiões, constituídas por agrupamentos de municípios limítrofes, para integrar a organização (BRASIL, 1988). A divisão do estado de São Paulo, compreende 63 microrregiões e 15 mesorregiões. A mesorregião de Itapetininga é constituída por 4 microrregiões, sendo Itapeva, Itapetininga, Tatuí e Capão Bonito (SDS, 2019).

A mesorregião de Itapetininga em 2017 apresentou um PIB de R\$ 22,3 bilhões de reais. Analisando a distribuição do PIB, o valor adicionado da indústria foi de R\$ 5,6 bilhões, em serviços de 14,0 bilhões e no agronegócio de 2,7 bilhões de reais (SEADE, 2020). Sendo a Cidade de Itapetininga e Tatuí, as maiores da região, considerando o

PIB, representando o total de R\$ 7,3 bilhões. Destaca-se uma mudança de perfil no valor agregado, enquanto na cidade de Itapetininga destaca-se a atividade rural, na cidade de Tatuí a indústria tem maior destaque.

No que diz respeito a balança comercial da mesorregião de Itapetininga, em 2019 as exportações totalizaram U\$\$ 472,5 bilhões e as importações U\$\$ 195,7 bilhões a preço FOB, apresentando uma balança comercial positiva de U\$\$ 276,8 milhões de Dólares. As cidades que mais exportam por ordem de crescente de U\$\$ (FOB), são Laranjal Paulista, Boituva, Itapetininga, Cerquilha, Itapeva, Tatuí e Buri (MINISTÉRIO DA INDÚSTRIA, COMÉRCIO E SERVIÇOS, 2020).

Em relação ao tipo de produto importado, Laranjal Paulista destaca-se na exportação de produtos da indústria química, na cidade de Boituva sublinha o grupo de animais vivos; na cidade de Itapetininga a representatividade é mais diluída estando segregadas nas seções de plásticos e borrachas, animais vivos, madeira e material de transporte; na cidade de Cerquilha concentram-se em máquinas e aparelhos; na cidade de Itapeva o grupo de metal comum e mais representativo; na cidade de Tatuí animais vivos e materiais têxteis e por fim na cidade de Buri, produtos da indústria química e conexas (MINISTÉRIO DA INDÚSTRIA, COMÉRCIO E SERVIÇOS, 2020).

Nota-se que a mesorregião de Itapetininga, tem uma inclinação para o agronegócio e materiais primas para demais indústrias.

A mesorregião apresentou especialização na indústria e agricultura, medida por meio do quociente locacional (QL). Para Riedl e Maia (2007), este quociente é utilizado para medir os padrões regionais de crescimento econômico e deve ser interpretado, conforme abaixo:

O quociente locacional compara a participação percentual de uma região em um setor particular com a participação percentual da mesma região no total do emprego da economia nacional. Se o valor do QL for maior do que 1, isso significa que a região é relativamente mais importante, no contexto nacional, em termos do setor, do que em termos gerais de todos os setores... (ibidem p. 32)

Ainda segundo Riedl e Maia (2007, p. 32-33), pode ser medido utilizando a fórmula (4).

$$QL = (E_{ij}/ET_j) / (E_{iT} /ETT) = (E_{ij} /E_{iT}) / (ET_j /ETT) \quad (1)$$

E_{ij} = emprego setor i na região j;

ET_j = emprego total (em todos os setores considerados) na região j;

E_{iT} = emprego do setor i em todas as regiões;

ETT = emprego total em todas as regiões; então:

As microrregiões de Itapetininga e Tatuí, apresentam um índice $QL > 1$, indicando especialização da indústria, de acordo com o gráfico 1.

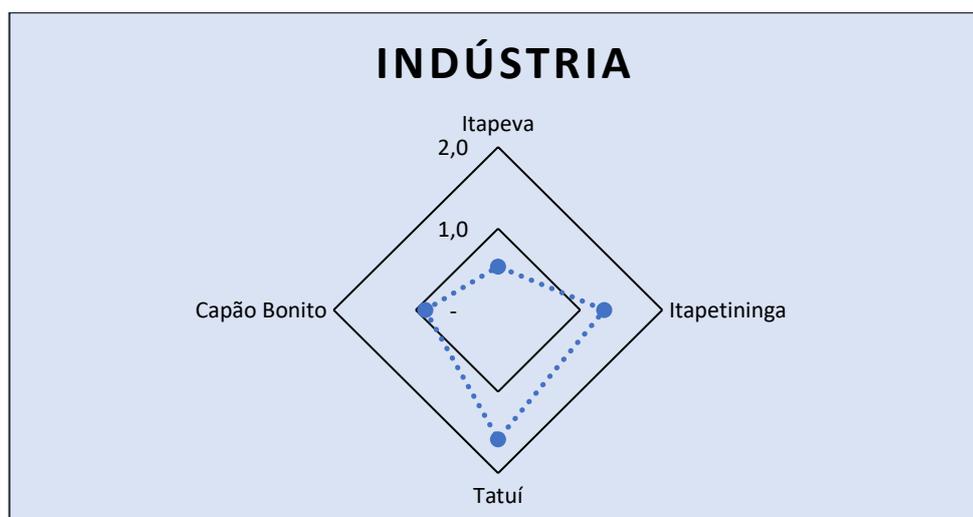


Gráfico 1: Quociente Locacional da Mesorregião de Itapetininga - Indústria
Fonte: Elaboração Própria com base em dados da Fundação SEADE (2020)

No valor agregado de serviço, nenhuma microrregião apresentou especialização, todas com $QL < 1$, conforme gráfico 2.

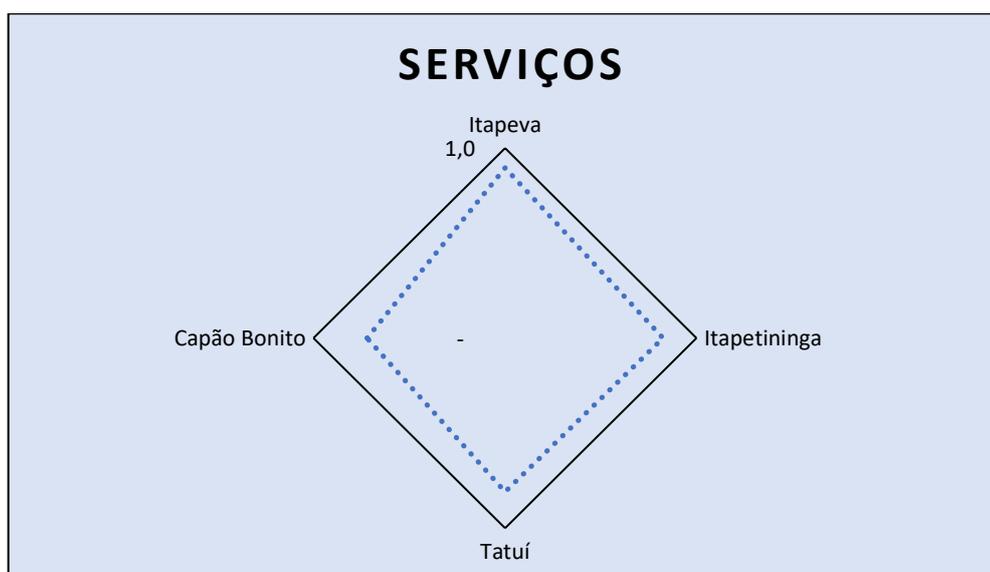


Gráfico 2: Quociente Locacional da Mesorregião de Itapetininga - Serviços
Fonte: Elaboração Própria com base em dados da Fundação SEADE (2020)

No valor agregado do agronegócio, todas as microrregiões apresentaram especialização, demonstradas pelo $QL > 1$, destacado no gráfico 3.

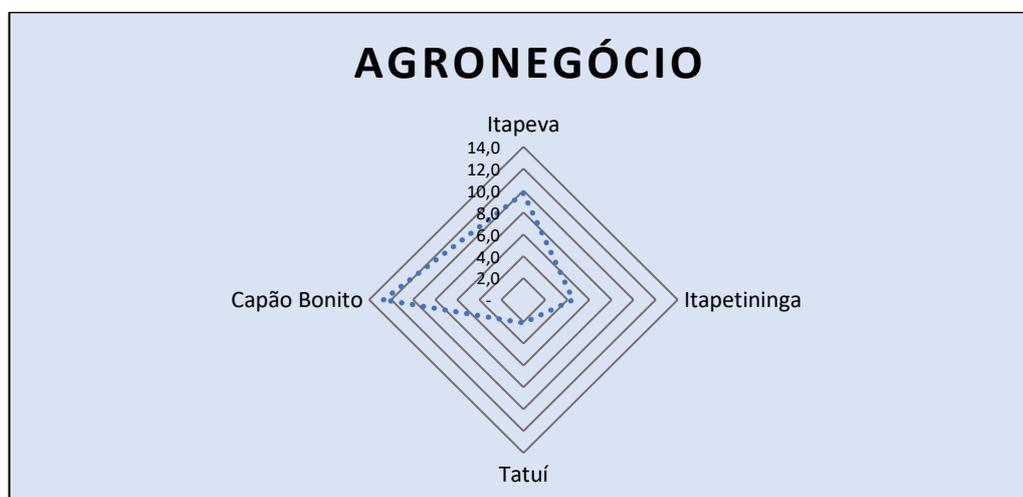


Gráfico 3: Quociente Locacional da Mesorregião de Itapetininga - Agronegócio
Fonte: Elaboração Própria com base em dados da Fundação SEADE (2020)

Observa-se que a microrregião não possui especialização em serviços, qualquer mudança estratégica para este segmento, é preciso reunir diversas organizações públicas e privadas, sendo assim a atuação em redes é fundamental para constituir a vantagem colaborativa.

Segundo Kanter (1996, p. 403)

O sucesso na economia global deriva-se não só do cumprimento dos altos padrões de competição nas disputas mundiais, mas também de fortes relacionamentos – redes que vinculam os mercados globais e redes que desenvolvem força local coletiva.

A constituição de redes de relacionamento é estratégia para o desenvolvimento, pois permite a formação de redes de cooperação em torno de objetivos definidos. Sob esta perspectiva, a formação das redes de colaboração para aglutinar o potencial das instituições públicas e privadas constitui uma ação fundamental para otimizar os recursos disponíveis em um cenário marcado por forte competitividade entre as regiões para atrair investimentos (KANTER, 1996).

