

INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIAS E TECNOLOGIA DE
PERNAMBUCO – IFPE – CAMPUS RECIFE.

DEPARTAMENTO ACADÊMICO DE CURSOS SUPERIORES – DACS

COORDENAÇÃO ACADÊMICA DE TURISMO – CATU

CURSO SUPERIOR TECNOLÓGICO DE GESTÃO EM TURISMO

MARIANA DE CÁSSIA OLIVEIRA DA SILVA

FESTIVAL MÍSTICO EM ALDEIA, CAMARAGIBE/PE

Recife

2023

MARIANA DE CÁSSIA OLIVEIRA DA SILVA

FESTIVAL MÍSTICO EM ALDEIA, CAMARAGIBE/PE

Trabalho de Conclusão de Curso Superior Tecnológico em Gestão de Turismo, apresentado ao Departamento Acadêmico de Formação Geral – DACS do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Pernambuco – IFPE/ Campus Recife, como requisito para obtenção de grau do curso.

Orientadora: Me. Flávia Viviana Cavalcanti Gonçalves

Recife

2023

Ficha catalográfica elaborada pela bibliotecária Danielle Castro da Silva CRB4/1457

S586f

2023 Silva, Mariana de Cássia Oliveira da

Festival místico em Aldeia, Camaragibe/PE. / Mariana de Cássia Oliveira da Silva.
--- Recife: A autora, 2023.
69f. il. Color.

Trabalho de Conclusão (Curso Superior Tecnológico em Gestão de Turismo) –
Instituto Federal de Pernambuco, Recife, 2023.

Inclui Referências.

Orientadora: Profa. Me. Flávia Viviana Cavalcanti Gonçalves.

1.Turismo de eventos. 2. Produção de eventos. 3. Turismo Místico e Esotérico
no Brasil. 4. Eventos Místicos no Brasil. I. Título. II. Gonçalves, Flávia Viviana
Cavalcanti (orientadora). III. Instituto Federal de Pernambuco.

CDD 338.4791 (21ed.)

INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIAS E TECNOLOGIA DE
PERNAMBUCO – IFPE

DEPARTAMENTO ACADÊMICO DE CURSOS SUPERIORES – DACS

FESTIVAL MÍSTICO EM ALDEIA, CAMARAGIBE/PE

Projeto de Intervenção Turística aprovado como requisito final do Trabalho de Conclusão do Curso Superior de Tecnologia de Gestão em Turismo do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Pernambuco – IFPE, para a obtenção do título de Tecnólogo.

COMISSÃO EXAMINADORA

Me. Flávia Viviana Cavalcanti Gonçalves
Orientadora

Dr. André Luís José da Silva
Examinador Interno

Esp. Jonas Ribeiro Nunes Neto
Examinador Externo

Me. Patrícia Munick Fragoso
Examinadora Externa

AGRADECIMENTOS

Primeiramente agradeço às deusas por terem me dado a oportunidade de ter vivenciado e estar terminando mais um ciclo.

Gratidão à tudo que a vida pôde me proporcionar e certamente me transformaram numa pessoa melhor e com uma visão mais ampla, porém mais focada e certa em meu propósito de vida.

Algumas pedras no caminho que me renderam muitas lições. Ter podido errar e aprender com esses erros só foi possível graças às pessoas que estiveram do meu lado o tempo todo: família, novos e velhos amigos além de minha orientadora, que me auxiliaram nesta trajetória.

Eu sou grata por tudo que a vida têm me proporcionado!

“Criador de tudo que há,

É comandado que seja enviado um espiral de luz de amor incondicional para cada um de nós.

Está feito,

Está feito,

Está feito.

Mostre – me.”

“Não se iluda, pois só atingirá o pico da montanha se estiver decidido a enfrentar o esforço da caminhada.” (William Douglas)

RESUMO

Este trabalho destinou-se à produção de um festival místico na Região Metropolitana do Recife, mais precisamente no município de Camaragibe, no bairro de Aldeia. Tal projeto foi produzido com enfoque no produto turístico da localidade e conhecimento da mesma, evidenciando as necessidades e entretenimento da população, juntamente com o conhecimento prévio dos mais diversos assuntos a que se refere este estudo. Para a elaboração deste projeto foi utilizada a metodologia por abordagem quantitativa não probabilística, onde foi possível constatar o número de pessoas curiosas ao tema e que têm interesse em adentrar no universo místico. Desta maneira, foi elaborado para que pudesse levar conhecimento, desmistificar o tema que ainda é tabu para muitas pessoas, mas que já vem ganhando cada vez mais adeptos, curiosos e simpatizantes.

Palavras Chave: evento místico; produção de eventos; Aldeia; cidadania.

RESUMEN

Este trabajo tiene como objetivo producir un festival místico en la Región Metropolitana de Recife, más precisamente en el municipio de Camaragibe, en el barrio de Aldeia. Tal proyecto se elaboró con un enfoque en el producto turístico de la localidad y el conocimiento de la misma, destacando las necesidades y el entretenimiento de la población, junto con el conocimiento previo de los más diversos temas a lo que se refiere este estudio. Para la elaboración de este proyecto se utilizó una metodología de enfoque cuantitativo no probabilístico, donde se pudo constatar la cantidad de personas curiosas por el tema y que están interesadas en adentrarse en el universo místico. De esta manera, fue producido para que se pudiera llevar conocimiento, desmistificar el tema que aún es tabu para muchas personas, pero que viene a ganar más adeptos, curiosos y simpatizantes.

Palabras Clave: evento místico; producción de eventos; Aldeia; ciudadanía.

LISTA DE FIGURAS

Figura 01 - Vista aérea da APA Aldeia Beberibe.....	17
Figura 02 - Trilha do Jamaraquá, Floresta Nacional dos Tapajós.....	25
Figura 03 - Extração de Látex pelo Seu Dido na Comunidade do Jamaraquá.....	25
Figura 04 - Igrejinha de Pedras, São Thomé das Letras.....	28
Figura 05 - Vila de Caraíva.....	29
Figura 06 - Vale da Lua.....	29
Figura 07 - Sessão de quiromancia.....	30
Figura 08 - Stand de Roupas	30
Figura 09 - Vivências	31
Figura 10 - Talk na tenda.....	31
Figura 11 - Mapa da RMR com Destaque para Camaragibe.....	32
Figura 12 - Fábrica de Tecidos Braspérola.....	33
Figura 13 - Fachada da Galeria Vila.....	34
Figura 14 - Foto da Gruta	35
Figura 15 – Foto do Engenho Camaragibe.....	36
Figura 16 – Mapa de Camaragibe com Destaque para Região de Aldeia.....	37
Figura 17 - APA Aldeia Beberibe.....	38
Figura 18 - Zoneamento do local do evento.....	52
Figura 19 - Logo oficial do evento	58
Figura 20 - Logo oficial do evento.....	58
Figura 21 - Cartaz do Evento.....	58
Figura 22 – Cards do Evento	59
Figura 23 - <i>Prints</i> Instagram e Facebook do Evento.....	60
Figura 24 – Panfleto do Evento.....	61
Figura 25 – <i>Mockup</i> de outbus.....	62
Figura 26 – <i>Mockup</i> das camisas.....	62
Figura 27 - Arte da proposta comercial do Sistema de Cotas.....	64

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 01 - Idade dos respondentes da pesquisa.....	40
Gráfico 02 - Gênero dos respondentes da pesquisa.....	41
Gráfico 03 - Escolaridade dos respondentes da pesquisa.....	41
Gráfico 04 - Ocupação Profissional dos respondentes da pesquisa.....	41
Gráfico 05 - Cidade onde residem os respondentes da pesquisa.....	42
Gráfico 06 - Faixa de renda pessoal/mensal dos respondentes da pesquisa.....	42
Gráfico 07 - Identificação por religião dos respondentes da pesquisa.....	42
Gráfico 08 - Conhecimento do bairro pelos respondentes da pesquisa.....	43
Gráfico 09 - Sobre potencial turístico do bairro pelos respondentes da pesquisa....	43
Gráfico 10 - Motivação da visita ao bairro pelos respondentes da pesquisa.....	43
Gráfico 11 - Participação em eventos culturais pelos respondentes da pesquisa.....	44
Gráfico 12 - Participação em eventos distância x tempo pelos respondentes da pesquisa.....	44
Gráfico 13 - Sobre se hospedar próximo de um evento pelos respondentes da pesquisa.....	45
Gráfico 14 - Sobre pagar transporte em um evento pelos respondentes da pesquisa.....	45
Gráfico 15 - Pagar mais para ter acesso a outras atividades pelos respondentes da pesquisa.....	46
Gráfico 16 - Sobre adquirir produtos e serviços pelos respondentes da pesquisa....	46
Gráfico 17 - Participação em evento místico pelos respondentes da pesquisa.....	46
Gráfico 18 - Motivação da não participação pelos respondentes da pesquisa.....	47
Gráfico 19 - Motivação da participação pelos respondentes da pesquisa.....	47
Gráfico 20 - Temas de interesse pelos respondentes da pesquisa.....	47
Gráfico 21 - Importância de acessibilidade pelos respondentes da pesquisa.....	48
Gráfico 22 - Deficiência e Mobilidade Reduzida pelos respondentes da pesquisa....	48
Gráfico 23 - Importância de acessibilidade para pessoas com deficiência física pelos respondentes da pesquisa.....	49
Gráfico 24 - Uso das mídias sociais pelos respondentes da pesquisa.....	49
Gráfico 25 - Uso das mídias sociais pelos respondentes da pesquisa.....	50

LISTA DE QUADROS

Quadro 01 - Cronograma	54
Quadro 02 – Requisitos Físicos.....	55
Gráfico 03 – Requisitos Humanos.....	56
Gráfico 04 – Divulgação.....	57

LISTA DE TABELAS

Tabela 01 - Orçamento	63
-----------------------------	----

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

RMR – Região Metropolitana do Recife	15
APA – Área de Proteção Ambiental	17
CPRH – Agência Estadual de Meio Ambiente de Pernambuco.....	17
OMT – Organização Mundial do Turismo.....	21
ABRATUS – Associação Brasileira de Turismo de Saúde	24
ANAC – Agência Nacional de Aviação Civil.....	26
IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística.....	33
CIPE – Companhia Industrial Pernambucana.....	33
FUNDARPE – Fundação do Patrimônio Histórico e Artístico de Pernambuco.....	36
ZPP – Zona de Proteção Permanente.....	36

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	15
2. JUSTIFICATIVA	17
3. OBJETIVOS	19
3.1. Objetivo Geral.....	19
3.2. Objetivos Específicos.....	19
4. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA	20
4.1. Turismo.....	20
4.2. Turismo Cultural.....	22
4.3. Turismo de Eventos	22
4.4. Turismo de Saúde.....	24
4.5. Eventos.....	25
4.5.1. <i>Tipos de Eventos</i>	26
4.6. Misticismo	27
4.7. Turismo Místico e Esotérico no Brasil.....	28
4.8. Eventos Místicos no Brasil.....	30
5. CARACTERIZAÇÃO DA ÁREA	32
5.1. Localização e Abrangência.....	32
5.2. Caracterização histórica – A cidade de Camaragibe	33
5.3. Caracterização turística	33
5.4. Aldeia, Camaragibe - PE	36
6. METODOLOGIA	39
6.1. Apresentação dos dados da pesquisa quantitativa.....	40

7. FESTIVAL MÍSTICO EM ALDEIA	51
7.1. Apresentação.....	51
7.2. Resumo das Atividades do Festival	53
7.2.1. <i>Programação e Cronograma</i>	53
7.3. Requisitos Técnicos.....	55
7.4. Estratégia de marketing	57
7.5. Plano de Mídia	58
7.6. Identidade Visual	58
7.7. Material Promocional	58
7.8. Mídias Sociais.....	60
7.9. Panfletagem.....	61
7.10. Outbus	62
7.11. Camisas.....	62
7.12. Orçamento	63
7.13. Sistema de Cotas.....	64
7.14. Possíveis Parceiros e Apoiadores	65
8. CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	66
REFERÊNCIAS.....	67

1. INTRODUÇÃO

Este trabalho irá apresentar e propor a produção de um evento de âmbito místico no bairro de Aldeia, na zona oeste da Região Metropolitana do Recife (RMR). O lugar, é visto como local em que as pessoas se refugiam em busca de sossego e tranquilidade. É uma área que detém boa parte da mata atlântica do estado e por isso é usada por muitos para práticas de esportes envolvendo a natureza, retiros e até rituais espiritualistas.

Buscando dialogar com a potencialidade local, oferecer conhecimento e quebrar – minimizar - barreiras de caráter preconceituosos acerca do tema místico, que este trabalho apresenta uma proposta de entretenimento em formato de evento.

O misticismo por sua vez, busca se ligar a fatores sobrenaturais não necessariamente ligados a alguma religião, mas se conectar com a vida em outro patamar. Entender os ciclos da vida, a importância e os benefícios das curas holísticas, compreender o significado da conexão com a Mãe Terra e buscar a espiritualização.

Já o turismo místico e esotérico objetiva reunir pessoas com a mesma finalidade: buscar conectividade, autoconhecimento, renovar e sentir energias além de especular teorias e confirmar veracidade das histórias dos lugares.

O misticismo como incentivador do turismo de eventos faz com que milhares de pessoas viajem todos os anos para renovar crenças, participar de rituais, buscar curas, criar conexões e relaxar nos mais diversos destinos.

No Brasil estes locais estão espalhados pelo país, na região Nordeste como Caraíva e Canoa Quebrada, Sudeste como São Thomé das Letras, Centro Oeste como Chapada dos Veadeiros e na região Norte onde fica a imensa Floresta Amazônica; todos esses como destinos místicos conhecidos, se transformam em um universo com uma energia única, onde a região pode ou não acolher este potencial e se moldar para oferecer a melhor experiência possível ao turista místico que por muitas vezes não ser tão exigente, acaba priorizando a qualidade da experiência ao luxo.

Devido a essa qualidade, esses destinos buscam se tornar sustentáveis e permanecerem rústicos, de forma que muitos desses locais ignoram e vão contra a tecnologia, eletricidade e automóveis, podendo seguir a máxima que as ruas são para pedestres e que é preciso se desconectar para se conectar.

2. JUSTIFICATIVA

O bairro de Aldeia hoje é visto pela população como um local de refúgio, com muito verde, propício ao descanso e é lembrado por pessoas que buscam relaxar e se conectar com a natureza. Desta forma boa parte dos atrativos do bairro se voltam para oferecer atividades que promovam essa conexão e relaxamento.

Ainda na região de Aldeia, está localizada parte da Área de Proteção Ambiental – APA – Aldeia Beberibe. São mais de 31mil ha de Mata Atlântica, sendo esta a maior porção de Mata Atlântica de Pernambuco. No Plano de Manejo realizado em 2012 pela Agência Estadual de Meio Ambiente de Pernambuco – CPRH - foram encontrados mais de 130 espécies da fauna que só existem no Brasil, sendo 8 que estão em algum grau de ameaça; e sobre as espécies animais, das quase 300 aves registradas, cerca de 15% está em extinção, além de jaguatiricas e guaribas-pretos também encontrados na região. (PEREIRA, 2018.)

Figura 01: Vista aérea da APA Aldeia Beberibe.



Fonte: <http://www2.cprh.pe.gov.br/>

Na localidade é possível encontrar atrativos e atividades que estimulam a preservação e a aproximação com a natureza: trilhas guiadas e promovidas pela prefeitura, existência de políticas públicas voltadas à educação ambiental, práticas esportivas tendo a mata como cenário, campings, realizações de rituais entre outros. Em Aldeia, o foco é a conexão e se conectar é uma das premissas do universo místico.

