



CAÁLA
INSTITUTO SUPERIOR POLITÉCNICO

**DEPARTAMENTO DE ENSINO E INVESTIGAÇÃO EM HISTÓRIA
CURSO DE LICENCIATURA EM HISTÓRIA**

CESALTINA NAQUINTA VALENTE

**PROPOSTA DE CRIAÇÃO DE UMA EMPRESA DE GESTÃO DO TURISMO
RELIGIOSO NO SANTUÁRIO DE NOSSA SENHORA DE ASSUNÇÃO (MONTE
MBANJELA)**

CAÁLA, 2023

CESALTINA NAQUINTA VALENTE

**PROPOSTA DE CRIAÇÃO DE UMA EMPRESA DE GESTÃO DO TURISMO
RELIGIOSO NO SANTUÁRIO DE NOSSA SENHORA DE ASSUNÇÃO (MONTE
MBANJELA)**

Relatório do PFC apresentado ao Departamento de Ensino e Investigação em História do Instituto Superior Politécnico da Caála, como requisito parcial para obtenção do grau de Licenciatura em História.

ORIENTADOR: Pe. Menezes Tchipopa Ndikito Lic

CAÁLA-2023

Dedico este trabalho em primeiro lugar aos meus pais, Adelino Valente, Suzana Massanga, por terem me dado a vida, ao meu Esposo Bernardo Capuso e aos meus filhos.

AGRADECIMENTOS

Em primeiro lugar, agradeço a Deus, por me permitir ultrapassar todos os obstáculos encontrados ao longo da realização deste trabalho, e por fazer com que os meus objectivos fossem alcançados, durante todos os meus anos de estudo, ao meu esposo Bernardo Capusu, aos meus filhos, à minha família pelo suporte incondicional, ao departamento do curso de ciências sociais (história), aos professores, por todos os conselhos, pela ajuda e pela paciência com as quais guiaram o meu aprendizado aos meus colegas de curso, com quem convivi intensamente durante os últimos anos, pelo companheirismo e pela troca de experiências que me permitiram crescer não só como pessoa, mas também como formando, e a todos que directa ou indirectamente ajudaram na realização deste trabalho.

A todos, o meu muito obrigado.

EPIGRAFE

Porque Deus amou o Mundo de tal maneira que deu o seu filho unigénito, para que todo aquele que nele cré, não pereça, mas que tenha a vida eterna.

(Jo. 3, 16).

RESUMO

Neste trabalho de conclusão de fim de curso, procurou-se fazer uma reflexão sobre “a proposta de criação de uma empresa de gestão do turismo religioso no santuário de Nossa Senhora de Assunção (Monte Mbanjela). De forma concisa, o trabalho faz uma abordagem sobre a origem do turismo no âmbito geral e o turismo religioso. Após a introdução, dentro da qual encontramos a situação problemática de investigação, objectivos e a estrutura do trabalho, segue-se a fundamentação teórica, empírica, composta por três capítulos: o primeiro é sobre o município da Caála; o segundo, sobre o percurso histórico da Capela de Nossa Senhora de Assunção da Caála (Monte Mbandjela), no Período Colonial, antes depois da independência e nos dias atuais, assim como a génese do turismo no âmbito geral e o turismo religioso, sua génese, importância e impacto. O terceiro capítulo focalizou-se sobre a metodologia utilizada para o alcance dos objectivos preconizados, onde se descreveram os tipos, métodos, técnicas de pesquisa e de análise de dados; em seguida, a proposta de solução para a criação de uma empresa de gestão do turismo no Santuário do Monte Mbandjela, e por fim temos as conclusões, e referências bibliográficas. Acreditamos que o tema ou simplesmente a proposta em destaque, é de capital importância, uma vez que pouco se explora no Município da Caála, acerca do turismo religioso. Assim, esta pesquisa vai contribuir na construção do conhecimento existente nesta área, facto que poderá despertar interesse de outros pesquisadores na exploração e aprofundamento da compreensão do turismo religioso do Município da Caála.

Palavras-chave: Empresa, Gestão, Turismo, religião, Monte Mbandjela, Caála.

ABSTRAT

In this end-of-course conclusion work, an attempt was made to reflect on “the proposal of actions for the promotion of religious tourism in the sanctuary of Nossa Senhora de Assunção (Monte Mbandjela). Concisely, the work approaches the origin of tourism in general and religious tourism. After the introduction, within which we find the problematic situation of investigation, objectives and the structure of the work, follows the theoretical, empirical foundation, composed of three chapters: the first is about the municipality of Caála; the second, on the historical journey of the Chapel of Nossa Senhora de Assunção da Caála (Monte Mbandjela), in the Colonial Period, before after independence and in the present day, as well as the genesis of tourism in general and religious tourism, its genesis, importance and impact. The third chapter focused on the methodology used to achieve the proposed objectives, where the types, methods, research and data analysis techniques, etc. were described; and finally the proposed solution for the implementation of tourism in the Sanctuary of Mount Mbandjela, and finally we have the conclusions, recommendations and bibliographical references. We think that the theme or simply the highlighted proposal is of capital importance, since little is explored in the Municipality of Caála, about religious tourism. Thus, this research will contribute to the construction of existing knowledge in this area, which may arouse the interest of other researchers in exploring and deepening the understanding of religious tourism in the Municipality of Caála.

Keywords: Company, Management, Tourism, religion, Mount, Mbandjela, Caála.

LISTA DE SIGLAS E ABREVIATURAS

C.E.S – Centro de Estudos Sociais

CFB – Caminho de Ferro de Benguela

CIDAC – Centro de Intervenção para o desenvolvimento Amílcar Cabral

CNS – Concelho Nacional de Saúde

CRA – Constituição da República de Angola

Ed. - Edição.

Et al. - Expressão latina que significa “e outros”

EUA– Estados Unidos da América

FAPLA – Forças Armadas Popular de Libertação de Angola

GTPHA – Grupo de Trabalho Património histórico e Arquitectónico.

INE – Instituto Nacional de Estatística

MAT – Ministério da Administração do Território

Nº- Número.

P- Página.

PDN – Programa do Desenvolvimento Nacional

Pe - Padre

PLATRG – Políticas Locais das Autoridades Tradicionais na Gestão

PMDS – Plano Municipal do Desenvolvimento Social

PP – Páginas

Rev. – Reverendo

S.d: Sem data

S.R – Sem Resposta

TIC – Técnica de Informação e Comunicação

UNESCO – Organização das Nações Unidas para Educação Ciência e Cultura.

Vol - Volume.

WTTC – World Travel et Truism Council (Concelho Mundial de Viagens e Turismo)

SUMÁRIO DE QUADROS

| | |
|--|------|
| Quadro N °01- Idade dos inquiridos | 4-41 |
| Quadro N °02 - Género dos inquiridos | 4-41 |
| Quadro N °03 - Nível académico dos inquiridos | 4-42 |
| Quadro N °04- O que entendes por turismo?..... | 4-42 |
| Quadro N °05- Já ouviu falar do turismo religioso? | 4-43 |
| Quadro N °06 - Quais devem ser as políticas para implementação do turismo religioso no Monte Mbandjela?..... | 4-44 |
| Quadro N °07 - Qual é a importância do turismo religioso? | 4-45 |
| Quadro N °08 - Quais devem ser os intervenientes na implementação do turismo religioso? .. | 4- |
| 47 | |
| Quadro N °09 - Qual deve ser o contributo das autoridades Eclesiásticas na valorização do turismo religioso? | 4-48 |
| Quadro N °10 - O que é que os Crentes e não Crentes, procuram em locais turísticos Santos?4- | |
| 49 | |

SUMÁRIO GERAL

| | |
|--|-------------|
| INTRODUÇÃO..... | 1-13 |
| 1.1 Descrição da situação problemática..... | 1-14 |
| 1.2. Objectivos..... | 1-14 |
| 1.2.1 Objectivo Geral: | 1-14 |
| 1.2.2. Objectivos Específicos: | 1-14 |
| 1.3. Contribuição do trabalho..... | 1-14 |
| II CAPÍTULO – FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICO – EMPIRICA..... | 2-16 |
| 2.1. Caracterização do Município da Caála..... | 2-16 |
| 2.1.1. Localização e Limites Geográficos | 2-16 |
| 2.1.2. Divisão Administrativa e caracterização | 2-16 |
| 2.1.3. Demografia | 2-16 |
| 2.1.4. Extensão Territorial | 2-17 |
| 2.2. Actividade Económica..... | 2-17 |
| 2.2.1 - A actividade económica ontem | 2-17 |
| 2.2.2 - A actividade económica hoje | 2-18 |
| 2.2.3. Organização política - social | 2-19 |
| 2.3 - Descrição histórica sobre o Santuário de Nossa Senhora de Assunção. (Monte Mbandjela) | 2-20 |
| 2.3.1 - Localização geográfica..... | 2-20 |
| 2.3.2 Antecedentes históricos do Santuário de nossa Senhora do Monte | 2-20 |
| 2.3.3 - Algumas linhas sobre a vida Religiosa no Município da Caála e suas fases | 2-20 |
| 2.3.4 - Organização Religiosa | 2-21 |
| 2.3.5 - Relevância da capela para os indígenas na época colonial | 2-22 |
| 2.3.6 - A Capela da Nossa Senhora do Monte antes e depois de 1975 | 2-23 |
| 2.3.7 - A Capela da Nossa Senhora de Assunção (Monte Mbanjela) nos dias actuais .. | 2-23 |

| | |
|--|-------------|
| 2.4 – A valorização do turismo religioso..... | 2-24 |
| 2.4.1. Contexto histórico | 2-24 |
| 2.4.3. Importância do turismo..... | 2-27 |
| 2.4.4. Principais acções no domínio do turismo..... | 2-27 |
| 2.4.6. Marketing turístico: uma forma de promover as cidades e dinamismo cultural | 2-28 |
| 2.4.7. Turismo como factor de desenvolvimento económico e social..... | 2-29 |
| 2.4.8. Vantagem competitiva e o mercado angolano do turismo | 2-29 |
| 2.4.9. A procura e a competitividade no mercado turístico..... | 2-29 |
| 2.10. Turismo religioso..... | 2-30 |
| 2.10.1 Origem..... | 2-31 |
| 2.10.2. O despertar do turismo religioso | 2-32 |
| 2.10.3. Impacto | 2-34 |
| 2.10.4. Importância..... | 2-34 |
| 2.10.5. Turismo religioso: uma abordagem das festas e atracções..... | 2-35 |
| 2.10.6. O papel da peregrinação como elemento de desenvolvimento das Cidades-Santuários | 2-35 |
| 2.10.7. O turismo religioso e as peregrinações..... | 2-37 |
| 2.10.7.1. Peregrinação | 2-37 |
| 3 - PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS | 3-39 |
| 3.1. Método de análise e síntese de informações bibliográficas:..... | 3-39 |
| 3.1.1. Descritivo | 3-39 |
| 3.1.2. Método histórico:..... | 3-39 |
| 3.1.3. Teórico empírico: | 3-39 |
| 3.2.1. Observação: | 3-39 |
| 3.2.2. Entrevista:..... | 3-40 |
| 3.2.3. Inqueritos por questionários: | 3-40 |
| 4 – DESCRIÇÃO E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS | 4-41 |

| | |
|---|--------------|
| 5. PROPOSTA DE ACÇÕES PARA A CRIAÇÃO DE UMA EMPRESA DE GESTÃO DO TURISMO RELIGIOSO NO SANTUÁRIO DE NOSSA SENHORA DE ASSUNÇÃO (MONTE MBANJELA)..... | 5-51 |
| 6. CONCLUSÃO..... | 6-54 |
| REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS | 6-55 |
| APÊNDICES | 16-61 |
| ANÉXOS | 21-63 |

1 INTRODUÇÃO

A presente investigação tange-se na abordagem de uma proposta de criação de uma empresa de gestão do turismo religioso no Santuário de Nossa Senhora de Assunção localizado no (Monte Mbandjela), no Município da Caála. A proposta tem como objectivo geral: Propor acções para a criação de uma empresa de gestão do turismo religioso no Santuário de Nossa Senhora de Assunção (Monte Mbanjela).

Aborda-se, no primeiro capítulo, sobre o enquadramento histórico do Município da Caála, cujos subtemas são: origem dos primeiros habitantes, origem do nome Caála, organização político-administrativa, socioeconómica, religiosa.

Diante do exposto, reza a tradição oral que, Kahala era o nome de um soba. Quando os Portugueses chegam cá foram recebidos por este soba, razão pela qual os portugueses decidiram homenageá-lo, assim o território passou a chamar-se de Caála. Segundo a fonte, o Soba, cujo sábado era naquele território chamar-se-ia Caála. Os portugueses, europeus portanto, e pioneiros, certamente Patriotas também, terão reconhecido naquele homem, o Soba Caála, grandeza de espírito e atributos de chefia, pelos quais merecia.