Ainda para a autora supracitada, as cidades são a unidade elementar de ordenamento de vantagens colaborativas. A gestão das cidades oferece a possibilidade de organizar o investimento público para gerar vantagem colaborativa.

Desta forma o foco da administração urbana é a ampliação da competitividade em relação às demais cidades.

Um dos grandes destaques da região está na estrutura formada por grandes universidades públicas e centros de Pesquisas, considerando apenas os cursos superiores, apresentam-se:

Fatec Itapetininga: Possui cursos na área de Agronegócio, análise e desenvolvimento de sistemas, comércio exterior, gestão ambiental e gestão da produção industrial.

Fatec Capão Bonito: possui cursos na área de agroindústria e Silvicultura.

Fatec Tatuí: dispõe de cursos na área de automação industrial, gestão empresarial, gestão da tecnologia da informação, manutenção industrial e produção fonográfica.

Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de São Paulo, campus Itapetininga: tem cursos de Licenciatura em Física, Licenciatura em Matemática, Engenharia Mecânica e Formação Pedagógica.

Universidade Federal de São Carlos, Campus Lagoa dos Sinos na cidade de Buri: Tem cursos de Administração, Engenharia Ambiental, Engenharia Agrônoma, Engenharia de Alimentos e Ciências Biológicas.

Universidade Estadual de São Paulo, Campus Itapeva: possui cursos de Engenharia industrial Madeireira e Engenharia de produção.

Universidade Aberta do Brasil, Itapetininga: Conta com cursos da Universidade Tecnológica Federal do Paraná, Universidade de Brasília, Universidade Virtual do Estado de São Paulo e outras parcerias para cursos de formação continuada.

Fazendo uma analogia entre os indicadores de especialização e os cursos ofertados, nota-se que este potencial está sendo trabalhado por meio da formação de qualidade e pública. Porém, para uma mudança com foco em serviços será necessária esta integração entre poder público e centros universitários para criar estratégias para ambas as instituições.

A região apresenta uma diversidade cultural interessante, por ter sido rota dos tropeiros e marcou uma parte da guerra da revolução de 1932, que foi registrada na dramaturgia pelo grupo Globo de Telecomunicação, por meio da novela Éramos seis, onde apresentou a primeira mulher a voar, nascida em Itapetininga em 1904, cujo

nome é Anésia Pinheiro Machado, que tem uma estátua em sua homenagem na praça dos amores em Itapetininga. Conforme a fotografia 1.



Fotografia 1: A primeira mulher a realizar voo solo em território Nacional
Fonte: Elaboração Própria

A região também foi representativa na música popular Brasileira, pela figura do compositor e cantor Teddy Vieira, nascido em 1922 em Itapetininga, muitas músicas de sua autoria traduziam ressentimento e gratidão, demonstrando o conflito familiar com pessoas idosas como na música “Couro de Boi” (FAUSTINO, 2013).

Dentre suas composições tem-se: A caneta e a Enxada, a verdade Dói, a volta do boiadeiro, menino da porteira, rei do gado, pagode em Brasília, couro de boi, o mineiro e o italiano e outras músicas, sempre retratando a ingratidão, divergências familiares que maltratam aqueles que só deram amor, a alegria em rever amigos e velhos conhecidos (GSHOW, 2020). Sua imagem está imortalizada na praça dos amores em Itapetininga, de acordo com a fotografia 2.



Fotografia 2: Homenagem a Teddy Vieira na praça dos Amores em Itapetininga
Fonte: Elaboração Própria

Ainda no centro da cidade de Itapetininga, sublinha as três escolas, obra de Ramos de Azevedo, são formadas pelas escolas, Coronel Fernando Prestes, Adherbal de Paula Ferreira, e Peixoto Gomide, a última fundada em 1894, motivo de orgulho para a cidade, formando diversos militantes da educação e profissionais ao longo de sua história, as três escolas estão localizadas na praça Peixoto Gomide (FORTUNATO, 2017).

Sublinha-se que nas três escolas ocorreu os cursos para ferroviários que se concentraram em diversas cidades do interior do Estado de São Paulo, dentre elas a cidade de Itapetininga, houve em 1934 um grande interesse na formação de profissionais qualificados para garantir a qualidade e operacionalidade do sistema ferroviário (BATISTA; CARVALHO, 2015). A Fotografia 3, demonstra a praça Peixoto Gomide e as Três escolas.



Fotografia 3: Três Escolas, na praça Peixoto Gomide em Itapetininga

Fonte: Elaboração Própria

O município de São Miguel Arcanjo, vizinho a Itapetininga, embora não esteja localizada na microrregião abriga um dos parques mais conhecidos da cidade de São Paulo o parque Estadual Carlos Botelho. Além disto está se consolidando como a rota do vinho com adegas, alambiques e cervejarias artesanais. A Fotografia 4 apresenta o Parque Estadual Carlos Botelho.



Fotografia 4: Parque Carlos Botelho, São Miguel Arcanjo.

Fonte: Fresp (2020)

Ressalta-se também no roteiro gastronômico a fazenda Santa Luzia, fundada por Helmut Breuer, que adquire a propriedade na década de 70, trazendo toda a tradição Alemã nos moldes do *Bauernhof*, produzindo 18 tipos de queijo com qualidade internacional, além de geleias, conservas, biscoitos artesanais, bebidas artesanais, verduras orgânicas e comercialização de artesanato local (FAZENDA SANTA LUZIA, 2020). A Figura 2, apresenta a Fazenda Santa Luzia.



Figura 2: Fazenda Santa Luzia
Fonte: Fazenda Santa Luzia (2020)

No que diz respeito a religião, a cidade de Itapetininga é predominantemente católica, dando ênfase a Catedral Nossa dos Prazeres, com projeto arquitetônico de Benedito Calixto de Jesus Neto que projetou em momento posterior a Basílica Nacional de Nossa Senhora de Aparecida em Aparecida – SP, cuja pedra fundamental foi lançada em 1945 (BUENO DA SILVA, 2014).

Na Catedral ocorre a Festa do Divino que está na sua 164^a edição, uma das mais tradicionais da cidade com mais de 200 anos de história, composta pela novena de Pentecostes, alimentação, shows e celebrações (POR G1 ITAPETININGA E REGIÃO, 2020). A Figura 3, apresenta a comparação das imagens da Matriz Nossa Senhora dos Prazeres em Itapetininga e o Santuário Nacional de Nossa Senhora de Aparecida.



Figura 3: À esquerda Basílica de Nossa Senhora Aparecida do Norte em Aparecida-SP e a direita Matriz Nossa Senhora dos Prazeres em Itapetininga-SP.

Fonte: Bueno da Silva (2014, p. 18)

A região possui muitas festas religiosas no decorrer do ano, reforçando sua vocação católica, como a Festa do Divino, Festa da Padroeira Nossa Senhora Aparecida, Festa do Milho, Festa em Louvor a Santa Rita de Cássia, Festa de São João Batista e Festa da Exaltação da Santa Cruz (ITAPETININGA, 2020).

Algumas destas festas ocorrem além da catedral Nossa Senhora dos Prazeres, nas Igrejas de São Roque, Nossa Senhora das Estrelas e Nossa Senhora da Aparecida do Sul, dentre outras.

A festa do milho, uma das mais tradicionais da região ocorre na Paróquia de São Roque, consome-se aproximadamente de 20 a 30 toneladas de milho e ocorre no mês de Janeiro e Agosto, reunindo 600 voluntários de 24 pastorais (DO G1 ITAPETININGA E REGIÃO, 2019). A Fotografia 5, indica a Paróquia de São Roque.



Fotografia 5: Igreja de São Roque, Itapetininga-SP
Fonte: Elaboração Própria

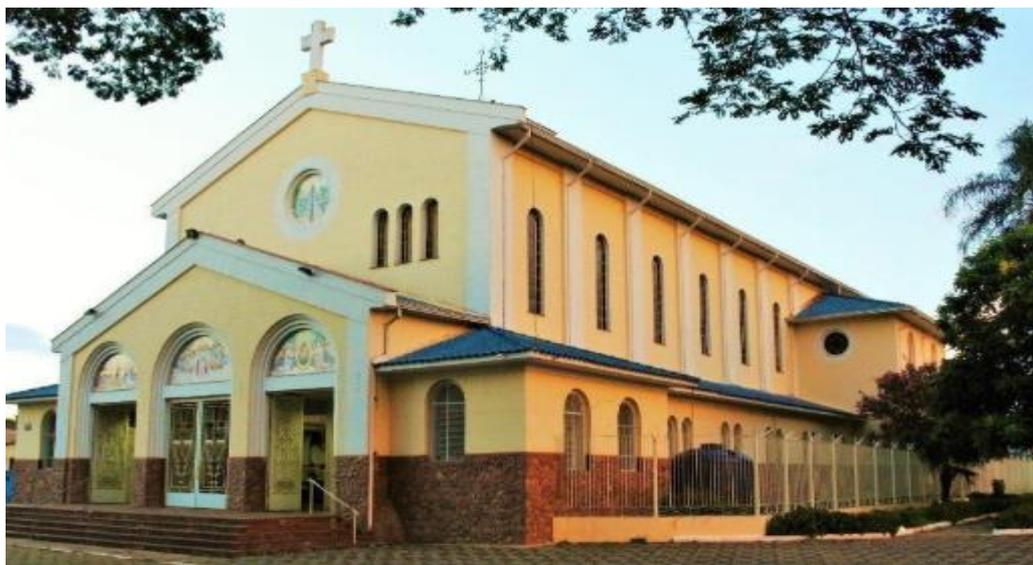
No mês de agosto de cada ano, realiza-se a festa da Nossa Senhora das estrelas com um cardápio variado, contando desde churrasco a pizzas. Também é realizada no último dia do evento uma procissão no centro da cidade, partindo da rua Virgílio de Resende. A fotografia 6, apresenta a Igreja Nossa Senhora das Estrelas.