Este projeto se justifica em apresentar e redescobrir através de um evento “uma Aldeia” não vista antes, mostrando o seu potencial alinhado à cultura bairrista representada por meio da cultura mística.

A produção deste evento se empenha em esclarecer “pré- conceitos”, desmistificar o tema, bem como evidenciar possibilidades de cura ao promover a terapia holística como estímulo natural para os equilíbrios físico, psíquico e espiritual, ao mesmo tempo em que apresenta o termo Cuidadania como forma de incentivar a saúde de maneira autônoma através da cidadania nas comunidades e principalmente firmar o bairro de Aldeia como roteiro turístico holístico do estado de Pernambuco.

3. OBJETIVOS

Apresentam-se neste item, os objetivos que conduzirão este trabalho:

3.1. Objetivo Geral

- Planejar um festival místico no bairro de Aldeia, no município de Camaragibe – PE.

3.2. Objetivos Específicos

- Apresentar o universo místico e sua essência por meio da realização do evento;
- Elaborar a proposta de evento;
- Desenvolver planos de ação para execução do evento.

4. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Este capítulo apresentará uma análise teórica acerca dos principais temas que envolvem a proposta deste trabalho de pesquisa.

4.1. Turismo

O ato de viajar é inerente a todas as sociedades, seja pela necessidade de deslocamento, conquista de territórios, lazer e até curiosidade em conhecer outras culturas e lugares.

Se tem conhecimento que as primeiras viagens aconteceram na Antiguidade, na Grécia, com intuito religioso (visitar lugares sagrados), intuito de lazer (assistir às olimpíadas) e intuito econômico (comercialização com outros povos). Também se tem dados desse tipo de atividade no século XVI, no período renascentista quando eram realizados os chamados “*Grand Tour*” que nada mais eram que viagens com intuito educacional para que jovens – da classe alta – tivessem conhecimento melhor do mundo e conhecer outras culturas.

Porém com passar do tempo, esta atividade sofreu diversas mudanças e o turismo moderno e organizado como conhecemos hoje, só veio surgir após a Revolução Industrial, século XVIII, quando com a difusão do ferro foram criadas estradas e foram feitas melhorias nos transportes para uma viagem mais segura e confortável.

Thomas Cook – conhecido como Pai do Turismo Moderno – realizou a primeira viagem organizada da história: promoveu uma excursão com fins educacionais e religiosos, para a cidade de Leicester na Inglaterra em meados do século XIX. Esse foi o estopim para que ele percebesse o quanto essa atividade poderia ser lucrativa e promissora, e a partir deste momento passou a realizar excursões para diversos locais com os mais diversos fins.

A atividade turística como geradora de divisas, tem se mostrado como fundamental nos setores econômico, social, político, e cultural. Cria milhares de postos de trabalho, aumenta o poder de compra ao mesmo tempo que gera impostos e contribui na formação da cultura de um povo. É notadamente uma

importante atividade econômica que ao ser estimulada e promovida pode garantir uma melhoria na qualidade de vida da população e diminuição da desigualdade social.

Para a Organização Mundial do Turismo – OMT – o turismo é definido como a atividade realizada por pessoas durante suas viagens em lugares diferentes ao seu entorno habitual por período inferior a um ano com finalidade de lazer, negócios ou outros.

Funari e Pinsky (2012, p. 07) destacam a importância cultural do turismo na seguinte citação abaixo:

“Todas essas movimentações implicam contato humano e cultural, trocas de experiências entre os viajantes e a população local. Essa parece ser a essência mesma do turismo, pois, principalmente com as novas tecnologias, quase tudo se poderia fazer sem sair de nosso ambiente, tanto descansar quanto aprender uma língua estrangeira.”

Quando se fala em troca cultural, o artigo Turista Cidadão da autora Susana Gastal toma como princípio que o lugar, antes de mais nada, precisa ser bom para o cidadão e por conseguinte ao turista. Deve haver um resgate da cultura por parte do morador fazendo o uso do estranhamento – momento em que o cidadão passa a olhar sua localidade com olhos de turista – descobrindo lugares, conhecendo novas opções de atrativos e pessoas e estreitando os laços com a cultura e local em que se vive.

Tal afirmação pode ser lida no trecho a seguir de Gastal (2006, p.13) sobre o turista cidadão: “...assim exposto ao estranhamento, será o sujeito que, ao ampliar as fronteiras territoriais dos seus deslocamentos, será também um cidadão global consciente.”

No entanto o turismo nem sempre é voltado para o lazer. Esse estreitar de laços com o local onde se vive, faz ver com outros olhos aquilo que já faz parte do cotidiano e geralmente isso envolve descobrir locais com intuito de entretenimento e ócio. Mas a atividade turística é muito mais que o “simples” lazer; as pessoas se comportam e tem gostos diferentes e para atender a toda essa gama, que os produtos e serviços turísticos precisaram se adaptar para poder responder às expectativas pessoais. E por acolher essa demanda, que abaixo apresenta-se alguns tipos de turismo e suas principais características:

4.2. Turismo Cultural

A cultura, por ser inerente ao local, faz com que muitas pessoas viajem em busca de conhecer determinados costumes, artes, tradições, gastronomia e até rituais. Necessariamente não é preciso que a viagem seja com fins de estudos, mas a partir do momento que há o deslocamento e contato com outra cultura, se tem uma experiência cultural.

"Em princípio, portanto, as pessoas só decidem viajar se e quando querem entrar em contato com outros costumes e maneiras de viver, com outros povos e culturas, com outras realidades." (Funari e Pinsky, 2012, p. 07)

Deste modo, todo turismo mesmo não tendo intuito principal de ser cultural, acaba carregando essa bagagem onde se tem contato e acessa novas culturas. Toda viagem é uma experiência cultural mas nem todo turista é cultural; o que define esse tipo de turismo é a motivação da viagem como salienta o Ministério do Turismo (2006): esta atividade está relacionada à vivência do conjunto de elementos significativos do patrimônio histórico e cultural, valorizando e promovendo os bens materiais e imateriais da cultura.

Desta maneira não basta "apenas" viajar para ser considerado como Turismo Cultural, é preciso que essa seja a motivação da viagem.

Sua importância cabe em converter a atividade turística em um instrumento que fomenta e exalta a cultura local além de promover a sustentabilidade da atividade, tal qual esclarece o trecho abaixo pelo Ministério do Turismo (2010, p. 11):

"O desenvolvimento desse tipo de turismo deve ocorrer pela valorização e promoção das culturas locais e regionais, preservação do patrimônio histórico e cultural e geração de oportunidades de negócios no setor, respeitados os valores, símbolos e significados dos bens materiais e imateriais da cultura para as comunidades."

4.3. Turismo de Eventos

É praticado por aqueles que realizam viagens para participar de eventos - congressos, seminários, palestras, shows. Coutinho (2007) diz que o setor de eventos é considerado como um dos meios mais acessíveis para se divulgar uma localidade se utilizando de toda sua estrutura.

Antes de tratar dos benefícios deste tipo de turismo, deve-se explicar do que se trata: à grosso modo é a atividade das pessoas que se deslocam para fins de participar de algum evento, seja esse qual for o tipo.

Se tem registro deste tipo de turismo desde a Grécia Antiga, conforme supracitado, que vinham pessoas de diversas cidades estados para ver acontecer os Jogos Olímpicos.

Já na Idade Média, Thomas Cook e sua genialidade, abriram as portas para mais este tipo de turismo no mundo através de uma excursão - atividade organizada - para a participação de um congresso.

Noutra vertente, o turismo de eventos é visto por sua responsabilidade social, quando nos períodos de menores movimentos, têm a capacidade de atrair pessoas com outros intuitos para a localidade, tal constatação pode ser afirmada na colocação de Albuquerque (2004) que diz que o turismo de eventos também é conhecido como turismo de baixa estação, e é responsável por manter em movimento as atividades no setor durante os meses em que o turismo de lazer é mais fraco.

Complementando a percepção de Albuquerque (2004), Guimarães (2013, p. 64) fala dos benefícios desse tipo de turismo:

- movimentação de vendas e prestações de serviços direta e indiretamente, envolvidos com o segmento, incrementando a economia local;
- aumento da arrecadação de impostos e no número de postos de trabalho;
- divulgação de localidades, promovendo-as como destinos turísticos, melhorando a sua imagem e notoriedade;
- oportunidade de desenvolvimento técnico, científico, cultural e artístico.

É válido salientar que não são apenas benefícios que o turismo de eventos injeta na localidade, há um aumento na especulação imobiliária já que o local passa a ser evidenciado, grupos econômicos também passam a conviver na região o que acaba elevando os valores dos produtos e serviços, há também a descaracterização da cultura, a necessidade do lucro imediato pelos gestores de turismo, dentre outros.

4.4. Turismo de Saúde

A evolução do conceito de saúde e a preocupação das pessoas com a saúde e bem estar faz com que cada vez mais se busquem serviços e produtos voltados para longevidade e vitalidade. Desta forma, essa busca fez surgir um novo tipo de turismo, que por mais que pareça ser atual, é deveras longínquo; desde a antiguidade havia a busca por plantas, alquimistas, curandeiros que iam ajudar na saúde ou bem estar de pessoas.

Segundo o Ministério do Turismo (2010) são considerados dois tipos de turismo de saúde: o turismo de bem estar e o médico-hospitalar, sendo o primeiro motivado pela busca da promoção e manutenção da saúde e o último é motivado pelo tratamento e diagnóstico objetivando a cura ou amenização dos efeitos das patologias.

No Brasil, por exemplo, existem dois pólos médicos importantes não apenas para brasileiros mas para estrangeiros, são as cidades de São Paulo e Recife. Ambas possuem centenas de clínicas, hospitais e toda uma infraestrutura turística para receber o turista de saúde. Sobre o impacto na economia que este turismo alcança, a presidente da Associação Brasileira de Turismo de Saúde (Abratus), Julia Lima em entrevista à revista digital PanRotas, afirmou: “Esse turista estrangeiro costuma permanecer por mais tempo no País, em média 22 dias, e é também o que gasta mais, aproximadamente US\$ 120 por dia.”

De outro lado também há no Brasil uma busca pela medicina da floresta como se vê muito na região amazônica, pessoas à procura da medicina sagrada por meio de cura da floresta e rituais que se misturam com religiosidade como os do rapé, ayahuasca ou sananga. Mesmo notável importância cultural há milênios, essa medicina ainda é vista de forma pejorativa por muitos e a regulamentação do seu uso também foi tardia.

Atuante desde 2016, a agência de viagens Vivalá Turismo Sustentável, empresa onde a autora desta pesquisa trabalha, desenvolve expedições, dentre outros destinos, em regiões pertencentes à Amazônia Legal como no Acre – Expedição Aldeia Shanenawa, Amazonas – Expedição Rio Negro e no Pará – Expedição Rio Tapajós. Todas estas experiências têm seu foco no Turismo de Base Comunitária que se une ao Turismo de Bem Estar e proporciona vivências únicas

dentro da Floresta Amazônica como mostram as fotos abaixo, tiradas na Expedição Rio Tapajós.

Figura 02: Trilha do Jamaraquá, Floresta Nacional do Tapajós.



Fonte: A autora, 2022.

Figura 03: Extração de Látex pelo Seu Dido na Comunidade do Jamaraquá.



Fonte: A autora, 2022.

Os viajantes frequentemente relatam que esta foi a melhor experiência da vida, que puderam se conectar de forma como nunca houve antes e muitos percebem que a vida faz mais sentido perto da natureza.

Promover o bem estar não está apenas relacionado à ideia de spa's e retiros, hoje esse tipo de turismo vai muito além e envolve experiências na natureza, conexões, imersão no mundo holístico e cada vez mais tem se ligado à sustentabilidade e aos benefícios que a natureza pode proporcionar ao corpo, mente e espírito. O intuito é desfrutar de lugares, experiências que auxiliem no equilíbrio pessoal, emocional e físico.

4.5. Eventos

Desde a antiguidade grega se tem informações sobre os eventos realizados durante os Jogos Olímpicos. O evento que ocorria a cada 4 anos reunia pessoas de todas as cidades estados gregas que iam até os ginásios para apreciar os jogos. Tal evento movimentava tanto as cidades gregas, que posteriormente foram criados até hotéis para as pessoas mais importantes. (GIRALDI, 2009)

Por outro lado também se tem informações da origem dos eventos como sendo nos funerais e casamentos. As pessoas sentiam necessidade de se comunicar e realizavam tais eventos por puro instinto, ou seja, não havia uma organização. (GUIMARÃES, 2013).

De acordo com Guimarães (2013, p.11) os eventos tem importância social para a população:

Os eventos são acontecimentos que fazem parte da vida de todos os seres humanos, desde o início dos tempos de nossa existência e têm como característica fundamental propiciar uma ocasião diferenciada e especial, extraordinária ao encontro de pessoas, com uma finalidade específica, que constitui o “tema” principal do evento e justifica a sua realização.

Para o Manual de Eventos da Agência Nacional de Aviação Civil, a ANAC, evento pode ser definido como uma concentração de pessoas e/ou entidades realizada em data e local previamente estabelecido e com objetivo específico.

4.5.1. Tipos de Eventos

Após entender o que é evento, deve – se apresentar os diversos tipos de eventos para a partir desta análise, explicitar a que tipo este trabalho irá tratar.

É válido salientar que só serão apresentados aqui alguns tipos, visto que são inúmeros.

- Assembléia: Participam grupos de pessoas que constituem entidades, estados, países. Aqui são colocados assuntos em debates e depois é realizada uma votação para serem tomadas decisões. (GUIMARÃES, 2013)
- Congresso: este tipo de evento une as pessoas com a intenção de trocar informações, promover debates e discutir temas. (GUIMARÃES, 2013)
- Convenção: este evento se caracteriza por ter como objetivo a transmissão de novas ideias acerca de determinado tema, trocar experiências e às vezes até motivar pessoas/funcionários. (OLIVEIRA, 2011)
- Palestra: geralmente de caráter expositivo e até educativo, neste tipo de evento existe um palestrante que irá tratar e apresentar determinado assunto. (OLIVEIRA, 2011)

- Conferência: Se assemelham às palestras porém são mais formais. Baseia-se na apresentação de um tema por autoridade da área a um público interessado. (GUIMARÃES, 2013)
- Feira: neste tipo de evento, ocorre um contato direto e até indireto entre vendedores (fornecedores) e compradores. Nesse formato há vendas e apresentações de produtos e serviços e buscam divulgar, oferecer e fazer vendas. (GUIMARÃES, 2013)
- Festival: Pode ser caracterizado como um evento em que pese fatores artístico-culturais, composto de apresentações previamente selecionadas, com o objetivo de competição, divulgação ou promoção comercial. Entende-se que eles devem agregar benefícios junto à comunidade em que estão inseridos. (Petitinga, 2008)

4.6. Misticismo

O termo “misticismo” vem do francês *mysticisme* e segundo o dicionário Michaelis, “é uma crença religiosa ou filosófica dos místicos, que admitem comunicações ocultas entre os homens e a divindade” ou ainda “aptidão ou tendência para crer no sobrenatural em lugar do racional ou científico; credulidade.”

Para muitos, o misticismo não é ligado a nenhuma religião, pois esta se mostra como uma espécie de intermediária entre a figura humana e a natureza; enquanto que o místico se refere à um tipo de experiência direta e pessoal com a divindade sem necessidades de dogmas ou de qualquer linha de pensamento.