No segundo capítulo procurou-se abordar aspectos sobre o percurso histórico do Santuário de Nossa Senhora do Monte, enfatizamos também o Turismo sendo um conjunto de “actividades realizadas pelos visitantes durante as suas viagens e estadias em lugares distintos do seu ambiente habitual, por um período de tempo, com fins de lazer, negócios ou outros motivos não relacionados com o exercício de uma atividade remunerada no local visitado. Com os subtítulos: origem, impacto, importância, entre outros aspectos relevantes a esta temática. Mais a meio, tratamos de forma detalhada a questão do Turismo religioso sendo o tema fulcral deste trabalho ou proposta. Não obstante a este quesito, Turismo religioso é entendido como uma actividade de forte representatividade económica, que tem como princípio fundamental a fé, envolvendo a participação de pessoas que se deslocam por motivos religiosos ou que objectivam participar de algum evento de cunho religioso, como a prática das peregrinações. Propomos algumas acções de solução para a implementação do turismo do local já mencionado, assim como algumas recomendações as autoridades afins.

1.1 Descrição da situação problemática

Falta de uma empresa de gestão e exploração do turismo religioso no Município da Caála, no Santuário de Nossa Senhora de Assunção (Monte Mbanjela).

1.2 Objectivos

1.2.1 Objectivo Geral:

Propor acções para a criação de uma empresa de gestão do turismo religioso no Santuário de Nossa Senhora de Assunção (Monte Mbanjela).

1.3 Objectivos Específicos:

- I) Caracterizar o Município da Caála;
- II) Descrever o historial da Capela de Nossa Senhora de Assunção (*Monte Mbandjela*);
- III) Contextualizar o turismo no âmbito geral, e o turismo religioso.
- IV) Elaborar acções que contribuam para a criação de uma empresa de gestão do turismo religioso no Santuário de Nossa Senhora de Assunção (Monte Mbanjela), no Município da Caála.

1.4 Contribuição do trabalho

O turismo religioso para além de atrair as pessoas quer sejam crentes e não crentes, contribui de forma positiva na valorização dos locais históricos, principalmente os religiosos ou locais Santos, assim como para o fortalecimento da comunhão com Deus, para a preservação da cultura, bem como para o firmamento na fé, procurado apaziguar-se, reconciliar-se e fortificar-se na fé. Logo, a criação de uma empresa para gestão do turismo no Monte Mbandjela, trará benefícios positivos no que diz respeito a angaliação de fundos e emprego para muitos jovens desta circunscrição territorial e não só.

O motivo que nos levou a esta proposta, é claramente a exploração do potencial turístico que o Município apresenta, principalmente o monte Mbandjela, pelo aspecto comovente como é belo observar a cidade da Caála no seu todo, e não haver uma empresa que se encarregue na gestão do mesmo e outras iniciativas para o efeito.

É uma iniciativa que achamos positiva porque vem para minimizar o problema sobre a desvalorização dos locais históricos, e consequentemente, vai de certa maneira subsidiar

passando informações sobre educação religiosa em ocasiões da Eucaristia e não só, em todas as camadas sociais além de gerar emprego para muita gente deste Município e alavancar receitas para a manutenção do mesmo.

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICO – EMPIRICA

2.1 Caracterização do Município da Caála

De acordo PESSALA, (2021), kahala foi fundada por Antero Calvino, José Henriques Beira, Guardinho da Cunha Barros e José da Fonseca Monteiro. Chega-se a conclusão de que a sua fundação deve datar de 1900, pois quando rebentou a revolta do Bailundo, em 1902, já aqui se encontravam Guardino da Cunha Barros e Antero Calvino. Na época colonial, muito antes de os portugueses chegarem a este território da Caála, os autóctones já estavam organizados, já viviam em sobados e ombalas e já estavam em organização de mandatos de chefia. Quando o colono chegou, em 1913 a 1914 era o Soba Grande chamado Kahala, que controlava os residentes do Muangunja, Ngumbe, Chikualula, Cassupi e Sakanombo, e tantos outros.

A maioria populacional do Município da Caála é pertencente ao grupo etnolinguístico “Umbundu”, propriamente originários dos povos Bantu. (CALUNDUNGO p.59).

2.2 Localização e Limites Geográficos

O Município da Caála localiza-se na parte central da Província do Huambo, tendo como limites a Norte o Município do Ecuinha, a Leste o Município do Huambo, a Sul o Município do Chipindo e a Oeste os Municípios de Longonjo e Kaconda. (PMDS 2017 p.12).

2.3 Divisão Administrativa e caracterização

Administrativamente o município da Caála é constituído por quatro comunas, nomeadamente: a Comuna Sede, Calenga, Catata e Cuima. (ANTÓNIO 2014, p.19).

Tem uma população estimada em 205.516 dos quais 81.500, é a população laboral mente activa. Possui 399 Aldeias com 390 Autoridades Tradicionais, dos quais 12 são Sobas Grandes, 44 Sobas Pequenos, 283 Séculos e 51 Ajudantes. (PMDS 2017 p.12).

2.4 Demografia

O crescimento Demográfico, populacional do Município da Caála, cresceu de 279,792 para 331,223 habitantes, nos últimos três anos, cifra que corresponde a 2%. (INE 2014 p.88).

2.5 Extensão Territorial

No que diz respeito a extensão territorial, a Caála tem uma superfície de 3.680km². (PDN 2018).

2.6 Actividade Económica

Segundo Rodrigues (2008,p.64), a economia do antigo concelho, actual Caála, assentou-se essencialmente na agricultura, ocupando lugar do grande destaque, o cultivo do milho, com uma produção de 70 mil toneladas. A agricultura e a pecuária foram as principais bases para o desenvolvimento económico, mas que o grande avanço, deu-se a partir da exploração de ferro do Cuima. Na agricultura, cultivaram-se várias espécies vegetais, com maior destaque no cultivo de milho e batata, sendo o cultivo do milho a atingir o maior auge, sendo camiões e a transportarem para o Grémio da cede da Caála, o que fez elevar o Município a rainha do milho.

Após o alcance da independência no país, os principais empreendimentos económicos estavam sob o controle de multinacionais dos EUA, da Antiga Alemanha federal, do Japão ou ligadas à antiga metrópole”. Desde os primórdios, a principal actividade económica foi e continua a ser a agricultura. (NETO, 2010, p. 189).

2.7 A actividade económica ontem

Tradicionalmente a agricultura camponesa pode ser agrupada em quatro grandes grupos socioeconómicos que Dias (s.d.) classifica de: - “caçadores e recolectores simples”, e que corresponde principalmente ao povo dos Boximanes, sem técnicas de produção desenvolvidas; - “povos de economia agrícola”, ou seja, os povos do Norte de Angola com técnicas de produção avançadas e para os quais a agricultura representa um papel essencial na sua economia; - “povos de economia pastoril”, que são os povos do Sudoeste de Angola, para os quais o gado tem, antes de qualquer valor económico, grande importância cultural e ideológica. (DIAS s.d).

Em meados de 1912 chegou a Caála a linha do Caminho-de-Ferro de Benguela (CFB), fator que contribuiu par o desenvolvimento do povoado que, até então, era um pequeno acampamento junto de uma aldeia antiga cujo Soba se chamava Cahala Mbita, emergindo nesta altura como povoação. (PESSELA 2021, p.9).

“Povos de economia pastoril”, que são os povos do Sudoeste de Angola, para os quais o gado tem, antes de qualquer valor económico, grande importância cultural e ideológica. A produção agrícola resume-se a culturas alimentares; - “povos de economia agrícola-pastoril”, que conjugam os dois tipos de economia podendo, em certos casos, também utilizar o gado bovino como força de trabalho. Este tipo de economia permite uma produção elevada de excedentes, que permite identificar as diferentes economias tradicionais praticadas. (REDINHA 1972).

De acordo Costa (2006), no final do período da colonização, estimava-se que entre mil e oitocentas mil e um milhão de famílias camponesas trabalhavam na terra garantindo a sua subsistência e trocando seus excedentes por bens que não que não produziam. Nesta mesma época, existia também um sector capitalista em desagregação, centrado num sistema de grandes plantações, dominado pelo colonizador português, em resultado do clima de instabilidade política, centenas de grandes empresas agrícolas e fazendas comerciais foram abandonadas, antes e imediatamente após a independência nacional. As diferenças e especificidades regionais indicavam que regiões rurais como as do planalto central, apresentavam uma maior concentração populacional do que outras e dispunham também, de uma maior capacidade de produção de alimentos, dado que se tratava de uma população rural eminentemente constituída por camponeses, diferentemente do Leste do país, por exemplo.

2.8 A actividade económica hoje

O fim da guerra civil em 2002, marcou um novo início no processo de diminuição da instabilidade social e económica que já durava décadas os desafios aos órgãos de administração do Estado passavam a colocar a questão social angolana no centro das atenções de vários sectores da sociedade, preocupados os aprofundamento das desigualdades sociais cada vez mais visíveis após o fim da guerra. (ROCHA, 2010).

O Município da Caála, actualmente ocupa-se principalmente da actividade agropecuária, do tipo camponesa, criando animais domésticos de pequeno porte, praticando atracção animal de bovinos no trabalho agrícola e cultivando, em regime de sequeiro, o milho – principal produto alimentar da região, feijão, batata-inglesa, batata-doce e diversas hortícolas. (CALUNDUNGU, 2013 p.58).

No pensamento nosso, tendo em conta o ramo económico hoje, no Município da Caála, temos vindo a constatar que além da actividade agro-pecuária que é o potencial forte desde os tempos idos, o caminho-de-ferro de Benguela continua a beneficiar e alavancar a economia nesta circunscrição territorial, além das fábricas que o município tem em funcionamento para além dos empreendedores de forma particular, todos engajados no desenvolvimento do Município.

2.9 Organização política - social

Segundo CEITA (2014), citado por CANHANHA (2021, p.18) “na estrutura política Umbundu, ocorrem várias situações relacionadas com a vivência das suas personagens políticas, dignitários das suas cortes tradicionais, formando um laço homogéneo”.

Segundo CHIMUCO (2022), citado por JÚLIA (2022 p.16), as populações encontradas pelos colonos nas terras da Caála já estavam organizados, já viviam em Sobados e Ombalas e já estavam em organização de mandatos de chefia. Quando o colono chegou, em 1913 a 1914 era o Soba Grande chamado Kahala.

As Autoridades Tradicionais situam-se, segundo PACHECO (2002), citado por CHICO (2020, p. 59), a três níveis hierárquicos, e que oficialmente se traduzem hoje no regedor (Rei ou soba grande), no soba e no sekulu.

Segundo Pereira (2017), o Soba Grande corresponde ao Regedor e tem representação equivalente a uma comuna, com a prerrogativa de convocar todos os outros sobas comunais.

O Sobado Grande estava constituído por uma Corte, Epalanga (servia para as relações exteriores), Kesongo (servia para a organização da defesa e segurança na Ombala), Ndaka (era o porta-vos do Soba) e Kapingãla (era o adjunto do Soba).

MUNANGA, (1996, p. 61) afirma que, A aldeia constitui a pedra angular da estrutura política. Ela pode ser composta de uma linhagem ou de mais linhagens. O conjunto de aldeias forma a chefia, encabeçada por um rei pertencendo à linhagem chefal, geralmente a mais velha de todas. O rei simboliza a chefia e tem obrigações religiosas. Seu poder não é absoluto, pois contrabalançado pelo conselho composto dos chefes de aldeias, chefes de linhagens e outros notáveis da corte.

Segundo RODRIGUES, (2018), na divisão territorial dos Ovimbundu podemos encontrar os Osongo que são aldeias com aglomerado populacional e as Ovisenge que são

terras destinadas à agricultura ou caça. Todos esses espaços territoriais possuem o seu próprio modelo de organização e funcionamento do poder, mas que é dirigido sempre pelo Sekulo Imbo.

2.10 Descrição histórica sobre o Santuário de Nossa Senhora de Assunção. (Monte Mbandjela)

2.11 Localização geográfica

O Santuário de Nossa Senhora de Assunção da Caála, localiza-se no famoso Monte (*Mbandjela*), na parte Oeste da sede Municipal da Caála. (Pe. EKONGO p.106).

De acordo Capusu (2022), os seus limites estão consignados da seguinte maneira: a Norte pelo Município do E Cunha; a Sul pela Comuna do Cuima; a Este pelo Município do Huambo e a Oeste pela Comuna da Calenga.

2.12 Antecedentes históricos do Santuário de nossa Senhora do Monte

Teve início a sua construção em 1927, na altura acompanhava a referida obra o Pe. Domingos Vieira Baião, missionário da congregação dos padres do Espírito Santo, que na época residia na Missão Católica do Kwando. Esta obra é a concretização de uma promessa feita a Deus por um leigo católico, de nome Morgado, português de nacionalidade, que cumpriu com o voto que fizera a Nossa Senhora. Sua esposa encontrava dificuldades em conceber. Pôs-se então a invocar Maria Santíssima sob o título de Nossa Senhora da Assunção, prometendo erguer uma capela no Monte Mbandjela, caso essa concebesse.

Tendo Maria intercedido por este casal, para render graças a tão grandiosa dádiva, cumpriu-se o voto construindo a Capela, tendo usado na sua edificação tijolos brutos. No entanto a sua construção estava incompleta. É dali que vem a intervenção do engenheiro Boaventura Gonçalves de Freitas amigo e benemérito da Paróquia da Caála e o empenho do dinâmico Pe. Lima em 1947 a Capela viu-se concluída. (Pe. EKONGO p.106).