Fotografia 6: Igreja Nossa Senhora das Estrelas
Fonte: Elaboração Própria

A festa de Louvor a Nossa Senhora Aparecida do Sul, reúne aproximadamente 150 mil pessoas, conta com Shows, barracas com alimentação e normalmente ocorre no Horto Religioso (POR G1 ITAPETININGA E REGIÃO, 2020), que será revitalizado

pela empresa HAVAN ® , parceria entre prefeitura e empresa que iniciou suas atividades na cidade em Dezembro de 2019. As fotografias 7 e 8, apresentam respectivamente a igreja e o Horto religioso que fica ao lado direito da praça Nossa Senhora de Aparecida.



Fotografia 7: Nossa Senhora Aparecida do Sul
Fonte: Elaboração Própria



Fotografia 8: Horto Religioso de Itapetininga.
Fonte: Elaboração Própria

Desta forma os dados econômicos e a diversidade cultural e religiosa das cidades, demonstram que a microrregião de Itapeva, Tatuí e Itapetininga são cosmopolitas, com uma variedade de indústrias em diversos segmentos de mercado, a amplitude do agronegócio e a prestação de serviço, em especial as questões religiosas que movimentam principalmente a cidade de Itapetininga, atraindo pessoas de outros locais.

2.3 SANTO SUDÁRIO

O Santo Sudário foi fotografado por Secondo pia em 1898. Pode ser observado sob diversos olhares o da ciência, o da crença ou da fé, cada qual com seu objetivo, porém esta separação pode ser uma utopia (TRIGUEIRO, 2018). Todavia em 40 anos houve pouco interesse da pesquisa por dificuldade de acesso, falta de recursos pelo benefício em se pesquisar ou simplesmente por falta de interesse da pesquisa (NICOLOTTI, 2017). O outro viés desta análise está baseado na arte, o que afastaria de certa forma qualquer discussão quanto a sua origem e sim no tempo em que a arte é realizada e se haveriam traços e formas marcantes baseados na arte da época ou se trataria de um milagre (BRANDÃO, 2014).

O Sudário de Turim, mais conhecido como Santo Sudário ou Sudário de Jesus, é um tecido de linho de 4,36 metros de comprimento por 1,1 metro de largura, no qual está gravada uma figura de um homem que teria sido torturado e morto numa cruz. Dentro da tradição cristã, particularmente católica, esse pano foi utilizado para cobrir o corpo de Jesus, em seu sepultamento (TRIGUEIRO, 2018, p.3).

Em entrevista com o Dr. José Humberto Cardoso Resende, o mesmo afirma que o Santo Sudário apresenta a ressurreição de Jesus Cristo, por um lado o sofrimento marcado pela crucificação, mas mesmo assim a imagem no tecido demonstra um semblante de uma pessoa tranquila, cuja a característica é de quem cumpriu o seu dever e deixou um legado para a sociedade, o amor e a fé, que demonstra que ciência e fé podem conviver normalmente, cada qual com sua finalidade, há incrédulos que negam a existência do Santo Sudário e tentaram queimar por três vezes o Santo Sudário, a última em 1997 em Turim Itália (TENÓRIO, 2017).

Não à toa, uma das grandes preocupações de certos povos da Antiguidade – assim como hoje – era a de que a memória de grandes

acontecimentos, bem como a imagem de seus entes falecidos perdurassem. Se num primeiro momento apenas a memória bastava, ela já não era mais suficiente, logo novos expedientes eram necessários: figurações, estátuas, máscaras mortuárias. Afinal, mais que uma lembrança do outro, a imagem do eu também era parte sua, e mesmo que o corpo desaparecesse, sua imagem não. Basta lembrarmos, por exemplo, as múmias de Fayum (BRANDÃO, 2017, p.272).

Mesmo que em trabalhos publicados em 1989 pela revista *Nature* tenham comprovado por meio do teste de Carbono 14 inseriu o Santo Sudário entre os anos de 1260 a 1390, seria refutar outros testes importantes para afirmar sua falsidade ou não, muitos teístas de outras agremiações não católicas comemoraram estes resultados, ressalta-se que ao longo da história diversas imagens foram registradas ao longo da história como o Mitras sacrificando o touro, Dura Europos, Jesus o Bom Pastor, Dura Europos, Hermes Crióforo, cópia romana de original grego do século V a.c, Jesus e Samaritana (Catacumba da Via Latina), Roma, Ressurreição de Lázaro, séc. IV, Cena da Crucificação de Cristo com o enforcamento de Judas ao lado (420/30 AD), Crucificação em Rabula-Evangelium, 586 AD, Irisches Evangeliar da abadia de Saint Gallen, 750 AD, Crucificação, Monastério de Santa Catarina, séc. VIII, Sacramentário de Carlos, o Calvo, 870 AD, Sacramentário de Henrique II, 1012/14 AD, Crucificação, Mestre da Vestefália (Alemanha), 1260., Crucifixo de Giunta Pisano, 1260, Crucificação, de Cimabue, 1268/71, Crucifixo, de Giotto, 1290-1300, Crucificação, van Dyck, 1622, Códice Pray, manuscrito húngaro, 1192/95 AD, Crucificação, de Bernardo Daddi, 1340, Pietà, do Mestre francês, por volta de 1390, Crucificação de Cristo, Grünewald, 1500, Esquema dos açoites e das escoriações dobre as espáduas, Gabelkreuz, Igreja de São Jorge, Colônia, Alemanha, 1380, Gabelkreuz, Igreja de São Severino, Colônia, Alemanha, 1330/40, Pestkreuz (detalhe), Basílica de São Quirino, Neuss, Alemanha, 1360 e Cristo crucificado. Desta forma, do ponto de vista da arte a limitação temporal dada pelo estudo por meio de um único viés não confirmar a característica imagética do Santo Sudário, que seria um milagre ainda maior se fosse uma representação artística (BRANDÃO, 2014).

Esta mesma ideia está presente na aparição da imagem de Nossa Senhora de Aparecida, que em 1717 foi encontrada por três pescadores João Alves, Felipe Pedroso e Domingos Garcia, onde após uma pescaria ruim, encontraram o corpo da imagem e rio abaixo a cabeça da imagem, ao colocarem no barco notaram o milagre

da multiplicação com uma pescaria farta (A12, 2020b). Ainda houve uma tentativa de roubo da imagem, que deixou-a em pedaços após cair no chão, foi restaurada por Maria Helena Chartuni do Museu de Arte de São Paulo (MASP), segundo a restauradora foi um momento de emoção, sendo inenarrável a energia e a fé que sentiu, algo estava com ela o tempo todo e que transformou sua vida (JOVENS DE MARIA, 2017).

No caso da imagem de Nossa Senhora de Aparecida, não está posto em discussão sua origem quanto a técnicas de domínio da arte cerâmica ou o que a deixou com a cor a qual foi encontrada, mas sim a forma com que foi encontrada em partes em um rio pujante como o Paraíba do Sul com suas correntezas, com técnicas precárias de pesca que remontam à época, isto por si só já é um milagre (referenciar a fonte).

Isto comprova que ciência e religião podem conviver em harmonia, desde que respeitados os limites, objetivos e finalidades. Desta forma, a imagem como retrato do próprio eu, não remete a ideia de que deve ser considerada como um sofrimento e sim da representação do eu, como existência imagética da pessoa.REFERENCIAR

Atualmente há três réplicas do Santo Sudário que foram fotografadas em 2002 e autenticadas, uma em Jerusalém, uma em Roma e outra na Cidade de Itapetininga, interior de São Paulo. A chegada ocorreu por meio de um casal Italiano, cuja mulher era guia do Santo Sudário em Turim, Itália. Ao conhecer os trabalhos sociais, solicitou ao arcebispo de Turim, que foi tocado com a história (ASSOCIAÇÃO NOSSA SENHORA RAINHA DA PAZ, 2020). Ao analisar a trajetória com que foram encontradas as imagens e a maneira pura com que foram identificadas, seja por uma foto sem pretensões ou o lançamento de uma rede com compromisso de pesca mas que se deparou com uma imagem que trouxe fartura, o fato de receber uma visita de tantas realizadas ao redor do mundo e ser agraciado com uma das três réplicas da imagem do Santo Sudário, já dá indícios de que o ato por si só corresponde a um milagre. Conforme a Figura 3.



Figura 3: Santo Sudário
Fonte: Tenório (2017)

É possível identificar que de um lado temos a imagem de Jesus Cristo e do outro suas mãos, no manto ainda tem as perfurações por conta da crucificação. (fonte)

3 MATERIAL E MÉTODOS

O material e métodos foram divididos em 5 partes, conforme a figura 4

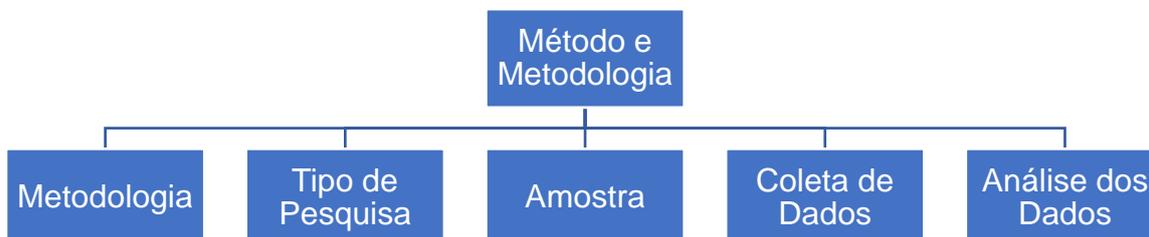


Figura 4: Materiais e Métodos
Fonte: Elaboração Própria

No capítulo 3.1, é apresentado a Lógica paraconsistente evidencial, um tipo de lógica não clássica utilizada em sistemas especialistas para tomada de decisão, que é o caso deste estudo.

No capítulo 3.2, foi definido o tipo de pesquisa, tratando de uma pesquisa

3.1 METODOLOGIA

A lógica baseada em valores absolutos pode não ser a mais adequada para solução de problemas, uma lógica relativa em que pode ser que sim ou pode ser que não, permite a manipulação de grau de certeza e contradição, o que está mais aderente a casos reais de tomada de decisão (CARVALHO; BRUSTEIN; ABE, 2011).