O psicólogo e espiritualista Hugo Lapa já diz que o termo “misticismo”, vem do grego “mistério” e complementa dizendo que:

Esse mistério não é o que se pretende intencionalmente ocultar de alguém, mas o mistério que é inerente a própria natureza das coisas. Assim, a palavra mistério não se refere àquilo que está escondido em algum lugar, mas a própria condição de intocável, de inefável ou de imperceptível pelos sentidos habituais.

Por fim Lapa sintetiza em dizer que o misticismo é uma filosofia de vida existente em diversas culturas e denota místico como sendo “aquele que não concebe a separatividade entre o Universo e os seres.”

4.7. Turismo Místico e Esotérico no Brasil

Esse tipo de turismo atrai pessoas que são interessadas em ir além do convencional, buscam autoconhecimento e espiritualidade, conhecer locais poderosos energeticamente ou até tradições religiosas.

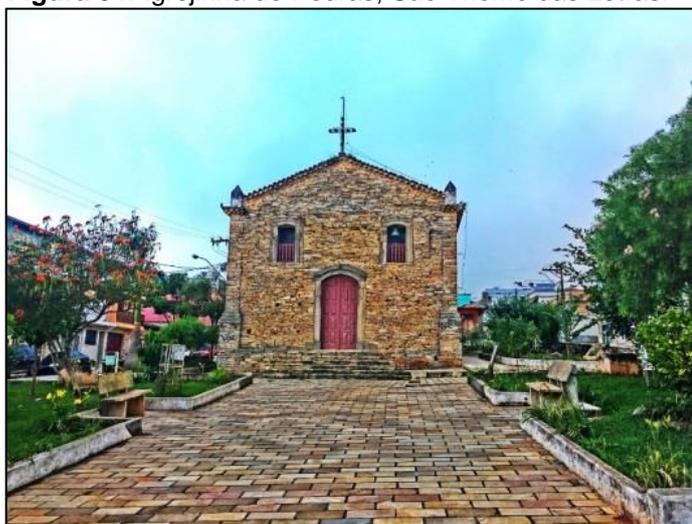
A plataforma E-Disciplinas (2013) endossa afirmação acima na citação abaixo:

[...] caracteriza-se pelas atividades turísticas relacionadas com a busca da espiritualidade e do auto-conhecimento com crenças e rituais considerados exóticos e alternativos. As pessoas que buscam esse tipo de roteiro além dos aspectos místicos, buscam fortalecer suas crenças, “matar” a curiosidade, e ampliar seus horizontes. Nesse local, o turista pode ser recepcionado por guias espirituais e participar de trabalhos corporais, meditações, palestras e vivências emocionais e receber tratamentos[...]

No Brasil este tipo de turismo tem ganhado cada vez mais adeptos, as pessoas tem buscado fortalecer crenças, relaxar e criar conexões. O Brasil é um país com vasta área (ainda) de natureza e esse é um dos principais atrativos holísticos. Abaixo alguns dos principais destinos místicos – esotéricos do país.

- São Thomé das Letras (MG): Localizado no estado de Minas Gerais, esta cidadezinha é conhecida por seu ar rústico e místico que atrai milhares de visitantes anualmente tanto pelas seus atrativos naturais como cachoeiras e natureza, como pela energia do local e atrativos “imaginários” como bruxas e duendes. Na foto abaixo, a vista da igrejinha de pedras, um dos principais pontos turísticos da cidade.

Figura 04: Igrejinha de Pedras, São Thomé das Letras.



Fonte: A autora, 2018.

- Caraíva (BA): Fica no litoral sul da Bahia, o vilarejo de Caraíva ainda é pouco conhecido pelo turista de massa, as pessoas buscam relaxar e se conectar com a natureza e curtir as belas praias do local. A seguir foto da principal viela do vilarejo:

Figura 05: Vila de Caraíva.



Fonte: melhoresdestinos.com.br.

- Chapada dos Veadeiros (GO): Localizado em Goiás, mais precisamente próxima das cidades de Alto Paraíso e Cavalcante, a chapada é muito procurada por aventureiros que desejam se conectar e se aproximar da natureza. São dezenas de cachoeiras, cerrado e rochas com bilhões de anos. Ainda há os que recorrem à cidade pelo seu misticismo, a região está sobre uma placa de quartzo e o Paralelo 14 – que é o mesmo que cruza Machu Picchu.

Figura 06: Vale da Lua.



Fonte: A autora, 2021.

4.8. Eventos Místicos no Brasil

Atualmente o número e os tipos de eventos místicos no país vem aumentando, são diversas propostas nos mais variados tipos de eventos, abaixo será falado brevemente sobre dois dos principais eventos nacionais:

- Mystic Fair: Está na sua 11ª edição, acontece no Rio de Janeiro, São Paulo e agora em Minas Gerais, é um tipo de feira com stands, palestras, vivências, rituais e atendimentos terapêuticos voltados ao público participante. (Mystic Fair, 2020)

Este evento que não tem periodicidade em acontecer, ocorre em até dois dias, sempre aos finais de semana, apresenta o universo místico por meio de uma espécie de imersão, onde no grande salão além da comercialização de produtos e serviços, acontecem diversas apresentações culturais e nos auditórios acontecem palestras e workshops gratuitos (inclusos no valor do ingresso de entrada – a partir de R\$15,00) abordando os mais diversos temas, passando por numerologia, mandalas, universo cigano, reiki, bruxaria, dentre outros.

Como o próprio nome já diz, o objetivo deste evento consiste no fechamento de vendas, seja durante os dias de realização ou no pós feira. São vendidos artigos esotéricos, indumentárias, livros, instrumentos, medicamentos homeopáticos assim como também sessões de reiki, consultas de oráculos e terapias como pode-se ver nas imagens abaixo da edição realizada em novembro de 2020 na cidade de Rio de Janeiro:

Figura 07: Sessão de quiromancia.



Fonte: facebook.com/mysticfair.

Figura 08: Stand de roupas.



Fonte: facebook.com/mysticfair.

- Ilumina Festival: acontece na Chapada dos Veadeiros em Goiás e tem duração média de 3 dias, reúne dança, meditação, vivências em busca de facilitar a

consciência amorosa, trazer cura e ancorar alegria e energia espiritual. (Festival Ilumina, 2020)

Este evento que tem periodicidade anual, tem foco nas vivências e experiências de meditação, yoga, alimentação consciente, saberes ancestrais, alinhamento dos chakras e outros. Nesta proposta do festival há ainda muita dança, apresentações musicais com grandes nomes do cenário como Lia de Itamaracá, Geraldo Azevedo, Vanessa da Mata, além de rodas de conversas e talks com gurus como o Sri Prem Baba. Todos se reúnem numa grande tenda, como mostram as imagens abaixo, onde acontecem as principais atividades do festival que prometem resgatar a sua conexão com o que dá sentido à vida.

Figura 09: Vivências.



Fonte: facebook.com/iluminaamor.

Figura 10: Talk na tenda.



Fonte: instagram.com/luanaferreira.

A dedicação da equipe em fazer o evento dar certo, se observa até nas pequenas coisas: sabendo a dificuldade que existe para se chegar ao complexo onde acontece o evento, a produção facilita o transporte por meio de caronas solidárias e auxilia na hospedagem para os participantes através de grupos nas mídias sociais. Além de buscar um menor impacto à natureza, o espaço também dispõe de uma comedoria que comercializa alimentação orgânica, vegetariana e vegana e pontos de água potável já que não são vendidas garrafas de água.

O evento que está entrando na sua 8ª edição, têm seus ingressos comercializados a partir de R\$300,00 e é válido para os dias do festival, porém no ano de 2020 não foi possível a realização devido aos protocolos de retomada ainda muito restritos e em respeito à saúde dos participantes.

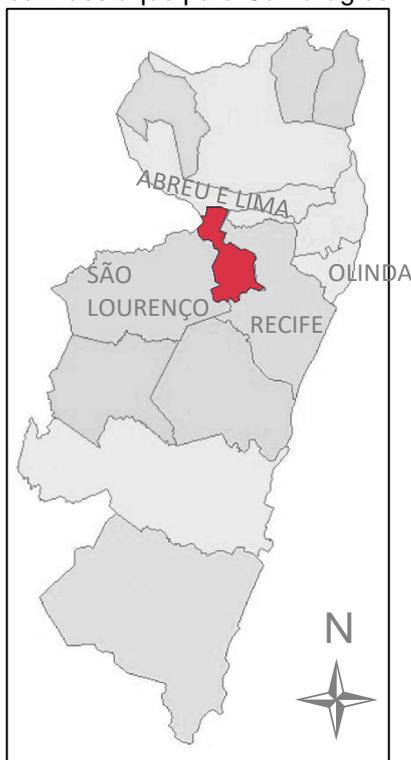
5. CARACTERIZAÇÃO DA ÁREA

Neste capítulo serão abordados alguns tópicos referentes à área em estudo como: localização e abrangência, situação atual, caracterizações histórica, turística e apresentação da área de estudo deste projeto de pesquisa.

5.1. Localização e Abrangência

O bairro em estudo se localiza na zona oeste da Região Metropolitana do Recife, mais precisamente na cidade de Camaragibe.

Figura 11: Mapa da RMR com destaque para Camaragibe.



Fonte: baixarmapas.com.br editado pela autora, 2023.

Localizada na parte oeste da RMR, e cerca de 158.899 habitantes, segundo estima o IBGE - Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística - para o ano de 2020, Camaragibe possui cerca de 51km² de extensão e uma economia baseada principalmente no comércio informal com a presença de várias micros e pequenas empresas espalhadas pela cidade. (IBGE, 2020).

5.2. Caracterização histórica – A cidade de Camaragibe

Em torno do século XV, o território que hoje corresponde à cidade de Camaragibe era ocupado basicamente por indígenas que se distribuíam em pequenas aldeias, porém não se têm muitas pesquisas acerca desse período, segundo informação do IBGE.

Até se tornar engenho, suas terras eram usadas para exploração do pau brasil e posteriormente de cana de açúcar. À época foi uma das mais prósperas províncias açucareiras da região até a Invasão Holandesa em 1645. O Engenho Camaragibe, como foi chamado, tem origem datada em meados do século XVI e foi cenário de diversos conflitos que a fizeram crescer e se fortalecer diante das demais províncias.(CONDEPE FIDEM, 2006)

Seu crescimento já enquanto cidade foi maior com a construção da Cia. Industrial Pernambucana – CIPE em 1895, mais conhecida por Fábrica de Tecidos Braspérola (Figura 12), que através de um programa social, criou a 1ª vila operária da América Latina para abrigar os operários, bairro até hoje chamado de Vila da Fábrica. Hoje tal indústria deu lugar ao Shopping Camará que faz parte da Reserva Camará que prevê a construção de escolas, faculdades, hotéis e residências, a qual trará inúmeros benefícios direta e indiretamente à cidade. (AGOSTINHO, 2020)

Figura 12: Fábrica de Tecidos Braspérola.



Fonte: diretodosmanguezais.blogspot.com, 2020.

5.3. Caracterização turística

À cidade de Camaragibe são atribuídas dois tipos de perfis, um como sendo de “cidade-dormitório” fazendo analogia ao fato de que os moradores passam o dia

trabalhando em outras cidades e vão para Camaragibe apenas para dormir. E outro perfil seria o de local voltado ao descanso e relaxamento nos fins de semana. Esses dois perfis formados por públicos diferentes, entretanto com o mesmo objetivo, querem descanso.

Noutra perspectiva, Camaragibe não apresenta e não tem se mostrado interessado em ampliar sua oferta turística, pois parece se restringir em oferecer “apenas o necessário” para a sua população e não em despertar os moradores a desfrutarem de sua própria cidade e buscar descanso e relaxamento em outras cidades, geralmente no Recife.

Devido aos fatores supracitados entre outros mais, a cidade não dispõe de infraestrutura turística suficiente; todavia os serviços de hospedagem existentes se concentram unicamente em determinada região da cidade – Aldeia, tal qual é objeto deste estudo. Acrescenta-se que os demais serviços que compõem a cadeia turística e presentes na cidade, são supermercados, farmácias, comércios formal e informal, restaurantes, agência de viagens, dentre alguns outros.

Alguns dos atrativos da cidade perduram ao longo dos anos e datam do período da “construção da vila operária” tal qual a Galeria Vila.

- Galeria Vila: Antiga República dos Solteiros, localizada no bairro Vila da Fábrica, hoje o prédio funciona como a Fundação de Cultura de Camaragibe no pavimento superior, enquanto que no pavimento térreo funciona a galeria em si, que já recebeu exposição sobre Frida Kahlo e Diego Rivera e Maracatu de Baque Solto. (BRANDÃO, 2018)

Figura 13: Fachada da Galeria Vila.



Fonte: [facebook.com/camaragibeagora](https://www.facebook.com/camaragibeagora)

- Gruta Nossa Senhora de Lourdes: Também localizada no bairro da Vila da Fábrica e defronte ao Shopping Camará, a Gruta hoje funciona basicamente na realização de missas e eventos de caráter religiosos. Anualmente e em área pertencente ainda à Gruta, é realizada uma espécie de quermesse que é aguardada ansiosamente pelos moradores, uma festa que mistura o profano com o religioso, com muitos brinquedos, shows e comidas.

Figura 14: Foto da Gruta.



Fonte: <https://br.pinterest.com/pin/464644886525893681/>

- Engenho Camaragibe: popularmente conhecido como Casa de Maria Amazonas e localizado logo na entrada da cidade acima do parque municipal, é uma grande casa rosada em estilo neoclássico que ainda possui uma capela, ruínas de senzala e moenda pois lá funcionava no período áureo da produção açucareira em meados do século XVI como diz a Fundação de Cultura de Camaragibe (2018).

Figura 15: Foto do Engenho Camaragibe.



Fonte: <http://www.ipatrimonio.org/>

Posteriormente foi tombada pela FUNDARPE - Fundação do Patrimônio Histórico e Artístico de Pernambuco - como Patrimônio Histórico em 1987. Importante acrescentar que o Engenho Camaragibe não permite visitas pois é local de moradia da família, sendo assim é uma área que não pode ser “explorada” para turismo. Entretanto existe interesse por parte da família, em transformar o engenho no Instituto Engenho Camaragibe afim de transformar o espaço em complexo cultural levando em consideração sua vocação histórico-cultural.

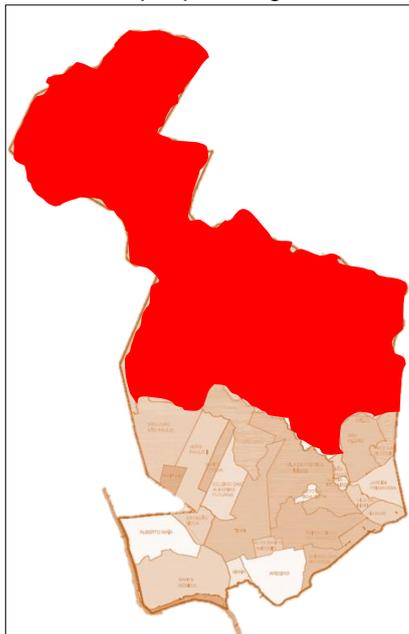
- Aldeia: mesmo não sendo um ponto em específico, e sim um destino, o bairro é um local muito procurado e visitado aos finais de semana principalmente, pois é visto como área de descanso. Uma região bucólica, silenciosa que além das casas de campo, possui muitas atividades ao ar livre como trilhas, rally, mountain bike e outras mais.