2.13 Algumas linhas sobre a vida Religiosa no Município da Caála e suas fases

De forma canónica, a Vila da Caála foi erecta em meados de 1949, tendo sido seu primeiro pároco o Pe. Joaquim Ribeiro de Campos Lima. A vida religiosa no período anterior estava sob tutela de vários missionários da Congregação do Espírito Santo que se deslocavam da Missão do Kwandu ou seminário da Caála, preparando o caminho do futuro pároco.

Era na Escola da vila que se celebravam os sagrados ministérios até ao momento em que a Escola foi definitivamente cedida a Igreja pelo então Governador-geral, **José Agapito da Silva Carválho**. (CARVÁLHO, 2014 p.106).

Em 1947 foi construída a Igreja Paroquial da Caála, tendo como Padroeira Nossa Senhora de Fátima, fundada em 1949.

Queremos também aqui salientar que desde o período colonial a Capela de Nossa Senhora do Monte, já foi o centro de peregrinações, sobre tudo no tempo quaresmal, fazendo ali a Via-Sacra. Os habitantes desta Paróquia, desde então tiveram uma profunda veneração especial pela Senhora do Monte e estima pelo seu recinto, que chegou assim a ser muito frequentado por gente que vinham de outras partes.

Ao falarmos desta majestosa Capela é fundamental tecer algumas linhas sobre a vida religiosa da vila da Caála que conheceu as mais diversas fases, de entre as quais salientamos as seguintes:

- a) A fase em embrião que situa-se entre os anos de 1935-1949;
- b) Fase de germinação que situa-se entre os anos de 1950-1961;
- c) Fase jovem que situa-se entre os anos de 1962-1975;
- d) Fase de estagnação situada entre os anos de 1975-1978;
- e) Fase madura situada de 1979 até aos nossos dias.

O primeiro passo foi a desminagem de todo o espaço da montanha. Tinha muitas minas, pois era um ponto estratégico durante a guerra. O acto de desagravo na Capela de Nossa Senhora do Monte, foi feito no dia 14 de Setembro de 2008, em acto solene presidido por Dom José de Queirós Alves. (Pe. EKONGO p.107).

2.14 Organização Religiosa

Do ponto de vista religioso, segundo Altuna (1985: p.58-61), citado por Daibert, (2015, p. 11),

a religião dos bantu era estruturada a partir da crença em uma pirâmide vital, dividida entre o mundo invisível e o mundo visível. Em uma ordem hierárquica de importância, no primeiro grupo encontravam-se a divindade suprema, os arquipatriarcas, os espíritos da natureza, e os antepassados. No segundo grupo dos reis, os chefes de reino, tribo, clã ou família, os especialistas da magia, os anciãos, a comunidade, o ser humano, os animais, os vegetais, os minerais, os fenómenos naturais e os astros.

Segundo DAIBERT, (2015), na tradição religiosa bantu, a vida é sustentada por um Ser Supremo que reina sobre o Universo e sobre os homens de modo distante, porém benéfico. Todos os povos que compartilhavam a cosmovisão banta acreditavam em um Deus único, Supremo e criador, chamado de Kalunga, Zambi, Lessa, Mvidie, Suku, entre outros nomes, de acordo com o grupo étnico.

O culto dos antepassados constitui suporte do poder e é utilizado para conter reivindicações das gerações mais jovens e com estatutos desiguais, ou dificultar ou impedir a mobilidade social. (PACHECO 2002, p.5).

Na Cultura Umbundu, da qual a Caála faz parte, verifica-se, tal como afirma Bahu (2020, p. 41),

“A existência do Etambo, um pequeno santuário com alguns objectos dos antepassados no qual são colocados, com alguma regularidade, vinho e pão para garantir a protecção dos mesmos. Podíamos aqui pensar numa religião espírita, mas, nem todos os que desta forma procedem assumem um culto espírita cujas particularidades não serão desenvolvidas neste papel por não ser o foco de análise”.

Segundo Malandrino (2010), citado por Daibert (2015, p. 17), Os homens apresentavam oferendas aos antepassados como forma de influenciá-los, obter favores e solucionar problemas. Por isso ofereciam aos seus mortos vegetais, fumo, bebidas alcoólicas, entre outros, conforme o costume específico de um grupo filiado à tradição bantu. Em alguns casos também eram ofertados sacrifícios de animais como forma de adensar as relações e interações entre os dois mundos. Tanto as oferendas como os sacrifícios transmitiam força vital e recuperavam o equilíbrio e a harmonia perdidos, contribuindo assim para a retomada da ordem.

2.15 Relevância da capela para os indígenas na época colonial

Além das peregrinações feitas no Santuário da Nossa Senhora do Monte na época colonial. Os primeiros casamentos dos indígenas da região eram efectuados nesta capela, enquanto os brancos e outra parte da sociedade com certa evolução, eram casados na Igreja da Povoação, na sede Municipal. A partir dos anos 50, com o Pe. Lima, residente no Município e primeiro Pároco da Paróquia de Nossa Senhora de

Fátimada Caála, passou a assistir a Capela do Monte, bem como as localidades de Ngumbe, Ñgala e Momã. Foi então que surgiram as Missões Católicas de Longonjo em 1954 e de Cassoco em 1969. Entre os anos 1959/61 a Capela teve de ser restaurada, face a destruição parcial que tinha sofrido, pois nela se tinha abrigado uma cobra gigante. (Pe. EKONGO 2016 p.106).

2.16 A Capela da Nossa Senhora do Monte antes e depois de 1975

Antes de 1975, a capela era muito frequentada pelos peregrinos, principalmente na celebração das Festas da Vila da Caála.

Após a Independência, surge o primeiro constrangimento: os soldados cubanos ocupam a pequena montanha, como posto avançado de observação e, conseqüentemente, torna-se um quartel.

Ao longo dos tempos a Capela foi conhecendo muitos inquilinos, dos quais, alguns eram militares; nos momentos de relativa paz passou a servir para piqueniques de uma certa elite, que sabia onde punha os pés, por causa das minas terrestres que aí tinham sido colocadas, aquando da ocupação dos militares.

Deu-se igualmente então a devastação da floresta para carvão até à retomada do Huambo pelas forças governamentais, ex-FAPLA em 1994 mantendo-se no espaço pouco depois do memorando de entendimento do Lwena, assinado a 04 de Abril de 2002. (Pe. ECONGO p.108).

2.17 A Capela da Nossa Senhora de Assunção (Monte Mbandjela) nos dias actuais

Com a chegada da Paz a situação mudou. A partir de 2004 começou a pensar-se no Santuário e dar-se os primeiros passos para a reabilitação da Capela e lugar de Culto do Monte Mbandjela. A reabertura e conseqüente reinauguração aconteceu a 14 de Setembro de 2007, após a sua reabilitação.

De realçar também que a quanto da sua reinaguração, foram ordenados Sacerdotes como: Marcelino Pungulimwe, José Kambuta e Tomás Wandalika, todos do Clero diocesano.

Desde esta data, a Capela de Nossa Senhora do Monte da Caála tem acolhido frequentemente, sobre tudo na época seca, milhares de peregrinos vindos desta arquidiocese e de outros cantos de Angola. Nos meados do Mês de Maio ou início de Junho começa o fluxo de peregrinos que se estende até meados de Outubro, altura em que se começa a sentir a época chuvosa, pouco favorável para frequentar este lugar sagrado.

Ao longo do período das peregrinações, as Paróquias, as Missões e Centros de Culto, os demais movimentos eclesiais, pessoas singulares, acorrem com frequência ao santuário de Nossa Senhora do Monte, para aí ao manto materno de Maria, orando, contemplar e encontrar aquele auxílio que tanto esperam dela.

Quando estes grupos deslocam-se para o Santuário, os sacerdotes das diversas comunidades cristãs ou assistentes eclesiásticos asseguram a vida espiritual, confessando e celebrando a Santa Eucaristia.

Todos os dias, os sacerdotes da Paróquia de Nossa Senhora de Fátima da Caála, que têm a frente, o Pe. Paulino Augusto Kanjengo, Pároco de Nossa Senhora de Fátima, com o Reitor Pe. Alberto Sambundu Kapingala do Santuário, garantem as celebrações Eucarísticas as 10 horas.

Pelo Decreto nº 001/2010, a capela foi elevada a Santuário tendo sido dedicada a Nossa Senhora da Assunção, que se celebra a 15 de Agosto. Neste Santuário, a vida espiritual de muitos cristãos se reanima constituindo assim uma ocasião ímpar para reavivar a fé e a esperança de todos aqueles que recorrem a Maria, Mãe de Jesus. (Pe. ECONGO p.106).

2.18 A valorização do turismo religioso

O turismo é uma prática que muito contribui para o desenvolvimento de municípios, estados e do país de modo geral. Sua atividade se faz relevante, especificamente, para o desenvolvimento da economia dos lugares de destino. Sabe-se que o turismo apresenta diversos segmentos, dentre eles pode-se destacar o turismo de natureza, gastronômico, cívico, religioso e dentre outros. (WTTC,2018).

O turismo, segundo o Instituto Nacional de Estatística (INE, 2011), é um conjunto de “atividades realizadas pelos visitantes durante as suas viagens e estadias em lugares distintos do seu ambiente habitual, por um período de tempo consecutivo inferior a 12 meses, com fins de lazer, negócios ou outros motivos não relacionados com o exercício de uma actividade remunerada no local visitado.

2.19 Contexto histórico

Sabemos que desde sempre a mobilidade faz parte da experiência humana. Isto fez com que o ser humano a considerasse, não só, como um facto regular, mas também, em certas circunstâncias, agradável. A história conta-nos que a mulher e o homem sempre procuraram

responder às mais variadas motivações, tais como, a religião, o prazer, a educação, a saúde, o trabalho, o tempo livre, a descoberta, etc. (BOAS, 2020 p.11).

(SMITH, 2007), a génese do turismo atravessa os mais diversos meandros da história das civilizações, desde as mais remotas da Grécia antiga (com a construção de equipamentos de lazer, recreio e desporto, tais como circos, teatros e anfiteatros) ao período da romanização (saunas, corridas, arenas, espectáculos, etc.). A oferta de equipamentos e infra-estruturas da área do lazer e do recreio é observável noutros locais e momentos temporais ainda mais remotos, tais como no Crescente Fértil e antiga Babilónia (jardins suspensos) e na civilização dos Mayas (Tikal).

O conceito de turismo surge em 1811 de um modo visível, com uma conotação negativa, pois era ligado ao facto de certas famílias inglesas de classe trabalhadora viajarem meramente por prazer, denominado depreciativamente de «sublime turismo cokney». (SMITH, 2007, 46.).

Tonini (2010), mas não podemos esquecer que é no final do século XVII e início do século XVIII que raia um fenómeno designado por “The Tour”, onde os jovens aristocratas ingleses, acompanhados com os seus preceptores, realizavam uma viagem por toda a Europa com uma duração prevista de seis meses a dois anos. O intuito desta viagem fundava-se numa esperança cultural e formativa (pedagógica) de modo a tornar o jovem nobre num *gentleman*, num senhor distinto, sem preconceitos, aberto à novidade e aceite nas Cortes (TONINI 2010, p.35).

De acordo C.E.S (2002), no contexto histórico, o turismo tem início com jogos olímpicos na Grécia antiga, e a sua ascensão ocorreu durante a Revolução Industrial na Inglaterra por volta do séc. XIX, após a segunda Guerra Mundial, com o acesso aos meios de transporte mais económicos e o surgimento de companhias aéreas comerciais, as viagens tornaram-se mais presentes na vida das pessoas, intensificando a actividade turística em todo mundo.

Considera-se que o **Inglês Thomas Cook** terá sido o pioneiro no turismo enquanto actividade comercial. Em 1841, ele levou a cabo a primeira viagem organizada da história, um antecedente daquilo que hoje um pacote turístico e uma década mais tarde, Cook fundou a primeira agência de viagens do mundo: a Thomas Cook and Sons. (CES 2002).

Assim, é possível inferir que a actividade turística assume forte influência na dinamicidade dos lugares de visitação, resultando em transformações sociais, políticas,

económicas e culturais, as quais são reflectidas no contexto onde o turismo é praticado; (CARVALHO, et al, 2014).

O turismo pode ser entendido como a movimentação de indivíduos - os turistas que se deslocam do próprio contexto de vida em busca de uma particularidade em comum: conhecer e vivenciar experiências em lugares que promovam lazer, distração, entretenimento e novas descobertas. Por sua vez, o turismo compreende certa complexidade em sua concepção, englobando as actividades de oferta, as tendências, gestão e planeamento, corroborando, assim, na criação de valor que os visitantes atribuem às experiências e às sensações adquiridas a partir da prática turística. Nesse sentido, o turismo pode ser apontado como um fenómeno social, considerando que, ao reunir um número significativo de pessoas em uma mesma localidade, estas passam a ser vistas como habitantes temporários, reflectindo em grandes impactos na sociedade, com destaque para a conjuntura económico-financeira (CAMARGO, 2019 p.13).

