

O Círio de Nazaré e sua influência na economia pelo estímulo do turismo local: um estudo temporal antes, durante e pós pandemia de Covid-19

The Círio de Nazaré and its influence on the economy through the stimulation of local tourism: a temporal study before, during, and after the Covid-19 pandemic

Diego Ventura Magalhães*

Resumo: O Círio de Nazaré é um dos maiores eventos religiosos do Brasil e um Patrimônio Cultural Imaterial da Humanidade, desempenhando um papel fundamental no estímulo ao turismo em Belém, Pará. Além de ser uma celebração de fé, ele exerce grande impacto econômico, movimentando diversos setores da cidade. A cada ano, milhares de fiéis e turistas participam do evento, fortalecendo hotelaria, alimentação, comércio e transporte, o que gera empregos e oportunidades para pequenos negócios, impulsionando o crescimento econômico da região. Esta pesquisa teve como objetivo geral analisar a influência do Círio de Nazaré na economia, especialmente no estímulo ao turismo local, considerando o período antes, durante e após a pandemia de Covid-19. Trata-se de um estudo descritivo, com abordagem mista, no qual a coleta de dados foi realizada a partir de pesquisas bibliográficas e documentais. A análise dos dados seguiu a técnica de análise de conteúdo, permitindo mensurar a importância do evento no turismo local e sua influência na economia ao longo dos diferentes períodos. Com base nos resultados, conclui-se que o Círio de Nazaré, além de preservar tradições culturais, desempenha um papel essencial no desenvolvimento econômico, impulsionando setores estratégicos como hotelaria, alimentação e comércio, tornando-se um elemento fundamental para a economia de Belém.

Palavras-chave: Círio de Nazaré. Economia. Turismo local. Covid-19

* Doutor em Administração pela Universidad Columbia del Paraguay, mestre em Ciência da Educação pela Universidad Autónoma de Asunción - UAA, especialista em Gestão da Sala de Aula e da Aprendizagem na Educação Superior pela Faculdade da Amazônia e em Gestão de Recursos Humanos pela Faculdade Ideal, além de graduado em Administração/Comércio Exterior pelo Centro Universitário do Estado do Pará. Desde 2015, é professor da Faculdade da Amazônia (FAAM).

Abstract: The Círio de Nazaré is one of the largest religious events in Brazil and an Intangible Cultural Heritage of Humanity, playing a fundamental role in stimulating tourism in Belém, Pará. In addition to being a celebration of faith, it has a major economic impact, driving various sectors of the city. Every year, thousands of devotees and tourists participate in the event, strengthening hospitality, food services, commerce, and transportation, which generates jobs and opportunities for small businesses, boosting the economic growth of the region. This study aimed to analyze the influence of the Círio de Nazaré on the economy, particularly in stimulating local tourism, considering the periods before, during, and after the Covid-19 pandemic. It is a descriptive study with a mixed-method approach, in which data collection was carried out based on bibliographic and documentary research. The data analysis followed the content analysis technique, allowing the measurement of the event's importance for local tourism and its economic influence over different periods. Based on the results, it is concluded that the Círio de Nazaré, in addition to preserving cultural traditions, plays an essential role in economic development, driving key sectors such as hospitality, food services, and commerce, making it a fundamental element for Belém's economy.

Keywords: Círio de Nazaré. Economy. Local Tourism, Covid-19.

INTRODUÇÃO

O Círio é-realizado desde 1793 é uma manifestação religiosa de devoção a Nossa Senhora de Nazaré, realizada no segundo domingo de outubro, em Belém, capital do estado do Pará, situado na região Norte do Brasil, no qual, reuni devotos de vários estados brasileiros e do exterior (IPHAN, 2006).