5.4. Aldeia, Camaragibe - PE

Situada na porção mais norte da cidade, o bairro de Aldeia é uma área que possui cerca de 274 hectares de Mata Atlântica e Zona de Proteção Permanente (ZPP), segundo Rafael, 2011. A ZPP se trata de uma região que deve ser preservada devido à sua função ambiental – como por exemplo, a existência de cursos hídricos e pela biodiversidade do local.

Limita-se ao norte com os municípios de Paudalho e Abreu e Lima, ao sul com Camaragibe, leste com o Recife e oeste São Lourenço da Mata, sendo seu principal acesso por meio da PE – 27, mais conhecida como Estrada de Aldeia; são 17km de extensão dentre os quais 13km cruzam o bairro de mesmo nome.

Figura 16: Mapa de Camaragibe com destaque para região de Aldeia.



Fonte: Base de dados da prefeitura, modificado pela autora, 2023.

Hoje, Aldeia se caracteriza por apresentar diversos condomínios residenciais e de campo/lazer que se unem ao verde da Mata para promover a integração e caracterizar o bairro no que diz respeito à preservação e ao “estar em meio bucólico”.

Tomando como partido essa integração, percebe-se que muitas atividades são moldadas e direcionadas para estabelecer esta conexão com o natural, exemplo disso, é o número crescente de espaços holísticos no bairro, em busca de realizar curas energéticas, equilibrar corpo mente e espírito, aproximar do Divino e construir uma vida mais voltada ao ser.

Explorando os potenciais do bairro (moradores), foi criado com apoio da Lei Aldir Blanc do Governo do Estado Pernambuco (Lei nº 14.017/2020), um catálogo virtual apresentando atividades e contatos dos moradores de acordo com as atividades realizadas, intitulado de Mapa Cultural de Aldeia que está disponível no site mapaculturaldealdeia.com.br.

A região tardiamente está sendo incentivada pela Prefeitura de Camaragibe e hoje faz parte da Rota do Bem Estar para estimular o turismo e desenvolvimento da economia local. São 2km de trilha de nível fácil – para atrair toda a família – com

direito a muito verde, banho de água doce, paradas para avistar animais e nascentes de rios. Algumas outras trilhas também estão sendo mapeadas pela guarda ambiental para entrar e criar outras rotas. (JC ONLINE, 2018)

A Rota do Bem Estar foi o pontapé inicial para que fossem criadas políticas públicas em Camaragibe que visam a preservação do verde por meio da realização de trilhas voltadas para todos os níveis de trilheiros. O slogan “Nossa praia é o verde” criado em meados de 2022 no mandato de Nadeji Queiroz, evidencia o maior potencial da cidade no que diz respeito ao turismo, incitando que o morador seja o primeiro e principal turista por meio da autovalorização dos seus espaços, nesse caso, o verde.

Em contraponto ao enaltecimento do verde, têm-se o crescimento no que diz respeito à especulação imobiliária, chegada de novos moradores – alinhados e desalinhados com a caracterização do bairro – e por consequente uma maior atividade humana numa região que noutro momento carregava o “sossego” como sendo este o maior privilégio de quem vive lá.

Figura 17: APA Aldeia Beberibe.



Fonte: <https://oxerecife.com.br/>

6. METODOLOGIA

A escolha temática deste trabalho de pesquisa foi impulsionada pelas inquietações nas áreas de interesse da autora, que atuando com eventos e sendo diretora de uma produtora, percebeu a representatividade que o tema – *misticismo* – tem na região escolhida; que já faz parte do cotidiano da mesma pois se trata de seu local de moradia, e conhecendo as demandas, peculiaridades, potencialidades e buscando atuar em parceria com a comunidade, que se criou a proposta.

Para alcançar o objetivo deste trabalho, foi realizada uma pesquisa de caráter exploratório – descritivo, que trouxe aprofundamentos que dizem respeito ao Turismo de Eventos e ao local em questão, Aldeia. Foram obtidos dados e informações em sites, periódicos, pesquisas bibliográficas, além de documentos e materiais na sede da prefeitura do município de Camaragibe.

Segundo Gil (2002, p. 41), as pesquisas exploratórias têm por objetivo aprimorar idéias e geralmente envolvem levantamentos bibliográficos e pesquisas/entrevistas para uma maior compreensão do tema abordado.

Posteriormente percebeu-se a importância de um formulário de pesquisa no desenvolvimento deste trabalho, e por isso a análise se deu através de uma abordagem quantitativa, onde foram obtidas informações de caráter estatísticos. Para UNIFAP (2012, p. 01), este tipo de pesquisa quantifica os resultados da coleta, o que garante a precisão e mitiga distorções de estudo de interpretação e assegura um resultado confiável na análise estatística.

Ademais, as pesquisas nortearam o foco do evento, visto que o campo místico é de vasta capilaridade e exige que seja tratada com responsabilidade as mais diversas crenças.

Por outro lado, o também propósito desta pesquisa foi o de observar e descrever as características e cultura do público interessado, a fim de traçar um perfil (público alvo) para a proposta do evento.

6.1. Apresentação dos dados da pesquisa quantitativa

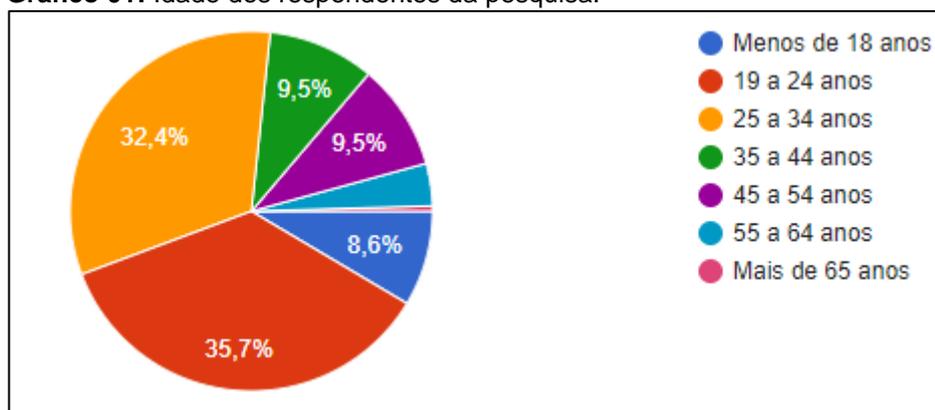
O projeto do Festival Místico em Aldeia utilizou a abordagem quantitativa para obter resultados sobre a proposta do evento. Este formulário produzido via plataforma *Google Forms*, foi aplicado por meio de divulgação de link em redes sociais – Whatsapp, Instagram e Facebook - para que fosse respondido de maneira digital no período de 30 de julho a 15 de agosto de 2021 e foram obtidos 210 respondentes. Os dados obtidos foram categorizados através do *Google Sheets* e posteriormente foram transmutados em gráficos para apresentação e análise abaixo.

Foram 7 blocos de perguntas com foco no Perfil Demográfico e Social, O Bairro, Cultural, Evento Místico, Acessibilidade, Mídias Sociais e Contato.

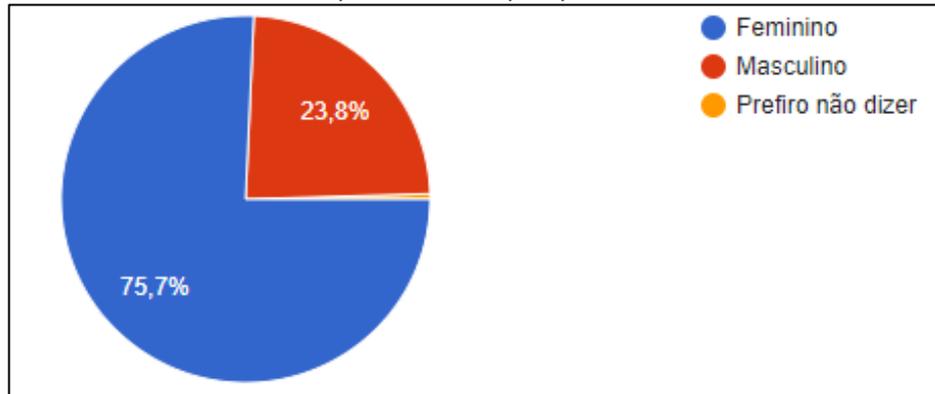
No bloco de perguntas sobre os perfis demográfico e social, foram levantados dados a fim de traçar o público alvo do respectivo evento, com perguntas sobre idade, gênero, escolaridade, ocupação profissional, cidade que reside, faixa de renda pessoal e identificação religiosa.

Após análise desses dados, observou-se que cerca de 68% do público respondente tinha entre 19 e 34 anos, como mostra o Gráfico 01 e maioria composta de pessoas que se identificam com o gênero feminino (75,7%) representado pelo Gráfico 02.

Gráfico 01: Idade dos respondentes da pesquisa.

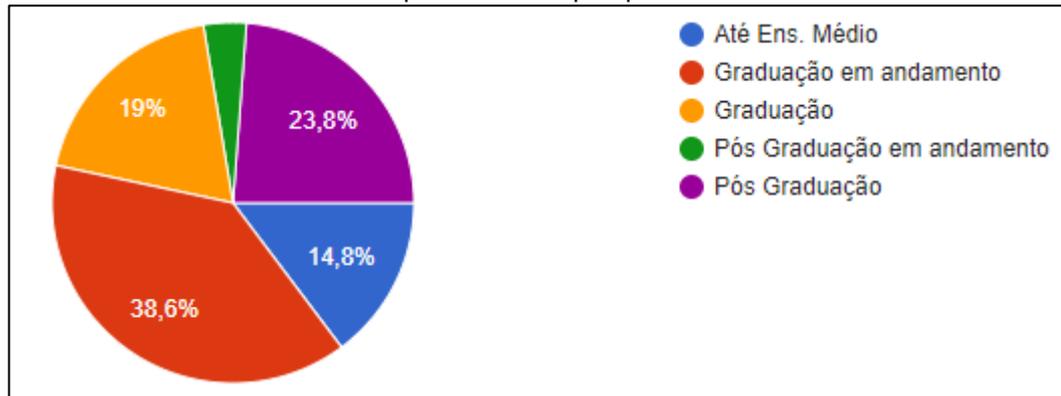


Fonte: gráfico de pizza elaborado pelo *google forms*.

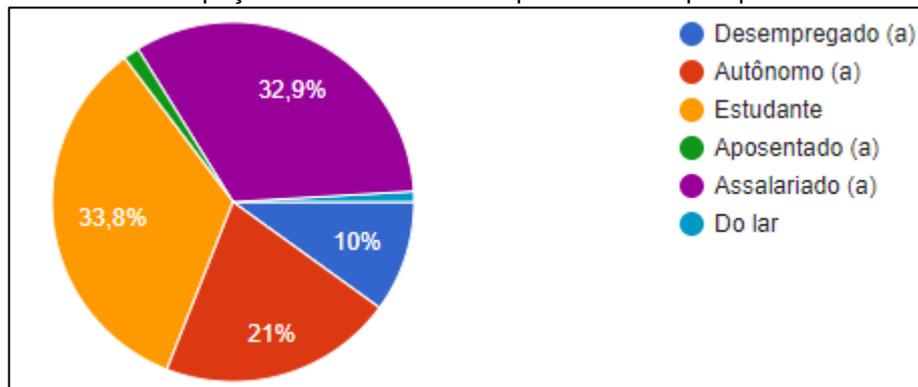
Gráfico 02: Gênero dos respondentes da pesquisa.

Fonte: gráfico de pizza elaborado pelo *google forms*.

Este grupo possui cerca de 80% com no mínimo graduação em andamento (Gráfico 03) e boa parte (87,7%) do grupo entre estudantes, autônomos e assalariados representado no Gráfico 04.

Gráfico 03: Escolaridade dos respondentes da pesquisa.

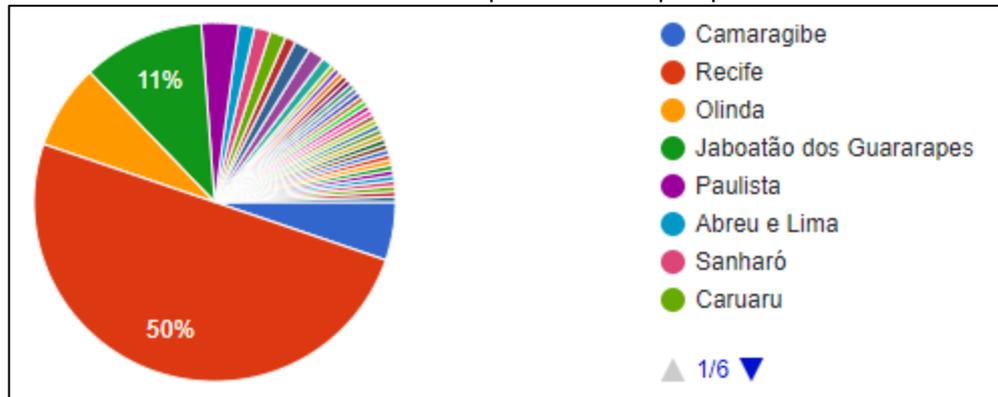
Fonte: gráfico de pizza elaborado pelo *google forms*.

Gráfico 04: Ocupação Profissional dos respondentes da pesquisa.

Fonte: gráfico de pizza elaborado pelo *google forms*.

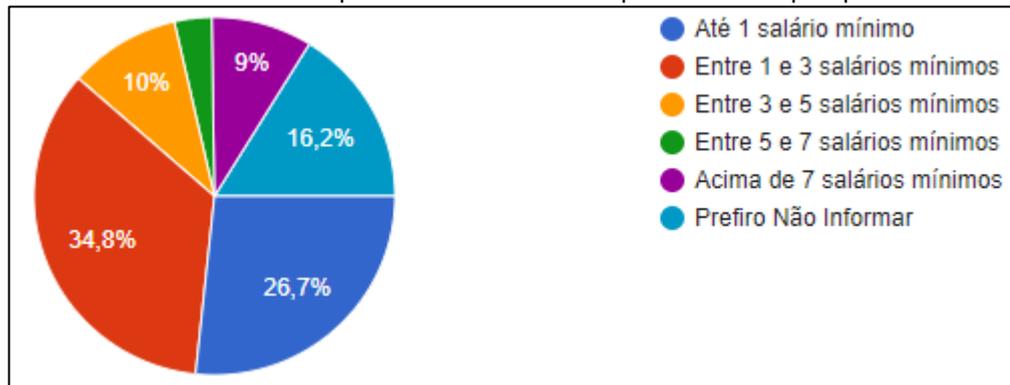
Sobre cidade de residência, 73,8% se encontrava residindo na RMR (Gráfico 05), 61,5% com renda pessoal de até 3 salários mínimos que pode ser conferido no Gráfico 06 e cerca de 60% dos respondentes entre sem religião e católicos (Gráfico 07)

Gráfico 05: Cidade onde residem os respondentes da pesquisa.



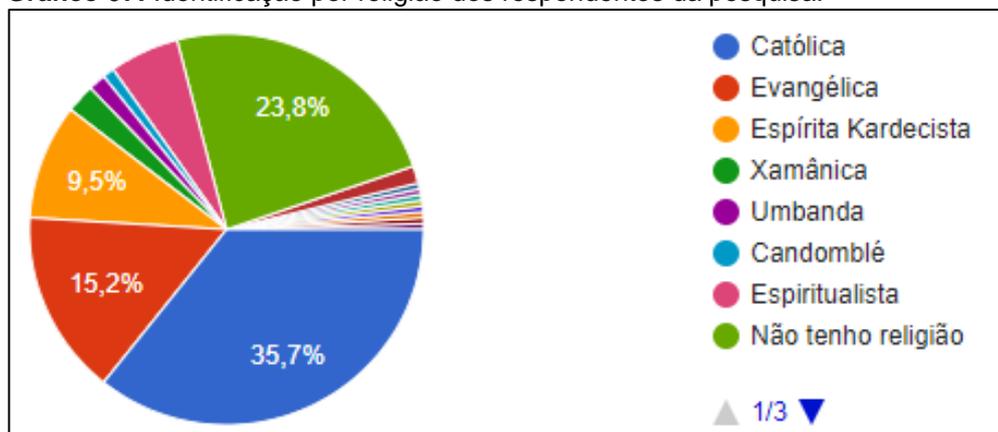
Fonte: gráfico de pizza elaborado pelo *google forms*.