Ao analisar o fenómeno turismo deve levar em conta dois aspectos importantes: o interesse dos turistas e o interesse do local que recebe os turistas. O primeiro deles procura regiões que oferecem actividades que ocupem seu tempo livre e que atendam a seus interesses. O segundo visa atrair os turistas para ocupar seu tempo livre por meio das atracções que já possui ou que pode criar. O relacionamento entre essas duas partes produz resultados que levam o local visitado ao desenvolvimento económico, à medida que a localidade se organiza e dinamiza o sector turístico (BARBOSA, 2005, p. 108).

Importante destacar nessa conjuntura que um dos aspectos mais peculiares que envolvem a prática do turismo estaria relacionado ao fato de que tal actividade proporciona uma junção de diferentes culturas, emergindo para turistas e residentes das cidades visitadas a experiência da alteridade, ou seja, a troca de conhecimentos e diversidades por meio da interacção que se estabelece entre as pessoas que habitam aquele espaço e os indivíduos vindos de outras localidades (BASSINELLO, et al 2017).

Toda essa conjuntura de transformações recai sobre a sociedade na forma de geração e distribuição de renda, fazendo com que determinados segmentos sejam impactados pela actividade turística, principalmente no que se refere aos produtos criados para atender aos turistas, o que contribui para a expansão de novos sectores económicos. Não obstante, o impacto que o grande número de visitantes pode provocar nas cidades se torna evidente e traz à tona a preocupação com a cultura e a tradição dos lugares, além da preservação ecológica das regiões: “Esse fluxo de viajantes provoca mudanças económicas, sociais, culturais e

ambientais significativas que, se não bem dimensionadas, podem tornar o turismo um problema para as comunidades receptoras, provocando a destruição de modos de vida tradicionais e de regiões ecologicamente preservadas.” (DIAS, 2008, p. 16).

2.20 Importância do turismo

Todavia, o turismo tem a importância de promover as mudanças na conjuntura das cidades, o que o torna um instrumento valioso, já que tem o papel de modificar, transformar, revigorar os espaços, territorialização outros e cria inúmeras redes e fluxos de comunicação e pessoas” (SANTOS, 2010, p. 132).

Oliveira e Guerra (2016), ao reflectirem sobre as mudanças ocasionadas nos espaços urbanos, evidenciam a forte ligação que se estabelece entre a economia e a cultura, repercutindo em questões estratégicas e políticas das próprias cidades.

Hoje vivemos num contexto marcado pela globalização e pela intensificação da competição interurbana

Estamos, pois, perante uma lógica de diferenciação, que surge como consequência do processo de globalização, sendo que neste jogo competitivo, as cidades se vêem compelidas a identificar um factor distintivo, uma marca de autenticidade, que as coloque numa boa posição no sistema mundial.

As cidades competem, procurando diferenciar-se umas das outras, apostam cada vez mais no património e na cultura de modo a conquistar e reforçar a sua atractividade e competitividade territorial, contribuindo assim para a consolidação de uma lógica de culturalização da vida urbana (OLIVEIRA et al, 2016, p. 119).

A partir do exposto, é possível compreender que a globalização exerce uma forte influência sobre a dinâmica das cidades e essa interferência se mostra, principalmente, quando se aborda a dimensão cultural, o que intensifica a competição por diferenciação e autenticidade no espaço urbano. Por sua vez, essas transformações resultam no contexto turístico de cada localidade, sendo um atractivo para aqueles que buscam alguma forma de lazer ou até mesmo um mecanismo de lucrativa ade para aqueles que pretendem investir em algum empreendimento (MONTANARI et al 2013).

2.21 acções no domínio do turismo

O turismo deverá ser considerado pelos Governos Provinciais, como um sector estratégico, dado o seu contributo, entre outros factores, para a diversificação da economia, captação de investimento directo externo e para a criação de emprego.

- 1) Incentivar o empresariado a promover projectos para transformação de polos de desenvolvimento turístico,
- 2) Criar condições para infra-estruturas as áreas turísticas;
- 3) Maior divulgação sobre a importância do sector através de um espaço radiofónico pela rádio;
- 4) Sinalização e delimitação das áreas de interesse turístico (Governo através das Administrações Municipais);
- 5) Formação de guias turísticos a nível Municipal;
- 6) Efectuar trabalhos paliativos nos troços que ligam as instâncias turísticas (Responsabilidade das Administrações);
- 7) Construção de guichés turísticos para fomentar melhor o sector.

2.22 Marketing turístico: uma forma de promover as cidades e dinamismo cultural

A abordagem do marketing turístico pode ser entendida como uma filosofia de trabalho por meio da qual as organizações, públicas ou privadas, destinam esforços para a captação e manutenção expressiva de turistas, a partir da execução de determinadas actividades no mercado. Assim, quando se fala em marketing turístico, há o estabelecimento de uma inter-relação entre associações do sector de turismo, transporte, hotéis, agências de viagens, restaurantes e a interacção com a própria comunidade (FILHO, 2001).

O marketing turístico se encontra directamente relacionado à actuação das organizações e cidades na tentativa de consolidarem seus espaços como destinos escolhidos por turistas, sendo estas localidades vistas como um diferencial munido de atractividade. Nesse sentido, o marketing turístico se constitui na promoção de um destino ou empreendimento, criando no mercado uma imagem de destaque desses lugares, possibilitando, assim, sua comercialização como destino turístico. (PEZZI et SANTOS 2012).

A detecção e a compreensão dos processos de comunicação na actividade turística são de fundamental importância para o estabelecimento de estratégias de comunicação e marketing das empresas turísticas e também das destinações turísticas, sob o ponto de vista da autoridade pública e dos órgãos responsáveis por todas as actividades turísticas e de lazer, os

equipamentos, o meio ambiente e os agentes turísticos de uma determinada localidade (TINEU et al, 2010, p. 117).

2.23 Turismo como factor de desenvolvimento económico e social

O turismo apresenta-se como um campo de estudo de interesse a várias correntes das ciências sociais, além da importância como fator de desenvolvimento econômico, o turismo tem a relevância do ponto de vista social, geográfico, cultural e psicológico.

O turismo é uma atividade de grande importância para o desenvolvimento do país, e vem se destacando pela expansão mercadológica, com o crescimento de novos postos de trabalho, contribuindo com o aumento de empregos e renda, impulsionando diversos setores da economia de forma direta e indireta, e assim, possibilitando um progresso socioeconômico. A atividade turística está concentrada no processo de mudanças estruturais decorrentes do advento das TICs e do surgimento de novos modelos de negócios. Nessa perspectiva, o turismo surge como atividade pós-moderna, fazendo uso constante da informação e do conhecimento como fonte de vantagem competitiva. (LIMA, 2019, p. 10).

Dessa forma, Coriolano (2006, p. 21-22) afirma que: O turismo é um fenômeno dos tempos modernos, uma invenção do capitalismo, portanto é relativamente recente. Surgiu quando o homem descobriu o prazer de viajar, não apenas por necessidade e obrigação, mas por ser algo prazeroso, forma de gozo, até se transformar em uma mercadoria como objeto de desejo e de felicidade.

2.24 Vantagem competitiva e o mercado angolano do turismo

Segundo Estêvão e Ferreira (2015:106), a competitividade dos mercados é determinada pelas empresas, na medida em que só há competitividade se houver produtividade. O mercado turístico angolano encontra-se apetrechado de um património natural, cultural, histórico, um povo com características típicas de hospitalidade, clima tropical, fauna e flora diversificada e outros factores que representam uma mais-valia para fomentar o desenvolvimento do turismo, a curto médio e longo prazo.

2.25 A procura e a competitividade no mercado turístico

A procura e a competitividade evidenciam-se como duas componentes do mercado, sendo que: a primeira tem a ver com a quantidade de bens e serviços que os visitantes, residentes e não residentes adquirem num dado momento (CUNHA et ABRANTES, 2013).

A segunda tem a ver com a capacidade de um destino competir com sucesso contra outros destinos rivais do mundo, assim como proporcionar riqueza acima da média, mantendo-se como tal ao longo do tempo através das condições sociais e ambientais (UNWTO; 2000).

Tendo em conta os pressupostos da procura turística global, Secall (2003), sugere que a competitividade nos mercados turísticos emissores deve assentar na oferta de produtos turísticos, tais como monumentos, espetáculos, museus, centros comerciais, uma diversidade de recursos naturais e construídos.

Pinho (2013) defende que para o crescimento competitivo, é necessário que se adapte a oferta turística às tendências mundiais da procura e à crescente concorrência de destinos emergentes e se aposte na formação profissional a todos os níveis capazes de fazerem uma ótima gestão da atividade turística.

Para ESTÊVÃO et FERREIRA (2015,p.106), a procura turística está centrada num país ou região como um todo, a competitividade é feita de forma independente e autónoma por cada empresa que tem a responsabilidade pela sua própria produção. Os autores acrescentam que a responsabilidade da competitividade do mercado turístico é das empresas, na medida em que a competitividade está condicionada a produtividade.

2.26 Turismo religioso

O turismo religioso, pode ser entendido como uma actividade de forte representatividade económica, que tem como princípio fundamental a fé, envolvendo a participação de pessoas que se deslocam por motivos religiosos ou que objectivam participar de algum evento de cunho religioso, como a prática das peregrinações. (SANCHEZ, 2019 p.81).

Com isso, percebe-se que o turismo religioso se caracteriza por seu considerável impacto no país e essa realidade, por sua vez, origina transformações na dinâmica local, gerando empregabilidade e movimentando vários sectores da economia, como o hoteleiro e o alimentício, além de estimular o consumo de artigos religiosos e artesanais, tendo em vista que cada localidade possui produtos característicos comercializados no contexto dessa actividade (ENOQUE, 2015 p.488).

De acordo Barcellos, (2016), o turismo religioso se caracteriza por ser uma actividade

turística que envolve a dimensão da fé. Assim, no turismo religioso é a fé que conduz as pessoas à acção de se deslocarem de seus habitats de vida em busca de experiências religiosas e também espirituais. Entendido como um fenómeno social de dinâmica própria, o turismo compreende um sector de actividade que movimenta, de forma significativa, a cultura e a economia de determinado país, emergindo em transformações que colaboram para o desenvolvimento das cidades, impactando directamente na vida da população e na conjuntura do espaço urbano.

A religião, que é uma manifestação cultural, assume dentro de uma sociedade particular, segundo Durkheim, o conjunto de práticas e representações revestidas de carácter sagrado e, segundo Bourdieu, apresenta-se como sistema simbólico de comunicação e pensamento (TEIXEIRA, 2007, p. 178).

Para alguns é incompatível reunir estes dois elementos: turismo, ligado à actividade de consumo e religioso, que se prende à espiritualidade/transcendência.

Na definição oficial, segundo a Conferência Mundial de Roma, realizada no ano de 1960, o turismo religioso é compreendido como uma actividade que movimenta peregrinos em viagens pelos mistérios da fé ou da devoção a algum santo. Na prática, são viagens organizadas para locais sagrados, congressos e seminários ligados à evangelização, festas religiosas que são celebradas periodicamente, espectáculos e representações teatrais de cunho religioso. (PEREIRA 1998 p.38).

2.27 Origem

Na Idade Média, a defesa dos lugares sagrados e a profissão de fé eram os dois principais motivos para se viajar. No Renascimento, a viagem era de cunho cultural, no entanto, não se pode afirmar que era entendida como uma actividade económica e turística. Somente no século XX é que, com essas viagens, houve o desenvolvimento e a consolidação do turismo como actividade económica geradora de riqueza (MENEZES et REJOWSKI, 2002).

Ao buscarmos as origens do turismo religioso, poderemos encontrá-lo nas mais antigas manifestações religiosas tanto cristãs quanto não-cristãs. Entre os cristãos, o movimento das cruzadas constatava na prática da peregrinação ao túmulo de Cristo: essa peregrinação fazia-se nas mais duras condições, num espírito de sacrifício e purificação. Já no segundo milénio, a

esperança do retorno de Cristo a Jerusalém ainda reforçava, no espírito de muita gente, o desejo de alcançar a salvação. Jerusalém historicamente é considerada uma cidade santa tanto para os judeus quanto para os muçulmanos e para os cristãos. Ela é o destino de peregrinações e orações para os principais grupos religiosos da região de seu entorno: para os cristãos, o símbolo é o Santo Sepulcro; para os judeus, o Muro das Lamentações; e para os muçulmanos, a Esplanada das Mesquitas. (STEIL et al 2003, p. 30).

Para Maio (2004) os termos peregrinações e romarias, antecedentes do turismo religioso moderno, aparecem hoje como sinónimos. Contudo, na sua origem, encenavam significados e objectivos diferentes. Peregrino, etimologicamente, designa “o estrangeiro, aquele que não pertence à sociedade local estabelecida” É, portanto, uma palavra que em sua origem se relaciona com os que percorrem caminhos por terras desconhecidas e inóspitas, arrostando heroicamente o desconhecido.

