

A IGREJA DE NOSSA SENHORA DA GRAÇA COMO PRODUTO TURÍSTICO (PARNAÍBA - PI)

*“NOSSA SENHORA DA GRAÇA” CHURCH AS TOURIST PRODUCT
(PARNAÍBA - PI)*

Safira Castro Moreira¹
André Riani Costa Perinotto²

RESUMO

Esta pesquisa objetivou compreender a Igreja de Nossa Senhora da Graça como produto turístico, determinando a importância de se trabalhar o Turismo Cultural nos roteiros oferecidos pelas Agências de Turismo de Parnaíba. No decorrer do trabalho foram abordados assuntos como religiosidade, arquitetura, tombamento e produto turístico cultural, todos relacionados ao tema em questão. Para dar suporte à metodologia, foram feitas pesquisas em livros, jornais e *internet*, além da pesquisa de campo com a aplicação de questionários fechados nas Agências de Turismo e entrevista semi-estruturada com o pároco da Igreja. Em suma, verificou-se através desta pesquisa que há a necessidade de maior valorização do Turismo Cultural por parte das empresas que trabalham na área. A partir deste segmento, a demanda poderá ser contínua, independente da sazonalidade, auxiliando no melhor desenvolvimento da atividade turística.

PALAVRAS-CHAVE: Religiosidade. Igreja de Nossa Senhora da Graça. Produto Turístico.

¹ Graduação em Turismo (Bacharelado) pela Universidade Federal do Piauí (UFPI, Parnaíba). Endereço para correspondência: Av. São Sebastião, 2819 (Bairro Reis Veloso). CEP: 64202-020 – Parnaíba – Piauí (Brasil).

² Graduação em Turismo (Bacharelado) pela Universidade Metodista de Piracicaba. Especialização em Docência para Ensino Superior em Turismo e Hotelaria pelo Serviço Nacional de Aprendizagem Comercial - SENAC/SP. Mestrado em Geografia pela Universidade Estadual Paulista - UNESP/Rio Claro. Doutorando em Ciências da Comunicação - UNISINOS. Professor Assistente II - D.E. (Efetivo) – Curso de Turismo da UFPI (Parnaíba). Endereço para correspondência: Av. São Sebastião, 2819 (Bairro Reis Veloso). CEP: 64202-020 – Parnaíba – Piauí (Brasil). Telefone (86 33235299). E-mail: perinotto@ufpi.edu.br

ABSTRACT

The Church of “Nossa Senhora da Graça” as a tourism product as well as, the importance of working in Cultural Tourism tours offered by travel agencies are the main themes addressed in this research. Other factors related to the subject matter as religion, architecture, cultural tourism product and tipping were discussed during the work. In addition to field research with questionnaires enclosed in travel agencies and semi-structured interviews with the pastor of the Church researches were made in books, newspapers and the Internet as a way to support the methodology. Through this research it was found that there is a need for a greater appreciation of cultural tourism on the part of companies operating in the area. Consequently, the value of this segment will facilitate the development of tourism in Parnaíba.

KEYWORDS: Religiousness. The Church of Nossa Senhora da Graça. Tourist Product.

INTRODUÇÃO

Parnaíba é situada no extremo-norte do Estado do Piauí, região litorânea em todos os aspectos. Possui clima ameno e ventilado (IBGE, 2010). Toda a base territorial do município é servida por águas, quer do rio Parnaíba ou dos seus afluentes, quer do mar. Em Parnaíba encontram-se, entre outros pontos, a praia “Pedra do Sal”, o Delta do Rio Parnaíba e a Lagoa do Portinho. Isto possibilitou que fosse distinguida com três títulos nacionais, de acordo com dados obtidos em conversas informais com os funcionários do SEBRAE da cidade: 3º Pólo Turístico Nacional; um dos 65 Destinos Indutores do Turismo Regional; e um dos 15 Destinos de Produtos Associados ao Turismo. Foi por várias décadas a cidade que influenciou uma região, desde a nascente do rio Parnaíba no extremo sul do Piauí, até o litoral, onde o rio tem sua foz.

Era grande a quantidade de cidades ribeirinhas do rio que divide o Piauí do Maranhão, que tinham toda sua produção escoada em barcos a vapor. Estes

transportavam produtos de ambos os estados e descarregavam em Parnaíba, saída natural para o Atlântico, centro receptor e exportador de carnes, peles, fibras, cera de carnaúba e inúmeros outros produtos vegetais, animais e minerais.

Em decorrência dos invernos irregulares, o rio, foi aos poucos, perdendo navegabilidade, tornando-se contraproducente o transporte fluvial em larga escala, cedendo às rodovias o importante papel de via primordial para o desenvolvimento. A mudança radical provocou um choque econômico na comunidade, que tinha uma estrutura inteiramente dependente do transporte fluvial.

Os vestígios dessa fase importante ainda podem ser vistos em toda a cidade: os hábitos cosmopolitas da população e edificações, como é o caso da Catedral de Nossa Senhora da Graça, um dos símbolos da época de riqueza de Parnaíba (MAVIGNIER, 2005). Diante do fato de que princípios religiosos nortearam o início da criação e fundação da cidade, e a contribuição que tal monumento histórico tem para o Turismo Cultural em Parnaíba, este trabalho tem como objetivo promover a Igreja Catedral de Nossa Senhora da Graça como produto turístico.

O tema deste trabalho nos remete a pensar na importância da igreja de Nossa Senhora da Graça enquanto produto turístico, do turismo cultural, religioso, principalmente no que se refere a uma maior utilização deste monumento histórico nos roteiros já elaborados.

Refletiu-se na importância da Catedral na história de Parnaíba, e como um potencial atrativo do Turismo Cultural, cabendo assim, um estudo mais aprofundado acerca dos aspectos e da contribuição cultural para o desenvolvimento do Turismo na cidade.

O Turismo Cultural, quando bem trabalhado, oferece lucratividade. Basta ver cidades de cunho turístico cultural Brasil afora, que atraem turistas do mundo todo para contemplar e conhecer suas histórias e aspectos culturais. É um atrativo que se transforma em um ponto valioso, em várias formas, principalmente na arquitetura, história, artesanato e manifestações de fé. O

incentivo ao Turismo cultural se faz necessário em Parnaíba, até mesmo como uma forma de ampliar a variedade atrativa aos que a visitam.

