

## O CAMINHO DO SOL EM SÃO PAULO (BRASIL): UMA EXPERIÊNCIA DE CONSUMO CULTURAL

Luiz Armando Capra Filho<sup>1</sup>  
Judite Sanson de Bem<sup>2</sup>

### RESUMO

Os bens culturais imateriais são definidos como as práticas, as representações, as expressões, entre outros, junto com os instrumentos, objetos, artefatos e lugares culturais a eles associados. Estes são fruto do desenvolvimento humano à medida que integram aspectos econômicos, culturais e sociais interagindo, entre outros, com o turismo, dos quais o religioso. No Brasil, no início dos anos 2000, foi criado no interior paulista o Caminho do Sol, que se constituiu como um percurso que apresenta como referência o Caminho de Santiago de Compostela. O presente estudo tem como objetivo compreender a relação entre as características do consumo de bens culturais e as peregrinações realizadas no Caminho do Sol (Brasil). Metodologicamente, apresenta-se como uma pesquisa exploratória/descritiva, de cunho qualitativo. Conclui-se que embora ainda haja um longo trajeto de estudos sobre a temática em questão, o Caminho gradativamente entra para o rol dos trajetos que fazem parte dos bens produzidos e adquiridos como símbolos de uma prática social, religiosa, econômica e, sobretudo, cultural.

**PALAVRAS-CHAVE:** BENS CULTURAIS. CONSUMO. PEREGRINAÇÃO. CAMINHO DO SOL.

<sup>1</sup> Mestre em Memória Social e Bens Culturais - Universidade LaSalle, Canoas, RS. Diretor do Centro Cultural Usina do Gasômetro, Prefeitura Municipal de Porto Alegre, RS. E-mail: luiz.capra@gmail.com

<sup>2</sup> Economista, Pós-doutoranda em Geografia UFRGS, Professora do PPG em Memória Social e Bens Culturais e do PPG em Avaliação de Impactos Ambientais, da Universidade LaSalle, UNILASALLE, Canoas, RS. E-mail: Judite.bem@unilasalle.edu.br

## INTRODUÇÃO

O consumo de bens está relacionado a variáveis como o preço, a renda, o gosto e a preferência, entre outros. Entre os diferentes tipos de bens e serviços que o ser humano pode adquirir estão os culturais, uma categoria que apresenta características diferentes dos demais devido à existência de uma utilidade marginal positiva, ou seja, quanto maior o consumo maior a sua satisfação. Esta característica, além de diferenciá-los dos demais torna mais complexa sua análise em função da especificidade do bem.

O Caminho do Sol é um percurso de 241 km que se estende de Santana da Parnaíba até Águas de São Pedro, no Estado de São Paulo. José Palma, fundador do Caminho do Sol, diz que esse percurso:

[...] nasceu com o objetivo maior de oferecer aos amantes de caminhadas um ambiente agradável, passando em sua quase totalidade somente por áreas rurais, buscando a introspecção e o despojamento material. (PALMA, 2017).

O problema de pesquisa que este trabalho se deparou foi o seguinte questionamento: O Caminho do Sol e as atividades que nele estão envolvidas podem se constituir como consumo cultural?

Desta forma, este trabalho tem como objetivo geral compreender que variáveis estão presentes no consumo de bens culturais e as atividades envolvidas para a realização do percurso do Caminho do Sol (Brasil).

A fim de contemplar o objetivo exposto, utilizou-se uma pesquisa de natureza exploratória/descritiva (MINAYO, 2009). A pesquisa de caráter exploratória, segundo Santos e Candeloro (2006), tem por objetivo oferecer uma visão sobre o tema proposto e para a coleta de dados. De acordo com Gil (2010), a pesquisa exploratória tem como objetivo proporcionar mais familiaridade com o problema e o aprimoramento das idéias,

além de ser bastante flexível e possibilitar a consideração dos mais variados aspectos relativos ao fato estudado.

O desenvolvimento da pesquisa se utilizou de uma abordagem qualitativa. Esta, segundo Oliveira, se conceitua como:

Um processo de reflexão e análise da realidade através da utilização de métodos e técnicas para compreensão detalhada do objeto de estudo em seu contexto histórico e/ou segundo sua estruturação. Esse processo implica [...] observações, aplicação de questionários, entrevistas e análise de dados, que deve ser apresentada de forma descritiva. (OLIVEIRA, 2007, p. 37).

Em relação aos procedimentos técnicos para coleta de dados, a pesquisa é considerada bibliográfica, com revisão de literatura pertinente ao tema. Neste caso, o levantamento bibliográfico é realizado com buscas em material já elaborado, com base principalmente em livros e artigos científicos (GIL, 2010).