Segundo Wernet (2000), “Não é o homem que escolhe os lugares sagrados e os caminhos que a ele conduzem. Ele apenas o descobre”. O ato de peregrinar, sob a perspectiva externa, envolve o encontro com o outro e, sob o ponto de vista interno, envolve o encontro consigo mesmo.

O carácter secular dessas actividades esvaziou o poder organizacional das entidades eclesiásticas oficiais, possibilitando que empresas turísticas ocupassem essa função nas viagens. Com isso, as antigas peregrinações e romarias se transformaram em turismo religioso. Uma nova força, recobrar o espaço e a liberdade (ARRILAGA, 1976, p. 150).

2.28 O despertar do turismo religioso

Num momento em que está cada vez mais repleto o mercado do denominado turismo “sol e praia” e o de massas, parece surgir um interesse renovado pelas experiências turísticas que atendem à marca do religioso, abarcando o conhecimento do património construído, das culturas locais e regionais, com as suas festas e romarias características de cada altura do ano. (FALCÃO, 2001 p.79).

Como menciona José A. Falcão, logo a seguir,

[...]«é inegável que existe hoje um interesse crescente pela dimensão religiosa do património e pelo passado da Igreja, com destaque para a *Ars Sacra* que ela gerou ao

longo de vinte séculos de história fecunda, como resposta a necessidades concretas de evangelização: catequese, liturgia, assistência, ensino, devoção... Este interesse por uma herança cultural ainda escassamente conhecida traduz-se, entre outras realidades, no aumento em flecha do número de visitantes que procuram os monumentos religiosos e desejam apreender neles, não apenas os seus valores histórico-culturais, mas também a sua dimensão espiritual mais profunda. O regresso às fontes da espiritualidade constitui uma realidade palpável, mesmo quando assume modalidades de certo modo laterais em relação à centralidade das estruturas pastorais “clássicas”».

Deste modo, espreita a necessidade de incrementar cada vez mais a qualidade do acolhimento, nunca descurando a identidade e integridade própria da religião, do património e da cultura que lhe são características. E, mormente, no caso da Igreja, «cujo âmbito de acção transcende naturalmente em muito a esfera do património, [importa] saber acolher esta expectativa e dar-lhe uma resposta apta é um desafio cujo alcance não tem sido ainda bem compreendido na sua verdadeira plenitude» (BOAS 2001 p.35).

Actualmente observa-se que as pessoas não ficam somente pela participação na eucaristia dominical na sua comunidade paroquial. Cada vez mais vão tendo a possibilidade de se deslocarem para outro tipo de manifestações religiosas, assim como para praticar as suas actividades de lazer. Tanto buscam uma “espiritualidade perdida”, como procuram absorver toda a beleza de um santuário ou um centro religioso. (SANTOS, 2006 pp.76-77).

Observamos que muitas são as ofertas turísticas associadas ao religioso e isto porque as pessoas ainda conferem valor à religião, ou seja, o modo como se envolvem, sentem e vivem a dimensão religiosa. A fome e sede pelo espiritual aliam-se à cultural e, conseqüentemente têm sido potenciados modos de preencher esse “vazio” pela facilidade com que hoje se viaja e pela oferta de inúmeras possibilidades de excursão. (SECCAL 2002 p.65).

Reitera Seccal (2002), que:

Um exemplo possível disso mesmo é o facto de o Vaticano ter inaugurado, em Agosto de 2007, um transporte aéreo regular para lugares sagrados dos católicos, como Lourdes (França), Fátima (Portugal), Santiago de Compostela (Espanha), Czestochowa (Polónia) e Roma (Itália). Para além dos movimentos católicos, são sobejamente conhecidas as incursões de milhões de muçulmanos a Meca, ou as multidões que acorrem aos locais sagrados do budismo. O turismo religioso em si

emerge na Europa do pós-guerra com o decréscimo da prática religiosa institucional e o aumento da secularização da sociedade e o desenvolvimento das viagens (automóvel e autocarro).

O conceito «turismo religioso» poderá ter menos implicações teológicas e tradicionais do que o de peregrinação, contudo importa explorar algumas das suas abrangências. Este termo tem sido usado, principalmente, pelos operadores turísticos e mais recentemente pelas entidades religiosas. Todavia, é preponderante perceber os contornos que o termo acarreta, atendendo à dimensão espacial e espiritual inerente. São vários os autores e estudos que pretendem clarificar o conceito de turismo religioso, copulando-o ou não à questão da peregrinação, até mesmo propondo neologismos, tal como «fétur» (viagem movida pela fé)(OLIVEIRA, 1998, p.118).

A forma como, actualmente, a religiosidade é vivida persuade os peregrinos e turistas a inclinarem a sua intenção para a vertente do consumo das manifestações de fé e eventos. (BURBRIDGE 2006).

2.29 Impacto

Entendido como um fenómeno social de dinâmica própria, o turismo compreende um sector de actividade que movimenta, de forma significativa, a cultura e a economia de determinado país, emergindo em transformações que colaboram para o desenvolvimento das cidades, impactando directamente na vida da população e na conjuntura do espaço urbano. (BOAS 2020 p.12).

Subsidiando neste subcapítulo, queremos aqui afirmar que o impacto da implementação do turismo religioso no Monte Mbandjela, trará aos munícipes uma valia positiva no que tange a socialização com crentes de outras localidades, assim como o aumento de troca de cultura religiosa e não só, tendo em conta o dinamismo que o tempo nos apresenta.

2.30 Importância

Em nosso pensamento, o turismo religioso, tem uma grande importância, na questão de que permite aos crentes apreciarem a natureza criada por Deus e a terem um tempo de glorificá-lo por tudo que ele criou, assim como nos fazer conhecer a história religiosa de um

determinado lugar. Outrossim, para além da prática religiosa, busca espiritual, vê-se que os turistas sejam eles os primeiros peregrinos, e também gera emprego aos cidadãos, servindo como meio de expansão económica. Oferece-nos muitos saberes, conhecendo as histórias religiosas de uma determinada região, e leva-nos a valorizar a cultura, para o fortalecimento da comunhão com Deus, bem como para o firmamento na fé.

Assim, o turismo é muitas vezes um acontecimento importante para o desenvolvimento espiritual do fiel. Atualmente, as movimentações motivadas por religião são marcadas pelos incentivos das instituições religiosas para se deslocar a espaços sagrados, a busca por meditação e reflexão que os lugares proporcionam; para agradecer aos pedidos anteriormente feitos; obter um tempo exclusivo para se dedicar a uma tarefa que nem sempre é tida como prioritária na vida movimentada cotidiana, ou seja, ter um tempo para si mesmo e praticar sua religião, bem como pode ser motivada por uma curiosidade em conhecer lugares novos, com culturas e hábitos diferentes. (ROUTLEDGE, 2005).

2.31 Turismo religioso: uma abordagem das festas e atracções

Para Jaluska et Junqueira, (2012), o turismo religioso se caracteriza por ser uma actividade turística que envolve a dimensão da fé. Assim, no turismo religioso é a fé que conduz as pessoas à acção de se deslocarem de seus habitats de vida em busca de experiências religiosas e também espirituais. Tais experiências podem ser vivenciadas de variadas formas, como a participação dos indivíduos em missas, visitas em templos e santuários, shows católicos, o que possibilita o conhecimento de novas culturas religiosas ou, até a prática de rituais e participação em eventos religiosos realizados em determinada localidade.

Todavia, cabe destacar, ainda, que as diversas motivações que levam as pessoas a visitar os lugares santos e participar das festividades, correspondem a um grande desafio de gestão para os representantes religiosos, uma vez que nem sempre as pessoas vão em busca apenas de uma experiência religiosa.

A explicação para tal ocorrência pode estar relacionada à oferta dos mais variados produtos e serviços oferecidos durante as festanças católicas, os quais nem sempre estão associados à religião, como artigos electrónicos e itens domésticos (DRULE et al 2012).

2.32 O papel da peregrinação como elemento de desenvolvimento das Cidades-Santuários

Ao abordar a temática da peregrinação, Rosendahl (1996), a partir das contribuições de França (1972), apresenta a abordagem acerca das “cidades de função religiosa”. Tais cidades constituem-se, na maioria das vezes, locais de pequeno e médio porte, porém caracterizados por um grande número de devotos que se deslocam para alcançar satisfação espiritual ou para vivenciar os rituais praticados em grandes comemorações festivas religiosas. (FRANÇA 1972).

Trata-se, portanto, de cidades que possuem uma ordem espiritual predominante e marcadas pela prática religiosa da peregrinação ou romaria ao lugar sagrado. Romaria ou peregrinação, é uma prática religiosa que consiste em uma visita na qual o visitante tem uma nítida intenção de devoção. Essa visita é feita a um lugar sagrado e vem acompanhada do comportamento religioso de pedir graças ou de agradecimento por uma graça obtida (ROSENDAHL, 1996, pp. 46-47).

O aparecimento de múltiplas rotas temáticas estrutura a oferta turística e o desenvolvimento integrado dos territórios, sendo cruciais para atrair mais visitantes.

São, por isso, prioridades incontornáveis para a região de Bragança assegurar um conjunto de percursos, dando uma nova visibilidade aos recursos endógenos, gerando oportunidades de negócio. A sua elaboração pode servir como um contributo importante para reforçar o desenvolvimento de experiências turísticas e religiosas contextualizadas, destacando a diversidade do património religioso e cultural que a região dispõe, em particular em meio rural, potenciando a oferta. (CARVALHO et al 2011 p.3).

O desenho da nova rota, traduz uma nova visão dos caminhos da região até ao Santuário de Nossa Senhora de Fátima, reforçando-se as ligações dos peregrinos aos contextos regionais e aos bens patrimoniais, permitindo ainda a qualificação das atracções e a melhoria da informação ao visitante/peregrino, visando uma promoção e comercialização mais eficaz dos serviços turísticos associados.

A rota será estruturada no tema âncora da identidade regional e dos factores distintivos (religiosos e culturais). Os elementos do património religioso serão a referência norteadora deste projecto, pois reforçam o sentimento de pertença a um mesmo espaço, a uma mesma comunidade, partilhando a mesma cultura.

Este itinerário, mais que um simples traçado, sublinhará o carácter comum que lhe subjaz, possuindo duas dimensões: o património material e uma base espiritual que será o testemunho da identidade, da motivação e concomitantemente servirá os propósitos do

visitante e do peregrino que pretendam deslocar-se de outras dioceses até ao Santuário de Nossa Senhora de Assunção em condições de segurança. Não obstante, de ligar os valores espirituais, poderá ser utilizada por todos os pedestrianistas, independentemente das motivações, ultrapassando o eixo religioso ou espiritual.

2.33 O turismo religioso e as peregrinações

2.34 Peregrinação

Tomassi, (2002) citado por Tidbal, (2004), a peregrinação consiste numa viagem, motivada pela devoção, a um lugar sagrado. A devoção religiosa do peregrino parece continuar a ser o que permite distinguir a peregrinação de outro tipo de viagens, como, na actualidade, o assim chamado “turismo religioso”.

“A peregrinação continua a ser um ato religioso, espontâneo e voluntário, que consiste em deixar a casa e os hábitos para cumprir uma promessa, pedir graças ou favores para si mesmo ou para outros, obter o perdão de faltas graves, esquecer o passado para viver uma vida nova ou ainda por qualquer outra razão pessoal ou colectiva” (CHÉLINI et al, 2004: pp.115-116).

A partir da Conferência de Medellín, em 1968, houve a necessidade de «pesquisar as razões sociais, antropológicas e históricas que explicavam a diferente valorização das práticas religiosas no interior da Igreja, nomeadamente as peregrinações» Neste seguimento, novos investigadores procuraram responder a este desafio e a partir da década de 70 «o catolicismo popular começou a ser reflectido no interior da Igreja e a ser objecto de estudos sócio religiosos, incluindo a problemática dos santuários», não obstante, a maioria das análises observadas dissecavam somente o papel dos peregrinos que visitavam os santuários internacionais - os santuários de Fátima, de Santiago de Compostela, de Lourdes, de Roma, etc. A ambiguidade do tema, conduziu a outras experiências de investigação, num misto de direito canónico e de teologia moral/pastoral, tendo merecido o interesse por parte de diferentes áreas de estudo dada a universalidade e abrangência das experiências proporcionadas. (PENTEADO, 1992, p.171).

De acordo (Dias, 2010, p. 33),

Não é, necessariamente, um Turismo feito por religiosos, místicos, populares, devotos ou profissionais da religião” os conceitos estão circunscritos aos

diferentes contextos temporais e, efectivamente, “o turista religioso e peregrino não são conceitos completamente opostos ou mesmo incompatíveis em que este aparece como um religioso fundamentalista e o primeiro como um hedónico.”

Esta tendência advém da cultura portuguesa muito vincada na tradição mariana, inculcada desde a Consagração da Senhora da Conceição, como padroeira do reino, por D. João IV, em 25 de Março de 1646, no Santuário de Vila Viçosa, esclarecendo, desta forma, a linha da espiritualidade do povo português. Esta propensão reforçou a monumentalidade de alguns espaços religiosos, tornando-os num forte atractivo para o Turismo Religioso. Entre os vários Santuários, o Santuário de Nossa Senhora de Fátima é o local mariano com mais visitantes anuais, cerca de 4 milhões de pessoas por ano. Estes números, justificam a elaboração de traçados seguros, axiais para o sucesso das deslocações, estimulando a fruição e descoberta de experiências contextualizadas. (CARVALHO, 2011, p.614).