“Os historiadores Márcio Couto e Aldrin Figueiredo são categóricos em afirmar que “nunca, isso mesmo, nunca desde 1793 a procissão que sai da Cidade Velha até o Largo de Nazaré deixou de ser feita” (PINHO, 2020, p. 40). É importante destacar que a história da cidade de Belém mistura-se com a história do Círio. Pois no século XVIII não havia nem energia elétrica ou nem tão pouco urbanização próximo aos igarapés que rodeavam a pequena ermida de Nazaré (PINHO, 2020).

Outro momento marcante, neste contexto específico é que as procissões do século XIX atravessavam a Cabanagem, maior revolta popular brasileira. A cidade tomada pelos cabanos em 1835 e um cenário de desabastecimento, fome e as

moléstias não foi suficiente para impedir a festividade (PINHO, 2020). Quase um século depois que o mundo passava pela gripe espanhola, Belém foi acometida pela doença. “Hospitais foram montados, moribundos isolados e a quarentena decretada. O Círio foi realizado, com alguns prejuízos do arraial como indica o historiador José Maria de Castro Abreu Junior” (PINHO, 2020, p. 40).

Mesmo com tantos acontecimentos que poderiam impedir a realização do Círio ao longo do tempo, a festa sempre ocorreu, mesmo que em moldes diferenciados. No entanto, historicamente temos registrado cartazes, folders, reportagens; com intuito de promover a festividade, a qual, nos primeiros anos, o arraial da festa estava ligado a feira agropecuária no estado do Pará, demonstrando como o Círio de Nazaré, desde sua origem no século XVIII está atrelada a questão econômica no estado.

O Círio de Nazaré é apenas um dos eventos, o qual, incorpora o que se chama de Quadra Nazarena¹ no qual, possui maior participação de público, segundo dados do IPHAN (2006) a média estimada de pessoas era de oitocentos mil em 1980 chegando até dois milhões em 1992, no ano de 2022, celebração esta que, ocorreu a edição “230º Círio de Nossa Senhora de Nazaré reunindo mais de 2,5 milhões de pessoas nas ruas do centro de Belém do Pará” (OLIBERAL, 2022, on-line).

A Quadra Nazarena envolve diversas ações religiosas e culturais, que vão de romarias, missas, procissões e shows culturais durante todo o período da festividade, organizados pela Diretoria da Festa, além de eventos realizados por toda capital paraense de incentivo à cultura e atrativo turístico, realizados pelos setores público e/ou privados. Esta festa é considerada mais do que um evento religioso, para os paraenses é um marco social e econômico comparado com o “natal dos paraenses”, onde busca o crescimento econômico, geração de emprego e renda assim como o aumento do trabalho informal.

Neste contexto, diante da problemática acima exposta, a presente pesquisa elege como problema: Qual a influência do Círio de Nazaré na economia em Belém – PA, pelo estímulo do turismo local, durante o período que antecedeu, durante e pós o período pandêmico (COVID-19)? Para alcançar resposta a tal questionamento foi traçado como objetivo geral analisar a influência do Círio de Nazaré na economia pelo

¹ Atualmente, a Quadra Nazarena acontece durante 15 dias. Nesse período são realizadas várias manifestações religiosas, como o Círio Musical, reunindo dezenas de artistas da música católica, e as 11 romarias que compõem a festividade. Após a procissão do Círio, a Imagem de Nossa Senhora de Nazaré fica exposta na Praça Santuário para a visita dos fiéis (BELÉM, 2020)

estímulo do turismo local, durante o período que antecedeu, durante e pós o período pandêmico (COVID-19).

O Círio de Nazaré tem um impacto crescente na economia do Pará, impulsionado pela chegada anual de romeiros e turistas em Belém durante outubro. Estudos do Dieese/PA e da Diretoria da Festa de Nazaré indicam que o número de visitantes vem aumentando ao longo dos anos, fortalecendo diversos setores econômicos.