A lógica paraconsistente anotada envolve muitos aspectos da lógica *fuzzy*. Isto pode ser visto sob vários ângulos (ABE, JAIR MINORO; COSTA, 1992). Na lógica E_{τ} associa-se a cada proposição p , no sentido comum, uma constante de anotação constituída de um par $(\mu; \lambda)$, representando da seguinte forma: $p(\mu; \lambda)$, μ e λ variam no intervalo fechado real $[0, 1]$. Portanto, o par $(\mu; \lambda)$ pertence ao produto cartesiano $[0, 1] \times [0, 1]$. Intuitivamente, μ representa o grau de evidência favorável expresso em p , e λ , o grau de evidência contrária expresso em p (ABE, JAIR MINORO; COSTA, 1992).

3.2 TIPO DE PESQUISA

A pouca literatura ainda existente sobre o tema no campo da Administração no

Brasil não impediu que fosse realizada uma revisão bibliográfica diante da extensão do tema, que pode ser trabalhado em diferentes perspectivas. Porém para este estudo o viés é o da administração. Para além dessa Revisão, será realizada uma pesquisa de campo (GIL, 2008).

Quanto a abordagem da pesquisa é qualitativa, pois não se utiliza de instrumentos estatísticos para relacionamento de dados e constitui-se de um estudo de caso para compreender fenômenos complexos e contemporâneos (YIN, 2001), sendo dedicado um capítulo a cidade de Itapetininga para se aprofundar nas questões econômicas, culturais e religiosas da cidade,

3.3 AMOSTRA

Na Lógica Et, por se tratar de sistemas especialistas, é dada a importância para a qualidade e não quantidade do espaço amostral. Diversos estudos apontam em direção a utilização dos especialistas como respondentes da pesquisa, pois a estes cabem a tomada de decisão (ABE, JAIR MINORO; COSTA, 1992; FÁBIO ROMEU DE CARVALHO; JAIR MINORO ABE, 2011; REIS et al., 2019).

Não há estudos confirmatórios para a quantidade correta da amostra na aplicação da lógica Et, a restrição está em considerar os tomadores de decisão. No estudo em tela a amostra estará concentrada em Padres, autoridades municipais e empresários, pois a estes cabem as decisões conjuntas para o desenvolvimento do turismo religioso em determinada região.

3.4 COLETA DE DADOS

Foi elaborado um questionário, contendo 22 questões fechadas, conforme Apêndice D. Sendo três etnográficas e as demais com base na literatura sobre o tema turismo religioso, como trata-se de uma pesquisa de campo o questionário foi aplicado *in loco* de acordo com os critérios da amostra selecionada. Para facilitar o preenchimento foi utilizada a ferramenta do *Google Forms*. Além disto foi realizada uma versão testes com dois profissionais da área, a fim de verificar se as perguntas estão adequadas, não foram registrados pontos a serem alterados.

3.5 ANÁLISE DOS DADOS

O operador MÁX do reticulado $[0,1] \times [0,1]$, associado a Lógica E_{τ} , é para ser aplicado a um grupo de n anotações ($n \geq 1$). Ele atua de modo a maximizar o grau de certeza ($G_{cert} = \mu - \lambda$) desse grupo de anotações, selecionando a melhor evidência favorável (maior valor de μ) e a pior evidência contrária (menor valor de λ), não sendo aplicado em situações em que os dois ou mais itens considerados não são todos determinantes, bastando que um deles tenha condição favorável para se considerar satisfatório (CARVALHO; ABE, 2011). Ele é definido da seguinte forma: $MÁX \{(\mu_1; \lambda_1), (\mu_2; \lambda_2), \dots, (\mu_n; \lambda_n)\} = (\max\{\mu_1, \mu_2, \dots, \mu_n\}; \min\{\lambda_1, \lambda_2, \dots, \lambda_n\})$ (REIS et al., 2019).

O operador MÍN do reticulado $[0,1] \times [0,1]$, associado a Lógica E_{τ} , é para ser aplicado a um grupo de n anotações ($n \geq 1$). Ele atua de modo a minimizar o grau de certeza ($G_{cert} = \mu - \lambda$) desse grupo de anotações, selecionando a pior evidência favorável (menor valor de μ) e a melhor evidência contrária (maior valor de λ), sendo aplicado em situações em que os dois ou mais itens considerados são todos determinantes, sendo indispensável que todos apresentem condições favoráveis para se considerar o resultado de análise satisfatório (CARVALHO; ABE, 2011). Ele é definido da seguinte forma: $MIN \{(\mu_1; \lambda_1), (\mu_2; \lambda_2), (\mu_n; \lambda_n)\} = (\min\{\mu_1, \mu_2, \mu_n\}; \max\{\lambda_1, \lambda_2, \dots, \lambda_n\})$.

No resultado, após aplicação das regras de maximização (OR) e de minimização (AND), adota-se como limites de verdade e de falsidade como nível de exigência. Desta forma, tem-se evidência favorável ou contrária a viabilidade de aquisição do ativo, se houver um grau de certeza em módulo igual ou maior que 0,6. De forma resumida: $G_{cert} \geq 0,6 \rightarrow$ Verdade (V), ou seja, a aquisição do ativo é VIÁVEL; $G_{cert} \leq -0,6 \rightarrow$ Falsidade (F), ou seja, a aquisição do ativo é INVIÁVEL; $-0,6 < G_{cert} < 0,6 \rightarrow$ Confuso (T), ou seja, DÚVIDA, devendo haver aprofundamento das informações (REIS et al., 2019).

Para este trabalho optou-se pela LPA por contemplar o processo de tomada de decisão, tendo como base as proposições formuladas para que as associações e cooperativas possam considerar no seu planejamento e serem úteis para aperfeiçoar as políticas públicas, de tal forma que possam apoiar projetos que terão impacto na distribuição de renda e conseqüentemente reduzindo a pobreza. Como a tomada

de decisão baseia-se em graus de incerteza, trabalhar com lógica em valores absolutos como sim ou não, poderia conduzir a um viés que não condiz com o pragmatismo da tomada de decisão (CARVALHO; BRUSTEIN; ABE, 2011).

Para analisar os dados o questionário foi transformado em variáveis, a fim de validar a consistência Interna e determinar as frequências. Conforme a Tabela 1.

Tabela 1: Relação entre Variáveis e Questionário

VAR1	Itapetininga possui uma das três imagens oficiais do Santo Sudário. Isto é importante para o Turismo Religioso da Cidade?
VAR2	Você está satisfeito com o atendimento na prestação de serviços de hotelaria da cidade?
VAR3	Você está satisfeito com o atendimento na prestação de serviços de alimentação da cidade?
VAR4	Você está satisfeito com o atendimento na prestação de serviços de transporte da cidade?
VAR5	Há agências de viagens especializadas em turismo religioso na cidade?
VAR6	O transporte Rodoviário na Cidade é satisfatório?
VAR7	Há artesanato religioso na cidade?
VAR8	Há indústrias de artigos religiosos na cidade?
VAR9	O comércio local possui variedade e oferece opções de compras?
VAR10	Os Serviços de Aluguel de carros é bom?
VAR11	Os eventos religiosos são bem Organizados?
VAR12	Há um clima religioso na cidade?
VAR13	O sistema de Saúde suporta um aumento de turistas na cidade?
VAR14	A cidade possui guias Turísticos?
VAR15	Você conhece as iniciativas turísticas da Cidade?
VAR16	Você conhece o arquiteto que projetou a Catedral da Nossa Senhora dos Prazeres?
VAR17	Você conhece a história das três escolas localizadas na praça Peixoto Gomide?
VAR18	Você conhece alguma homenagem a Anésia Pinheiro Machado, a primeira mulher a voar em solo nacional?
VAR19	Você conhece alguma homenagem ao compositor Teddy Vieira?

Fonte: Elaboração Própria

4 RESULTADOS E DISCUSSÕES

As respostas coletadas dos especialistas estão distribuídas na frequência em relação ao gênero de 2 Mulheres com 33,3% do total e 4 homens com 66,7% do total. A tabela 2, apresentam os dados.

Tabela 2: Gênero

Gênero	Frequência	Porcentagem	Porcentagem acumulativa
Feminino	2	33,3	33,3
Masculino	4	66,7	100,0
Total	6	100,0	

Fonte: Elaboração Própria.

A distribuição por faixa etária apresentou homogeneidade na faixa de 31 a 50 anos, sendo 33,3% de 31 a 40 anos e 66,7% de 41 a 50 anos. A tabela 3 indica a faixa etária dos especialistas.

Tabela 3: Faixa Etária

Faixa Etária	Frequência	Porcentagem	Porcentagem acumulativa
de 31 a 40	2	33,3	33,3
de 41 a 50	4	66,7	100,0
Total	6	100,0	

Fonte: Elaboração Própria

Do total dos especialistas 4 são pós graduados, 1 graduado e 1 mestrado, representando 66,7%, 16,7% e 16,7% respectivamente, conforme a Tabela 4.

Tabela 4: Formação

Formação	Frequência	Frequência	Porcentagem acumulativa
Graduação	1	16,7	16,7
Mestrado	1	16,7	33,3
Pós graduação	4	66,7	100,0
Total	6	100,0	

Fonte: elaboração Própria

Para validar a consistência interna foi realizado o teste Alpha de Cronbach.

Para pesquisas exploratórias o índice de 0,6 pode ser utilizado, em escalas múltiplas deve exceder a 0,70 (HAIR et al., 2009), valores acima de 0,81 possuem uma consistência quase perfeita (LANDIS; KOCH, 1977), o índice do questionário deste trabalho foi de 0,940, demonstrando uma consistência quase perfeita, conforme a Tabela 5.

Tabela 5: Alfa de Cronbach

Alfa de Cronbach	N de itens
0,940	19

Fonte: Elaboração Própria

A fim de tratar os dados entre verdade e contradição, o grau de verdade foi determinado pela soma dos graus das escalas concordo totalmente e parcialmente, normalizados com 50% do fator Neutro, o grau de contradição foi construído com a soma das escalas de discordo totalmente e discordo parcialmente, normalizados com 50% da escala Neutra. Os resultados foram apresentados na Tabela 6.

A variável 1, trata da importância do Santo Sudário para o Desenvolvimento do Turismo Religioso em Itapetininga, os especialistas pontuaram como viável esta proposição, conforme indicado o Santo Sudário representa uma das três imagens doadas pela catedral de Turim, na Itália (ASSOCIAÇÃO NOSSA SENHORA RAINHA DA PAZ, 2020). O santo Sudário representa em segundo os cristãos a imagem de Jesus Crucificado (TRIGUEIRO, 2018).