3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

3.1 Método de análise e síntese de informações bibliográficas:

Este método, permite-nos procurar identificar o que já foi produzido pela academia científica. O mesmo, parte do princípio de que, devemos começar uma pesquisa colectando toda informação que já tenha sido discutida e publicada, com finalidade de construirmos para um novo conhecimento (TREINTA, et al, 2012, p. 509).

Este método utilizou-se para buscar argumento desde ponto de vista teórico de muitos autores que trataram do mesmo assunto ou temática.

3.2 Descritivo

As pesquisas deste tipo têm como objetivo primordial a descrição das características de determinada população ou fenómeno ou o estabelecimento de relações entre variáveis, (GIL, 2008).

3.3 Método histórico:

Este método estuda os factos na forma de processo cronológico e lógico das instituições ligadas ao passado para se poder aferir o impacto destas, na sociedade de hoje (BOAS, 1999, p. 106).

Este, aplicamo-lo para crivar todos os dados recolhidos ao longo da nossa pesquisa.

3.4 Teórico empírico:

É o conhecimento obtido ao acaso, após inúmeras tentativas, ou seja, o conhecimento adquirido através de ações não planeadas. É o conhecimento do dia-dia, que se obtém pela experiência. (ERNEST.p.313. 2017).

3.5 TÉCNICAS

3.6 Observação:

Utilizamos este método ao longo de um período de tempo, no local a ser estudado. O mesmo ajudou-nos a percebermos da inexistência de políticas eficazes para o fomento do turismo

religioso.

3.7 Entrevista:

Sendo uma das melhores técnicas das respostas para as características anteriormente referidas. A mesma coloca o investigador em contacto directo e aprofundado com o indivíduo a ser entrevistado, e permite compreender com detalhe o que eles pensam sobre determinados assuntos em determinada circunstância (GRAZIELLE et al p.247).

3.8 Inqueritos por questionários:

3.9 Este utilizamos para nos ajudar na colecta de dados tendo em conta os pensamentos dos inquiridos.

4 DESCRIÇÃO E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

A coleta dos dados deste trabalho foi realizada através de dois métodos de pesquisa, bibliográfica, descritiva, quantitativa e qualitativa. Para a análise quantitativa foram coletados dados através de um questionário, aplicado em professores, estudantes de História e entidades Eclesiásticas. Trabalhou-se com uma população de 35 pessoas, na qual tiramos uma amostra de 10.

4.1 Quadro N °01- Idade dos inquiridos

Neste quadro procuramos destacar as idades dos inquiridos tal conforme apresenta a baixo.

| | Frequência | Porcentagem | Porcentagem válida | Porcentagem acumulativa |
|---------------------|------------|-------------|--------------------|-------------------------|
| 22 a 27 anos | 4 | 40% | 40% | 100% |
| 30 a 40 anos | 4 | 40% | 40% | |
| 40 a 60 anos | 2 | 20% | 20% | |
| Total | 10 | 100% | 100% | |

Fonte: Autoria própria

4.2 Quadro N °02 - Género dos inquiridos

Neste quadro procuramos destacar o género dos inquiridos tal conforme apresenta a o quadro a baixo.

| | Frequência | Porcentagem | Porcentagem válida | Porcentagem acumulativa |
|--|------------|-------------|--------------------|-------------------------|
|--|------------|-------------|--------------------|-------------------------|

| | | | | |
|-----------|----|------|------|------|
| Masculino | 6 | 60% | 60% | 100% |
| Feminino | 4 | 40% | 40% | |
| Total | 10 | 100% | 100% | |

Fonte: Autoria própria

4.3 Quadro N °03 - Nível acadêmico dos inquiridos

Neste quadro procuramos destacar o nível acadêmico dos inquiridos tal conforme apresenta o quadro a baixo.

| | Frequênci a | Porcentagem | Porcentagem válida | Porcentagem acumulativa |
|------------|----------------|-------------|-----------------------|----------------------------|
| Médio | 2 | 20% | 20% | 100% |
| Bacharel | 6 | 60% | 60% | |
| Licenciado | 2 | 20% | 20% | |
| Total | 10 | 100% | 100% | |

Fonte: Autoria própria

4.4 Quadro N °04- O que entendes por turismo?

Procurou-se, na primeira questão, saber dos inquiridos **o que entendem por turismo**. Obteve-se, desta questão, o seguinte resultado, tal como se ilustra no quadro abaixo:

| Entrevistado | Respostas |
|--------------|--|
| E1 | É ou são viagens realizadas por prazer a lugares que despertam interesse; |
| E2 | Turismo são exposições a sítios históricos por meio de orientação de um dirigente, que ajuda a conhecer uma determinada história |
| E3 | É o conjunto que engloba as viagens das pessoas para outros lugares, para |

| | |
|----|--|
| | saber as actividades que lá realizam. |
| E4 | É ou são viagens realizadas por prazer a lugares que despertam interesse |
| E5 | É um fenómeno social, que consiste no deslocamento voluntário e temporário de indivíduos ou grupo de pessoas. |
| E6 | Entende-se por turismo, viagens de pessoas de um lugar para outro com um certo o interesse. |
| E7 | Turismo é o conjunto de actividades que envolvem o deslocamento de pessoas de um lugar para outro, quer seja doméstico ou internacional. |

Fonte: Aatoria própria

Dos resultados que no quadro acima apresentam-se, podemos perceber que existe um denominador comum no que respeita as respostas.

Em nosso parecer, turismo é o deslocamento de indivíduos em busca de lazer, ou fortalecer os laços de amizade ou a viagens de negócio.

Corroborando com o (INE, 2011), é um conjunto de “actividades realizadas pelos visitantes durante as suas viagens e estadias em lugares distintos do seu ambiente habitual, por um período de tempo consecutivo inferior a 12 meses, com fins de lazer, negócios ou outros motivos não relacionados com o exercício de uma actividade remunerada no local visitado.

4.5 Quadro N °05- Já ouviu falar do turismo religioso?

Procurou-se, na segunda questão, saber dos inquiridos **o que entendem por turismo religioso**. Obteve-se, o resultado seguinte:

| Entrevistado | Respostas |
|--------------|---|
| E1 | O turismo religioso é a viagem ou passeio feito por pessoas religiosas ou uma congregação em lugares com certa história religiosa ou que lhes permite ter um encontro com o criador (Deus). |
| E2 | O turismo religioso é visita histórica em locais religiosos para conhecer a história do devido lugar, mas no âmbito cristão, e saber acerca de um determinado monumento. |

| | |
|----|---|
| E3 | O turismo religioso pode ser entendido como uma actividade desenvolvida por pessoas que se deslocam por motivos religiosos, ou para participarem de eventos com significados religiosos. |
| E4 | O turismo religioso é a viagem ou passeio feito por pessoas religiosas ou uma congregação em lugares com certa história religiosa ou que lhes permite ter um encontro com o criador (Deus). |
| E5 | É uma actividade desenvolvida por pessoas que se deslocam em eventos religiosos ou para participarem de eventos com significativo religioso. Compreende peregrinação, romarias e festas de cunho sagrado. |
| E6 | Já ouvi sim. São visitas em locais religiosos. |
| E7 | É um segmento de que tem motivação fundamental a fé das pessoas. Está profundamente ligado ao calendário de acontecimentos religiosos. |

Fonte: Autoria própria

Dados os resultados que no quadro acima apresentam-se, podemos perceber que existe um conhecimento do assunto por parte dos inquiridos.

Em nosso pensar, turismo religioso é o deslocamento de fiéis em busca paz espiritual e a convivência entre irmãos.

O turismo religioso, pode ser entendido como uma actividade de forte representatividade económica, que tem como princípio fundamental a fé, envolvendo a participação de pessoas que se deslocam por motivos religiosos ou que objectivam participar de algum evento de cunho religioso, como a prática das peregrinações. (SANCHEZ, 2019 p.81).

4.6 Quadro N °06 - Quais devem ser as políticas para implementação do turismo religioso no Monte Mbandjela?

Procurou-se, saber na terceira questão, sobre as políticas possíveis para a implementação do turismo no Monte Mbandjela. **Eis** os resultados:

| Entrevistado | Respostas |
|--------------|-----------|
|--------------|-----------|

| | |
|----|---|
| E1 | 1- Melhorar a organização do Monte reforçando a segurança do local; 2- Desenvolver actividades de carácter religioso no mesmo local. |
| E2 | 1- Melhorar a organização do Monte reforçando a segurança do local; 2- Desenvolver actividades de carácter religioso no mesmo local. |
| E3 | Que as pessoas afluam neste lugar com o propósito somente de busca espiritual e respeitar o local sendo sagrado. |
| E4 | 1- tornar o Monte em um local mais organizado para atrair pessoas de outras regiões |
| E5 | É necessário que haja uma remodelação tanto nas vias de acesso como na sua estruturação, de modo que seja mais cativante e cómodo para que mais turistas religiosos e não só, podendo fazer muitas visitas. |
| E6 | Tem de haver políticas que atraem de forma positiva todos, sem discriminação de ninguém. |
| E7 | Formar o capital humano necessário e competente assim como as autoridades eclesiásticas estarem na linha da frente para o mesmo efeito. |

Fonte: Autoria própria

Com políticas que venham a cativar a camada empresarial querem seja privada ou estatal, claramente que teremos um projecto com sustentabilidade da proposta.

Corroborando com a ideia do autor, afirma que deve-se buscar uma aproximação das ideias de turismo religioso e de turismo espiritual para utilizar os mesmos conceitos e os mesmos critérios. A investigação e a análise do turismo religioso exige a criação de grupos e redes de estudos académicos, integrados também por profissionais do turismo, para a análise de sua demanda e de sua oferta”. (LANQUAR, 2007 p.9).

4.7 Quadro N °07 - Qual é a importância do turismo religioso?

Nesta questão, procurou-se saber dos inquiridos no que respeita a importância do turismo religioso. Os resultados foram os seguintes:

| Entrevistado | Respostas |
|---------------------|---|
| E1 | Tem a importância porque permite aos crentes apreciarem a natureza criada |

| | |
|----|--|
| | por Deus e a terem um tempo de glorificá-lo por tudo que ele criou. |
| E2 | Tem a importância de nos fazer conhecer a história religiosa de um determinado lugar, no caso específico saberemos melhor a história do Monte Mbandjela no que respeita a Capela. |
| E3 | Tem a importância porque para além da prática religiosa, busca espiritual, vê-se que os turistas sejam eles os primeiros peregrinos, e também gera emprego aos cidadãos, servindo como meio de expansão económica. |
| E4 | Tem a importância porque permite aos crentes apreciarem a natureza criada por Deus e a terem um tempo de glorificá-lo por tudo que ele criou. |
| E5 | Tem grande importância porque além da busca espiritual, contribui no desenvolvimento económico gerando empregos a muitos cidadãos. |
| E6 | O turismo religioso oferece-nos muita coisa além de que através dela conhecemos as histórias religiosas de uma determinada região, e leva-nos a valorizar a cultura. |
| E7 | O turismo religioso é de extrema importância, para o fortalecimento da comunhão com Deus, para a preservação da cultura, bem como para o firmamento na fé. |

Fonte: Autoria própria

Em nosso pensamento, o turismo religioso, tem uma grande importância, na questão de que permite aos crentes apreciarem a natureza criada por Deus e a terem um tempo de glorificá-lo por tudo que ele criou, assim como nos fazer conhecer a história religiosa de um determinado lugar. Outrossim, para além da prática religiosa, busca espiritual, vê-se que os turistas sejam eles os primeiros peregrinos, e também gera emprego aos cidadãos, servindo como meio de expansão económica.

Oferece-nos muitos saberes, conhecendo as histórias religiosas de uma determinada região, e leva-nos a valorizar a cultura, para o fortalecimento da comunhão com Deus, bem como para o firmamento na fé. O turismo religioso é de extrema importância porque impulsiona aquilo que é o fortalecimento da fé e catapultar a convivência entre os crentes.

4.8 Quadro N º08 - Quais devem ser os intervenientes na implementação do turismo religioso?

Na quinta questão, procurou-se saber dos inquiridos quais devem ser os intervenientes na implementação do turismo religioso. Os resultados para esta pergunta foram:

| Entrevistado | Respostas |
|--------------|--|
| E1 | As autoridades eclesiásticas, os crentes e a sociedade em geral. |
| E2 | As autoridades eclesiásticas, os crentes e a sociedade em geral. |
| E3 | As igrejas de forma principal e os agentes do Estado assim como privado. |
| E4 | Autoridades Eclesiásticas, crentes e não crentes. |
| E5 | A comunidade religiosa, os líderes religiosos com o auxílio do Estado, podem intervir para a implementação do turismo religioso. |
| E6 | As autoridades eclesiásticas, o Estado e as autoridades tradicionais. |
| E7 | Toda a sociedade. |

Fonte: Autoria própria

A toda camada interessada em moldar a região em que se encontra, deve sim, fazer tudo por tudo para que se implemente o turismo religioso que muito poderá impulsionar na economia do Município.