Gráfico 06: Faixa de renda pessoal/mensal dos respondentes da pesquisa.



Fonte: gráfico de pizza elaborado pelo *google forms*.

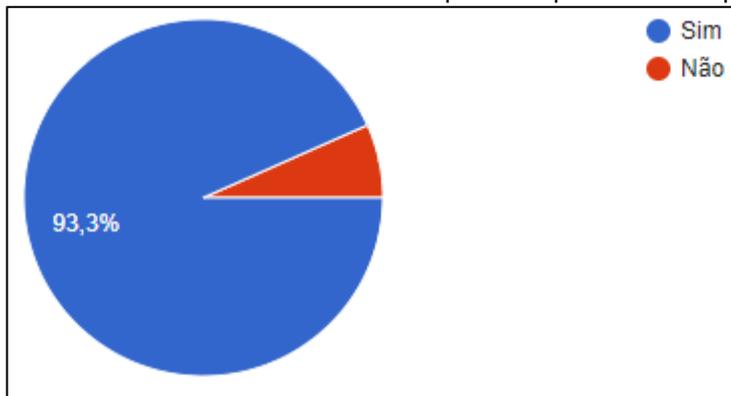
Gráfico 07: Identificação por religião dos respondentes da pesquisa.



Fonte: gráfico de pizza elaborado pelo *google forms*.

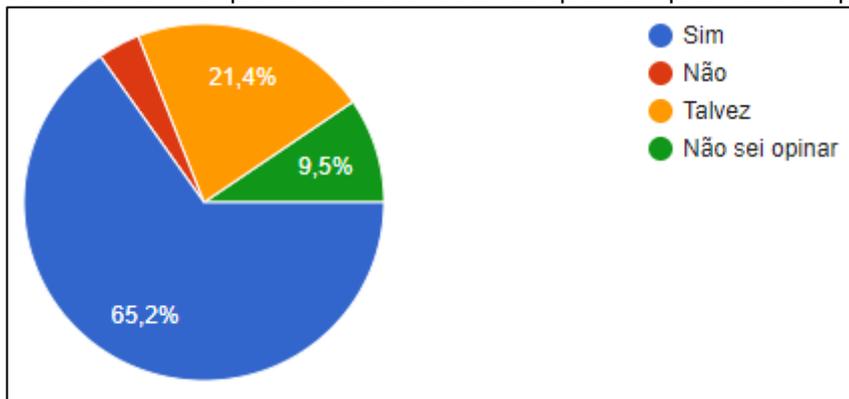
O bloco de perguntas sobre o bairro – Aldeia, contem perguntas sobre a percepção e conhecimento da localidade. Mais de 90% dos respondentes já ouviram falar e destacaram os pontos de interesse como a natureza e a calma como mostra o Gráfico 08, e mais de 65% considerando que a localidade tem potencial turístico (Gráfico 09) e que iriam à passeios pelo bairro principalmente e respectivamente para momentos de lazer, passeios e participar de celebrações. (Gráfico 10).

Gráfico 08: Conhecimento do bairro pelos respondentes da pesquisa.



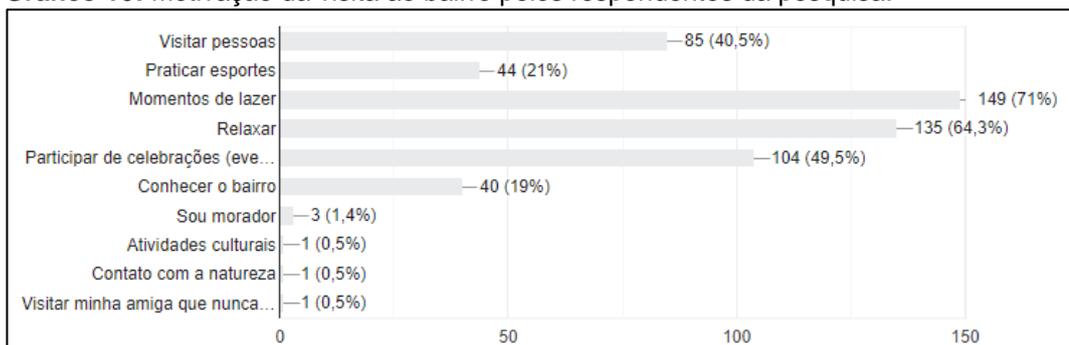
Fonte: gráfico de pizza elaborado pelo *google forms*.

Gráfico 09: Sobre potencial turístico do bairro pelos respondentes da pesquisa.



Fonte: gráfico de pizza elaborado pelo *google forms*.

Gráfico 10: Motivação da visita ao bairro pelos respondentes da pesquisa.

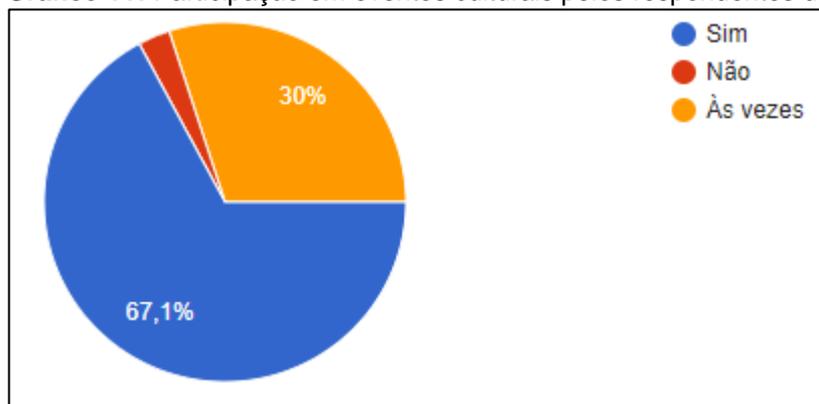


Fonte: gráfico de barras elaborado pelo *google forms*.

O terceiro bloco de perguntas foi sobre cultura, para saber sobre a participação, perfil de consumo e os principais aspectos que viabilizam a presença nos eventos.

Como mostra o Gráfico 11, cerca de 97% das pessoas responderam que participam ou participaram de eventos culturais e que a localização influencia em cerca de 67%; o acesso ao transporte em 75,2%; o preço do ingresso em 54,8%; a segurança em 87,6% e a sinalização urbana em 49,5%.

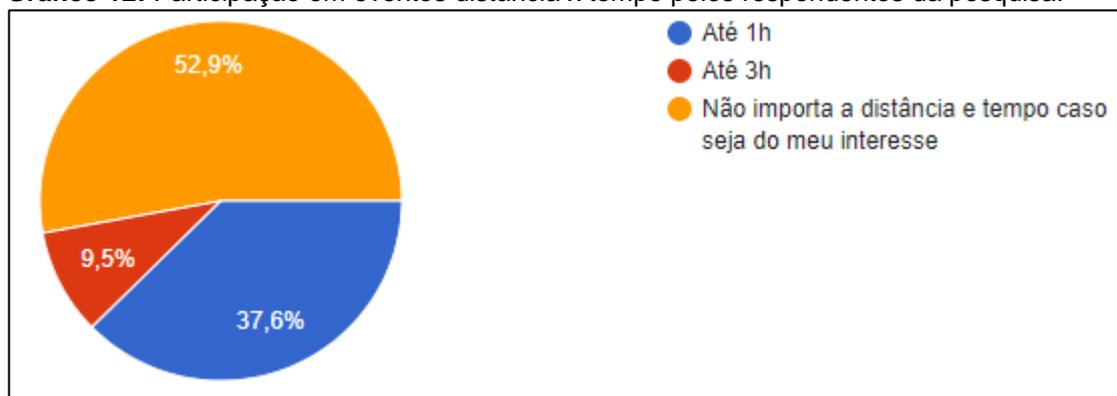
Gráfico 11: Participação em eventos culturais pelos respondentes da pesquisa.



Fonte: gráfico de pizza elaborado pelo *google forms*.

Ainda neste bloco, foram realizadas perguntas buscando focar na proposta de evento relacionado, com questões sobre participação em eventos quão distante tempo da residência, e mais de 50% dos respondentes disseram que não importa o tempo caso haja interesse.

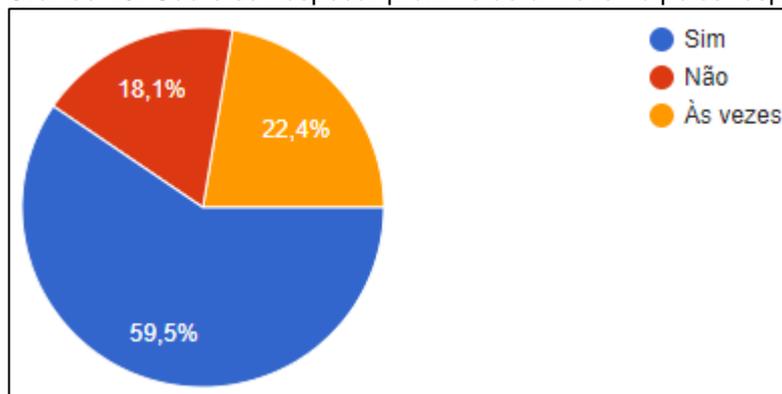
Gráfico 12: Participação em eventos distância x tempo pelos respondentes da pesquisa.



Fonte: gráfico de pizza elaborado pelo *google forms*.

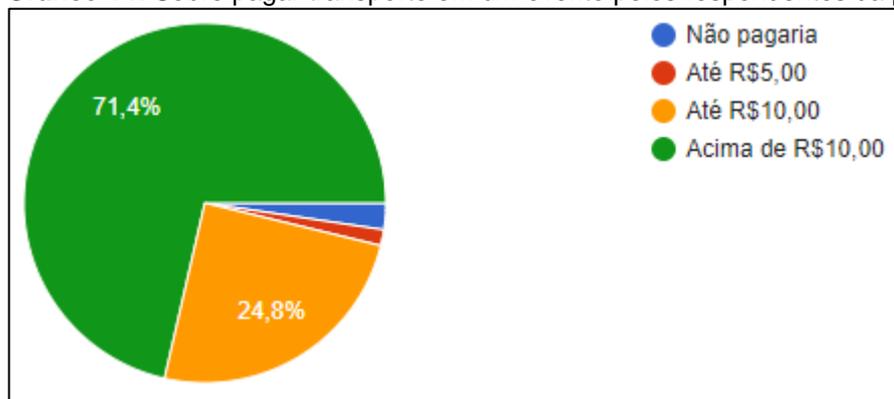
Sobre se hospedar próximo ao evento, cerca de 82% respondeu que alguma vez já considerou esta opção, como mostra Gráfico 13. Mais de 70% pagaria acima de R\$10,00 para um transporte realizar trajeto de ida e volta para um evento (Gráfico 14); sobre carona solidária, cerca de 56% disse que só ouviu falar mas que nunca usou.

Gráfico 13: Sobre se hospedar próximo de um evento pelos respondentes da pesquisa.



Fonte: gráfico de pizza elaborado pelo *google forms*.

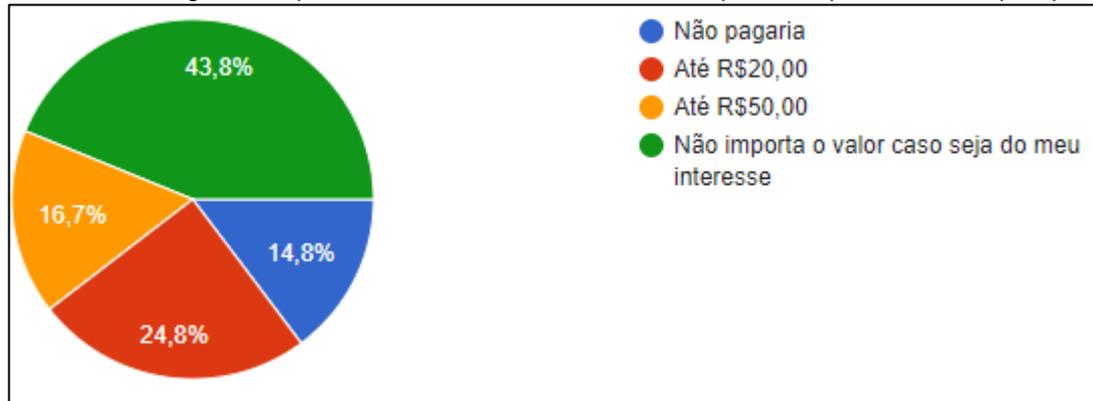
Gráfico 14: Sobre pagar transporte em um evento pelos respondentes da pesquisa.



Fonte: gráfico de pizza elaborado pelo *google forms*.

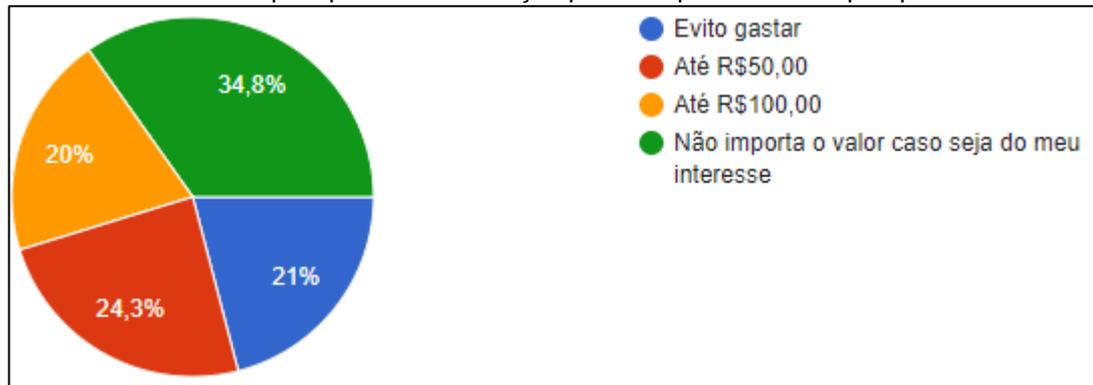
Já quando foram perguntados sobre os valores de ingresso para participar e se pagariam a mais para ter acesso a outras atividades dentro de um evento, maioria dos respondentes informou que não importa o valor caso seja do interesse (como mostra Gráfico 15). Por fim, foram questionados sobre adquirir produtos ou serviços e apenas 21% informou que evita fazer gastos no Gráfico 16.

Gráfico 15: Pagar mais para ter acesso a outras atividades pelos respondentes da pesquisa.



Fonte: gráfico de pizza elaborado pelo *google forms*.