As variáveis 2, 3 e 4 que tratam da qualidade dos serviços de hotelaria, alimentação e transporte apresentaram dúvida entre os especialistas, indicando que estes fatores precisam ser aperfeiçoados para o atendimento deste público religioso que pode correr ao longo do ano, embora as festas regionais são importantes para o desenvolvimento do turismo religioso (MINISTÉRIO DO TURISMO, 2020). Nestes eventos ocorrem grande fluxo de pessoas, como o caso em específico de análise deste estudo, em Itapetininga no evento que ocorre entre os meses de janeiro e agosto, que movimentam parte da cidade, onde é possível observar pela quantidade de 30 toneladas de milho consumidas neste evento (DO G1 ITAPETININGA E REGIÃO, 2019). Destaca-se que este atendimento especializado fez crescer diversos

pontos turísticos como o observado na indonésia (JAELANI, 2017). Esta falta de especialização em serviços também é observado por meio do índice $QL < 1$, tanto de Itapetininga como da Mesorregião, cancelando a necessidade da cidade articular a longo prazo com iniciativa pública, empresas, centros universitários e população para constituir vantagem colaborativa (KANTER, 1996).

A variável 6, diz respeito ao transporte rodoviário. A cidade de Itapetininga esta localizada ao lado da rodovia Raposo Tavares e próximo a Rodovia Castelo Branco, duas importantes vias que ligam a capital de São Paulo ao Interior, percorrendo longas distâncias, tendo acesso ao Rodoanel ligando diversas rodovias. Além disto tem um Aeroporto na Cidade de Campinas o aeroporto de Viracopos. Como é ponto de passagem entre Sudeste e Sul, possuem fácil acesso a Santos, Curitiba, Norte do Paraná, Mato Grosso e outras regiões. Internamente a cidade possui um sistema de transporte híbrido, sendo realizado por empresas de ônibus os carretões (taxis que cobram um pouco a mais da passagem do ônibus comum e que ligam a cidade) modalidade bastante expressiva na cidade, onde pode-se ter o conforto do taxi pagando um pouco a mais do que o valor do ônibus de linha, também tem as mototáxis e o Uber que chegou nos últimos dois anos na cidade. Os especialistas apontaram como viável o transporte.

A variável 7 e 8, dizem respeito ao artesanato e fábricas de artigos religiosos. No que diz respeito ao artesanato é possível observar na feira de domingo que ocorre na Praça Peixoto Gomide e em outros locais, bastante pessoas que fazem um artesanato de excelente qualidade e em alguns casos já estão na terceira geração de artistas, porém é preciso fortalecer com eventos mais específicos voltados para este público. A iniciativa pública precisa promover feiras mais especificas ou espaços em que possam ampliar a divulgação deste trabalho, pois é importante para contribuir com o Turismo Religioso, a exemplo do que e observado em diversos pontos turísticos da cidade de Aparecida, os especialistas apresentaram dúvida em relação ao artesanato. No que diz respeito as fábricas de artigos religiosos, os especialistas demonstraram que é inviável no sentido de que a Cidade não apresenta este tipo de atividade. Este tipo de atividade é importante para fornecer artigos para o comércio como observado em todos os centros turísticos religiosos no Brasil. Em especial em

Aparecida existe a loja do santuário (A12, 2020a), originários deste tipo de turismo que criam diversos negócios (SILVEIRA, 2007).

A variável 9, foi indicada como viável pelos especialistas, o comércio em Itapetininga oferece uma variedade de opções. Embora não esteja aberto aos finais de semana, a concentração do comércio nas Ruas Campos Salles e Silva Jardim, a primeira trata-se do comércio mais popular, a segunda está mais relacionada ao comércio para públicos da classe média. Nestas duas Ruas, há um grande fluxo de pessoas aos finais de semana, que reúne diversos públicos da região, formando uma grande concentração de consumidores. Ainda se destaca o calçadão do centro. Estes locais formam um cluster do comércio local, reunindo pessoas especializadas, empresas onde é possível uma atuação em rede estabelecendo relações empresariais (ZACCARELLI et al., 2008).

A variável 10, representa o aluguel de veículos. Os especialistas apresentaram dúvida. O aluguel ainda é muito direcionado ao público da cidade, pessoas e empresas, não tendo lojas de aluguel de veículos na rodoviária ou vinculada a pacotes de serviços. Este é um importante serviço agregado no turismo religioso (SILVEIRA, 2007).

A variável 11 e 12 que trata da organização dos eventos e o clima religioso na cidade, foram apontadas como viável. A característica da cidade é predominantemente católica (BUENO DA SILVA, 2014), são vários eventos religiosos que ocorrem na cidade durante o ano (BUENO DA SILVA, 2014; DO G1 ITAPETININGA E REGIÃO, 2019; ITAPETININGA, 2020; POR G1 ITAPETININGA E REGIÃO, 2020), isto demonstra que há uma forte colaboração por meio do voluntariado de fiéis e pessoas da cidade. Esta vantagem é importante para a ampliação do turismo religioso.

A variável 13, diz respeito ao sistema de saúde. As variáveis 14 a 18, estão relacionadas a publicidade do turismo na cidade, todas geraram dúvida entre os especialistas. Embora haja divulgação nos canais oficiais da prefeitura de Itapetininga (ITAPETININGA, 2020), as políticas públicas são insuficientes para articular o turismo na cidade, isto é reforçado pelo índice de especialização $QL < 1$, a cidade tem inclinação para o agronegócio. Ao mudar esta inclinação a cidade precisa articular em rede para desenvolver o turismo religioso, a exemplo do observado para o

desenvolvimento do turismo Halal onde é preciso uma integração política, comercial e religiosa (MUHAMMAD HAQ, 2014).

Por fim a variável 19, onde demonstra um conhecimento acentuado das obras de Teddy Vieira, amplamente divulgada na música sertaneja raiz, chancelando que os especialistas conhecem sua homenagem construída pela cidade. Pode ser que a justificativa esteja na idade dos especialistas, que estão na faixa de 31 a 50 anos de idade.

Tabela 6: Aplicação da Lógica Et

Variável	Esp. 1	Esp. 2	Esp. 3	Esp. 4	Esp. 5	Esp. 6	Frequência				Concordo Normalizado	Discordo Normalizado	μ_1	μ_2	G_{cert}	Decisão	
							Concordo Totalmente	Concordo Pracialmente	Neutro	Discordo Parcialmente							Discordo Totalmente
							1	0,8	0,6	0,4							0,2
VAR1	1,0	1,0	1,0	1,0	1,0	1,0	6	0	0	0	0	6	0	1,00	-	1,00	Viável
VAR2	0,6	0,4	1,0	0,6	0,4	1,0	2	0	2	2	0	3	3	0,50	0,50	-	Dúvida
VAR3	1,0	0,4	1,0	1,0	0,4	1,0	4	0	0	2	0	4	2	0,67	0,33	0,33	Dúvida
VAR4	0,6	0,6	0,8	0,6	0,6	0,8	0	2	4	0	0	4	2	0,67	0,33	0,33	Dúvida
VAR5	0,6	0,2	0,8	0,6	0,2	0,8	0	2	2	0	2	3	3	0,50	0,50	-	Dúvida
VAR6	0,8	0,6	0,8	0,8	0,6	0,8	0	4	2	0	0	5	1	0,83	0,17	0,67	Viável
VAR7	1,0	0,2	0,8	1,0	0,2	0,8	2	2	0	0	2	4	2	0,67	0,33	0,33	Dúvida
VAR8	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0	0	0	0	6	0	6	-	1,00	-1,00	Inviável
VAR9	1,0	1,0	0,8	1,0	1,0	0,8	4	2	0	0	0	6	0	1,00	-	1,00	Viável
VAR10	0,6	0,6	0,8	0,6	0,6	0,8	0	2	4	0	0	4	2	0,67	0,33	0,33	Dúvida
VAR11	1,0	1,0	1,0	1,0	1,0	1,0	6	0	0	0	0	6	0	1,00	-	1,00	Viável
VAR12	1,0	0,8	1,0	1,0	0,8	1,0	4	2	0	0	0	6	0	1,00	-	1,00	Viável
VAR13	0,2	0,2	0,8	0,2	0,2	0,8	0	2	0	0	4	2	4	0,33	0,67	-0,33	Dúvida
VAR14	0,6	0,2	0,8	0,6	0,2	0,8	0	2	2	0	2	3	3	0,50	0,50	-	Dúvida
VAR15	0,6	0,2	0,8	0,6	0,2	0,8	0	2	2	0	2	3	3	0,50	0,50	-	Dúvida
VAR16	1,0	0,2	1,0	1,0	0,2	1,0	4	0	0	0	2	4	2	0,67	0,33	0,33	Dúvida
VAR17	1,0	0,2	0,6	1,0	0,2	0,6	2	0	2	0	2	3	3	0,50	0,50	-	Dúvida
VAR18	1,0	0,6	0,6	1,0	0,6	0,6	2	0	4	0	0	4	2	0,67	0,33	0,33	Dúvida
VAR19	1,0	0,6	1,0	1,0	0,6	1,0	4	0	2	0	0	5	1	0,83	0,17	0,67	Viável

Fonte: Elaboração Própria

Das 19 proposições formuladas, 13 estão entre dúvida e inviável e apenas 6 viáveis. Isto indica que a cidade de Itapetininga não contemplou por meio de políticas públicas o Turismo Religioso na Cidade. Destaca-se que o turismo religioso embora seja uma atividade econômico tem como foco proporcionar a experiência religiosa com o Turista, negar esta aproximação é negar o ato de fé ao qual foi demonstrado pela forma como a imagem do Santo Sudário, uma das três do mundo, foi doada à Cidade.

5 CONCLUSÃO

O Turismo religioso é uma importante atividade da economia mundial e Brasileira. No mundo são mais de 600 milhões de viagens com esta finalidade. No Brasil em 2017, este segmento faturou R\$ 20 bilhões de reais em mais de 300 destinos. O destino de Aparecida do Norte onde fica o Santuário Nacional de Nossa Senhora de Aparecida que é o maior centro Mariano do Mundo, recebe 12 milhões de turistas todos os anos, sendo a principal atividade da cidade.