Todavia, cabe destacar, ainda, que as diversas motivações que levam as pessoas a visitar os lugares santos e participar das festividades, correspondem a um grande desafio de gestão para os representantes religiosos, uma vez que nem sempre as pessoas vão em busca apenas de uma experiência religiosa. A explicação para tal ocorrência pode estar relacionada à oferta dos mais variados produtos e serviços oferecidos durante as festanças católicas, os quais nem sempre estão associados à religião, como artigos electrónicos e itens domésticos (DRULE, et al 2012).

4.9 Quadro N º09 - Qual deve ser o contributo das autoridades Eclesiásticas na valorização do turismo religioso?

Na sexta questão, procurou-se saber dos inquiridos, **qual deve ser o contributo das autoridades Eclesiásticas na valorização do turismo religioso. Obtivemos os resultados resultados:**

| Entrevistado | Respostas |
|--------------|--|
| E1 | Devem ser os primeiros a desenvolverem e a participarem das actividades turísticas religiosas; |
| E2 | Devem ser os primeiros a desenvolverem a actividade turística religiosa; |
| E3 | Devem fazer referências ao território de modos a colocar o seu tecido histórico, cultural, social e religioso, na valorização do património histórico-artístico, com a finalidade de desenvolver na sociedade uma consciência na valorização da história cristã; |
| E4 | Devem ser os primeiros a desenvolverem e a participarem das actividades turísticas religiosas; |
| E5 | Devem dar mais incentivos aos crentes e enfatizar o valor do mesmo no que diz respeito angariação de fundos para a manutenção dos templos e não só; |
| E6 | Contributos claros de maneiras a despertar o interesse do turismo religioso e a sua valorização; |
| E7 | Devem estar engajados na luta de explicar a importância e na necessidade da implementação do turismo religioso de modo a haver mais valorização e reconhecimento. |

Fonte: Autoria própria

Em nosso pensamento, as autoridades eclesias-ticas devem ser os primeiros a mostrar interesse em todos os momentos para que os possíveis financiadores criem políticas para a implementação do turismo religioso no Município da Caála, propriamente no Monte Mbandjela.

De acordo os autores abaixo constata-se o seguinte:

Ao abordar a temática da peregrinação, Rosendahl (1996), a partir das contribuições de França (1972), apresenta a abordagem acerca das “cidades de função religiosa”. Tais cidades constituem-se, na maioria das vezes, locais de pequeno e médio porte, porém caracterizados por um grande número de devotos que se deslocam para alcançar satisfação espiritual ou para vivenciar os rituais praticados em grandes comemorações festivas religiosas. (FRANÇA, 1972).

Trata-se, portanto, de cidades que possuem uma ordem espiritual predominante e marcadas pela prática religiosa da peregrinação ou romaria ao lugar sagrado. Romaria ou peregrinação, é uma prática religiosa que consiste em uma visita na qual o visitante tem uma nítida intenção de devoção. Essa visita é feita a um lugar sagrado e vem acompanhada do comportamento religioso de pedir graças ou de agradecimento por uma graça obtida (ROSENDAHL, 1996, pp. 46-47).

4.10 Quadro N^o10 - O que é que os Crentes e não Crentes, procuram em locais turísticos Santos?

Na Sétima questão, procurou-se saber dos inquiridos, **o que é que os Crentes e não Crentes, procuram em locais turísticos Santos. Obtivemos os resultados** resultados:

| Entrevistado | Respostas |
|---------------------|---|
| E1 | Procuram tranquilidade, silêncio e paz. |
| E2 | Procuram tranquilidade, silêncio e paz interna. |
| E3 | Procuram tranquilidade, silêncio e paz. |
| E4 | Procuram tranquilidade, silêncio e paz. |
| E5 | Tranquilidade e paz espiritual. |
| E6 | Paz. |
| E7 | Os Crentes e não Crentes procuram apaziguar-se, reconciliar-se e fortificar-se na fé em locais turísticos santos. |

Fonte: Autoria própria

Em nosso pensamento, os crentes procuram em locais turísticos religiosos, uma tranquilidade interna e eterna para um encontro com Deus.

Corroborando com os autores acerca da questão temos o seguinte:

As inovações em turismo podem ser incorporadas nas seguintes categorias: produtos e serviços, as quais repercutem em mudanças perceptíveis os clientes; processos, que envolvem novos fluxos de ações com vista a promover eficiência e produtividade, fazendo uso extensivo de Tecnologias da Informação e Comunicação; inovações gerenciais, na melhoria dos locais de trabalho, na retenção de talentos e no incentivo à disseminação do conhecimento; inovações em gestão, que dizem respeito às inovações no marketing de relacionamento entre organizações e consumidores. (HJALAGER, 2010).

Pelo questionário realizado tivemos contacto com 15 elementos com idade compreendida entre 22 a 60 anos, todos eles conhecem já ouviram falar e sabem o que é o turismo religioso, logo chegamos a conclusão de que o tema em questão tem aceitação positiva em que corresponde a 100%.

Em nosso acréscimo a quanto a esta vertente, na verdade o **turismo** é nada mais se não uma viagem para outros lugares, a procura de lazer, em troca de cultura, hábitos e costumes de outras religiões.

Já o **turismo religioso**, é praticado por crentes na busca de outros conhecimentos acerca do altíssimo e tranquilidade espiritual.

Dada a estas comparações, chega-se a conclusão de que tanto a recolha de dados bibliográficos, assim como os dados empíricos e o questionário feito, chega-se a um denominador comum no que diz respeito ao turismo religioso, assim como o seu impacto e importância no seio social. Outrossim, tanto o nosso pensamento e de outros escritores e os dados empíricos recolhidos no terreno, dão mérito a esta proposta de acção para a implementação do turismo religioso no Monte Mbadjela, quer sejam crentes e não crentes, o que nos satisfaz tendo em conta os nossos objectivos atingidos a uma percentagem aceitável.

5 PROPOSTA DE ACÇÕES PARA A CRIAÇÃO DE UMA EMPRESA DE GESTÃO DO TURISMO RELIGIOSO NO SANTUÁRIO DE NOSSA SENHORA DE ASSUNÇÃO (MONTE MBANJELA)

A valorização dos locais históricos religiosos como é o caso do Santuário da Nossa Senhora de Assunção (Monte Mbanjela), constitui um elemento central e fundamental na conservação do espaço ou do local histórico, na garantia da continuidade da cultura e privilégio religioso.

A criação de uma empresa para gerir o turismo no Monte Mbadjela, Caála, vai constituir uma vantagem preponderante aos habitantes locais e não só, no fortalecimento da valorização do turismo e a questão de angariar receitas para a manutenção do mesmo.

Para que se concretize propomos que tenha:

5.1 Visão de:

Criatividade e capacidade de marketing promocional dando mais valor do que é nosso, no que respeita os princípios religiosos e a acomodação dos fieis em tempos de Eucaristia e não só, e atrair o número possível de fieis e pessoas singulares que pretendam buscar paz e tranquilidade espiritual.

5.2 Desafios:

Que levam os fiéis de que o pendor de peregrinação, deve consistir em uma viagem motivada pela devoção a um lugar sagrado, o que lhe deve saber distinguir de uma viagem turística qualquer.

No contexto dos fluxos turísticos e das dinâmicas do mercado urbano de lazeres.

E, por fim, no contexto das intervenções urbanísticas e do significado social dessas intervenções. (PRAXIS, 1998).

Queremos aqui sustentar que “a implementação de uma empresa de gestão do turismo neste lugar, propriamente na circunscrição em destaque, trará nesta comunidade caalense, um impacto positivo no que respeita a valorização e credibilidade cultural e religiosa, o que proporcionará um fundo de manutenção do mesmo local.

Ramírez (2011, pp.225-236) considera que as rotas turísticas têm como objetivo principal «vender» um território que pelas suas características e valores supostamente singulares, pretendendo atrair a visita de consumidores potenciais.

Para (Paula & Bastos, 2002), a sua criação obedece a um conjunto de conjeturados gerais e específicos, nomeadamente:

- Escolha de um nome apelativo e atrativo, não muito longo e compreensível;
- Escolha de locais de início e de fim que sejam motivadores para a percorrer;
- Correta identificação dos recursos endógenos;
- Correta implantação da sinalização;
- Concretização de material promocional;
- Criação de um logótipo;
- Constituição de um grupo trabalhador e capacitado para os trabalhos;

Um turismólogo, com as devidas qualidades, sendo um indivíduo, que lida muito bem com as pessoas! “Receber as pessoas em algum lugar e fazer com que elas se divirtam ou tenham uma boa experiência de negócios assim como um aconchego espiritual” é a frase que resume as atividades do Turismo e os serviços ali prestados.

Além disso, o profissional precisa falar várias línguas para poder lidar com todos que vêm visitar o local.

Outra característica importantíssima para o turismólogo profissional é que ele consiga perceber o potencial turístico de algum lugar, cidade ou região, para que possa elaborar atividades ali e ganhar dinheiro.

Outrossim, é também necessário a:

- 1) Criação de uma entidade para gerenciar no caso a empresa de gestão;
- 2) Criação de um regulamento e sua aplicação;
- 3) Constante avaliação da dinâmica da rota e serviços que agradem o pessoal visitante.
- 4) Instalações no local de forma estratégico com um espaço aceitável para estacionamento de viaturas;
- 5) Capacitar recursos humanos suficientes e competentes para a gerencia;
- 6) Preparação dos guias, que saibam falar as línguas estrangeiras no caso de participantes e turistas estrangeiros;
- 7) Qualidade das vias de acesso tanto para a entrada assim como a saída;
- 8) Preços acessíveis para toda a camada social já que é um lugar sagrado, de paz e tranquilidade para todos;

- 9) Aos órgãos a fim, Governo e administração da Caála, o Gabinete Provincial da Cultura, Turismo, Juventude e Desportos do Huambo, em conexão com as autoridades eclesiásticas que haja mais sensibilização a todas as camadas sociais quer sejam privadas ou governamentais na ajuda da implementação da proposta.
- 10) Construção de uma cerca em volta do local, para evitar vandalizações.

Nesta proposta, de criação de uma empresa de gestão do turismo religioso no Santuário de Nossa Senhora de Assunção, propriamente no (*Monte Mbanjela*), definimos o seguinte:

5.3 OBJECTIVOS:

5.3.1 Objectivo Geral:

Promover o interesse de todos os estratos sociais, na valorização dos locais históricos no Município da Caála, no que diz respeito ao turismo religioso no local em destaque. (*Monte Mbanjela*).

5.3.2 Objectivos Específicos:

- 1) Promover eventos ligados a busca espiritual de forma mais acolhedor e que venham a pôr dinheiro nos cofres da empresa;
- 2) Divulgação em todos os pormenores e marketing do local satélite na circunscrição territorial regional e nacional, para que ocorra um grande alcance no turismo, quer seja no âmbito cívico assim como para angariar receitas para manter a manutenção dos mesmos locais.
- 3) Criar mais atividades religiosas além das peregrinações, para atrair um público aceitável, a nível local e não só, com eventos positivos e cativantes, buscando com isto fortalecer o sector, que é de extrema importância para todos nós, o (turismo).

6 CONCLUSÃO

Através desta investigação foi possível propor algumas acções para a implementação de uma empresa de gestão do turismo no Monte Mbandjela, compreender o turismo religioso, desde a sua origem à actualidade assim como a sua importância e impacto no seio social. Assim, e visto ser um angaliador de receitas, decidiu-se propor a criação de uma empresa de gestão, do turismo, no local em destaque. Procurámos responder à questão problemática da investigação: “Falta de uma empresa de gestão, do turismo e turismo religioso no Município da Caála”, Propondo algumas acções que venham a fortalecer o turismo religioso no Santuário de Nossa Senhora de Assunção no Monte Mbandjela.

O turismo religioso é um importante segmento do mercado turístico que envolve dois dos mais importantes fenómenos sociais do mundo contemporâneo: Turismo e Religião. Ao buscarmos as origens do turismo religioso, poderemos encontrá-lo nas mais antigas manifestações religiosas tanto cristãs quanto não-cristãs. Entre os cristãos, o movimento das cruzadas constatava na prática da peregrinação ao túmulo de Cristo: essa peregrinação faziasenas mais duras condições, num espírito de sacrifício e purificação. Já no segundo milénio, a esperança do retorno de Cristo a Jerusalém ainda reforçava, no espírito de muita gente, o desejo de alcançar a salvação. Jerusalém historicamente é considerada uma cidade santa tanto para os judeus quanto para os muçulmanos e para os cristãos. Ela é o destino de peregrinações e orações para os principais grupos religiosos da região de seu entorno: para os cristãos, o símbolo é o Santo Sepulcro; para os judeus, o Muro das Lamentações; e para os muçulmanos, a Esplanada das Mesquitas.

o turismo religioso se caracteriza por ser uma actividade turística que envolve a dimensão da fé. Assim, no turismo religioso é a fé que conduz as pessoas à acção de se deslocarem de seus habitats de vida em busca de experiências religiosas e também espirituais.