O trabalho encontra-se organizado em duas sessões, além desta introdução: a primeira traz à discussão os conceitos e características, primeiramente sobre o que a microeconomia trata como consumo de bens culturais e, posteriormente, algumas reflexões do que significa caminhar e peregrinar. Na segunda sessão há uma exposição do Caminho do Sol, para depois serem realizadas as análises. Finaliza-se este artigo com breves considerações e as referências.

## QUADRO CONCEITUAL DA PESQUISA

Dedicaremos, num primeiro momento, atenção ao conjunto de conceitos que abarca a discussão sobre consumo cultural, economia criativa e peregrinação.

## CONSUMO DE BENS CULTURAIS: UMA VISÃO MICROECONÔMICA

O pensamento microeconômico atribuiu um papel significativo à utilidade, como determinante da demanda de bens e serviços: em consumos sucessivos de um

determinado bem ou serviço, as unidades adicionais proporcionam uma menor satisfação ou seja a utilidade adicional ou marginal (UMg) torna-se decrescente. No entanto esta suposição não é suficiente para explicar a totalidade dos bens, como por exemplo, os culturais. Estes apresentam, comprovadamente, outra explicação, ou seja, quanto mais um indivíduo consome um bem cultural maior é a sua vontade de consumi-lo, logo à UMg não se apresenta necessariamente decrescente<sup>3</sup>. Assim, há o aparecimento de uma brecha para as explicações da microeconomia tradicional, ou mesmo, a teoria não consegue dar conta de toda a diversidade de bens dispostos na sociedade.

De acordo com Diniz e Machado (2010) a base dos determinantes do consumo dos bens culturais e artísticos está, sobretudo, na obra de Gary Becker: *Human capital: a theoretical and empirical analysis with special reference to education*. New York: Columbia University Press, 1964.

De acordo com as autoras, a discussão do consumo dos bens culturais incorpora variáveis outras que não apenas o preço e a renda do consumidor, entre as quais à educação, as experiências passadas, a localidade, a classe social, as relações pessoais, as funções econômicas desempenhadas na sociedade e assim por diante. Logo, em cada região, período histórico e capital humano disponível haverá uma relação de demanda específica para cada indivíduo.

Os trabalhos de Stigler (1977) e Becker (1969; 1978) também podem ser considerados como um marco na discussão sobre o consumo de bens culturais entre outros, porque é a capacidade e habilidade intelectual dos consumidores que passa a atribuir valores diferenciados para os bens culturais (obras de artes, musicais, etc.). Assim, o consumo passa indicar o acesso a esses bens e serviços e, portanto, os benefícios potenciais neles contidos, no sentido inverso, o não consumo ou as limitações

---

<sup>3</sup> A utilidade marginal (UMg) é uma definição microeconômica que expressa a aquisição ou o consumo de um bem ou serviço, por um indivíduo ou consumidor. À medida que ele amplia o consumo de certa cesta de bens e serviços (em quantidades ou variedades) ele sacia esta necessidade ou satisfação, mostrando que a utilidade diminui, gradativamente, ou seja, não precisa com a mesma intensidade destes bens. Isto pode ser definido como UMg negativa. No caso da cultura ocorre o sentido oposto, ou seja, à medida que o consumidor adquire mais unidades de um bem ou serviço ele vê sua utilidade aumentar. O mesmo percebe que sua necessidade/utilidade aumenta, ou seja, quanto mais um indivíduo ou consumidor vai ao cinema mais ele deseja ir ao cinema. A isto se chama UMg positiva. (VARIAN, 2017).



deste podem identificar as perdas potenciais advindas destas faltas. São essas bases teóricas que, na brecha para as explicações da microeconomia tradicional, identificam que é possível dar conta de toda a diversidade de bens dispostos para a sociedade.

Para Sobrosa (2010) além da dimensão econômica, existem outras perspectivas:

a) a Sociológica que busca analisar as práticas de acordo com a faixa etária ou o gênero ou principalmente, o nível econômico e escolar, pois de acordo com Bourdieu (2007, p. 9)

Contra a ideologia carismática segundo a qual os gostos, em matéria de cultura legítima, são considerados um dom da natureza, a observação científica mostra que as necessidades culturais são o produto da educação: a pesquisa estabelece que todas as práticas culturais (frequências dos museus, concertos, exposições, leituras e etc.) e as preferências em matéria de literatura, pintura ou música, estão estreitamente associadas ao nível de instrução (avaliado pelo diploma escolar ou pelo número de anos de estudo) e, secundariamente, a origem social.

Também podem ser consideradas as perspectivas:

b) psicológica, cujas explicações ocorrem através de estudos qualitativos, entrevistas e observação para entender a motivação pessoal para o consumo ou não de dado bem ou serviço cultural e,

c) a perspectiva histórica que entende que a prática do consumo liga-se ao momento histórico, localização no tempo e espaço.