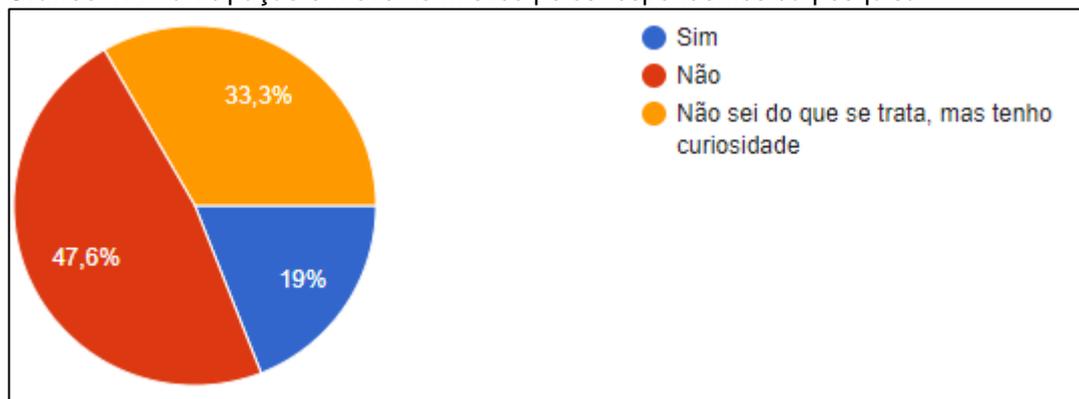
Gráfico 16: Sobre adquirir produtos e serviços pelos respondentes da pesquisa.



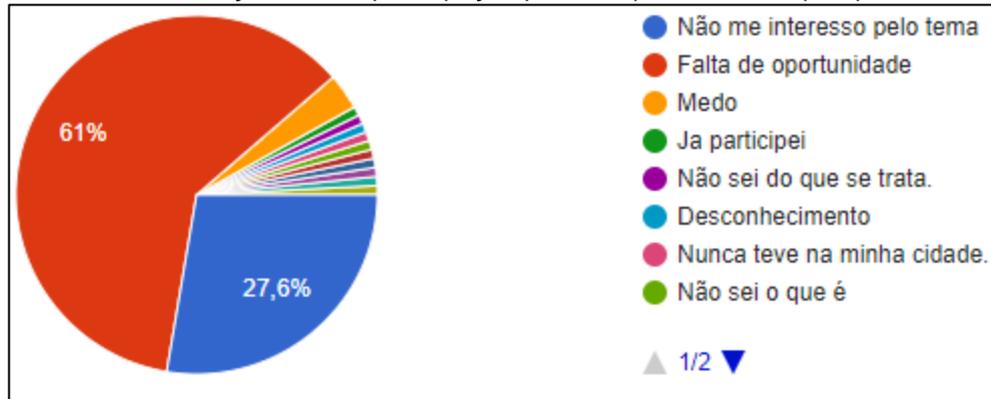
Fonte: gráfico de pizza elaborado pelo *google forms*.

Já no bloco de perguntas sobre Evento Místico, quando perguntados sobre participação neste tipo de evento, mais da metade já participou e têm curiosidade (Gráfico 17) e dentre os que responderam que nunca estiveram, 61% relataram que por falta de oportunidade e 27,6% alegaram que não têm interesse pelo tema (Gráfico 18).

Gráfico 17: Participação em evento místico pelos respondentes da pesquisa.

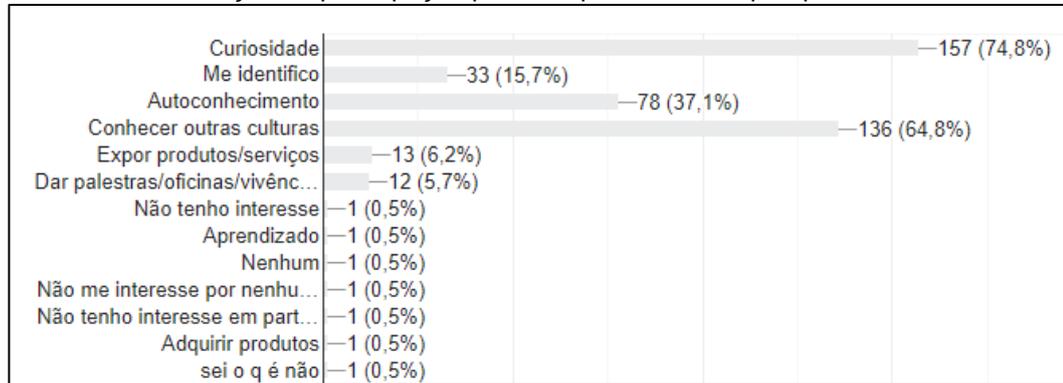


Fonte: gráfico de pizza elaborado pelo *google forms*.

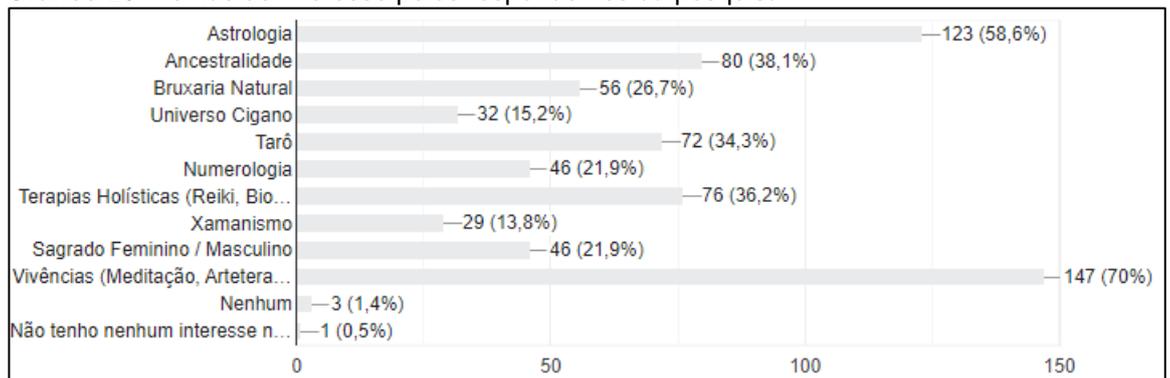
Gráfico 18: Motivação da não participação pelos respondentes da pesquisa.

Fonte: gráfico de pizza elaborado pelo *google forms*.

Sobre os motivos de participar, boa parte dos respondentes disseram que por curiosidade, para conhecer outras culturas e autoconhecimento (Gráfico 19). Na busca sobre quais temas de interesse dentro do misticismo podem ser trabalhados no evento, os respondentes informaram vivências, astrologia, ancestralidade, terapias holísticas e tarô; sendo estas as maiores porcentagens de interesse, como mostra o Gráfico 20.

Gráfico 19: Motivação da participação pelos respondentes da pesquisa.

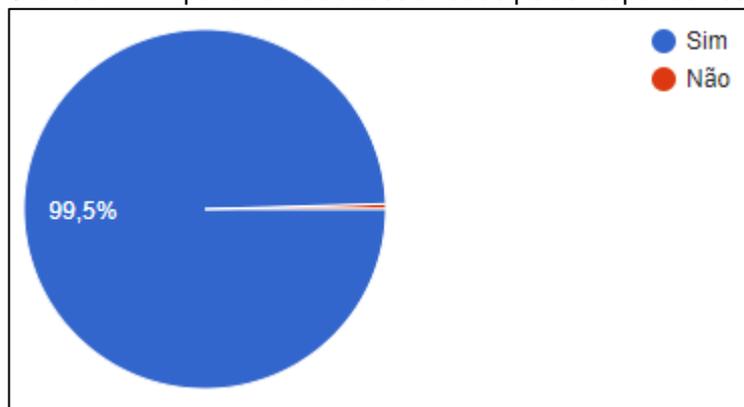
Fonte: gráfico de barras elaborado pelo *google forms*.

Gráfico 20: Temas de interesse pelos respondentes da pesquisa.

Fonte: gráfico de barras elaborado pelo *google forms*.

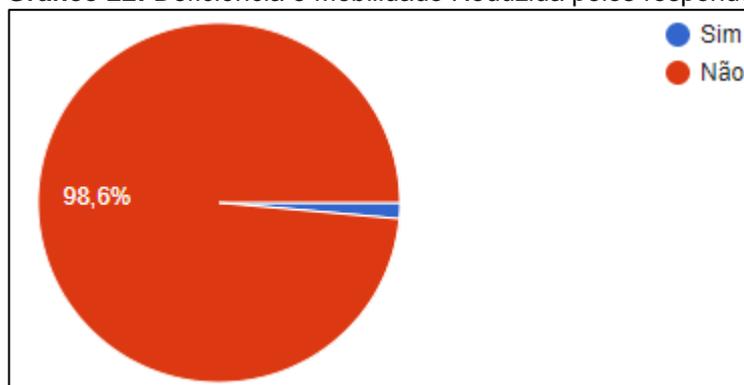
O penúltimo bloco tratou sobre a acessibilidade, importância e se dentro dos respondentes existem pessoas com deficiência ou mobilidade reduzida. Sobre importância, apenas 0,5% julgou não ser importante (Gráfico 21); e cerca de 1,5% possui alguma deficiência ou mobilidade reduzida (Gráfico 22); no tocante intérprete de libras e escrita em braile, respectivamente 2,4% e 1,9% dos respondentes julgaram não serem importantes, entretanto 100% considerou que acessibilidade para pessoas com deficiência física é importante (Gráfico 23).

Gráfico 21: Importância de acessibilidade pelos respondentes da pesquisa.



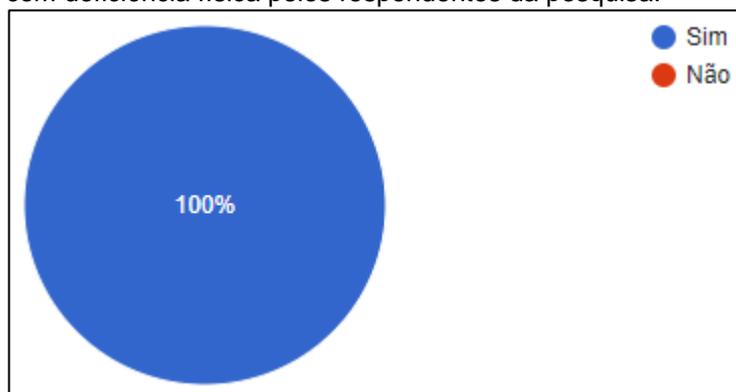
Fonte: gráfico de pizza elaborado pelo *google forms*.

Gráfico 22: Deficiência e Mobilidade Reduzida pelos respondentes da pesquisa.



Fonte: gráfico de pizza elaborado pelo *google forms*.

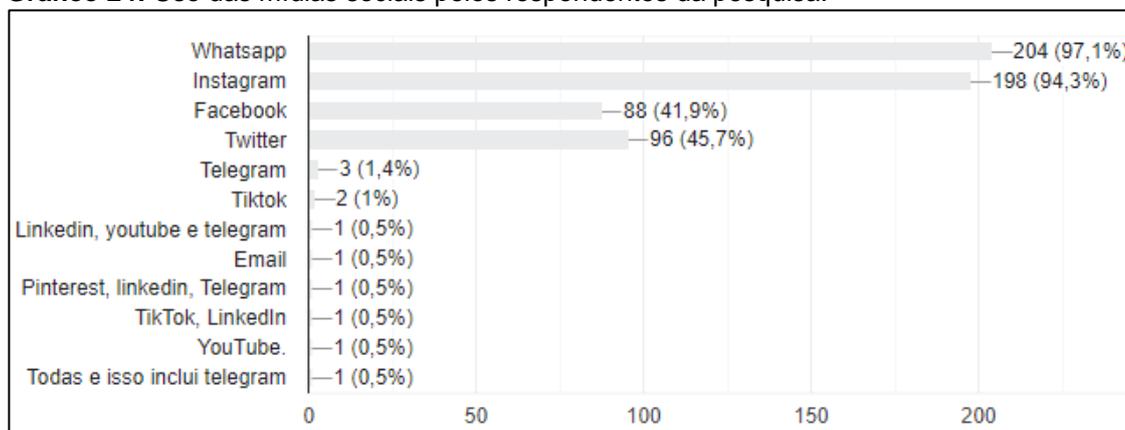
Gráfico 23: Importância de acessibilidade para pessoas com deficiência física pelos respondentes da pesquisa.



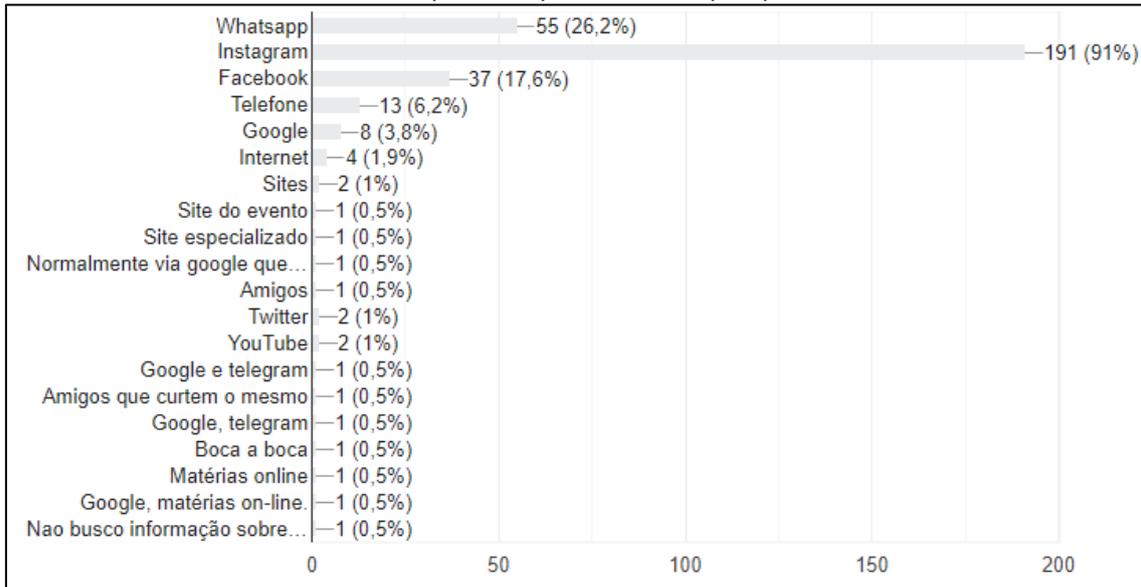
Fonte: gráfico de pizza elaborado pelo *google forms*.

O bloco de perguntas sobre as mídias sociais buscou analisar o uso das redes pelos respondentes. O uso do Whatsapp e Instagram se aproximou de 100%, (Gráfico 24) com alta frequência de uso dessas redes; por fim sobre onde os respondentes buscam informações sobre os eventos, Instagram e Whatsapp tiveram uma boa representatividade (Gráfico 25).

Gráfico 24: Uso das mídias sociais pelos respondentes da pesquisa.



Fonte: gráfico de barras elaborado pelo *google forms*.

Gráfico 25: Uso das mídias sociais pelos respondentes da pesquisa.

Fonte: gráfico de barras elaborado pelo *google forms*.

7. FESTIVAL MÍSTICO EM ALDEIA

Neste capítulo será apresentado o evento como resultado da concepção e planejamento: sua apresentação, programação, requisitos técnicos, estratégia de marketing, plano de mídia, orçamento, sistema de cotas, parceiros e apoiadores.

7.1. Apresentação

O evento terá duração de 3 dias, sexta a domingo, iniciando às 15h da sexta feira e se prolongando até o domingo às 18h. É importante que a data escolhida seja em semana de lua cheia ou eclipse para que possamos utilizar a energia da lua a “nosso favor” e também moldar a programação em torno disto.

Como se está na primeira edição do evento, pretende-se realizar algumas vezes por ano, levando em consideração a roda do ano, luas e eclipses e à depender de demanda.