A mesorregião de Itapetininga é especializada principalmente no agronegócio e mais discretamente na indústria, o setor de serviços não apresentou qualificação. Demonstrando que para a construção de iniciativas voltadas ao segmento de serviços, é preciso um esforço de longo prazo atuando em rede com organizações públicas, iniciativa privada e universidades.

São vários os elementos que compõe o turismo religioso, mas o principal é a fé, relacionada a inspiração e revelação que ocorreram naquele local ou se desenvolveram no decorrer do tempo. Trata-se de uma cultura voltada para as tradições, sejam hereditárias ou não. O turismo religioso reúne lazer com fé, por isso as atrações devem ser muito bem planejadas para não descaracterizar o tipo específico de turismo. Neste contexto, a especialização nesta atividade é fundamental para oferecer um serviço de qualidade e direcionado ao público alvo, como o observado no turismo Halal na Indonésia e espiritual na Índia.

No caso de Itapetininga, as festas religiosas tradicionais destacam-se há muitos anos na cidade, outro ponto importante é a imagem do Santo Sudário, que representa uma das três imagens existentes no mundo. Frisa-se que o Santo Sudário por si só já é um mistério que há muito tempo é tratado de maneira multidisciplinar para identificar sua originalidade, do ponto de vista imagético sua obra independentemente do tempo já é considerada por si só um milagre, que está enraizado na tradição religiosa da cidade, por constituir uma imagem de importância ímpar.

A forma como esta imagem foi doada pela Basílica de Turim na Itália, chama bastante a atenção e constitui um mistério a ser investigado por estudos futuro, a motivação da doação da imagem ocorreu por meio da visita a cidade por uma Guia da Basílica de Turim, que conheceu as obras sociais locais. O mistério está constituído

no porquê a cidade foi escolhida entre tantas já visitadas e conhecidas. Isto por si só, demonstra uma revelação para a vocação da cidade. Atualmente Itapetininga é especialista no agronegócio, sendo uma das principais cidades neste segmento no estado de São Paulo. Porém, é possível mudar a vocação desde que haja articulação com diversos agentes, dentre eles poder público municipal, organizações, instituições de ensino e pessoas.

Como constatado a cidade não apresenta especialização em serviços e ainda é necessário desenvolver diversas atividades que dão suporte ao turismo religioso, como pontos positivos estão o sistema de transporte rodoviário e o transporte interno que são formados por diversos tipos, como taxis, carretão (taxis com sistema de ônibus coletivo), moto taxis, Uber e outros.

Não há uma política voltada para o Turismo Religioso em Itapetininga, mesmo que as festas sejam muito organizadas e haja cultura de solidariedade na cidade, isto nunca foi utilizado em planos de governo, que focam muito no agronegócio. Perde-se uma oportunidade de desenvolver um novo segmento que tem relação com a cultura musical da cidade e de superação, cravadas na figura de Anésia Pinheiro Machado e Teddy Vieira. Quando se esta diante de uma imagem não é meramente uma lembrança, mas a representação do próprio eu, extrapolando a análise quando esta diante de um milagre ou de uma imagem original, onde há poucas réplicas no mundo, especificamente três, o não desenvolvimento do Turismo, é como se negasse a missão religiosa que lhe foi dado.

No objetivo específico Identificar os elementos que compõe o turismo religioso, conclui-se que foram identificadas 19 proposições relacionadas ao nível de serviço disponível na cidade para apoiar o turismo religioso.

Na Descrição da mesorregião de Itapetininga, conclui-se que a região de Itapetininga é especializada no Agronegócio e Indústria.

Em Compreender o Santo Sudário no contexto regional, conclui-se que a forma como a imagem foi doada à cidade, demonstra em si um ato de fé que tem potencial para estar mais presente na vida de outras pessoas, saindo de uma escala local para global.

No objetivo relacionar os fatores a serem aperfeiçoados para o desenvolvimento do Turismo Religioso em Itapetininga, conclui-se que é premente a

definição de novas políticas públicas e articulação junto as instituições de Ensino e Pesquisa para que juntos possam aperfeiçoar o segmento.

Recomenda-se para trabalhos futuros a incorporação de estratégias para o desenvolvimento dos serviços do turismo religioso na cidade de Itapetininga.

6 REFERÊNCIAS

A12. **Locais Turísticos**. Disponível em: <<https://www.a12.com/santuاريو/locais-turisticos>>. Acesso em: 9 maio. 2020a.

A12. **O aparecimento da imagem que transformou A FÉ DE UM POVO**. Disponível em: <<https://www.a12.com/santuاريو/historia-de-nossa-senhora-aparecida-1717>>. Acesso em: 30 abr. 2020b.

ABE, JAIR MINORO; COSTA, N. C. A. DA. **Fundamentos da lógica anotada**. Tese (Doutorado em Filosofia)—[s.l.] USP, 1992.

AGER, A.; AGER, J. Faith and the Discourse of Secular Humanitarianism. **Journal of Refugee Studies**, v. 24, n. 3, p. 456–472, 1 set. 2011.

ASSOCIAÇÃO NOSSA SENHORA RAINHA DA PAZ. **Santo Sudário**. Disponível em: <<http://www.anspaz.net/site/santo-sudario-433-home.html>>. Acesso em: 23 abr. 2020.

BATISTA, S. S. DOS S.; CARVALHO, M. L. M. DE. ESTUDO SOBRE OS CURSOS FERROVIÁRIOS NOS ANOS DE 1940 A 1960 A PARTIR DE REVISTAS FERROVIÁRIAS. **Educação em Revista**, v. 31, n. 3, p. 143–167, 2015.

BRANDÃO, A. J. DE S. O SUDÁRIO DE TURIM: ENTRE A HISTÓRIA DA ARTE E A DATAÇÃO DO CARBONO 14. **REVISTA LUMEN ET VIRTUS**, v. V, n. 10, p. 169–207, 2014.

BRANDÃO, J. Sudário de Turim: Fotografia, História ou Arqueologia? **Revista Cerrados**, v. 25, n. 43, p. 254–273, 2017.

BRASIL. **Constituição da República Federativa do Brasil**. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicao.htm>. Acesso em: 27 mar. 2020.

BRILLI, A. **Gerusalemme, La Mecca, Roma. Storie di pellegrinaggi e di pellegrini**. 421. ed. Italian: Società editrice il Mulino, 2014.

BUENO DA SILVA, M. **A FESTA DE NOSSA SENHORA APARECIDA DO SUL: Formação de novas territorialidade e alterações socioeconômicas para o município de Itapetininga (SP)**. UNB—[s.l.] Universidade de Brasília, 2014.

CARVALHO, F. R. DE; BRUSTEIN, I.; ABE, J. M. Tomadas de Decisão com ferramentas da Lógica Paraconsistente Anotada. **XXIII Encontro Nac. de Eng. de Produção**, v. 1, p. 1–8, 2011.

CHRISTOFFOLI, A. R.; PEREIRA, R. M. F. DO A.; SILVA, Y. F. E. O Lazer no Turismo Religioso: uma análise dos discursos no Turismo. **PASOS Revista de turismo y patrimonio cultural**, v. 10, n. 5, p. 595–603, 2012.

COLLINS-KREINER, N. A review of research into religion and tourism Launching the Annals of Tourism Research Curated Collection on religion and tourism. **Annals of Tourism Research**, v. 82, p. 102892, maio 2020.

DO G1 ITAPETININGA E REGIÃO. **Itapetininga sedia a 33ª Festa do Milho na Paróquia São Roque**. Disponível em: <<https://g1.globo.com/sp/itapetininga-regiao/noticia/2019/01/28/itapetininga-sedia-a-33a-festa-do-milho-na-paroquia-sao-roque.ghtml>>. Acesso em: 2 abr. 2020.

GSHOW. **Revista de Sábado conhece a história do famoso compositor Teddy Vieira**. Disponível em: <<https://gshow.globo.com/TV-Tem/Revista-de-Sabado/noticia/revista-de-sabado-conhece-a-historia-do-famoso-compositor-teddy-vieira.ghtml>>. Acesso em: 2 abr. 2020.

FÁBIO ROMEU DE CARVALHO; JAIR MINORO ABE. **Tomadas de decisão com ferramentas da lógica paraconsistente anotada**. 1. ed. São Paulo: Blucher, 2011.

FAUSTINO, J. C. PERDAS INVISÍVEIS: A MÚSICA CAIPIRA E O ÊXODO RURAL BRASILEIRO. **SocioPoética**, v. 1, n. 10, p. 53–67, 2013.

FAZENDA SANTA LUZIA. **Fazenda Santa Luzia**. Disponível em: <<https://www.queijocomarte.com.br/>>. Acesso em: 15 abr. 2020.

FORTUNATO, I. WHY WAS ITAPETININGA'S NORMAL SCHOOL NAMED AFTER PEIXOTO GOMIDE? **Nucleus**, v. 14, n. 1, p. 67–78, 30 abr. 2017.

FRESP. **Cidade São Miguel Arcanjo**. Disponível em: <<http://www.portalfresp.org.br/noticias/detalhes/id/930/rota-do-vinho-em-sao-miguel-arcanjo-saiba-mais.php>>. Acesso em: 8 abr. 2020.

GIL, A. C. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. São Paulo: Atlas, 2008.

HAIR, J. F. et al. **Análise multivariada de dados**. Porto Alegre: Bookman, 2009.

ITAPETININGA, P. MUNICIPAL DE. **Turismo em Itapetininga**. Disponível em: <<https://www.itapetininga.sp.gov.br/cidade/turismo-eventos/>>. Acesso em: 8 mar. 2020.

JAELANI, A. Halal Tourism Industry in Indonesia: Potential and Prospects. **INTERNATIONAL REVIEW OF MANAGEMENT AND MARKETING**, v. 7, n. 3, p. 25–34, 2017.

JOVENS DE MARIA. **O atentado contra a Imagem de Aparecida**. Disponível em: <<https://www.a12.com/jovensdemaria/videos/vlogs/01-o-atentado-contra-a-imagem-de-aparecida>>. Acesso em: 30 abr. 2020.

KANTER, R. M. **Classe Mundial, uma agenda para gerenciar os desafios globais em benefício das empresas e das comunidades**. São Paulo: CAMPUS, 1996.

LANDIS, J. R.; KOCH, G. G. The Measurement of Observer Agreement for Categorical Data. **Biometrics**, v. 33, n. 1, p. 159, mar. 1977.