Para Borgonovi, 2004 (*apud* DINIZ, 2009, p. 18-19) a literatura econômica oferece dois *insights* importantes sobre a decisão de consumo artístico-cultural:

1) enfatiza o papel de fatores como preço, renda, informação e alternativas de lazer sobre as decisões de consumo individuais; 2) incorpora a idéia de que, quanto mais conhecimento a pessoa tem sobre as artes, maior tende a ser seu consumo, pois, a um dado nível de consumo, ela terá um ganho maior de satisfação que uma pessoa com menos conhecimento.

No que se refere à educação do consumidor, quanto maior a escolaridade deste maior será a demanda por bens culturais.

A educação é um importante componente do capital humano, uma vez que contribui para a capacidade do indivíduo para o processamento e aquisição de informações. A educação do pai e da mãe, formal ou artística / cultural, também é um fator relevante, pois é uma proxy para a exposição ao bom na infância e na adolescência. Além da educação formal, a formação em qualquer atividade artística ou cultural também influi no consumo. (DINIZ; MACHADO, 2010, p. 4).

Existem, para citar, outras variáveis que, analisadas de forma independente, não explicam a demanda em si, mas no contexto geral podem fazer diferença. Entre elas tem-se: os efeitos cumulativos da idade, sexo, raça/cor e religião. Estas podem ser estudadas em outro momento.

### **CAMINHAR, PEREGRINAR E FAZER ROMARIAS**

No Brasil são célebres as romarias que se dirigem à Aparecida em São Paulo e Bom Jesus de Pirapora. A romaria de Bom Jesus da Lapa, na Bahia, tem como alvo um santuário situado em uma gruta à margem do Rio São Francisco. Em Canindé, no Ceará, em honra a São Francisco de Assis, tem-se a segunda maior romaria do planeta. Na cidade de Trindade (GO) tem-se a romaria do Divino Pai Eterno e em Juazeiro do Norte, também no Ceará, a romaria à terra natal de Padre Cícero.

Todavia, têm surgido outras rotas que se diferenciam em muito das mais conhecidas: “No Brasil surgiram, a partir do final da década de 1990, algumas rotas de “peregrinação” com características bastante incomuns, em grande parte inspiradas no Caminho de Santiago de Compostela” (SANTOS e FAGLIARI, 2003, p. 39).

A importância do “caminhar” é apontada por Toniol (2012, p. 31) o qual realizou estudo, acompanhando caminhantes em trajetos de longo curso no Estado do Paraná. O estudo aponta que “[...] o deslocamento que se realiza na caminhada não é simplesmente um modo de passar de um lugar a outro, mas um tipo de *inter-ação* do corpo com o mundo e do mundo com o corpo”.

Em olhar completar, Steil e Carneiro (2008, p. 47) observam que estes novos trajetos e formas de realizá-los são frutos de outras possibilidades de interpretação religiosa, em que a religiosidade admite diferentes facetas.

[...] elementos de uma espiritualidade Nova Era numa matriz e experiência do catolicismo tradicional, apontando para dois aspectos: de um lado, para a porosidade das fronteiras entre as religiões estabelecidas (institucionalizadas) dentro do modelo de “igreja”, no sentido sociológico dado por Weber a essa categoria, e as religiões do self; de outro, para a complexidade das relações entre peregrinação e turismo e de suas próprias significações.

Esta nova forma, esta religião do self, destacada pelos autores, encontra eco na visão de “saúde” de Toniol:

[...] essa busca do aperfeiçoamento de si, a partir deste tipo de engajamento na natureza, coloca em evidência uma noção ampla de saúde que extrapola os próprios limites corpóreos dos sujeitos e incorpora o cuidado com esses espaços em que se caminha como condição de bem-estar. (TONIOL, 2012. p. 30).

Concordando com Santos e Fagliari (2003), Steil e Carneiro (2008, p. 108) apontam:

Acreditamos ainda que essa nova modalidade de peregrinação, a que provisoriamente atribuímos o rótulo de “moderna”, parece re-vitalizar o fenômeno da peregrinação não só como experiência religiosa, de um lado, mas também como expressão cultural (turística), de outro.

E concluem:

Os “Caminhos de Santiago no Brasil” estariam, assim, reinterpretando as peregrinações dentro de uma outra chave de leitura, a qual parece substituir os conteúdos da tradição dominante do catolicismo pela reflexividade. (STEIL; CARNEIRO, 2008, p. 112).

Neste sentido, observa-se que há concordância entre os autores. As novas formas de peregrinar apontam para outras possibilidades de interpretação, seja em prol de um estilo de vida mais saudável, pela busca de novas paisagens ou monumentos, mas, em especial, pela possibilidade que o contato social e o processo de caminhada, por si só, permitam momentos de religiosidade própria e reflexão:

Características estas, próprias de um movimento cultural mais identificado com uma postura de espiritualidade contemporânea, mais difusa, menos institucionalizada, uma espécie de espiritualidade sem religião, característica marcante do que vem sendo chamado de Movimento New Age. (STEIL e CARNEIRO, 2008, p. 112).