Acredita-se que com melhor aproveitamento do Turismo Cultural na cidade, esse segmento pode ajudar no desenvolvimento da atividade turística e preservar a cultura local, além de se consolidar à semelhança dos demais segmentos já oferecidos pelas Agências de Turismo. Este trabalho tem sua relevância por ser um dos poucos que trata deste objeto de estudo na área do Turismo.

A RELIGIOSIDADE CATÓLICA PARNAIBANA

O valor de um povo pode ser entendido por vários aspectos em função de determinadas qualidades. Entre uma série de aspectos positivos que, somados, mostram o mérito de qualificação, está o sentimento religioso, que pode ser percebido na maioria da população do Piauí. De acordo com o censo do IBGE (2000), o Estado do Piauí contava com 2.554.155 católicos, e desse todo, a cidade de Parnaíba contava com 113.120 católicos.

Desde seus primórdios, a fé católica estava presente junto ao desejo de desenvolvimento da antiga Vila de São João, atual cidade de Parnaíba. No que se refere à religiosidade católica da cidade, Silva afirma:

Que predomina em nossa cidade a religião católica apostólica romana, embora haja muitos templos da Igreja reformada, com muitos seguidores, tais como: presbiteriana, adventista, batista, assembléia de Deus e várias outras (SILVA, 1987, p. 121).

A estrutura do catolicismo é, hierarquicamente, composta pelas instituições paroquiais, diocesanas e arquidiocesanas, nas quais todas estão submetidas ao órgão máximo que é o Vaticano comandado pelo Papa.

O catolicismo tem como principal culto a missa. É na Igreja onde são celebrados os sacramentos, como batismo, eucaristia, casamento, dentre outros que simbolizam a expressão de fé.

Por volta de 1600, o norte do Piauí era missionado, em grande parte, por sacerdotes da jurisdição maranhense, quando foi solicitado ao Rei de Portugal anexar o Piauí, no temporal e no espiritual, ao Estado do Maranhão. Não se sabe ao certo quem foram os primeiros evangelizadores do Piauí. Entretanto, para Melo (s/d), entre os anos de 1580 e 1595, o Frei André de Thevét foi o primeiro que teve contato com os Tremembés. Marques (1995, p.82) também afirma que “o primeiro religioso que teve contato com estes indígenas foi o franciscano André Thevet (1580/1595) e o primeiro cristão Nicolau Resende (1571)”.

A história religiosa de Parnaíba, conforme Santos (1995), nasceu juntamente com o desejo de prosperidade trazido pelos seus colonizadores, que aqui se fixaram com o sentimento de religiosidade, que, primeiramente, os levou a construir um local para oração. Foi, então, que em 1711, o coronel Pedro Barbosa Leal, enviou ao bispado de São Luis do Maranhão, um documento que constava de um pedido de autorização para que no povoado fosse construída uma capela dedicada a Nossa Senhora do Monte Serrate.

Após a autorização do pedido pelo Bispado Maranhense, a capela foi construída, sendo o primeiro templo de pedra construído no Norte do Piauí que recebeu a imagem de Nossa Senhora do Monte Serrate, primeira padroeira do povoado. Ainda segundo Santos (1995), a luta que se travava com os índios Tremembés fez com que a imagem da padroeira fosse transferida para Piracuruca (município ao sul de Parnaíba), por motivos de segurança, onde se encontra até os dias atuais.

Em 18 de agosto de 1762, houve a elevação do povoado à categoria de Vila de São João da Parnaíba, cujo padroeiro passou a ser São João Batista, que, ainda segundo Santos (1995, p. 169), “o sentimento de religiosidade da nova Vila, fez com que pensassem na construção de uma capela ampla para atender a manifestação de sua fé católica”. Foi então que anos mais tarde iniciou-se a construção da Igreja, que seria dedicada a Nossa Senhora da Graça. Mais uma vez houve a mudança do santo padroeiro de Parnaíba, permanecendo até os dias atuais.

A Capela de Nossa Senhora da Graça era ligada à sede episcopal em São Luiz do Maranhão, apesar de no ano de 1770, conforme Santos (1995), já haver uma organização clerical, porém com muita dificuldade de padres. Santos (op. cit.) escreve que “foi no ano de 1805 que, por disposição de Dom Brito Homem, então Bispo do Maranhão, que foi criada a paróquia da Vila de Parnaíba” (1995, p. 169). Por sua vez, Mavignier (2005, p.66) afirma que “em 1805, foi criada a paróquia da Vila de São João sob a invocação de Nossa Senhora da Graça, por provisão do Bispo diocesano do Maranhão, Dom Brito Homem”. Essas afirmações comprovam a data em que a Matriz de Nossa Senhora da Graça se desmembrou das terras eclesiásticas de Nossa Senhora do Carmo, na Freguesia de Piracuruca.

Em 14 de agosto de 1844, a Vila de São João da Parnaíba, por meio da lei nº 166 sancionada por José Ildefonso de Sousa Ramos, foi elevada à categoria de cidade, e, junto ao desenvolvimento estava a população essencialmente católica com o anseio de transformar a igreja Matriz em um Bispado.

De acordo com Santos (1995), em 1898 foi enviado ao Papa Leão XIII o pedido de Bispado no Piauí tendo como sede Parnaíba. O trabalho de transformar a igreja Matriz em Bispado foi do sacerdote Monsenhor Roberto Lopes Ribeiro, que durante o período de 1921 a 1947 esteve à frente deste feito.

Finalmente, em 16 de dezembro de 1944, pela Bula Papal de Pio XII, foi criado o Bispado de Oeiras e Parnaíba. Afirma Santos (1995, p.170) que “assim em 08/09/1945, Parnaíba recebe festivamente seu primeiro Bispo: Dom Felipe Condurú Pacheco [...] permaneceu até 1959”.