MINISTÉRIO DO COMÉRCIO, INDÚSTRIA E SERVIÇOS - MDIC. **Comex Vis: Municípios**. Disponível em: <<http://www.mdic.gov.br/comercio-exterior/estatisticas-de-comercio-exterior/comex-vis/frame-municipio?municipio=3425904>>. Acesso em: 29 mar. 2020.

MINISTÉRIO DO TURISMO. **Turismo religioso amplia economia dos destinos**. Disponível em: <<http://www.turismo.gov.br/ultimas-noticias/8187-turismo-religioso-amplia-economia-dos-destinos.html>>. Acesso em: 8 maio. 2020.

MINISTÉRIO DO TURISMO. **Turismo Religioso**. Disponível em: <<http://www.turismo.gov.br/component/tags/tag/263.html>>. Acesso em: 8 maio. 2020.

MUHAMMAD HAQ, F. The significance of partnership as a marketing strategy for Islamic spiritual tourism. **Journal of Islamic Marketing**, v. 5, n. 2, p. 258–272, 3 jun. 2014.

NICOLOTTI, A. El Sudario de Oviedo: historia antigua y moderna. The Shroud of Oviedo: ancient and modern history. **Territorio, Sociedad y Poder**, v. 11, n. 11, p. 89, 2 maio 2017.

POR G1 ITAPETININGA E REGIÃO. **Festa em Louvor a Nossa Senhora Aparecida do Sul' será realizada até janeiro em Itapetininga**. Disponível em: <<https://g1.globo.com/sp/itapetininga-regiao/noticia/2018/12/29/festa-em-louvor-a-nossa-senhora-aparecida-do-sul-sera-realizada-ate-janeiro-em-itapetininga.ghtml>>. Acesso em: 2 abr. 2020.

PRAHALAD, C. K.; RAMASWAMY, V. Co-creation experiences: The next practice in value creation. **Journal of Interactive Marketing**, v. 18, n. 3, p. 5–14, 2004.

REIS, N. F. DOS. **MÉTODO PARA CONSISTENTE DE CENÁRIOS PROSPECTIVOS**. Tese (Doutorado em Engenharia de Produção)—[s.l.] Universidade Paulista, 2014.

REIS, N. F. et al. Support System Decision with Logic Et applied to Merger and Acquisition - M & A : a case study in the education industry. **International Journal of Latest Engineering and Management Research (IJLEMR)**, v. 04, n. 04, p. 45–50, 2019.

RIEDL, M.; MAIA, C. M. Especialização e potencial endógeno na análise regional. **Revista Brasileira de Gestão e Desenvolvimento Regional**, v. 3, n. 2, p. 27–48, 2007.

SDS. **Microrregiões e Diretorias Regionais de Assistência e Desenvolvimento Social (DRADS) do Estado de São Paulo**. Disponível em: <<http://www.desenvolvimentosocial.sp.gov.br/a2sitebox/arquivos/documentos/1601.pdf>>. Acesso em: 29 jun. 2019.

SEADE. **Informações dos Municípios paulistas**. Disponível em: <<http://www.imp.seade.gov.br/frontend/#!/tabelas>>. Acesso em: 10 abr. 2020.

SHARPLEY, R.; SUNDARAM, P. Tourism: a sacred journey? The case of ashram tourism, India. **International Journal of Tourism Research**, v. 7, n. 3, p. 161–171, maio 2005.

SILVEIRA, E. J. S. DA. Turismo Religioso no Brasil: uma perspectiva local e global. **Turismo em Análise**, v. 18, n. 1, p. 33–51, 2007.

TENÓRIO, B. **Santo Sudário: Uma prova ‘Viva e Palpável’ da Ressurreição de Cristo** Rio de Janeiro PUC-RIO, , 2017. Disponível em: <<http://www.centroloyola.puc-rio.br/loyola-online/santo-sudario-uma-prova-viva-e-palpavel-da-ressurreicao-de-cristo/>>

TRIGUEIRO, M. G. S. **Santo Sudário: o que diz a ciência**. Curitiba: Editora e Livraria Appris Ltda., 2018.

WORLD TOURISM ORGANIZATION. **Religious Tourism in Asia and the Pacific**. [s.l.] World Tourism Organization (UNWTO), 2011.

YIN, R. K. **Estudo de Caso: planejamento e métodos**. 2.^a ed. Porto Alegre: Bookman, 2001.

ZACCARELLI, S. B. et al. **Clusters e Redes de Negócios: uma nova visão para a gestão dos negócios**. São Paulo: Saraiva, 2008.

APÊNDICE A – MESORREGIÃO DE ITAPETININGA - POPULAÇÃO

Microrregião	Cód.	Município	População			População Urbana /Rural		
			Mascu- lino	Femi- nino	Total	Urbana	Rural	% Urbani- zação
Itapeva	41	Barão de Antonina	1.710	1.673	3.383	2.156	1.227	63,7%
		Bom Sucesso de Itararé	1.944	1.917	3.861	2.885	976	74,7%
		Buri	9.979	9.699	19.678	16.462	3.216	83,7%
		Coronel Macedo	2.463	2.380	4.843	3.969	874	82,0%
		Itaberá	8.836	8.778	17.614	13.379	4.235	76,0%
		Itapeva	45.170	46.523	91.693	83.413	8.280	91,0%
		Itaporanga	7.300	7.388	14.688	11.952	2.736	81,4%
		Itararé	24.010	25.008	49.018	45.460	3.558	92,7%
		Nova Campina	4.904	4.771	9.675	7.671	2.004	79,3%
		Riversul	2.796	2.909	5.705	4.307	1.398	75,5%
		Taquarituba	11.538	11.655	23.193	21.137	2.056	91,1%
		Taquarivaí	2.866	2.880	5.746	3.337	2.409	58,1%
Itapeti- ninga	42	Alambari	2.885	2.894	5.779	4.729	1.050	81,8%
		Angatuba	12.302	12.199	24.501	18.333	6.168	74,8%
		Campina do Monte Alegre	2.929	2.883	5.812	5.120	692	88,1%
		Guareí	9.448	6.302	15.750	9.097	6.653	57,8%
		Itapetininga	79.719	80.431	160.150	147.379	12.771	92,0%
Tatuí	43	Boituva	28.670	28.622	57.292	53.893	3.399	94,1%
		Cerquilha	22.942	23.469	46.411	44.009	2.402	94,8%
		Cesário Lange	8.905	8.343	17.248	11.645	5.603	67,5%
		Laranjal Paulista	13.687	14.147	27.834	25.207	2.627	90,6%
		Pereiras	4.264	4.164	8.428	5.628	2.800	66,8%
		Porangaba	4.712	4.598	9.310	4.495	4.815	48,3%

		Quadra	1.924	1.784	3.708	960	2.748	25,9%
		Tatuí	59.175	60.948	120.123	116.699	3.424	97,1%
		Torre de Pedra	1.206	1.114	2.320	1.651	669	71,2%
Capão Bonito	44	Apiáí	12.298	12.368	24.666	19.995	4.671	81,1%
		Barra do Chapéu	2.886	2.644	5.530	1.628	3.902	29,4%
		Capão Bonito	23.054	23.364	46.418	39.459	6.959	85,0%
		Guapiara	8.983	8.792	17.775	7.499	10.276	42,2%
		Iporanga	2.206	2.201	4.407	2.894	1.513	65,7%
		Itaoca	1.652	1.534	3.186	1.737	1.449	54,5%
		Itapirapuã Paulista	2.124	2.056	4.180	2.146	2.034	51,3%
		Ribeira	1.649	1.593	3.242	1.483	1.759	45,7%
		Ribeirão Branco	9.056	8.629	17.685	10.493	7.192	59,3%
		Ribeirão Grande	3.790	3.720	7.510	2.381	5.129	31,7%
Total			443.982	444.380	888.362	754.688	133.674	85,0%

APÊNDICE B – PIB NA MESORREGIÃO DE ITAPETININGA

Micror-região	Cód.	Município	PIB (em milhares de reais)				Balança Comercial		
			Indus-tria	Serviços	Agrone-gócio	Total	Exporta-ções	Importa-ções	Saldo
Itapeva	41	Barão de Antoina	3.247	62.626	7.526	73.399	-	-	-
		Bom Sucesso de Itararé	12.822	33.795	3.962	50.579	1.320	-	1.320
		Buri	37.317	213.923	97.996	349.236	24.348.212	568.727	23.779.485
		Coronel Macedo	6.458	43.708	28.044	78.211	-	-	-
		Itaberá	24.308	314.750	154.936	493.994	28.800	-	28.800
		Itapeva	236.229	1.445.841	534.353	2.216.423	50.783.451	707.882	50.075.569
		Itaporanga	13.066	232.174	37.098	282.338	172	-	172
		Itararé	79.437	659.424	72.140	811.001	1.497.928	81.291	1.416.637
		Nova Campina	114.729	86.071	15.096	215.897	2.448.579	227.011	2.221.568
		Riversul	4.231	44.466	14.352	63.048	-	-	-
		Taquarituba	69.516	463.094	52.875	585.485	7.715.453	193.557	7.521.896
Taquarivaí	14.333	142.531	64.949	221.813	-	32.922	32.922		
Itapeti-ninga	42	Alambari	7.684	53.191	35.578	96.453	-	152.580	152.580
		Angatuba	311.106	456.428	128.126	895.660	8.939.580	6.898.664	2.040.916
		Campina do Monte Alegre	14.566	65.942	20.901	101.409	9.575	-	9.575
		Guareí	43.971	130.066	52.778	226.815	-	9.946	9.946
		Itapetininga	1.086.311	2.671.415	253.556	4.011.282	72.375.917	65.887.924	6.487.993
Tatuí	43	Boituva	907.282	1.362.653	23.616	2.293.552	82.790.952	17.117.050	65.673.902
		Cerquilha	544.636	901.414	63.122	1.509.172	62.476.209	45.873.138	16.603.071
		Cesário Lange	79.197	262.977	41.393	383.567	10.023.419	7.099.741	2.923.678
		Laranjal Paulista	350.874	487.169	36.781	874.824	98.790.935	6.465.641	92.325.294
		Pereiras	68.601	97.126	16.210	181.938	-	34.473	34.473
		Porangaba	23.101	99.459	50.226	172.786	-	315	315
		Quadra	4.550	44.808	36.029	85.387	-	-	-
		Tatuí	1.015.676	2.252.945	116.432	3.385.053	30.560.269	40.621.604	10.061.335
Torre de Pedra	1.961	23.283	1.752	26.995	-	-	-		
Capão Bonito	44	Apiá	169.646	302.791	138.271	610.709	3.369.620	3.347.102	22.518
		Barra do Chapéu	3.543	39.363	36.794	79.700	15.725.959	58.180	15.667.779
		Capão Bonito	72.312	569.061	126.724	768.097	438.271	240.647	197.624
		Guapiara	37.425	143.278	124.330	305.033	-	-	-
		Iporanga	2.300	40.316	6.136	48.752	-	-	-
		Itaoca	6.803	27.185	3.472	37.460	-	-	-
		Itapirapuã Paulista	1.894	32.888	2.309	37.091	199.888	-	199.888