Outro fator que parece fazer parte deste novo rito de caminhada, em trajetos implantados, é sua lógica como estrutura de negócio. Santos e Fagliari (2003) apontam que passa pela motivação dos idealizadores, além dos aspectos espirituais e religiosos, também questões de ordem da economia, isto é: “[...] resultados práticos ligados ao desenvolvimento econômico e social das regiões cortadas pelo trajeto e a sustentabilidade financeira do projeto em si”. (SANTOS E FAGLIARI, 2003. p. 49).

Nesse sentido, buscam uma síntese entre o lado religioso dos projetos que “[...] visam o resgate da fé, enquanto do lado econômico, objetivam o desenvolvimento de novos produtos no cenário nacional de turismo”. (SANTOS; FAGLIARI, 2003, p. 49).

[...] seria uma tendência que é impulsionada também pela crise que afeta a economia e a reprodução social dos pequenos e médios municípios no país, que passam a ver no turismo rural, ecológico e religioso uma saída para a crise. (STEIL; CARNEIRO, 2008, p.112).

Se uma nova forma de espiritualidade e fatores econômicos estão situados como alguns dos fatores de “criação/implantação” de novos caminhos, para usar o termo de Santos e Fagliari, no que tange aos seus idealizadores, Toniol (2012) aponta que as dificuldades são o que ligam os caminhantes.

A descrição da experiência da caminhada para muitos dos caminhantes tem como fio condutor os percalços, as dificuldades enfrentadas nas distâncias percorridas, os terrenos íngremes. A exaustão física é posta em relevo e essa valorização das dificuldades contribui para tornar mais “autêntica” a experiência entre os sujeitos. (TONIOL, 2012. p. 34).

Mas estas experiências são vividas em diferentes formas e trajetos. Nosso estudo será explorar, à medida do possível, as inter-relações entre o consumo cultural e o Caminho do Sol.



## **CAMINHO DO SOL: UM TRAJETO EM PROCESSO DE CONSOLIDAÇÃO**

Percursos inspirados no itinerário cultural de Santiago de Compostela multiplicam-se no Brasil, entre os quais: Caminho Gaúcho de Santiago (RS), o Caminho das Missões (RS), Caminho da Fé (SP/MG), Caminho dos Anjos (MG), Caminho do Sol (SP). Outros aproveitam a experiência/modelo para traçar itinerários inspirados na literatura: Caminho de Cora Coralina (GO).

O Caminho do Sol tem como fundador José Palma, peregrino que, ao retornar ao país após percorrer o itinerário cultural do Caminho de Santiago, em 1996, propôs um percurso que pudesse oferecer, no Brasil, experiências semelhantes às vivenciadas na Espanha.

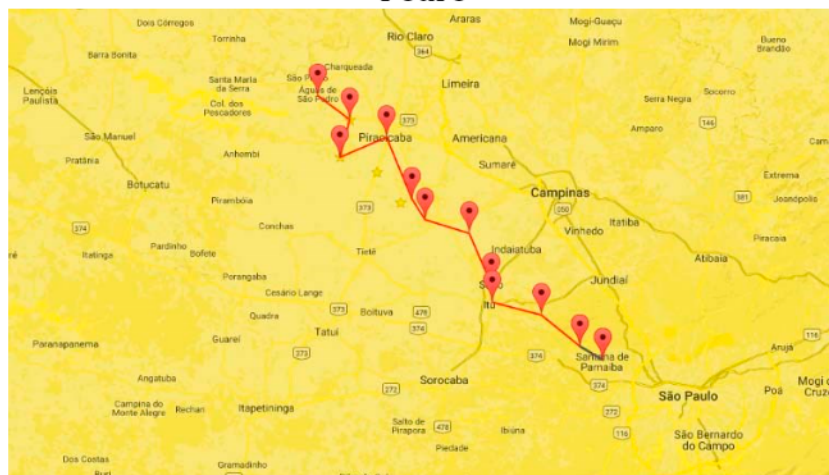
Cabe destacar que os caminhos não são importantes apenas para aqueles que os percorrem. Os caminhos acarretam a necessidade de oferta de serviços durante o percurso, pois os peregrinos têm demandas de alimentação, higiene e até mesmo de orientação que precisam estar disponíveis. A mesma estrutura necessária aos que percorrem o Caminho de Santiago também se faz importante no Caminho do Sol, quicá a todo outro percurso que se coloque em posição semelhante.

Dessa forma, o Caminho se traduz em um bem cultural que traz em si um conjunto de relações socioeconômicas de um dado momento de construção de sua identidade.