Atualmente, a Catedral de Parnaíba tem como Bispo Dom Alfredo Schaffler, que é responsável por todas as paróquias da cidade e de regiões vizinhas, e tem como Pároco o Pe. Antônio Soares. Anualmente, no segundo semestre, ocorre o festejo em louvor a Nossa Senhora da Graça que conta com a presença de fiéis da cidade de Parnaíba e de regiões próximas.

Os festejos católicos são manifestações religiosas que reúnem um aglomerado pessoas da localidade e vindas de cidades vizinhas, além de turistas atraídos pela curiosidade. Na Catedral de Parnaíba (foco de estudo), o festejo

ocorre entre os dias 29 de agosto e 08 de setembro, cuja festividade já faz parte do calendário turístico da cidade, e tem como santa de veneração Nossa Senhora da Graça, padroeira da cidade de Parnaíba, cuja imagem mais que bicentenária, ocupa seu lugar no Altar-Mor da Catedral.

Os festejos em homenagem a Nossa Senhora da Graça ocorrem no exterior da Igreja, devido o espaço interno do templo ser pequeno para a quantidade de fiéis motivados pela fé. Durante os novenários, é armado um palco na praça em frente à igreja e toda ornamentação é feita em cores azul e branco, que são as características de Nossa Senhora da Graça (Foto 01).



Foto 01: Imagem do novenário de Nossa Senhora da Graça
Fonte: Safira Castro Moreira – Setembro de 2011

Os bancos são retirados da igreja e colocados na praça para acomodar os fiéis. Parte das cadeiras para este mesmo fim é providenciada pelas pelos próprios fiéis.

Conforme Sólina Genuína (Jornal O Bembém, p. 08, 2011) em sua observação feita no período do festejo de Nossa Senhora da Graça, “durante todos os dias, músicas impregnavam a praça de religiosidade. O ir e vir dos transeuntes era marcado pelo chamativo apelo às celebrações noturnas”. Ainda segundo Genuína, esse apelo funcionava de fato, pois no começo da noite as

peessoas chegavam aos poucos e no início do novenário a praça já se encontrava com uma grande quantidade de pessoas.

Conforme já referido, esse evento faz parte do calendário turístico da cidade, caracterizado como evento religioso, porém também cultural. Atrai fiéis, que vão ao encontro da Mãe de Jesus, movidos pela fé, para agradecer as graças alcançadas ou renovar seus pedidos. Há também aqueles que são atraídos pelo aglomerado de pessoas que acabam se encantando com a arquitetura do templo religioso, se sentem atraídos a ponto de entrar na Casa de Deus e conhecer o seu interior.

A IGREJA DE NOSSA SENHORA DA GRAÇA

A igreja de Nossa Senhora da Graça é uma das mais raras edificações barrocas do Piauí. Está localizada no Conjunto Praça da Graça como ficou denominado pelo IPHAN (Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional) a partir do seu tombamento em 2008. O referido Conjunto é marcado por edificações de estilos ecléticos e *art déco*, que seguem ainda os padrões de alinhamento frontal e ausência de afastamentos laterais, característicos de ocupação do lote no período colonial, conforme apontou laudo técnico deste Instituto.

Na fachada da igreja Matriz de Nossa Senhora da Graça está datado o ano de 1770/1936. O primeiro ano se refere ao início da construção do templo e o segundo à reforma feita por Monsenhor Roberto Lopes, na época, pároco da igreja. A obra de construção teve início sob os cuidados de Domingos Dias da Silva e foi concluída no ano de 1795 por seu filho Simplício Dias da Silva.

Antes do início da construção da igreja Matriz, a história religiosa de Parnaíba teve como uma das primeiras padroeiras Nossa Senhora do Monte Serrate, padroeira dos navegantes. Em sua homenagem foi erigida uma pequena capela, hoje localizada na Rua Duque de Caxias, datada de 1711. Teve como benfeitor Pedro Barbosa Leal, na época em que o povoado era denominado Vila Velha, segundo Mavignier (2005).

Em 18 de agosto de 1762, foi criada a Vila de São João da Parnaíba, em uma solenidade que ocorreu na Freguesia de Piracuruca, na Matriz de Nossa Senhora do Carmo. A vila tinha como sede o antigo povoado Testa Branca, local este escolhido devido à proximidade com o mar. Tempos depois, a sede foi transferida para o Porto das Barcas, que era onde se desenvolvia a comercialização.

Conforme Mavignier (2005), por volta de 1758 chegou à antiga vila, Domingos Dias da Silva, português, vindo do Rio Grande do Sul, onde adquiriu fortuna em ouro e prata. Este foi um dos grandes responsáveis pelo desenvolvimento comercial da vila. Em 1773 iniciou suas charqueadas no litoral do Piauí, desenvolveu o comércio e a indústria, e aumentou a renda local. Por ser o único exportador da carne de charque, Domingos Dias da Silva contraiu imensa riqueza e ajudou na construção de casas, igrejas e outros edifícios.

Uma das suas maiores obras foi a Casa Grande, onde residia com sua família. De acordo com Mavignier (2005, p. 54) “no encontro de suas fachadas encontra-se o único oratório público do Estado do Piauí e um dos poucos do Brasil [...]”. Isso demonstra o quão religioso era Domingos Dias da Silva, e que essa religiosidade atravessou gerações. Sua outra grande obra foi a Igreja de Nossa Senhora da Graça, que ainda segundo Mavignier (2005, p. 55) “para este templo, Domingos Dias da Silva comprometeu-se na construção da Capela do Santíssimo, João Paulo Diniz com a Capela-Mor e ao povo coube o trabalho de edificá-la”. Há quem diga que existiam galerias que ligavam a Casa Grande com a igreja Matriz, de acesso exclusivo à família Dias da Silva.

Domingos Dias da Silva faleceu em 16 de janeiro de 1793 e repousa seus restos mortais na Capela do Santíssimo na igreja de Nossa Senhora da Graça. A finalização da construção da igreja Matriz coube aos seus filhos Simplício e Raymundo Dias da Silva, que concluíram a obra em 1795.