Para o ano de 2023, irão ocorrer 4 eclipses – dois lunares e dois solares - sendo em 20 de abril, 05 de maio, 14 e 28 de outubro. As datas 05 de maio e 28 de outubro acontecem em lua nova, que é um período bastante favorável quando se diz respeito aos rituais, manifestações e cocriações.

Por ser um evento que além de todo seu propósito, ainda visa despertar o turismo de saúde e o sentimento de bairrismo, será um festival para a família toda. Desde crianças aos idosos, então serão criados espaços para cada um desses públicos, com pólo infantil, de cursos e vivências, feirinha e áreas de convivências e trilhas.

Pólo Infantil: espaço com monitor onde haverá uma programação dedicada aos pequenos, com contação de histórias, brincadeiras e pinturas, de forma que essas atividades possam incentivar a perpetuação de nosso folclore.

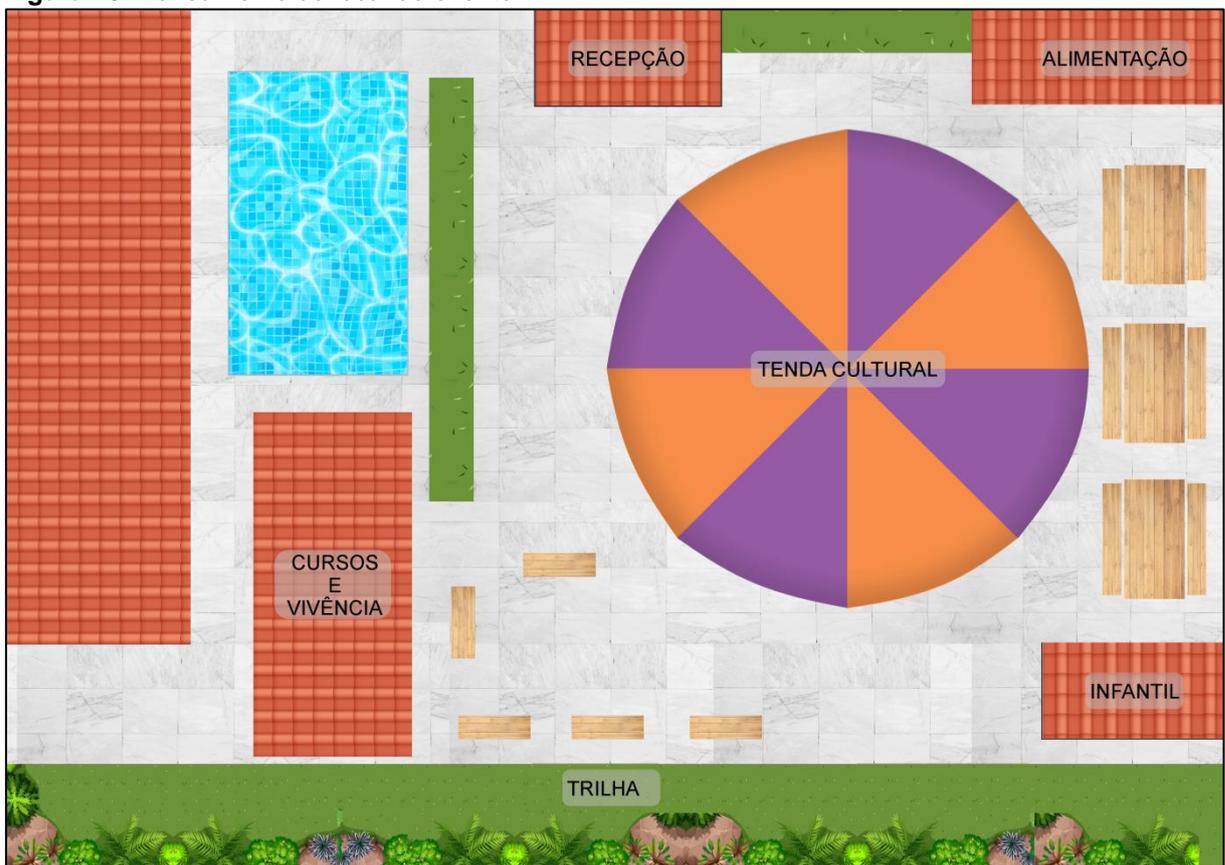
Pólo de Cursos e Vivências: localizado um pouco mais distante dos demais pólos devido à necessidade de menos ruídos, será composto por pelo menos duas salas, sendo uma com cadeira e outra não, para que à depender dos temas e vivências, se possa ter melhor conforto.

Tenda Cultural: esse pólo vai receber além de barraquinhas para venda de produtos e ofertar serviços, como também apresentações artísticas no que tange ao tema do evento.

Trilhas: para oferecer um momento de contato direto com a natureza, em alguns momentos do dia sairão grupos rumo às trilhas do nosso espaço, podendo até ter paradas para banho e incluindo momentos de meditação.

Praça de Alimentação: esse espaço será mais reduzido porém contendo mesas e cadeiras e com comedorias prontas para receber até os que possuem maiores restrições alimentares.

Figura 18: Zoneamento do local do evento.



Fonte: Elaborado pela autora via Corel Draw, 2023.

7.2. Resumo das Atividades do Festival

Curso de Astrologia: Este curso será lecionado em 3 partes (Astrologia I, II e III) onde as pessoas irão ter conhecimentos amplos sobre o assunto em diversos níveis, passando pelos planetas, mandala astrológica com a influência das casas, retrogradação, astrologia cármica e interpretação de mapas.

Uso Mágico de Ervas, Frutas e Plantas: Nesta vivência, as pessoas irão aprender um pouco mais sobre as propriedades e uso das ervas e a forma como podem ser usadas no dia a dia de acordo com o que se busca.

Introdução à Tarologia: Este workshop irá dar o pontapé inicial para quem deseja ingressar no mundo do tarô. Desde escolha do baralho, conhecendo cada carta, seus significados e leitura intuitiva.

Bruxaria Natural: Saboaria Natural – essa oficina vai apresentar óleos e aditivos vegetais como frutas e flores utilizados na produção de sabonetes, por fim irão produzir sabões baseados nos conhecimentos da aula.

Bruxaria Natural: Velas Artesanais – será realizado o passo a passo para produção de velas aromáticas de acordo com uso e intenção.

Introdução à Numerologia: esse workshop vai apresentar de forma breve o significado básico dos números, como descobrir número pessoal e as previsões de acordo com a numerologia.

Magias para o Dia a Dia: nesta aula irão aprender como intencionar e ativar magias simples do cotidiano, através do uso de ervas e objetos de uso comum para curas, prosperidade e banimento.

Ritual para Abertura de Caminhos Financeiros: Momento mais descontraído para apresentar ritual de prosperidade baseado na luação atual.

7.2.1. Programação e Cronograma

O evento irá acontecer em 3 dias, iniciando no seu primeiro dia, sexta feira, às 15h e finalizando às 21h enquanto que nos demais dias, sábado e domingo, irá iniciar às 8h porém finalizando respectivamente às 21h e às 18h.

QUADRO 01 - CRONOGRAMA

SEXTA FEIRA – 13 outubro	
ATIVIDADE	HORÁRIO
Abertura	15h às 16h
Curso de Astrologia - I	16h às 20h
Apresentação: Universo Cigano	20h às 21h
SÁBADO – 14 outubro	
ATIVIDADE	HORÁRIO
Curso de Astrologia - II	08h às 18h
Uso Mágico de Ervas, Frutas e Plantas	10h às 12h
Introdução à Tarologia	14h às 16h
Oficina de Saboaria e Velas	16h às 18h
Apresentação: Universo Celta	20h às 21h
DOMINGO – 15 outubro	
ATIVIDADE	HORÁRIO
Curso de Astrologia - III	08h às 12h
Introdução à Numerologia	10h às 12h
Magias para o Dia a Dia	14h às 16h
Ritual Abertura de Caminhos Financeiros	16h às 17h
Encerramento	17h às 18h

7.3. Requisitos Técnicos

Para ocorrer qualquer tipo de evento, é necessário mais que força de vontade e capital financeiro. Essa parte pré evento é de suma importância no que diz respeito à estrutura, é o momento que se deve definir os requisitos técnicos físicos e humanos.

QUADRO 02 – REQUISITOS FÍSICOS

Os requisitos físicos se referem às necessidades materiais para fazer acontecer o evento. Pode envolver equipamentos, padronização de pessoal, artigos decorativos e são importantes para impulsionar a qualidade e excelência do evento a ser entregue.

REF.:	FUNÇÃO
Tenda Estrela	Abrigar parte do evento sob a coberta.
Piso Praticável	Estrutura para apresentações mais elevada.
Equip. Som	Fazer sonorização do evento.
Equip. Vídeo	Captar imagens e vídeos.
Barracas (<i>Stand</i>)	Compõe a feirinha.
Geradores	Usar em caso de necessidade elétrica.
BWC Químico	Oferecer suporte aos bwc's existentes.
Cadeiras	Usar nas atividades e produção do festival.
Tapetes	Usar nas atividades de ioga e meditação.
Carpete	Para nivelar e esconder fiação no piso.
Mesas	Apoio nas atividades e produção do festival.
Cavaletes	Uso nas oficinas.
Papel	Uso nas oficinas e pela produção.
Caneta	Uso pela produção.
Bilheteria	Estrutura em octanorm na entrada do evento.
Camisas	Padronização da equipe.
Crachás	Identificação da equipe.
Panfletos	Divulgação do evento.
Cartazes	Divulgação do evento.
Brindes	Divulgação do evento.

QUADRO 03 – REQUISITOS HUMANOS

Os requisitos humanos se referem às necessidades de pessoal para atuar no pré, durante e pós evento. Estas atividades se ramificam, dada a complexidade e amplitude da atividade.

ATUAÇÃO	FORMAÇÃO
Organizador de Evento	Gestão de Turismo
Cenógrafo	Arquitetura Cenográfica
Apoio - Segurança	Téc. em Segurança
Apoio - Recepcionista	Recepcionista
Apoio - Bombeiro Civil	Téc. em Bomb. Civil
Apoio - Serviços Gerais	Aux. Serviços Gerais
Operador de Som e Vídeo	Téc. em Som e Vídeo
Mestre de Cerimônias	Comunicador
Promotora de Eventos	Téc. em Eventos
Eletricista	Téc. em Elétrica
Intérprete de Libras	Intérprete de Libras
Terapeuta Holístico	Terapeuta Holístico
Assessoria Jurídica	Direito
Assessoria Comunicação	Comunicação e Mkt
Fotógrafo	Fotografia

7.4. Estratégia de marketing

Para promover o sucesso de qualquer evento é necessário a sua divulgação por meio da criação de estratégias de marketing que devem ser elaboradas em conjunto, equipes organizadora e de comunicação.

QUADRO 04 – DIVULGAÇÃO

A divulgação do evento se dará através de panfletagem em alguns pontos de Camaragibe, Recife, Olinda e Jaboatão, divulgação em outbus e ações promocionais na Praça de Camaragibe, além de inserções de spots 30” em rádios e divulgação por meio dos patrocinadores.

Perfis de influenciadores da região e do mesmo nicho poderão realizar divulgação em suas redes na semana que antecede e durante evento. Assim como instituir parcerias com periódicos para que possam contribuir em alcançar um maior público interessado.

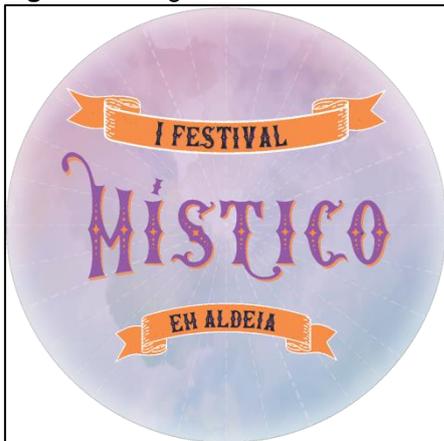
MEIO	LOCAL	OBS.:
Panfletagem	RMR	30.000un em A5
Rádio	Rádio Comunitária e Parcerias	Spots 30”
Outbus	Transp.Compl. em Camaragibe	4 microônibus
Ações Promocionais	Praça de Camaragibe	Brinde (muda)
Influencers	Divulgação durante e semana do evento	Mídias Sociais
Patrocinadores	Físico e Digital	-
Mídias Sociais	Instagram e Facebook	Pago e Gratuito
Periódicos	Jornais, sites comunitários	Parcerias
Material Rico	Disponibilizar <i>ebook</i>	Gratuito

7.5. Plano de Mídia

Em conjunto com a equipe de comunicação, foi traçado um plano de mídia para que o evento possa alcançar o máximo possível de pessoas alinhadas com a proposta do festival.

7.6. Identidade Visual

Figura 19: Logo oficial do evento.



Fonte: Elaborado pela autora, 2023.

Figura 20: Logo oficial do evento.



Fonte: Elaborado pela autora, 2023.

7.7. Material Promocional

Figura 21: Cartaz do evento.



Fonte: Elaborado pela autora, 2023.

Figura 22: Cards do evento.

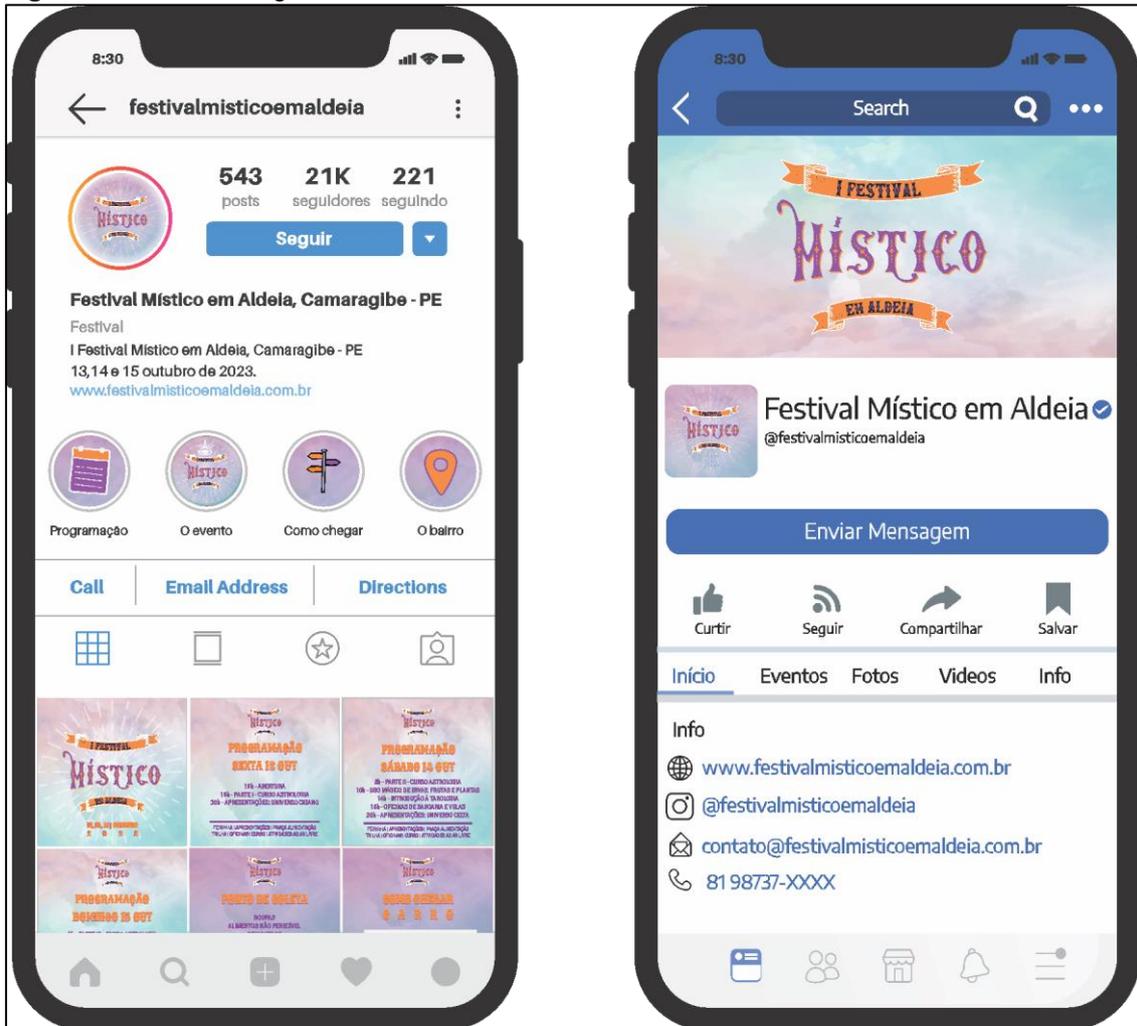


Fonte: Elaborado pela autora, 2023.