O Caminho do Sol é um trajeto pedonal ou ciclístico, caracterizado pela execução de um percurso de 241 km entre Santana da Parnaíba e Águas de São Pedro, no Estado de São Paulo. Esse trajeto passa pelas localidades de Santana de Parnaíba, Pirapora do Bom Jesus, Cabreúva, Fazenda Cana Verde, Salto, Elias Fausto, Capivari, Mombuca, Arapongas, Monte Branco, Artemis e, por fim, Águas de São Pedro.

O Caminho do Sol tem sua fundação datada de 25 de julho de 2010. Essa data não é uma coincidência, pois esse é o dia dedicado ao apóstolo Tiago, mais conhecido pelo seu nome ibérico: Santiago. A figura 1 apresenta uma visão parcial do Caminho do Sol – São Paulo.

**Figura 1 - Percurso do Caminho do Sol de Santana da Parnaíba à Águas de São Pedro**



Fonte: Caminho do Sol, 2018

A figura 1 mostra o trajeto do Caminho do Sol, traçando uma linha de leste para oeste, no interior do Estado de São Paulo. Uma das cidades mais representativas deste trajeto é Pirapora do Bom Jesus, centro de romaria dos devotos do Bom Jesus. Cabe destacar que parte deste percurso cruza com outra importante rota: o trajeto que leva os romeiros ao santuário de Aparecida. O dia 25 de julho é também a data de emancipação da cidade de Águas de São Pedro, cidade essa que é o destino final do trajeto que, segundo seu idealizador, “tem a geografia da Galizia<sup>4</sup>”.

Mesmo com sua recente criação (aproximadamente 16 anos), o trajeto do Caminho do Sol engloba questões que envolvem o turismo, com seus diferentes elos da cadeia, e o roteiro religioso em si.

Os caminhos percorridos por essas rotas de peregrinação tanto podem ser uma invenção recente (ex.: Caminho do Sol) como antigos pólos turísticos e/ou religiosos (ex.: Caminho das Missões e Caminho da Fé, respectivamente) que foram ressignificados por meio da incorporação do ideário Nova Era e da mediação de novos agentes, seja a do mercado turístico (agências de viagem, promotores de turismo e outros), ou pela ação do Estado. (DIAS; SILVEIRA, 2003, p. 107).

<sup>4</sup> Galiza é uma unidade administrativa do território espanhol. Compreende cerca de 30.000m<sup>2</sup> e é onde está a Catedral de Santiago de Compostela.

A “ressignificação”, apontada por Dias e Silveira, foi também apresentada por Cuter; Baptestone (2010) que trazem a seguinte colocação:

O Caminho do Sol também é considerado um **roteiro religioso** que começa no centro histórico de Santana de Parnaíba, o peregrino recebe da Secretaria de Cultura e Turismo um documento chamado “Passaporte do Sol” (Mapa do percurso). **Considerado a versão paulista do Caminho de Santiago de Compostela**, envolve 12 cidades do interior de São Paulo, percorrendo 240 km, cruzando trilhas e trajetos rurais entre Santana de Parnaíba e Águas de São Pedro, o final da peregrinação se dá junto à imagem de São Tiago. (CUTER; BAPTESTONE, 2010, p.109) – **grifo nosso**

O enquadramento de roteiro religioso havia sido caracterizado por Dias; Silveira (2003, p. 56), ao classificar atributos deste percurso segundo alguns pontos:

Classifica esses atributos em seis diferentes tipos: 1. Santuários de peregrinação: locais de valor espiritual, com datas devocionais especiais. Aparecida do Norte; 2. Espaços religiosos de grande significado histórico-cultural: podem ser considerados atrações turístico-religiosas. Igrejas nas cidades históricas de Minas Gerais; 3. Encontros e celebrações de caráter religioso: têm como objetivo atividades confessionais. Encontro de carismáticos da Igreja Católica; 4. Festas e Comemorações em dias específicos: eventos dedicados a determinados símbolos de fé, calendários litúrgicos ou manifestações de devoção popular. Círio de Nazaré, Lavagem da Igreja do Bonfim; 5. Espetáculos artísticos de cunho religioso: caracterizados por encenação de eventos religiosos. Encenação da Paixão de Cristo em Nova Jerusalém (PE); 6. Roteiros de Fé: caminhadas de significado espiritual, pré-organizadas em um itinerário turístico-religioso. Rota Caminho da Fé, com 415 km, entre Tambaú (SP) e Aparecida (SP); e **o Caminho do Sol**, com 209 km, entre Santana do Parnaíba e São Pedro (SP). **Grifo nosso**

Em relação ao número de caminhantes, o Caminho do Sol recebe, em média, cerca de 800 pessoas ao ano, tendo recebido em torno de 15.000 pessoas desde a sua abertura<sup>5</sup>.