No que diz respeito ao material e objetos decorativos utilizados na Igreja, parte é oriunda de Portugal e da França, bem como os artistas que ajudaram na construção do Altar-Mor e da Capela do Santíssimo. A imagem de Nossa Senhora

da Graça também foi trazida de Portugal, porém permaneceu na Freguesia de Piracuruca na igreja de Nossa Senhora do Carmo até a conclusão da igreja Matriz de Parnaíba.

Várias reformas modificaram seu aspecto original como, por exemplo, na reforma de 1936, quando houve a modificação do perfil de suas duas torres que se encontram na lateral da Igreja e onde ao centro se localiza uma cruz. Em uma das torres está o relógio e na outra o sino, que diariamente o som de seu bimbalar se caracteriza como um chamado para a renovação da fé. A seguir (fotos 02 e 03) estão imagens da Catedral antes e depois da reforma de 1936:

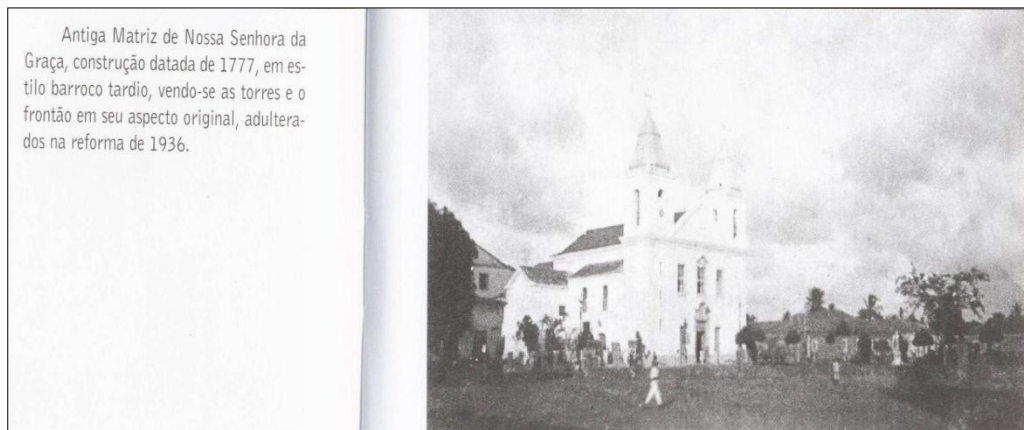
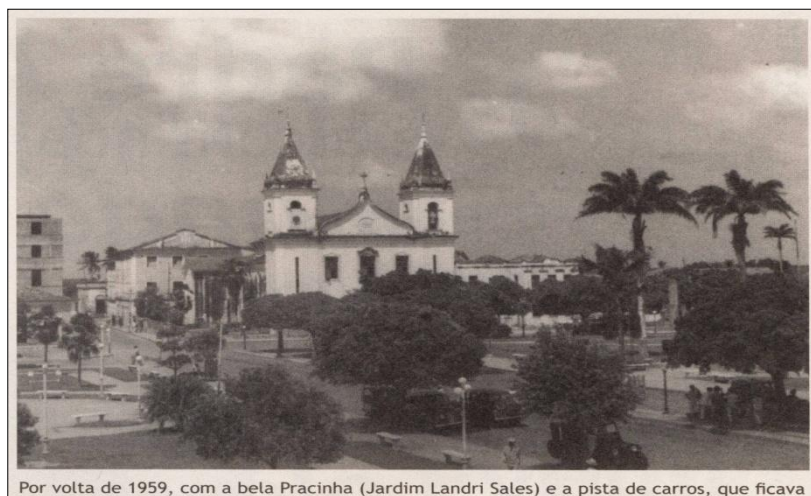


Foto 02: Igreja de Nossa Senhora da Graça, antes da reforma de 1936

Fonte: Ponte (2004, p. 85)



Por volta de 1959, com a bela Pracinha (Jardim Landri Sales) e a pista de carros, que ficava

Foto 03: Igreja de Nossa Senhora da Graça na década de 1950

Fonte: O Bembém, Ed.33. pág. 09. Setembro de 2010

Vê-se que na foto 03, a igreja já se encontra com suas torres modificadas durante a reforma de 1936 por Mons. Roberto Lopes, perdendo parte de suas características originais, porém o relógio e o sino não sofreram alterações. Verifica-se que na fachada da Igreja existem três janelas e três portas (ver foto 02), acredita-se que a porta central ainda seja a original.

No interior da Catedral, ao centro, se encontra o Altar-Mor com a imagem de Cristo Crucificado bem ao alto, e abaixo a imagem de Nossa Senhora da Graça (foto 04), originária de Portugal, da época de construção da Igreja. A parte superior do Altar-Mor é toda revestida em ouro e outra parte de sua pintura é em cor dourada.



Foto 04: Altar-Mor com a imagem de Cristo Crucificado e de Nossa Senhora da Graça
Fonte: Filho (2010)

Ainda se referindo ao interior da Catedral, o forro é de madeira pintada de cor azul, porém existe um desenho no forro do Altar-Mor, não perdendo suas características após a última reforma em 1982, realizada pelo Bispo Dom Edvaldo Amaral.

Do lado esquerdo de quem entra na Catedral está a Capela do Santíssimo Sacramento, exclusivamente construída pelos Dias da Silva, onde o altar se

destaca por ser em talha revestida de ouro. Do lado oposto à Capela do Santíssimo está a Capela de Bom Jesus dos Passos que pertencia às famílias Silva Henriques e Miranda Osório.

De acordo com Silva (1987), nas sucessivas reformas que sofreu a Igreja, uma delas foi a mudança do piso original que era de tijolos de barro cozido que na reforma de 1936 foi mudado, em partes, pelo piso de pedra e na reforma de 1982 passou a ser completamente de pedra. Em seu piso e paredes estão os restos mortais de seus benfeitores, pessoas ilustres da sociedade parnaibana, principalmente a família Dias da Silva. Outra significativa mudança foi o deslocamento, para as dependências internas da Igreja, do lavabo entalhado em pedra datado do século XVIII.