O Conselho Nacional do Sesi (2014) destaca que o turismo gerado pela festividade movimenta áreas como hotelaria, gráfica, alimentação, bebidas, vestuário, artigos religiosos e artesanato. Além disso, segundo José Conrado Santos, presidente da FIEPA, o período do Círio beneficia negócios de diferentes portes e segmentos, gerando emprego e renda para a população local.

Silva et al. (2014) apontam que o impacto econômico da celebração está diretamente ligado ao turismo e ao comércio, impulsionado pela religiosidade, cultura e consumo. O evento não se limita à procissão principal, desdobrando-se em diversas festividades paralelas, o que reforça sua relevância para a economia e para a identidade cultural dos paraenses. Por essa razão, o Círio é muitas vezes chamado de "Natal dos Paraenses", evidenciando seu papel central na vida social e econômica do estado.

METODOLOGIA

A pesquisa caracteriza-se como descritiva, com abordagem mista, combinando técnicas qualitativas e quantitativas para analisar a influência do evento no turismo local e na economia ao longo dos diferentes períodos.

A coleta de dados foi realizada por meio de pesquisas bibliográficas e documentais, utilizando fontes acadêmicas e institucionais sobre o tema. Serão analisados documentos oficiais do Ministério do Turismo, além de relatórios do DIEESE (Departamento Intersindical de Estatística e Estudos Socioeconômicos) e da EMBRATUR (Agência Brasileira de Promoção Internacional do Turismo), que apresentam dados econômicos e turísticos relevantes para o estudo.

Para interpretação dos dados, utilizou-se a técnica de análise de conteúdo, conforme Bardin, que consiste em um conjunto de instrumentos metodológicos

aplicados à análise de discursos e documentos. Segundo Bardin (2016), essa técnica segue três etapas principais: pré-análise, onde se organiza o material coletado; exploração do material, que envolve codificação e categorização dos dados; e tratamento dos resultados, permitindo a inferência e interpretação das informações obtidas.

CÍRIO DE NAZARÉ: Patrimônio Cultural Imaterial da Humanidade

“Há dois séculos, o Círio de Nazaré é o Patrimônio dos paraenses. Uma manifestação de fé das mais grandiosas do mundo. Sem dúvida, a maior manifestação católica da qual se tem registro no planeta. Recebe 2 milhões de pessoas de todo mundo”. (MENDONÇA; BONNA, 2014, p.27). No entanto, vale destacar que o surgimento e evolução da devoção na capital paraense teve início no ano de 1700, com o achado da imagem por um caboclo paraense chamado Plácido José de Souza, nas margens de um igarapé do decorrente ano.

O IPHAN (2006) ressalta que autores como Alves (1980) e Corradi (1997) abordam o encontro da imagem pelo caboclo Plácido, da mesma forma Mendonça e Bonna (2014) ambos afirmam que o Círio de Nazaré guarda muitos mistérios, e o principal deles está ligado a origem da própria imagem, afirmam ainda que Plácido José de Souza, por volta de 1700, caminhava nas proximidades da chamada conhecida por estrada do Utinga, ou Estrada do Maranhão atual Avenida Nazaré, pois havia saído para caçar e, no meio do caminho e, com sede, buscou um igarapé ali próximo, onde pudesse se saciar, às margens do igarapé Murucutu, encontrou uma pequena imagem de madeira de Nossa Senhora de Nazaré. Plácido levou seu achado para casa, mas no dia seguinte ela havia desaparecido. Ele decidiu voltar então ao local onde a encontrou e, para sua surpresa, encontrou-a lá, naquele mesmo local onde ele a havia encontrado antes. Plácido insistiu e levou-a para casa, mas a imagem voltou a desaparecer e reaparecer no igarapé. Segundo as mesmas fontes, isso se repetiu várias vezes. (IPHAN, 2006; MENDONÇA; BONNA, 2014).