7.8. Mídias Sociais

Dada a importância das mídias sociais nos dias atuais, que o evento irá realizar a criação de páginas/contas nos principais meios como Instagram e Facebook.

Figura 23: Prints Instagram e Facebook do evento.



Fonte: Elaborado pela autora via Corel Draw, 2023.

7.9. Panfletagem

Sabendo-se que a panfletagem ainda tem a capacidade de converter pessoas em participantes / usuárias, que irão ser distribuídos 30mil panfletos em tamanho A5 nas vias de grande circulação nas cidades de Camaragibe, Recife, Olinda e Jaboatão.

Figura 24: Panfleto do evento.

I FESTIVAL

MÍSTICO

EM ALDEIA

13, 14 e 15 OUT

ALDEIA

SEXTA
CURSO ASTROLOGIA | UNIVERSO CIGANO

SÁBADO
INTRODUÇÃO À TAROLOGIA | OFICINA DE SABOARIA NATURAL
OFICINA DE VELAS ARTESANAIS | UNIVERSO CELTA

DOMINGO
INTRODUÇÃO À NUMEROLOGIA | MAGIAS PARA O DIA A DIA
RITUAL DE ABERTURA DE CAMINHOS FINANCEIROS

FEIRINHA | TRILHA | ATIVIDADES AO AR LIVRE

INGRESSO: 15\$

SEX: 15h às 21h * SÁB | DOM :8h às 22h

 @festivalmisticoemaldeia  81 98737-XXXX

Fonte: Elaborado pela autora via Corel Draw, 2023.

7.10. Outbus

Camaragibe possui alguns transportes complementares que circulam pela cidade inteira, pensando nisso e no quanto as pessoas utilizam transporte público, que o evento irá contar com a divulgação em 4 outbus.

Figura 25: Mockup de outbus.



Fonte: Elaborado pela autora via Corel Draw, 2023.

7.11. Camisas

Para realizar a padronização do evento e divulgar nas ações de panfletagem e promocional, que haverá dois padrões, sendo um para equipe de produção e outro para terceirizados nas ações que antecedem o evento.

Figura 26: Mockup das camisas.



Fonte: Elaborado pela autora via Corel Draw, 2023.

7.12. Orçamento

TABELA 01 – ORÇAMENTO

RECURSOS HUMANOS		
REF	QTDE	PREÇO
Organizador de Evento	2	R\$8.000,00
Cenógrafo	1	R\$1.500,00
Apoio - Segurança	2	R\$300,00
Apoio - Recepcionista	2	R\$200,00
Apoio - Bombeiro Civil	1	R\$360,00
Apoio - Serviços Gerais	2	R\$200,00
Operador de Som e Vídeo	2	R\$400,00
Mestre de Cerimônias	1	R\$500,00
Promotora de Eventos	4	R\$600,00
Eletricista	1	R\$200,00
Intérprete de Libras	1	R\$400,00
Terapeuta Holístico	3	R\$4.500,00
Assessoria Jurídica	1	R\$2.000,00
Assessoria Comunicação	1	R\$2.000,00
Fotógrafo	1	R\$1.500,00
RECURSOS MATERIAIS		
REF	QTDE	PREÇO
Tenda Estrela	16m Ø	R\$3.000,00
Equip. Som	-	R\$1.000,00
Equip. Vídeo	-	R\$1.000,00
Barracas (<i>Stand</i>)	150m ²	R\$6.000,00
Geradores	2	R\$6.000,00
BWC Químico	4	R\$1.000,00
Cadeiras	100	R\$500,00
Mesas	5	R\$500,00
Cavaletes	4	R\$240,00
Papel	500fl.	R\$20,00
Caneta	20un	R\$25,00
Camisas	10un	R\$250,00
Crachás	50un	R\$140,00
Certificados	100un	R\$190,00
Panfletos	30.000	R\$4.000,00
Cartazes	50un	R\$200,00
Brindes	400un	R\$1.000,00

Recursos Humanos	R\$22.660,00
Recursos Materiais	R\$25.065,00
TOTAL	R\$47.725,00

7.13. Sistema de Cotas

Figura 27: Arte da proposta comercial do Sistema de Cotas.

I FESTIVAL

MISTICO

EM ALDEIA

Sistema de Gotas

<p>Bronze R\$2.000 (10 cotas)</p>	<p>Divulgação Em Redes Sociais Cortesia De 05 Ingressos Ao Festival Exibição Da Marca No Espaço Do Evento</p>
<p>Prata R\$5.000 (6 cotas)</p>	<p>Inserção Da Marca Em 30.000 Panfletos Divulgação Em Redes Sociais Cortesia De 10 Ingressos Ao Festival Exibição Da Marca No Espaço Do Evento</p>
<p>Ouro R\$10.000 (1 cota)</p>	<p>Assinatura Como Patrocinador Oficial Inserção Da Marca Em 30.000 Panfletos Divulgação Em Redes Sociais Cortesia De 20 Ingressos Ao Festival Exibição Da Marca No Espaço Do Evento Inserções em Rádio com Spots de 30" Chamadas de Agradecimentos Ao Vivo Autorização de Realização de Ações Promocionais no Evento</p>

Realização
Viajante Astral

Fonte: Elaborado pela autora via Corel Draw, 2023.

7.14. Possíveis Parceiros e Apoiadores

- Ministério do Turismo: Estimular a iniciativa de incentivo às atividades turísticas.
- Ministério da Cultura: Apoiar via editais de incentivo à cultura.
- Governo do Estado de Pernambuco: Apoiar e fomentar a realização do evento.
- Secretaria de Turismo de Pernambuco: Promover e explorar o Turismo Holístico em Pernambuco.
- Prefeitura Municipal de Camaragibe: Apoiar na infraestrutura e logística do evento.
- Secretaria de Meio Ambiente de Camaragibe: Fomentar ações e atividades de cunho ambiental.
- Secretaria de Desenvolvimento Econômico de Camaragibe: Atuar na promoção do Turismo Holístico em Camaragibe.
- Secretaria de Saúde de Camaragibe: Promover o tratamento holístico para saúde e bem estar das pessoas.
- Secretaria de Comunicação de Camaragibe: Auxiliar na promoção do evento.
- Trade Turístico de Aldeia: Dialogar e desenvolver parcerias entre hotéis, pousadas e agentes turísticos.
- Polícia Militar: Agir na fiscalização e promover a segurança.
- Bombeiros: Efetuar ações de prevenção e evacuação em caso de acidentes.
- Bptran: Realizar ações de fiscalização e orientação até o evento.

8. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Buscar espaços para tratar de pautas que existem à margem da sociedade parece ser motivo suficiente para o desejo de existir e fazer acontecer.

Esta pesquisa permeia e conversa com temas não apenas teóricos – Tipos de Turismo e Histórias, por exemplo – como também com vivências de uma vida inteira. Em que, como ser passivo, a autora busca construir e transformar mais da história do que simplesmente assistir.

Se trata de sonho, de responsabilidade, respeito e empatia.

A proposta deste trabalho de pesquisa em unir e incentivar diversas vertentes em prol da comunidade, preservação, quebra de preconceitos e por meio do despertar da *cidadania*, leva este projeto à muito mais que a produção de um evento. É um instrumento de valorização e resgate à cultura do bairro pelo invocar de sentimentos, é incentivar, investir no autocuidado, criar e inserir Aldeia no Roteiro Holístico do Estado de Pernambuco.

É despertar o sentimento de bairrismo não apenas por aqueles que moram na região em questão, mas para que cada um possa ver além do óbvio onde quer que viva.

As surpresas ao longo deste projeto como construção da persona, por exemplo, trazem à tona as demandas, curiosidades da nova geração que vem sendo “construída” neste novo tempo; onde este mundo tem novas necessidades para a construção deste amanhã.

Porém, a maior surpresa foi a de saber/perceber que a persona foi essencial para o alcance dos objetivos deste projeto, onde abordar subtemas de “porta de entrada” trariam este público para mais perto do que se pretendia abordar, que era o desmistificar do tema místico para o maior número de pessoas.

REFERÊNCIAS

- AGÊNCIA NACIONAL DE AVIAÇÃO CIVIL. *In: Manual de Eventos*, 2012. Disponível em: https://ead2.iff.edu.br/pluginfile.php/20252/mod_resource/content/0/Manual_Eventos_da_ANAC.pdf. Acesso 24 nov. 2020.
- AGOSTINHO, André *et al.* **A fábrica de tecidos que construiu uma cidade**. Camaragibe: Direto dos Manguezais, 2020. Disponível em: <https://diretodosmanguezais.blogspot.com/p/fabrica-de-tecidos-que-construiu-uma.html>. Acesso em: 7 fev. 2023.
- ALBUQUERQUE, Soraya Souza de. **Turismo de Eventos: A importância dos eventos para o desenvolvimento do turismo**. Brasília: [s.n.], 2004.
- AZEREDO, Thiago. **Turismo Rural**. Educação Globo. Disponível em: <http://educacao.globo.com/artigo/turismo-rural.html>. Acesso em 16 de dezembro de 2020.
- BRANDÃO, Bruno. Galeria Vila, em Camaragibe , estreia com exposição sobre Frida e Diego. **Folha de Pernambuco**, Recife, 31 maio 2018. Disponível em: <https://www.folhape.com.br/noticias/galeria-vila-em-camaragibe-estreia-com-exposicao-sobre-frida-e-diego/70215/>. Acesso em: 8 de fev 2023.
- BRASIL, Ministério do Turismo. **Secretaria Nacional de Políticas de Turismo. Turismo Cultural: Orientações Básicas**. Brasília: Ministério do Turismo, 2006.
- CONDEPE FIDEM. **Calendário Oficial de Datas Históricas dos Municípios de Pernambuco: Camaragibe** . Pernambuco, Governo do Estado de Pernambuco, 2006. Disponível em: http://www.bde.pe.gov.br/visualizacao/Visualizacao_formato2.aspx?CodInformacao=915&Cod=1. Acesso em: 07 fev 2023.
- COUTINHO, Hevellyn Pérola Menezes; COUTINHO, Hellen Rita Menezes. **Turismo de Eventos como alternativa para o problema da sazonalidade turística**. Revista Aboré, Edição 03, Manaus, 2007.
- Tudo o que você queria saber sobre...: Turismo Esotérico, Esoturismo ou Turismo Místico**. [S.l.], 2013. Disponível em: <https://edisciplinas.usp.br/mod/glossary/showentry.php?eid=1550> Acesso em: 16 dez 2020.
- Inventário dos Bens Culturais de Camaragibe**. Camaragibe: Fundação de Cultura de Camaragibe, 27 jul. 2018. Disponível em: <https://www.camaragibe.pe.gov.br/wp-content/uploads/2020/01/INVENTARIO-CAMARAGIBE-fase-1.pdf>. Acesso em: 24 jun. 2021.
- FUNARI, Pedro Paulo; PINSKY, Jaime. *et al.* **Turismo e Patrimônio Cultural**. 5ª edição. São Paulo: Editora Contexto, 2011.
- GASTAL, Susana. **Turista Cidadão: uma contribuição ao estudo da cidadania no Brasil**. Portal Intercom, 2006. Disponível em:

<http://www.portcom.intercom.org.br/pdfs/153045190808854777108231357126206582002.pdf>. Acesso em: 28 jan 2023.

GIL, Antônio Carlos. **Como Elaborar Projetos de Pesquisas**. 4ª edição. São Paulo: Atlas, 2002.

GIRALDI, Rita C. **Histórico dos Eventos**. [S. l.]: Academia.Edu, [201-]. Disponível em: https://www.academia.edu/4906096/Hist%C3%B3rico_dos_eventos. Acesso em 12 dez 2020.

GUIMARÃES, Aline Fernandes; TADINI, Rodrigo Fonseca. **Eventos Vol. 1**. Rio de Janeiro: Fundação CECIERJ, 2013.

FESTIVAL Ilumina. Alto Paraíso: Festival Ilumina, [201-]. Disponível em: <https://www.facebook.com/iluminaamor/>. Acesso em 17 de dezembro de 2020.

IBGE - Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **Censo Brasileiro de 2021 - Camaragibe**. Disponível em: <https://cidades.ibge.gov.br/brasil/pe/camaragibe/panorama>. Acesso em: 17 dez. de 2020.

Área de Mata Atlântica passa a ser rota para trilhas em Camaragibe. Recife: Jornal do Commercio, 1 set. 2018. Disponível em: <https://jc.ne10.uol.com.br/canal/cidades/geral/noticia/2018/09/01/area-da-mata-atlantica-passa-a-ser-rota-para-trilhas-em-camaragibe-353088.php>. Acesso em 17 dez 2020.

LAPA, Hugo. **O que é misticismo?** [S. l.]: Hugo Lapa, 7 mar. 2007. Disponível em: <https://hugolapa.wordpress.com/2007/03/07/o-que-e-misticismo/> Acesso em: 03 fev. 2023.

Por quê visitar a Mystic Fair? [S. l.], [201-]. Disponível em: <https://mysticfair.com.br/>. Acesso em 17 de dez. 2020.

OLIVEIRA, Marlene de. **Introdução a Eventos**. Curitiba: Instituto Federal Paraná – Educação à Distância, 2011.

PEREIRA, Amanda Gonçalves; MARQUES, Dandara de Oliveira. **Meu ambiente: APA Aldeia – Beberibe**. Recife: CPRH, 2018.

PETITINGA, Carolina Santos. **Festival de Salvador**: Significado para o turismo, a música independente, a economia e o marketing da cidade. Salvador, 2008.

RAFAEL, Larissa Monteiro. **Representações espaciais da biodiversidade da Mata Atlântica por jovens de Camaragibe**. Pernambuco, 2011.

O que é turismo de aventura e como praticá-lo? [S. l.]: Rodoviária Online, 13 mai. 2019. Disponível em: <https://rodoviariaonline.com.br/blog/turismo-de-aventura-como-pratica-lo/>. Acesso em 16 de dez. 2020.

TEIZEN, Beatrice. **Turismo de saúde no País tem potencial, mas precisa ser explorado**. [S. l.]: Panrotas, 16 jul. 2018. Disponível em: https://www.panrotas.com.br/mercado/turismo/2018/07/turismo-de-saude-no-pais-tem-potencial-mas-precisa-ser-explorado_157131.html. Acesso em: 29 jan. 2023.

Universidade Federal do Amapá. **Metodologia Científica**. Amapá: UNIFAP, 2012. Disponível em: <https://www2.unifap.br/midias/files/2012/03/022.pdf>. Acesso em 01 de abril de 2023.