Apesar da igreja Matriz de Parnaíba ainda contar com alguns objetos originais desde a época de sua construção, grande parte foi extraviada e até os dias atuais não se sabe o paradeiro. As reformas sofridas pela Catedral em nada afetaram o sentimento religioso do povo parnaibano, e sempre tiveram como objetivo principal a melhoria para acolher os que a frequentam, apesar da perda de parte de seus traços originais. Conforme Silva (1987, p. 135) “a Catedral de Parnaíba é um relicário histórico pelas belezas artísticas que encerra; e principalmente pela extraordinária repercussão que sempre manteve nos mais empolgantes feitos da história”. Em 2012, a Catedral de Parnaíba comemora 241 anos e encontra-se em bom estado de conservação, se comparado com algumas edificações históricas de sua época.

Muitas cidades do Brasil possuem como atrativos turísticos principais a cultura e a história relacionadas às igrejas e ao catolicismo histórico (caso das cidades Ouro Preto, Mariana, Diamantina e tantas outras). Assim, ninguém desconhece que ao Turismo se deve uma parcela ponderável no movimento da economia mundial. É, aliás, uma importante fonte de renda, concorrendo para o faturamento em vários setores. Porque o Turismo em todo o mundo a cada dia se desenvolve e cresce, é necessário que as autoridades se voltem para ele, não medindo esforços para oferecer aos turistas as melhores condições de segurança, transporte, alimentação, higiene, hospedagem, etc.

A cultura se fortalece através do Turismo, assim a preservação do patrimônio é incentivada pela atividade turística, através da promoção enquanto geradora de renda. De acordo com Dias e Aguiar (2002, p.134):

O turismo cultural é uma segmentação do mercado turístico que incorpora uma variedade de formas culturais, incluindo museus, galerias, festivais, festas, arquitetura, sítios históricos, *performances* artísticas e outras, que, identificadas com uma cultura particular, integram um todo que caracteriza uma comunidade, e que atrai os visitantes em busca de características singulares de outros povos.

Em um mundo de múltiplas facetas, de diferentes classes, cores e comportamentos, torna-se inevitável uma pluralidade de sentidos e expressões fundamentais de cada lugar. A importância que o Turismo tem para a Cultura é o de propiciar a aproximação de várias culturas e de diversas histórias.

Assim, conforme o Inventário da Oferta Turística (2004), “produto turístico é o conjunto de atrativos, equipamentos e serviços turísticos, acrescido de facilidades e ofertado de forma organizada por determinado preço”. A atividade turística se desenvolve em um lugar que, no mínimo, assegure ao indivíduo serviços e equipamentos iguais ou superiores ao encontrado em seu lugar de origem.

A Catedral é um marco na cidade de Parnaíba, o que a torna com inestimável valor como produto turístico cultural. A igreja de Nossa Senhora da Graça fascina pela sua história e sua fachada notável, além disso, pelos mistérios e pela riqueza nos detalhes. Porém, mesmo com todo seu valor cultural, encontra-se praticamente esquecida, tanto pelo poder privado como pelo poder público, pois carece de apoio no que concerne à valorização da cultura local.

O templo teve Parnaíba crescendo ao seu redor ao longo da história, confirmando a religiosidade do povo parnaibano. Sua arquitetura, sua riqueza, de detalhes e principalmente por ser o locus da fé de seus habitantes e visitantes, tornam esta imponente construção um produto turístico cultural a ser devidamente explorado.

A cultura deve ser vivida e revivida, construindo significados para todos. Não importa o local ou o que exista, se referindo à Catedral de Parnaíba, ela é um templo com potencial turístico, que guarda mistérios e memórias onde se constroem novas, atuais e velhas fontes de Cultura.

PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

A forma de abordagem da problemática se deu de maneira quantitativa. Para Gonsalves (2007, p. 69), esse tipo de pesquisa “remeteu para uma explanação das causas, por meio de medidas objetivas, testando hipóteses, utilizando-se basicamente da estatística”. Esse método de pesquisa foi aplicado nas Agências de Turismo de Parnaíba por meio de questionário com cinco perguntas fechadas, onde se pode perceber como as agências trabalham o Turismo Cultural na cidade.

Foi utilizado também o método de pesquisa qualitativa, que ainda conforme Gonsalves (2007, p.69) “preocupou-se com a compreensão, com a interpretação do fenômeno, considerando o significado que os outros dão às suas práticas o que impõe ao pesquisador uma abordagem hermenêutica”. Através da entrevista com o pároco da igreja de Nossa Senhora da Graça, foi possível tomar conhecimento da sua opinião sobre a importância da Catedral como produto turístico, com toda sua relevante história, arquitetura e importância para a cidade de Parnaíba.

A utilização desses dois tipos de pesquisa, quantitativa e qualitativa, foi fundamental para esclarecer os objetivos referentes a esta pesquisa, onde a primeira traduz em números as opiniões e informações para serem analisadas e a segunda descreve a opinião do entrevistado a respeito do tema em questão.

INSTRUMENTOS DE COLETA DE DADOS

Para coleta de dados foram utilizadas pesquisas bibliográficas para maior embasamento referente à igreja de Nossa Senhora da Graça. Conforme Traldi

(2006, p.43) a pesquisa bibliográfica “[...] busca explicar um problema com base em contribuições teóricas publicadas em documentos (livros, revistas, jornais, etc.) [...]”. Através desse tipo de pesquisa foram coletadas informações e dados históricos a respeito da Catedral e do catolicismo do Estado do Piauí e de Parnaíba.

Grande parte da pesquisa bibliográfica foi realizada no acervo da biblioteca da UFPI - Parnaíba (Universidade Federal do Piauí), na biblioteca do SESC (Serviço Social do Comércio), no IHGGP (Instituto Histórico, Geográfico e Genealógico de Parnaíba), e tiveram como principais temas: a história da cidade de Parnaíba; da igreja Matriz; patrimônio e Turismo. Foram buscadas também informações em jornais como O Piagui e O Bembém (jornais locais sobre o cotidiano e sobre a cultura local), além de artigos retirados da *internet*, que tratam de religiosidade e cultura.