Sabendo disso, o governador da época Dom Francisco de Souza ordenou que a imagem fosse para o Palácio do Governo, onde deveria ficar sob intensa vigilância da guarda militar. Mesmo assim, não adiantou. No dia seguinte, o altar no palácio do governo estava vazio e reapareceu no igarapé. Todos passaram a acreditar que aquilo

era uma espécie de milagre: a imagem expressava sua vontade de fazer morada naquele local. Impressionados, os devotos resolveram construir uma ermida no local onde a Santa foi encontrada. Onde hoje, encontra-se a majestosa Basílica Santuário. Com o tempo o lugar foi atraindo pessoas de várias localidades (IPHAN, 2006; MENDONÇA; BONNA, 2014).

Durante a epidemia de varíola de 1728, fiéis recorriam à choupana de Plácido para orações e acendimento de velas à Virgem das Pedras. Em 1745, sob o governo de dom Guilherme de S. José, a ermida foi buscada pelas famílias durante a epidemia de bexigas. O mesmo ocorreu em 1749, quando o sarampo atingiu a região (DUBOIS, 1946).

Vale destacar que a primeira romaria na capital paraense data de 08 de setembro de 1793, um ano após o Vaticano ter autorizado a celebração à Virgem na Província do Grão Pará. No início a procissão poderia ocorrer nos meses de setembro, outubro e novembro, não tendo uma data fixa. Apenas no ano de 1901 por determinação do bispo Dom Francisco do Rêgo Maia que as homenagens passaram a ser realizadas no segundo domingo de outubro (DELFINI, 2011).

Em 1792, foi autorizada a procissão na capital paraense em homenagem à Nossa Senhora de Nazaré. Dia 8 de setembro de 1793, foi realizada a primeira procissão do Círio. A partir de 1901, o bispo Dom Francisco do Rêgo Maia determinou que o Círio deveria acontecer no segundo domingo de outubro, a tradição permanece até hoje (DELFINI, 2011).

O evento era organizado pelo poder político, com o governador garantindo sua realização. Depois, irmandades e confrarias religiosas da Igreja Católica assumiram essa função. “A criação da Diretoria da Festa pôs fim à pendulação entre o mundo laico e o religioso na gestão da festa, criando estatutariamente um modelo híbrido, que fazia convergir todas as forças, religiosas e laicas, interessadas na reprodução do Círio” (COSTA et. al., 2006, p. 28). Esse modelo garantiu continuidade e inclusão.

O Círio depende da participação de milhares de voluntários ao longo do ano, especialmente no segundo domingo de outubro. Eles colaboram no planejamento, organização e execução da festa. Além disso, romeiros e peregrinos contribuem durante as romarias e eventos religiosos ou seculares, fortalecendo a tradição e o caráter comunitário da celebração.

O Círio de Nazaré recebeu o título de “um patrimônio imaterial e intangível do planeta”. Além do Círio, só outros três elementos brasileiros fazem parte da lista” (MENDONÇA; BONNA, 2014, p.27). No quadro 01 são apresentados os títulos e reconhecimentos que recebeu.

Quadro 01: Títulos e reconhecimento do Círio

Título	Data	Descrição
Bem Cultural do Brasil	05 outubro de 2004	Em 2003 o Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional – IPHAN, deu parecer favorável ao processo iniciado em dezembro de 2001, para que o Círio de Nazaré passasse a ser conhecido como bem do patrimônio cultural brasileiro. No ano seguinte, em 5 de outubro de 2004 o IPHAN registrou em seu livro de Registros de Celebrações ² , volume primeiro, pelo decreto 3551, de 4 de agosto de 2000, na folha hum, o Círio de Nazaré como bem cultural do Brasil.
Patrimônio Cultural do Brasil	11 outubro de 2013	O Círio de Nazaré foi inscrito como bem cultural do Brasil em 2005. Em 2013, o Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (IPHAN) concedeu ao evento o título de Patrimônio Cultural do Brasil, reconhecendo sua importância histórica e cultural.
Patrimônio Cultural da Humanidade	04 dezembro de 2013	A celebração foi inscrita na Lista Representativa do Patrimônio Cultural da Humanidade da Unesco, em dezembro de 2013, durante a 8ª. seção do Comitê Intergovernamental para a Salvaguarda do Patrimônio Imaterial, realizada em Baku (capital do Azerbaijão). Considerado uma das maiores concentrações religiosas do mundo.