	Ribeira	2.851	30.447	10.321	43.619	-	-	-
	Ribeirão Branco	17.987	149.452	205.711	373.150	-	-	-
	Ribeirão Grande	169.641	92.258	15.971	277.871	-	-	-
Total		5.559.613	14.078.318	2.629.867	22.267.797	472.524.509	195.618.395	276.906.114

APÊNDICE C – ÍNDICE DE ESPECIALIZAÇÃO NA MESORREGIÃO DE ITAPETININGA

Micror-região	Código	Município	PIB (em milhares de reais)				Índice de Especialização		
			Indústria	Serviços	Agronegócio	Total	Indústria	Serviços	Agro-negócio
Itapeva	41	Barão de Antonina	3.247,42	62.625,60	7.525,56	73.398,58	0,2	1,1	5,0
		Bom Sucesso de Itararé	12.821,91	33.794,85	3.962,24	50.579,00	1,2	0,9	3,8
		Buri	37.316,97	213.922,72	97.996,46	349.236,15	0,5	0,8	13,7
		Coronel Macedo	6.458,45	43.708,38	28.044,10	78.210,93	0,4	0,7	17,5
		Itaberá	24.308,22	314.750,19	154.935,57	493.993,98	0,2	0,8	15,3
		Itapeva	236.228,99	1.445.841,33	534.352,63	2.216.422,95	0,5	0,8	11,8
		Itaporanga	13.065,82	232.174,46	37.098,17	282.338,45	0,2	1,1	6,4
		Itararé	79.436,70	659.424,39	72.139,82	811.000,91	0,5	1,1	4,4
		Nova Campina	114.728,93	86.071,41	15.096,25	215.896,59	2,5	0,5	3,4
		Riversul	4.230,73	44.465,61	14.352,10	63.048,44	0,3	0,9	11,1
		Taquarituba	69.516,43	463.093,61	52.874,69	585.484,73	0,6	1,0	4,4
		Taquarivaí	14.332,56	142.530,68	64.949,45	221.812,69	0,3	0,8	14,3
Itapetininga	42	Alambari	7.684,43	53.190,76	35.578,26	96.453,45	0,4	0,7	18,0
		Angatuba	311.106,02	456.427,76	128.125,98	895.659,76	1,6	0,7	7,0
		Campina do Monte Alegre	14.565,85	65.942,13	20.901,29	101.409,27	0,7	0,8	10,1
		Guareí	43.970,69	130.065,94	52.778,18	226.814,81	0,9	0,7	11,4
		Itapetininga	1.086.311,25	2.671.414,70	253.556,22	4.011.282,17	1,3	0,9	3,1
Tatuí	43	Boituva	907.282,25	1.362.653,39	23.615,98	2.293.551,62	1,9	0,8	0,5
		Cerquilha	544.636,19	901.413,99	63.121,65	1.509.171,83	1,7	0,8	2,0
		Cesário Lange	79.197,14	262.976,72	41.393,35	383.567,21	1,0	0,9	5,3
		Laranjal Paulista	350.873,64	487.168,90	36.781,22	874.823,76	1,9	0,7	2,1
		Pereiras	68.601,38	97.126,46	16.209,75	181.937,59	1,8	0,7	4,4
		Porangaba	23.100,78	99.458,92	50.226,01	172.785,71	0,6	0,8	14,2
		Quadra	4.550,14	44.807,80	36.029,37	85.387,31	0,3	0,7	20,6
		Tatuí	1.015.675,68	2.252.945,36	116.431,60	3.385.052,64	1,4	0,9	1,7
		Torre de Pedra	1.961,10	23.282,58	1.751,63	26.995,31	0,3	1,1	3,2

Capão Bonito	44	Apiá	169.646,32	302.791,39	138.271,48	610.709,19	1,3	0,6	11,1
		Barra do Chapéu	3.543,19	39.362,51	36.793,81	79.699,51	0,2	0,6	22,6
		Capão Bonito	72.312,38	569.060,93	126.724,12	768.097,43	0,4	1,0	8,1
		Guapiara	37.425,05	143.277,64	124.329,95	305.032,64	0,6	0,6	19,9
		Iporanga	2.299,59	40.316,20	6.136,16	48.751,95	0,2	1,1	6,2
		Itaoca	6.803,31	27.185,31	3.471,87	37.460,49	0,9	0,9	4,5
		Itapirapuã Paulista	1.893,58	32.887,97	2.309,04	37.090,59	0,2	1,2	3,0
		Ribeira	2.851,39	30.446,98	10.320,58	43.618,95	0,3	0,9	11,6
		Ribeirão Branco	17.987,03	149.451,83	205.710,76	373.149,62	0,2	0,5	27,0
		Ribeirão Grande	169.641,26	92.258,25	15.971,45	277.870,96	2,9	0,4	2,8
		TOTAL		5.559.613	14.078.318	2.629.867	22.267.797	1,2	0,8

APÊNDICE D - QUESTIONÁRIO

Pesquisa Turismo Religioso - Itapetininga

Esta pesquisa faz parte do Trabalho de Conclusão de Curso da Pós Graduação em Gestão Municipal, do Discente Dr. Marcus Tadeu.

Os dados do respondente serão preservados, não mencionando nenhum aspecto que possa identificá-lo

Obrigado por Participar da pesquisa!!

Indique o seu Gênero *

- Masculino
- Feminino
- Outro

⋮

Indique sua faixa etária *

- até 22 anos
- de 23 a 30
- de 31 a 40
- de 41 a 50
- acima de 51



Indique seu Grau de Escolaridade *

- Ensino fundamental completo
- Ensino médio completo
- Ensino superior completo
- Pós graduação
- Mestrado
- Doutorado



Itapetininga possui uma das três imagens oficiais do Santo Sudário. Isto é importante para o Turismo Religioso da Cidade? *

- Concordo Totalmente
- Concordo Parcialmente
- Neutro
- Discordo Parcialmente
- Discordo Totalmente



Você está satisfeito com o atendimento na prestação de serviços de alimentação da cidade? *

- Concordo Totalmente
- Concordo Parcialmente
- Neutro
- Discordo Parcialmente
- Discordo Totalmente

Você está satisfeito com o atendimento na prestação de serviços de hotelaria da cidade? *

- Concordo Totalmente
- Concordo Parcialmente
- Neutro
- Discordo Parcialmente
- Discordo Totalmente

Você está satisfeito com o atendimento na prestação de serviços de transporte da cidade? *

- Concordo Totalmente
- Concordo Parcialmente
- Neutro
- Discordo Parcialmente
- Discordo Totalmente

...

Há agências de viagens especializadas em turismo religioso na cidade? *

- Concordo Totalmente
- Concordo Parcialmente
- Neutro
- Discordo Parcialmente
- Discordo Totalmente



O transporte Rodoviário na Cidade é satisfatório? *

- Concordo Totalmente
- Concordo Parcialmente
- Neutro
- Discordo Parcialmente
- Discordo Totalmente



Há artesanato religioso na cidade? *

- Concordo Totalmente
- Concordo Parcialmente
- Neutro
- Discordo Parcialmente
- Discordo Totalmente



Há indústrias de artigos religiosos na cidade? *

- Concordo Totalmente
- Concordo Parcialmente
- Neutro
- Discordo Parcialmente
- Discordo Totalmente



O comércio local possui variedade e oferece opções de compras? *

- Concordo Totalmente
- Concordo Parcialmente
- Neutro
- Discordo Parcialmente
- Discordo Totalmente

Os Serviços de Aluguel de carros é bom? *

- Concordo Totalmente
- Concordo Parcialmente
- Neutro
- Discordo Parcialmente
- Discordo Totalmente

Os eventos religiosos são bem Organizados? *

- Concordo Totalmente
- Concordo Parcialmente
- Neutro
- Discordo Parcialmente
- Discordo Totalmente

Há um clima religioso na cidade? *

- Concordo Totalmente
- Concordo Parcialmente
- Neutro
- Discordo Parcialmente
- Discordo Totalmente

O sistema de Saúde suporta um aumento de turistas na cidade? *

- Concordo Totalmente
- Concordo Parcialmente
- Neutro
- Discordo Parcialmente
- Discordo Totalmente

A cidade possui guias Turísticos? *

- Concordo Totalmente
- Concordo Parcialmente
- Neutro
- Discordo Parcialmente
- Discordo Totalmente



Você conhece as iniciativas turísticas da Cidade? *

- Concordo Totalmente
- Concordo Parcialmente
- Neutro
- Discordo Parcialmente
- Discordo Totalmente



Você conhece o arquiteto que projetou a Catedral da Nossa Senhora dos Prazeres? *

- Concordo Totalmente
- Concordo Parcialmente
- Neutro
- Discordo Parcialmente
- Discordo Totalmente



Você conhece a história das três escolas localizadas na praça Peixoto Gomide? *

- Concordo Totalmente
- Concordo Parcialmente
- Neutro
- Discordo Parcialmente
- Discordo Totalmente

Você conhece alguma homenagem a Anésia Pinheiro Machado, a primeira mulher a voar em solo nacional? *

- Concordo Totalmente
- Concordo Parcialmente
- Neutro
- Discordo Parcialmente
- Discordo Totalmente

⋮

Você conhece alguma homenagem ao compositor Teddy Vieira? *

- Concordo Totalmente
- Concordo Parcialmente
- Neutro
- Discordo Parcialmente
- Discordo Totalmente