Após o levantamento bibliográfico partiu-se para a pesquisa de campo com a aplicação de questionários nas Agências de Turismo da cidade. Nesta etapa da pesquisa foi recebido apoio da Secretaria de Turismo da cidade de Parnaíba, cujo secretário de Turismo, na época da pesquisa, forneceu uma lista de Agências de Turismo da cidade. Afirma Rodrigues (2007, p. 4) que a pesquisa de campo “é a observação dos fatos tal como ocorrem”. Apenas colheram-se informações acerca do objeto em estudo, não havendo interferência na opinião dos questionados. Por último, foi realizada uma entrevista com o pároco da Catedral, objetivando coletar informações não documentadas, bem como saber da opinião do entrevistado sobre o assunto.

COLETA DE DADOS E APLICAÇÃO DA ENTREVISTA

As agências de turismo da cidade de Parnaíba - PI constituíram o universo onde ocorreu a aplicação dos questionários, e teve como amostra correspondente 16 (dezesesseis) empresas. A pesquisa foi realizada em três momentos, e com o intuito de facilitar a sua execução, teve como proposta ser

destinada a dois sujeitos definidos: o proprietário ou gerente e um recepcionista de cada empresa.

Conforme referido anteriormente, foi recebido o apoio da Secretaria de Turismo que forneceu o cadastro das Agências de Turismo do litoral do Piauí. Esse cadastro foi elaborado por Francisca Porto – SEBRAE (Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas), e é composto por 16 (dezesesseis) Agências de Turismo de Parnaíba. Por motivos de ética profissional, este cadastro não está anexado no trabalho devido conter o CNPJ (Cadastro Nacional da Pessoa Jurídica) das empresas, CPF (Cadastro de Pessoas Físicas) e número de telefone pessoal dos proprietários. Também para sigilo das empresas, no decorrer do trabalho elas serão denominadas por letras alfabéticas, de A a P.

Foi realizado o primeiro contato com as Agências no dia 12 de setembro de 2011 por telefone, sem a identificação do pesquisador que estava interessado em saber se aquela agência trabalhava com roteiros envolvendo centro histórico da cidade.

Em algumas empresas não foi possível o contato por telefone devido à não existência do número fornecido no cadastro. Para estas, o questionário foi aplicado via *e-mail*.

Posterior ao contato por telefone, o pesquisador obteve como resposta: das 16 (dezesesseis) agências, uma tem como foco a venda de passagens aéreas e cruzeiros marítimos e a outra, a realização de eventos esportivos e radicais. Estas são denominadas como empresas A e J consecutivamente.

Após a obtenção de resposta dessas duas agências, o segundo passo foi a pesquisa de campo realizada no dia 14 de setembro de 2011 para aplicar o questionário com as demais empresas. Optou-se pelo questionário fechado, contendo cinco questões objetivas. De acordo com Pádua (2004, p. 72) “os questionários são instrumentos de coleta de dados que são preenchidos pelos informantes, sem a presença do pesquisador”. Ainda acrescenta-se que em algumas agências só houve a devolução do questionário respondido dois dias após a entrega.

Do universo de estudo que eram as 16 (dezesesseis) agências, restaram 14 (quatorze), e nestas a proposta foi questionar os proprietários ou gerentes, e o recepcionista, pessoa que tem contato direto com o cliente. Em algumas empresas, pode-se colocar em prática o proposto, porém na grande maioria, o pesquisador encontrou dificuldade devido ao proprietário ser o próprio recepcionista. Contudo, para um melhor entendimento nas Agências E, G e K foram entrevistados proprietários ou gerentes, e um recepcionista, e nas empresas D, I e L foram entrevistados somente os proprietários por conta de estes serem os próprios recepcionistas.

Para as demais agências, optou-se pela comunicação por *e-mail*, que ocorreu no dia 16 de Setembro de 2011. Foram enviados *e-mails* individuais para o restante das agências, são elas: B, C, F, H, M, N, O e P, nos quais o pesquisador se identificou e destacou a finalidade do contato, ressaltando ao final de sua apresentação que, se a referida agência não trabalhasse com o Turismo Cultural, deveria desconsiderar o *e-mail*. Então, após o envio, obteve-se resposta apenas da empresa N.

Com relação à Agência F, não foi possível o contato por *e-mail* devido à não existência do endereço eletrônico no cadastro. Para essa empresa o questionário foi aplicado através do telefone pessoal do proprietário da referida agência.

A amostra da pesquisa, que conforme Pádua (2004, p. 67) “é a representação menor de um todo maior, afim de que o pesquisador possa analisar um dado universo [...]”, de 08 (oito) agências onde foram aplicados os questionários com proprietários ou gerentes e recepcionistas, teve como total 11 (onze) indivíduos que responderam ao questionário no universo que eram as agências de turismo, ressaltando que os questionários aplicados não têm como finalidade proporcionar uma resposta definitiva sobre o assunto (os sujeitos da pesquisa deveriam responder do interesse de ter a Catedral em seus produtos, ou se isso já era feito, como era produzido e vendido).

No dia 20 de setembro de 2011, foi realizada uma entrevista com o pároco da Catedral, o Padre Antônio Soares. De acordo com Pádua (2004, p. 70)

“as entrevistas constituem uma técnica alternativa para se coletar dados não documentados, sobre um determinado tema”. A entrevista realizada foi do tipo semi-estruturada que ainda, conforme o autor, “o pesquisador organiza um conjunto de questões sobre o tema que está sendo estudado, mas permite, e às vezes até incentiva, que o entrevistado fale livremente sobre assuntos que vão surgindo como desdobramentos do tema principal” (2004, p. 70).

Primeiramente, a entrevista teve como objetivo responder a questões pré-elaboradas, com a finalidade de obter respostas de alguns questionamentos sobre a Igreja que cujas respostas não se encontravam nas leituras bibliográficas. Porém a entrevista foi além, pois o pároco, Antônio Soares, forneceu mais informações do que o esperado. Além de responder às perguntas e fornecer mais algumas informações, o pároco mostrou interior da Igreja, fornecendo assim, maior contato com o objeto pesquisado.

DESCRIÇÃO, RESULTADOS E ANÁLISE

Com o objetivo de coletar informações a respeito da existência de pacotes específicos para o Turismo Cultural na cidade de Parnaíba, 73% das Agências responderam que sim e 27% responderam que não.