Fonte: Arquidiocese de Belém (2022).

Com os títulos o Círio de Nazaré, toma uma dimensão mundial, devido ao reconhecimento. No qual, apresentou o círio em todas as suas dimensões, no dossiê Círio de Nazaré, elaborado pelo Iphan, foram detalhadas as procissões oficiais, as imagens original e peregrina, berlinda, corda, arraial, almoço do Círio, alegorias e os brinquedos de miriti como elementos essenciais da festa, além das outras procissões não oficiais, iniciativas religiosas, eventos culturais que tradicionalmente integram a agenda cultural da capital durante o período da festa (MENDONÇA; BONNA, 2014).

Tal dossiê, não poderia ser diferente, uma vez, que a festividade do Círio de Nazaré é tudo isso e muito mais. - A junção do religioso com o profano-. Para os autores Mendonça e Bonna, (2014, p.29) afirmam que é “impossível traduzir apenas em palavras e imagens, afinal por que o Círio é tudo isso: uma herança de valor

² O Círio de Nazaré foi a primeira manifestação reconhecida como Patrimônio Imaterial no Brasil, marcando a inauguração do livro de registro de Celebrações. Conforme o Decreto Nº 3.551, de 4 de agosto de 2000, que institui o Registro de Bens Culturais de Natureza Imaterial, esse registro deve ser realizado em quatro categorias: Saberes, para conhecimentos e práticas comunitárias; Celebrações, abrangendo rituais e festas coletivas; Formas de Expressão, incluindo manifestações artísticas e culturais; e Lugares, destinados a espaços que concentram atividades culturais. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/decreto/D3551.htm. Acesso em 21/07/2024.

incalculável não apenas para o povo paraense, mas para o mundo”. Uma vez, que são coisas que as pessoas só poderão entender por completo, quando pisarem em Belém do Pará, no segundo domingo de outubro (MENDONÇA; BONNA, 2014).

O Círio de Nazaré como já anteriormente informado é a maior manifestação católica e uma das maiores manifestações populares e religiosas do planeta, no qual, atravessa séculos de história, “atraindo cada vez mais turistas, romeiros, peregrinos, cristãos ou simplesmente curiosos que vêm a Belém caminhar por cerca de 3,600 quilômetros de procissão, em meio ao calor e ao sufoco da multidão, para ver uma pequena imagem passar em sua berlinda” (MENDONÇA; BONNA, 2014, p. 33).

ECONOMIA LOCAL

A economia acompanha a história da humanidade, pois está ligada à escassez de recursos. Segundo Gremaud (2011), o termo vem do grego *oikonomos*, significando administração de uma casa ou Estado. Assim, a economia se define como a ciência social que estuda como indivíduos e sociedades lidam com recursos produtivos escassos para atender suas necessidades ilimitadas (Gremaud, 2011; Albergoni, 2015).

Albergoni (2015) destaca que filósofos antigos, como Sócrates, Platão e Aristóteles, abordaram relações econômicas, e Adam Smith, considerado o “pai da economia”, aprofundou esse estudo na obra *A Riqueza das Nações*, fundamentada em sua teoria dos sentimentos morais. A crescente demanda por bens e serviços na sociedade exige mais recursos, embora estes sejam finitos, obrigando o homem a buscar alternativas para suprir a escassez (Albergoni, 2015).

No século XXI, a diversidade de autores e materiais dificulta a priorização de um tema econômico. Entretanto, o desenvolvimento econômico permanece central para países e governos. O crescimento econômico representa a ampliação contínua da produção e melhoria das condições de vida (Gremaud, 2011).