Esta perspectiva permite um olhar “multifuncional” do percurso do Caminho do Sol, como propõe Maio (2004):

---

<sup>5</sup> Dados fornecidos pela organização do Caminho do Sol.



É importante observar que essa classificação não envolve apenas o sentido religioso e espiritual do viajante, mas também o conhecimento histórico, o cultural, o patrimonial, o artístico e o natural, reafirmando o caráter multifuncional. (MAIO, 2004. p. 56).

O percurso Caminho do Sol é um bem cultural<sup>6</sup> cujos romeiros não necessariamente apresentam foco exclusivo em aspectos religiosos institucionalizados, mas também incorporam “atrativos como cachoeiras, praias, montanhas, ruínas históricas, monumentos artísticos e gastronomia[...]” (SANTOS e FAGLIARI, 2003, p. 47).

É nesse sentido, que o artigo salienta os entrelaçamentos: há diferentes elos e agentes, desde os caminhantes, passando pelos gestores e os ofertantes de bens e serviços diretos e indiretos, entre outros. A todos, além de mediar esta nova forma de vivenciar a relação com o sagrado, cabe “[...] **assegurar e garantir os meios e os recursos simbólicos** para que cada um possa fazer seu próprio caminho[...]” (STEIL e CARNEIRO, 2008, p.113), além de oferecer todas as comodidades necessárias para que o público permaneça e possa fazer todo o trajeto.

O papel dos organizadores, além de oferecer o bem cultural, é executar as tarefas centrais do processo já que são “[...] os responsáveis por estruturar, organizar e propor as atividades que são oferecidas aos peregrinos” (STEIL e CARNEIRO, 2008, p. 115).

O tempo médio de percurso é de 15 dias, logo há a necessidade da oferta de bens e serviços (diretos e indiretos) para abrigar os caminhantes do trajeto Caminho do Sol assim como ocorre em outros trajetos, percursos e romarias. Aqui há demandas que vão desde alimentação como a hospedagem (cama e banho), souvenirs, artesanatos entre outros. Mas, além disso, há o consumo do bem em si: ou seja, quem vem para realizar a caminhada vem em busca de um bem maior que pode ser tanto o religioso, espiritual, como desfrutar da paisagem, do social junto com outros caminhantes. Isto também pode

---

<sup>6</sup> No sentido amplo, temos como referência a definição do Novo Dicionário Aurélio de Língua Portuguesa, a saber: “um bem, material ou não, significativo como produto e testemunho de tradição artística e histórica, ou como manifestação da dinâmica cultural de um povo ou de uma região” (FERREIRA, 1986, p. 247). Ainda na mesma obra, entre *parêntesis*, o autor afirma que “Podem-se considerar como bens culturais obras arquitetônicas, ou plásticas, ou literárias, ou musicais, conjuntos urbanos, sítios arqueológicos, manifestações folclóricas, etc.” (FERREIRA, 1986, p. 247).



ser considerado como consumo de um bem cultural, conforme explicamos anteriormente.

Mas quem seriam as pessoas que freqüentam este trajeto? Não há dados estatísticos precisos, mas podemos fazer algumas suposições com base nas despesas previstas: um Kit Inscrição custa R\$ 202,80 (preço em 20/12/2018) para caminhantes e Kit Inscrição Bicigrino - (R\$155,80). Estes dados estão disponíveis na página do Caminho. As diárias estão “entre R\$ 130,00/R\$ 170,00/dia (almoço, jantar, pernoite e café da manhã)” (CAMINHO DO SOL, 2018).

Assim, a despesa média nos 15 dias poderia variar entre dois limites: de R\$ 1.950,00 a R\$ 2.550,00 com diárias. Se adicionarmos os Kits as despesas podem ficar entre R\$ 2.106,00 a R\$ 2.753,00. Nestes valores não estão computadas o transporte até São Paulo, por via aérea ou terrestre, entre outras despesas que possam ocorrer.

Desta feita somente o perfil da renda deste caminhante, supondo que o mesmo não é do estado de São Paulo, é de uma pessoa que receba acima de 7 salários mínimos (ao redor de R\$ 7.000,00/mês, ao preço de dezembro de 2018).

Quanto ao grau de escolarização também não há dados precisos, mas podem ser realizadas algumas suposições: acredita-se, com base na teoria de Gary e Becker, que a educação é uma variável fundamental no consumo de bens culturais. Assim, provavelmente, o caminhante tem ensino superior completo, pois o Caminho do Sol tem um histórico - imaginário, como citado acima, fortemente ligado ao Caminho de Santiago de Compostela, freqüentado por peregrinos na Europa. Esta relação é importante considerando que o caminhante deve ter conhecimentos sobre história, geografia, religiosidade entre outros que o distingue da maioria da população.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

O Caminho do Sol é um trajeto desenvolvido no interior paulista, entre as cidades de Santana da Parnaíba e Águas de São Pedro. Esse percurso usa o recurso cultural como tema aglutinador e constrói vias que são percorridas em busca de histórias e culturas

locais. Ele nasceu da ideia de um peregrino de Santiago de Compostela que buscou trazer a experiência da caminhada para o Brasil.