De acordo com o segundo questionamento, em 82% das Agências há a preocupação de incluir os atrativos culturais nos roteiros oferecidos e em 18% não há essa preocupação.

Já no terceiro questionamento, com relação aos atrativos culturais enfatizados nos roteiros oferecidos, 27% responderam que história e arquitetura se destacam; em seguida, com 24% estão o artesanato e templos religiosos, posteriormente a gastronomia com 14%, e por último, os festejos católicos com 11%.

De acordo com o quarto questionamento, dos entrevistados, 82% responderam que existe interesse por parte dos visitantes em conhecer os atrativos culturais da cidade, enquanto 18% responderam não existir interesse por parte dos visitantes.

No quinto questionamento, conforme os dados, 36% das agências são de opinião que o artesanato é a forma de atrativo turístico cultural que mais interessa para os visitantes; 32% responderam que a história e arquitetura é que mais interessa; com 14% empataram a gastronomia e templos religiosos; 4% optaram por festejos católicos.

Através do contato por telefone, obteve-se como resposta que as Agências A e J não trabalham com o Turismo Cultural, e, através do contato via *e-mail* com 07 (sete) Agências, apenas a Agência N (citada anteriormente) respondeu ao questionário, isso leva a entender que as demais empresas que não responderam ao questionário via *e-mail*: B, C, H, M, O e P não trabalham com o Turismo Cultural.

Nos dados obtidos por meio do questionário aplicado nas referidas empresas citadas acima, obteve-se como resposta que em algumas existem pacotes específicos para o Turismo Cultural e que há a preocupação em incluí-los em seus roteiros.

Constatou-se que existe interesse pela maioria dos visitantes em conhecer os atrativos culturais da cidade, visto que nos roteiros elaborados, a história e arquitetura da cidade são os mais enfatizados pelas agências, porém é o artesanato o atrativo cultural que mais interessa por parte dos turistas.

Parnaíba por ser uma cidade litorânea, que possui paisagens notáveis encontradas na Praia da Pedra do Sal e no Delta do Rio Parnaíba, tem este último como foco principal, trabalhado pelas agências da cidade, assim oferecendo timidamente os atrativos turísticos culturais em seus roteiros.

Vários são os motivos elencados na revisão de literatura para que a igreja de Nossa Senhora da Graça venha a ser comercializada como um produto turístico, pela colaboração da religiosidade na história de Parnaíba, pela sua grandeza arquitetônica, material e imaterial para a grande maioria dos parnaibanos, pelo tombamento a nível federal que, junto a todos os outros prédios históricos, compõe o centro histórico da cidade de Parnaíba e pela sua importância enquanto atrativo turístico.

Conforme já referido, no dia 20 de setembro de 2011, foi realizada uma entrevista semi-estruturada com o pároco da igreja de Nossa Senhora da Graça, padre Antonio Soares. As perguntas que nortearam a entrevista foram baseadas em informações não obtidas em livros e curiosidades a respeito da Igreja.

De acordo com o padre Antonio Soares, a Catedral, ponto de encontro da alta sociedade (nobreza) parnaibana da época, foi construída pela mão de obra escrava. Atualmente seus benfeitores, os nobres, encontram-se ali sepultados. Não se sabe ao certo a quantidade exata, apenas que eram pessoas ilustres.

Segundo o pároco, durante o tempo de existência da Igreja algumas modificações foram marcantes para sua estrutura, como por exemplo a modificação das torres da frente da Igreja, a mudança de todo o piso original pelo atual piso de mármore. Para ele, a mudança do piso deve ter sido devido às exigências do tempo que desgasta a estrutura e faz com que realmente haja a necessidade de modificação. Porém em sua opinião a alteração mais marcante foi a troca da imagem do Cristo Rei pelo Cristo Crucificado, há anos.

Com relação à religiosidade parnaibana, o padre Antonio Soares ressalta que existe na cidade a “fé inculturada”, ou seja, se faz presente na cultura, isso se deve aos fundadores de Parnaíba que eram pessoas profundamente religiosas.

De acordo com o pároco, é notório a fé e a participação da população nas missas e em eventos realizados pela Igreja como por exemplo as festividades em homenagem a Nossa Senhora da Graça, que teve a data de acontecimento alterada desde 1991, considerando que a data deste evento coincidia com a data do festejo de São Francisco, maior evento religioso da região Norte do Piauí, e isso provocava uma diminuição na quantidade de fiéis.

Ainda segundo o pároco, a igreja Matriz de Parnaíba é denominada de Catedral, em virtude de ali se encontrar a “Cátedra”, ou seja, a cadeira do Bispo que se localiza junto ao Altar-Mor da Igreja (bem ao centro) e se destaca pelo seu tamanho em meio às demais. É na Catedral de onde o Bispo preside o governo da Diocese.

Conforme o padre Antonio Soares, com relação à Catedral como produto turístico, é lamentável que não haja uma visita rotineira de turistas e

visitantes; não só a Igreja como todo o centro histórico deveriam ser mais valorizados nos roteiros oferecidos pelas agências de turismo da cidade. Como a Catedral encontra-se aberta diariamente, existe a visitação por parte dos transeuntes, o que inclui moradores e turistas, porém, pouco existe em relação a visitas conduzidas por guias das Agências de Turismo.

O pároco ainda ressaltou que os profissionais da área de Turismo, como estudantes, o poder público e privado deveriam elaborar projetos que valorizem esse patrimônio cultural afim de propagar mais a história e arquitetura da cidade de Parnaíba. A melhor utilização da forte cultura presente na arquitetura e história parnaibana, poderá somar valores à atividade turística existente na cidade, contribuindo para seu desenvolvimento.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A realização deste trabalho teve como meta principal compreender a igreja de Nossa Senhora da Graça como produto turístico, visto a necessidade de valorização do Turismo Cultural na cidade de Parnaíba e um melhor aproveitamento deste segmento nos roteiros oferecidos.

Por ser uma pesquisa na qual foi desenvolvido um tema, até então, ainda não encontrado em outros trabalhos dessa mesma categoria na área de Turismo, este poderá servir como ferramenta para futuros pesquisadores interessados em adquirir maiores conhecimentos acerca do objeto de estudo.