Uma sociedade desenvolvida, segundo Gremaud (2011), deve garantir alimentação adequada, vestuário, moradia confortável, acesso a serviços públicos e infraestrutura, além de educação e saúde de qualidade. O desenvolvimento também requer equidade, erradicação da pobreza extrema, liberdade de expressão e preservação ambiental.

O crescimento econômico depende de quatro fatores essenciais, segundo Wessels (2010). O primeiro é o **investimento**, pois maior capital produtivo torna os trabalhadores mais eficientes. Para isso, é necessário que haja **poupança**, permitindo a alocação de recursos para expansão. O segundo fator é a **inovação**, que possibilita ganhos na produção sem aumento de insumos, por meio de novas tecnologias e estratégias. O terceiro é a **divisão do trabalho**, que aprimora a especialização dos trabalhadores e impulsiona o comércio. Por fim, o **aumento dos insumos**, como trabalhadores, máquinas e terras, expande a capacidade produtiva e fomenta o crescimento econômico.

O crescimento econômico deve ser analisado como um meio para promover o desenvolvimento nacional e local, proporcionando avanços na economia e melhorias sociais. A economia contemporânea passa por uma revolução paradigmática, adotando análises mais complexas e sistêmicas em vez de observações isoladas.

O crescimento e desenvolvimento econômico local também seguem essa abordagem, dada a diversidade de variáveis envolvidas, como produção, geração de renda, qualidade de vida e sustentabilidade. A economia local, segundo Banco 24Horas (2022), busca fortalecer a comunidade de negócios para garantir o crescimento equilibrado dos seus membros, sendo essencial a sinergia entre os habitantes de um território.

Para compreender os efeitos da economia local, é necessário diferenciar crescimento e desenvolvimento. O crescimento econômico refere-se ao aumento contínuo da renda per capita ao longo do tempo (Gremaud et al., 2017). Já o desenvolvimento econômico envolve a distribuição e aplicação da riqueza gerada, buscando equidade e melhoria na qualidade de vida da população. Gremaud et al. (2017) enfatizam que o desenvolvimento é um conceito qualitativo, abarcando mudanças na composição do produto e na alocação dos recursos para aprimorar indicadores sociais e econômicos.

O crescimento e desenvolvimento econômico estão diretamente ligados às estruturas sociais, políticas e econômicas locais. O estudo da economia local analisa a interação entre empresas, Estado e cidadãos dentro de um território, com estratégias planejadas para promover desenvolvimento sustentável. Segundo Vitte (2006), essa dinâmica envolve relações de poder e disputas sociais, moldando identidades e influenciando práticas políticas.

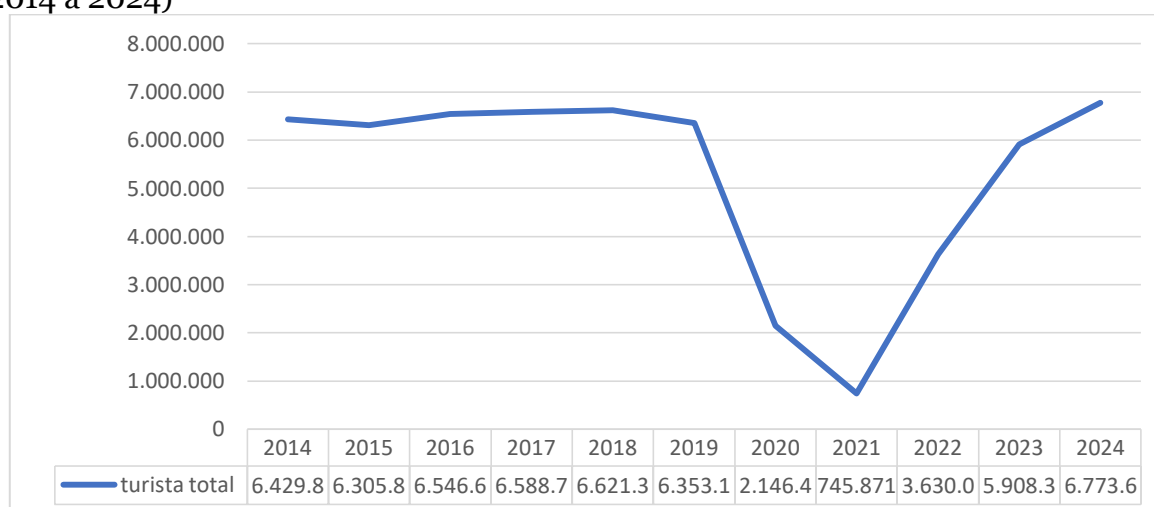
A autosustentabilidade e a qualidade de vida estão diretamente ligadas à interação entre agentes sociais e atividades econômicas locais. Nesse cenário, o marketing desempenha um papel essencial, promovendo o mercado, atraindo investimentos e incentivando o turismo, fortalecendo a competitividade ao alinhar recursos às expectativas dos consumidores por meio de estratégias eficazes (MINCIOTTI; SILVA, 2011).