Este trajeto, assim como os demais, busca incentivar os peregrinos a percorrê-lo, através de atrativos naturais, históricos, culturais, religiosos, literários, ou outros que possam trazer pessoas para conhecer novos espaços.

Compatível com a teoria microeconômica tradicional, quando explica a demanda como um reflexo dos preços, da renda e do gosto e preferência, também se afasta dela quando analisa seu consumo sob outras perspectivas: o percurso está fortemente relacionado a variáveis como educação, as experiências anteriores, pois a maioria dos peregrinos já tem no seu currículo outros percursos, e os atrativos locais, no caso a maior parte na zona rural de São Paulo, entre outros. Estas são características da demanda de um bem cultural, dado seu forte apelo e valor imaterial.

Da mesma forma que outros caminhos mundo afora, o Caminho do Sol traz com ele a necessidade de oferta de serviços durante seu percurso. Estas ofertas estão relacionadas à demanda deste bem cultural.

Características estas, próprias de um movimento cultural mais identificado com uma postura de espiritualidade contemporânea, mais difusa, menos institucionalizada, uma espécie de espiritualidade sem religião, característica marcante do que vem sendo chamado de Movimento New Age. (STEIL e CARNEIRO, 2008, p. 112).

Este novo rito de caminhada, em trajetos implantados, é sua lógica como estrutura de negócio. Se aceitarmos que os mesmos são estruturas de negócios estes são passíveis de compra e venda, logo transformamos o bem em econômico: uma mercadoria. Esta lógica já é observada em outros trajetos ou percursos. Além da motivação cultural, material ou imaterial, religiosa ou outra, também há a motivação de ordem econômica. Esta remete a questões práticas como a sustentabilidade do negócio em si e dos empresários individualmente. A sustentabilidade está atrelada, entre outros, às diferentes formas de gestão do negócio e como o produto é “vendido”, se ele é valorizado por seus aspectos culturais, religiosos, turismo rural, ou outros.

Acreditamos, após realizarmos a pesquisa, que o Caminho do Sol é um bem cultural pouco explorado, ainda em processo de gestação. Embora ainda não tenha o seu devido reconhecimento, suas características constitutivas nos levam a pensá-lo como um bem cultural. Isto posto, seu consumo, o ato de realizar o trajeto, além de representar a realização de uma necessidade do consumidor, representa muito sobre quem o consome: sobre sua posição social, os vínculos que estabelece ao longo do caminho, seu conhecimento, entre outros. Estas análises podem ser realizadas, mais detalhadamente, em outros estudos.

### O CAMINHO DO SOL IN SÃO PAULO (BRAZIL): AN EXPERIENCE OF CULTURAL CONSUMPTION

#### ABSTRACT

Immaterial cultural goods are defined as practices, representations, expressions, among others, along with the associated instruments, objects, artifacts and cultural places. These are the result of human development as they integrate economic, cultural and social aspects interacting, among others, with tourism, of which the religious. In Brazil, in the early 2000s, the Caminho do Sol was created in the interior of São Paulo. This study aims to understand the relationship between the characteristics of the consumption of cultural goods and the pilgrimages made in Caminho do Sol (Brazil). Methodologically, it is presented as an exploratory / descriptive research, of qualitative nature. It is concluded that although there is still a long course of studies on the subject in question, the Caminho gradually enters the list of paths that are part of the goods produced and acquired as symbols of a social, religious, economic and, above all, cultural practice.

**KEYWORDS:** CULTURAL GOODS. CONSUMPTION. PILGRIMAGE. CAMINHO DO SOL.

#### REFERÊNCIAS

BECKER, Gary S. **Human Capital: A Theoretical and Empirical Analysis, with Special Reference to Education.** [S.l.]: Chicago, University of Chicago Press, 1964.

BECKER, Gary S. **The economic approach to human behaviour.** Chicago: University of Chicago Press, 1978.

BORGONOV, F. Performing arts attendance: an economic approach. **Applied Economics**, London, v. 36, n.17, p.1871-1885, Set. 2004.

BOURDIEU, Pierre. **A distinção**. Crítica social do julgamento. São Paulo: Edusp; Porto Alegre: Zouk, 2007.

CAMINHO DO SOL. Disponível em: <http://www.caminhodosol.org.br/post.aspx?id=23>. Acesso em: 12 de Nov. de 2018.