No decorrer da pesquisa, com as leituras bibliográficas, pode-se perceber o quão importante para a cidade é a história da Catedral, bem como a sua contribuição na existência da cidade. Seja através da religiosidade católica, seja através das pessoas envolvidas em sua edificação.

Outra etapa da pesquisa que foi realizada com êxito e que muito colaborou, foi a entrevista feita com o pároco da Catedral, o qual forneceu informações raras, não encontradas em bibliografias, bem como fez referência ao objeto de estudo com o Turismo. Logo na descrição e análise dos dados, pode-se fazer uma consideração a respeito dos questionários e da entrevista.

Os setores envolvidos na promoção turística de Parnaíba devem responder pela orientação de pessoas com capacidade e conhecimento de fornecer informações a respeito dos atrativos encontrados na cidade. Com relação à Catedral, deveria haver um guia, ou condutor, recepcionando e fornecendo informações aos turistas e visitantes, como forma de valorização e proteção da cultura e história local.

A contribuição do segmento do Turismo cultural para o desenvolvimento do Turismo em Parnaíba se faz de diversas formas, em especial, na geração de empregos diretos e indiretos, exigindo planejamento e execução de políticas voltadas para a economia. As ações dos setores públicos e privados devem estar interligadas para que outros segmentos, como o Turismo Histórico-Cultural e Religioso, sejam valorizados e aplicados no *trade*.

O Turismo cultural, como fonte de desenvolvimento do mercado turístico em Parnaíba, precisa estar apoiado em princípios sustentáveis de origem econômica, social e ambiental, de tal forma que se deve assegurar equidade nos diferentes setores da cadeia produtiva do Turismo e garantir às gerações futuras o acesso aos bens culturais, como manifestações artísticas, históricas, religiosas e outras.

De modo geral, este trabalho explanou de forma ampla, porém detalhada, todas as particularidades acerca do objeto de estudo, e principalmente a importância da Igreja de ser mais explorada enquanto produto turístico cultural. Acredita-se que, assim como outras cidades no Brasil que exploram positivamente o Turismo Cultural, que esse segmento também pode ser mais explorado em Parnaíba e conseqüentemente, poderá trazer mais lucratividade, e equilíbrio na oferta e na demanda sazonal do Turismo, além de ser outra opção para os turistas.

REFERÊNCIAS

ANDRADE, Maria Margarida de. **Introdução à metodologia do trabalho científico**. 7 ed. São Paulo: Atlas, 2006

BASTOS, Cláudio. **Dicionário histórico e geográfico do Piauí**. Teresina: 1991.

BRASIL. **Inventário da Oferta Turística: estratégia de gestão**. Brasília. Mtur, 2004.

ROCHA CARLOS. **Piauí ganha primeira base da Funai**. Piauí, 2011. Disponível em <<http://www.portalodia.com/noticias/piaui/piaui-ganha-primeira-base-da-funai-107044.html>> Acesso em 25.11.2011.

Conjunto histórico e paisagístico de Parnaíba. Teresina: IPHAN, 2008.

DIAS, Reinaldo; AGUIAR, Marina Rodrigues de. **Fundamentos do Turismo**. Campinas: Alínea, 2002.

FILHO, Olavo Pereira da Silva. **Carnaúba, pedra e barro na Capitania de São José do Piauí**. Vol. II. 2010.

GENUÍNA, Sólida. **A festa da Padroeira**. O Bembém, Parnaíba, 45, p. 08, set. 2011.

GONSALVES, Elisa Pereira. **Conversas sobre iniciação à pesquisa científica**. 4 ed. Campinas: Alínea, 2007.

IBGE. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **Índices censo 2007**. Piauí.

IBGE. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **Senso populacional**. Parnaíba, 2010. Disponível em <<http://www.ibge.gov.br/cidadesat/topwindow.htm?1>> Acesso em 04.09.2011.

Jornal O Bembém. Ed. 33. Parnaíba, set. 2010.

MARQUES, Renato Neves. **O Apóstolo dos Tremembés**. In: Almanaque da Parnaíba. Nº 62. Parnaíba: UFPI, 1995.

MAVIGNIER, Diderot. **No Piauí na terra dos Tremembés**. Parnaíba: 2005.

MELO, Pe. Cláudio. **Fé e Civilização**. (s/d)

MOREIRA, Aldenora Mendes, MAVIGNIER, Diderot dos Santos. **Conhecendo História & Geografia do Piauí**. Parnaíba: 2007.

PÁDUA, Elisabete M. Marchesini. **Metodologia da pesquisa: abordagem teórico-prática**. 10 ed. rev. e atual. Campinas: Papyrus, 2004.

PONTE, Ailton Vasconcelos. **O tombamento municipal e sua relevância para Parnaíba**. Teresina: Sistema Fecomércio Piauí, 2004.

RODRIGUES, William Costa. **Metodologia Científica**. FAETEC/IST. Paracambi: 2007.

SANTANA, Mário Pires. **Os sentidos do tombamento**. Jornal O Piagui, Parnaíba, 46, p. 08, ago. 2011.

SANTOS, Sólida Genuína. **O catolicismo em Parnaíba**. In: Almanaque da Parnaíba. Nº 62. Parnaíba: UFPI, 1995.

SILVA, Maria da Penha Fonte e. **Parnaíba, Minha Terra: Crônicas**. Parnaíba: 1987.

SOUSA, RAINER. **Graduado em História**. Equipe Brasil Escola. Disponível em <<http://www.brasilecola.com/religiao/catolicismo.htm>> Acesso em 05.09.2011

TRALDI, M. C.; DIAS, Reinaldo. **Monografia passo a passo**. 5 ed. Campinas: Alínea, 2006.

Cronologia do Processo Editorial

Recebido em: 18. Abr. 2012

Aprovado em: 17. set. 2012

REFERÊNCIA DESTE ARTIGO:

MOREIRA, Safira Castro; PERINOTTO, André Riani Costa. A Igreja de Nossa Senhora da Graça como produto turístico (Parnaíba – PI). **Turismo: Estudos e Práticas** - UERN, Mossoró/RN, vol. 1, n. 2, p. 118-141, jul./dez. 2012.