Em termos finais, podemos afirmar que, a criação de uma empresa de gestão do turismo religioso é de extrema importância na vida dos cidadãos, uma vez que vem para dar credibilidade a fé em Deus, a troca de conhecimentos e o aumento de amor com os próximos de outras localidades em que vamos visitar ou aqueles que vem em nosso território para um lazer espiritual.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- _____. Peregrinação e turismo: o Natal em Gramado e Canela. In: *Reunião Anual Da Anpocs*, 22., 1998, Caxambu. 1998.
- ADMINISTRATIVO, Angolano à Luz da Constituição da República de Angola de 66 f. 2010.
- ALTUNA, R. R. S. *Cultura Tradicional Bantu*. Paulinas. Portugal, 2006.
- ANTÓNIO, Alexandre & OMAR, Lúcia Laurentina. Alguns Usos e Costumes Matrimoniais dos Povos Yao e Nyanja da Província do Níacia. Lichinga. Maputo. 2007.
- ARRILLAGA, José Ignácio. *Introdução ao estudo do turismo: turismo e sociedade*. Rio de Janeiro: Rio, 1976.
- ASHWORTH, G. J. e TUNBRIDGE, J. E., *The Tourist-Historic City - Retrospect and Prospect of Managing the Heritage City*. Amsterdam: Pergamon. 2000.
- BARBOSA, F. F. O turismo como um factor de desenvolvimento local e/ ou regional. *Caminhos de Geografia*, 10(14), 107-114. 2005.
- BARCELLOS, C. M. Mobilidade urbana: efeitos causados pelo turismo de massa no município de Cabo Frio (Trabalho de conclusão de curso). Faculdade de Turismo e Hotelaria, Universidade Federal Fluminense, Niterói, RJ, Brasil. 2016.
- 7 BASSINELLO, P. Z. Uma viagem ao encontro do tempo de alteridade no turismo: desmembrando horizontes epistemológicos a partir das contribuições de uma filosofia dialógica da linguagem do Círculo de Bakhtin, Universidade Federal de São Carlos, São Carlos, SP, Brasil. 2017.
- BOAS, Nuno Fernando de Sá Vilas. A Pastoral do Turismo Da peregrinação ao Santuário. Braga p.11, 2020.
- BOYER Marc. *História do Turismo de Massa*, Editora Universidade do Sagrado Coração (EDUSC), Bauru (São Paulo), p.39. 2003.
- BURBRIDGE Horácio A., «El Turismo Religioso: Antecedentes y Perspectivas», publicado no Boletim digital da UNCOMA, Março, 2006. Acesso em <http://www.turismoymercado.com>, (consultado a 17/06/ 2023).

CALUNDUNGO, António Joaquim Assis. *Mediação Social Em Angola: Relações de Interface entre ONGs e Camponeses na Região do Planalto Central, Província do Huambo, Município da Caála*. 280f. Tese de Doutoramento. UFRGS. Porto Alegre, 2013.

8 CAMARGO, L. O. L. Hospitalidade, turismo e lazer. RBTUR - Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo, 13 (3), 1-15, 2019.

CARVALHO, Paulo. TEIXEIRA, B. "Touristic André religious itineraries in Mirandela". 8.^a edição do Congresso Internacional de Turismo – ITC'15. Escola Superior de Turismo e Tecnologia do Mar (ESTM) do Instituto Politécnico de Leiria. Peniche. 2015.

CENTRO DE ESTUDOS SOCIAIS. Faculdade de Economia da Universidade de Coimbra, 2002.

CHELINI, J. & BRANTHOMME, H, Les chemins de Dieu. Histoire des pèlerinages chrétiens des origines à nos jours, s.l., Hachette. 1982.

CORIOLOANO, L. N. M. T. O Turismo nos discursos, nas políticas e no combate à pobreza. São Paulo: Annablume, 2006.

CUNHA, L, As dimensões económicas do turismo, cadernos de economia, ano XIX nº73), pp 116-121. .2005.

DIAS, I. Turismo Cultural e Religioso no Distrito de Coimbra: Mosteiros e Conventos: Viagem entre o Sagrado e Profano. Dissertação de Mestrado. Faculdade de Letras da Universidade de Coimbra. 2010.

9 DRULE, A. M.; CHIS, A.; BACILA, M. F.; Ciornea, R. A new perspective of non-religious motivations of visitors to sacred sites: evidence from Romania. Procedia: Social and Behavioral Sciences, 62, 431-435. 2012.

10 ENOQUE, A. G., Borges, A. F., & Borges, J. F. Religião e consumo: aspectos conceituais, limites e possibilidades. Farol - Revista de Estudos Organizacionais e Sociedade, 2(4), pp. 488-532. 2015.

ERNEST Green wood. Métodos de Investigação empírica em Sociologia. p. 313. 2017.

ESTEVIÃO, C. et FERREIRA, J. A competitividade no sector do turismo: contributos, desafios e implicações. Editora Idiotique. Portugal 2015.

FALCÃO José António, «O património religioso, sinal de identidade e recurso ao serviço do desenvolvimento», in *Boletim de Pastoral Litúrgica* 104, p.135, 2001.

11 FILHO, A. B. Marketing turístico para o espaço urbano: comentários acadêmicos e profissionais. InCastrogiovanni, A. C. (Org), Turismo urbano. São Paulo: Contexto 2001.

Friedrich Ebert, Luanda. 2002.

Gil, António Carlos. Métodos e técnicas de pesquisa das ciências Sociais. São Paulo. ed.6 Ed. Atlas. 2008.

GOMEZ, Armindo Jaime. Quijano, C. Rutas e Itinerários turísticos en España. Madrid: Editorial Síntesis. 1992.

INE, ANGOLA, O turismo 2011.

LANQUAR, Robert. La nueva dinámica del turismo religioso y espiritual. In: conferência internacional de córdoba: turismo y religiones: una contribución dialogo de religiones, culturas y civilizaciones, omt, 29-31 de Octubre de 2007.

LIMA, José da Silva, *A Peregrinação. Percursos e Palavra*, Estudos Gerais-Série Universitária, Imprensa Nacional-Casa da Moeda, Lisboa, 2007.

LIMA, José da Silva. Análise das dimensões de um destino turístico inteligente: um estudo em Natal/RN (Brasil). Dissertação– (Mestrado em Turismo) - Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Centro de Ciências Sociais Aplicadas, Programa de Pós-Graduação em Turismo. Natal, p.122. 2019.

MENEZES. In: REJOWSKI, Mirian. *Turismo no percurso do tempo*. São Paulo: Aleph, 2002.

NETO, Maria da Conceição. Encontro de povos e culturas em Angola. Luanda, 1997.

OLIVEIRA, Christian Monteiro, «Turismo, Monumentalidade e Geração: escalas e dimensões da visita religiosa contemporânea», inEdinSued ABUMANSSUR (org.), *Turismo religioso. Ensaios Antropológicos sobre Religião e Turismo*, Coleção Turismo, Papirus Editora, São Paulo, p. 118. 1998.

OSTROWSKI, M. “Exposición sobre las diferencias conceptuales que definen los términos peregrinación y turismo religioso”. III Congreso Europeo de Santuarios y Peregrinajes. Catalunya. 2002.

PACHECO, F. Autoridades Tradicionais e Estruturas Locais de Poder Em Angola: Aspectos

PAULA, J. & Bastos, L. “Fotointerpretação aplicada na optimização de rotas turísticas”. XII Simpósio Latino-americano de Percepção Remota. Cochabamba-Bolívia. XII: 6.a. 2002.

PENTEADO, P “Os arquivos dos Santuários Marianos portugueses: Nossa Senhora de Nazaré (1608-1875)”. In Separata Cadernos BAD (2). 171-187. 1992.

PESSELA, Teodoro. Os Encantos do percurso histórico da cidade da Caála. p.9 2021.

12 PEZZI, E., & SANTOS, R. J. - A experiência turística e o turismo de experiência: aproximações entre a antropologia e o marketing. Anais do VII Seminário em Turismo do Mercosul – Semintur, Turismo e Paisagem: relação complexa. Caxias do Sul, RS, Brasil, 7. 2012.

PINHO, L. Determinantes da procura turística internacional das regiões do litoral e do interior de Portugal. Universidade da Beira interior ciências sociais e humanas dissertação de mestrado. 2013.

PRAXIS, Perigrini Atero. Cidade entre projectos e políticas. Faculdade de Letras da Universidade do Porto, SOC/13151. 30 de Junho de 2003.

RABAHY, Wilson Abrahão. *Turismo e desenvolvimento: estudos económicos e estatísticos no planeamento*. 1.ed. Barueri, SP; Manole, 2003.

RAMIREZ, J. “Los caminos del patrimonio. Rutas turísticas e itinerários culturales”. Pasos – Revista de Turismo y Patrimonio Cultural, Vol. 9, nº 2, pp. 225-236. 2011.

RODRIGUES, A. *A pesquisa experimental em psicologia e em educação*. Petrópolis: Vozes, 1975.

RODRIGUES, A. N. R. Reflexões Sobre a Influência do Direito Costumeiro no Direito. 2010.

SAMACACA Júlia Namunda. Percurso histórico do Município da Caála: da época colonial à pós colonial. Caála 2021.

13 SANCHEZ, P.; FERNANDEZ, R. MayritOn: Un Nuevo Turismo Cultural-Religioso. International Journal of Professional Business Review, 4(1), 81-93. 2019.

SANTOS, M. Espiritualidade, turismo e território. Estudo geográfico de Fátima. p.702. Estoril. ISBN 972-8818-76-9. 2006.

SANTOS, Maria da Graça, *Espiritualidade, Turismo e Território - Estudo geográfico de Fátima*, Editora Princípia, 1ª Edição, Estoril, 76-77, 2006.

SECALL, R “La Competitividad de las Zonas Turísticas”. Comunicação apresentada no El XII Simpósio Internacional de Turismo y Osio, ESADE-Fira de Barcelona. 2003.

SECCAL, Rafael Esteve, *Turismo y Religión. Aproximación a la historia del turismo religioso*, Universidade de Málaga, Estudios y Ensayos (65), Málaga, 2002.

14 SMITH, Stephen L., «A Dimensão do Turismo Global: Velhos Debates, Novos Consensos e desafios Contínuos», in AA.VV., *Compêndio de Turismo*, Coleção Ciência e Técnica, Instituto Piaget, Lisboa, p.46. 2007.

STEIL, C. A. Peregrinações, romarias e turismo religioso: raízes etimológicas e interpretações antropológicas. In: ABMANSSUR, E. S. (org.) *Turismo Religioso: ensaios antropológicos sobre religião e turismo*, 2003.

TEIXEIRA, F. L. C. Sociologia da religião: enfoques teóricos. 2. ed. Petropolis: 2017.

15 TINEU, R. & FRAGOSO, N. D. Estratégias de comunicação boca a boca para o turismo. *Revista Brasileira de Marketing*, 8(2), 116-145. 2010.

TOMASI, L. “Homo Viator: From Pilgrimage to Religious Tourism via the Journey”, in William H. Swatos & Luigi Tomasi (ed.), *From Medieval Pilgrimage to Religious Tourism*. 2002.

TONINI Norberto I, *Ética e Turismo. La Sfida Possibile*, San Paolo edizioni, col. Problemi da discutire, Milano, «Passeando a pé – logo, sendo um turista – o jovem aprendia a vida». *op. cit.*, 57.p. 35 2010.

16 TRINDADE, B. S., César, P. A. B., & Vianna, S. L. G. Governança do Turismo: Planejamento e Gestão Local e Regional em Gramado-RS, Brasil. *Rosa dos Ventos - Turismo e Hospitalidade*, 11(3), 653-663. 2019.

UNWTO. Public-Private Sector Cooperation: Enhancing Tourism Competitiveness. World Tourism Organization, Madrid. 2000.

WARD, S. Locais de venda: marketing e promoção de vilas e cidades 1850.

WERNET, A. Peregrinação à Aparecida: das romarias programadas ao turismo religioso. In:

WORLD, Travel e tourism council (WTTC). Benchmarking Research, 2018.

APÊNDICES

17 **APÊNDICE 01** - Santuário de Nossa Senhora de Assunção. (*Monte Mbandjela*), antes de 1975. www.hoteisangola.com. Acesso aos 14 de JANEIRO 2023. 13h:30.



18 **APÊNDICE 02**-Santuário de Nossa Senhora de Assunção (*Monte Mbandjela*), depois de 1975. www.hoteisangola.com. Acesso aos 14 de Janeiro 2023. 13h:30

19



20 **APÊNDICE 03** -Santuário de Nossa Senhora de Assunção (*Monte Mbandjela*), nos dias atuais. Parte lateral e frontal. www.hoteisangola.com. Acesso aos 14 de Janeiro 2023. 13h:30.



21 ANÉXOSANÉXI -01 -Santuário de Nossa Senhora de Assunção, nos dias atuais. No cimo do (*Monte Mbandjela*) www.hoteisangola.com. Acesso aos 14 de Junho2023. 11h:22.



SANTUÁRIO DE NOSSA SENHORA DO MONTE DA CAÁLA

Huambo