CUTER, Julio Cesar; BAPTESTONE, Rolney Carlos. Desenvolvimento econômico, turismo, cultura e hospitalidade: uma análise do município de Santana do Parnaíba. In: **Patrimônio: Lazer & Turismo**, v.7, n. 11 jul./ago./set., 2010, p.99-115.

DIAS, Reinaldo; SILVEIRA, Emerson J. S. da. **Turismo religioso**: ensaios e reflexões. Campinas: Alínea, 2003.

DINIZ, Sibelle Cornélio; MACHADO, Ana Flávia. Analysis of the consumption of artistic-cultural goods and services in Brazil. In **Journal of Cultural Economics**, 2010.

DINIZ, Sibelle Cornélio. **Análise do consumo de bens e serviços artístico-culturais no Brasil metropolitano**. Dissertação apresentada ao curso de Mestrado em Economia do Centro de Desenvolvimento e Planejamento Regional da Faculdade de Ciências Econômicas da Universidade Federal de Minas Gerais. Belo Horizonte: UFMG/Cedeplar, 2009. 97p.

FERREIRA, A. B. H. **Novo Dicionário Aurélio da Língua Portuguesa**. Rio de Janeiro: Editora Nova Fronteira, 1986.

GIL, Antônio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 5ª Ed. São Paulo: Atlas, 2010

MAIO, Carlos Alberto. Turismo religioso e desenvolvimento local. **Publicatio UEPG**, Ponta grossa, v. 12, n. 1, p. 53-58, jun. 2004. Disponível em: <http://www.revistas2.uepg.br/index.php/sociais/article/view/2755/2040>. Acessado em: 18 de maio de 2018.

MINAYO, Maria Cecília de Souza (Org.). **Pesquisa social**: teoria, método e criatividade. 29.ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2009.

OLIVEIRA, M.M de. **Como fazer pesquisa qualitativa**. Petrópolis: Vozes, 2007.

PALMA, José. **Viva a experiência do Caminho do Sol**. Disponível em: <http://caminhodosol.org.br/historia.aspx>. Acessado em: 05 de julho de 2017.

SANTOS, Vanice; CANDELORO, Rosana. **Trabalhos acadêmicos – Uma orientação para a pesquisa e normas técnicas**. Porto Alegre: AGE Editora, 2006



SANTOS, Glauber Eduardo de Oliveira; FAGLIARI, Gabriela Scuta. Peregrinação e Turismo: as novas rotas “religiosas” do Brasil. In: **Turismo - Visão e Ação** – v.5 - n.1 - jan/abr. p.39-51, 2003. Disponível em: <https://siaiap32.univali.br/seer/index.php/rtva/article/view/1152> Acesso em: 18 de abril de 2017.

SOBROSA, Carla. Consumo cultural, possibilidades de análise. Alguns tópicos para reflexão. IN **Anais... VI ENECULT**, 25 a 27 de maio de 2010, Salvador.

STEIL, Carlos Alberto; CARNEIRO, Sandra de Sá. Peregrinação, turismo e nova era: caminhos de Santiago de Compostela no Brasil. *Religião e Sociedade*, Rio de Janeiro, 28(1): 105-124, 2008. Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/rs/v28n1/a06v28n1.pdf>. Acesso em: 16 abril de 2018.

STIGLER, George J.; BECKER, Gary S. De Gustibus Non Est Disputandum. In **American Economic Review**, Vol. 67, No. 2 (Mar., 1977), pp. 76-90.

TONIOL, Rodrigo. **No rastro das caminhadas**: Etnografia de uma política de turismo rural no Vale do Ivaí, Paraná. Dissertação de Mestrado do programa de Pós-Graduação em Antropologia Social da Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Porto Alegre. 2012. 153p. Disponível em: <https://lume.ufrgs.br/handle/10183/54079>. Acessado em: 14 de maio de 2018.

VALLE, Edênio. Santuários, romarias e discipulado cristão. **Horizonte**, Belo Horizonte, v. 4, n. 8, p. 31-48, jun. 2006. Disponível em: <http://periodicos.pucminas.br/index.php/horizonte/article/view/501>. Acessado em: abril de 2018.

VARIAN, Hal. **Microeconomia**. 9ª ed. Rio de Janeiro: Elsevier Ltda, 2017.

#### Cronologia do Processo Editorial

Recebido em: 30. dez. 2018

Aprovação Final: 18. ago. 2019

#### Referência (NBR 6023/2002)

CAPRA FILHO, Luiz Armando; BEM, Judite Sanson de. O Caminho do Sol em São Paulo (Brasil): uma experiência de consumo cultural. **Turismo: Estudos & Práticas (RTEP/UERN)**, Mossoró/RN, vol. 8, n. 2, p. 92-108, jul./dez. 2019.