O turismo, por sua vez, impulsiona o crescimento econômico ao gerar empregos diretos e indiretos, movimentar a economia local e aumentar o poder de compra da população. Quando associado a políticas públicas voltadas para desenvolvimento sustentável, o turismo contribui significativamente para a melhoria das condições de vida e para o fortalecimento econômico das comunidades.

A RELAÇÃO ENTRE ECONOMIA LOCAL, TURISMO E EMPREGO: O EFEITO MULTIPLICADOR

O turismo é um setor essencial da economia brasileira, ocupando a 4ª posição na balança comercial (BRAZTOA, 2022). Seu impacto econômico pode ser analisado por meio de relatórios do Ministério do Turismo e IBGE, que mostram o crescimento do turismo internacional e doméstico, além do perfil dos turistas e seus gastos.

Gráfico 01: Demonstrativo de turista internacionais no Brasil, em milhões (anos 2014 a 2024)



Fonte: Observatório Nacional de Turismo (2024).

Além de gerar emprego e renda, o turismo contribui para a criação de novos negócios, amplia a produção de bens e serviços e promove o desenvolvimento das

localidades por meio de melhorias na infraestrutura (OLIVEIRA, 2019). Nos últimos 10 anos, o Brasil registrou um crescimento de 31% na chegada de turistas internacionais, impulsionado pela Copa do Mundo FIFA 2014 e as Olimpíadas Rio 2016. No entanto, em 2019, houve uma queda de 4% no fluxo de turistas internacionais (BRAZTOA, 2021).

Entre 2014 e 2019, o Brasil manteve uma média estável de turistas, variando entre 6,3 e 6,6 milhões de visitantes anuais. O setor apresentou crescimento moderado em 2016 (+3,8%) e 2017 (+0,6%), mas também registrou quedas em 2015 (-1,9%) e 2019 (-4,1%), evidenciando desafios na atração de turistas internacionais. De acordo com o Ministério da Economia (2021), “no ano de 2019, o turismo representava 10,4% do PIB mundial e no Brasil a participação no PIB era de 7,7%, com alta empregabilidade, mas com um crescimento estagnado.”

Antes da pandemia, o turismo global crescia acima da economia mundial, enquanto no Brasil o número de turistas internacionais se mantinha estável, próximo de 6,6 milhões anuais. O turismo doméstico, por outro lado, apresentava um leve crescimento, indicando oportunidades de fortalecimento do setor interno.

Neste mesmo período antes da pandemia os gastos do turismo internacional no Brasil eram de U\$ 6 bilhões, muito incentivados pelo turismo de negócios, pelo turismo de sol e praia para turistas da América do Sul e pela venda de pacotes aos visitantes internacionais (MINISTÉRIO DA ECONOMIA, 2021).

De acordo com o Ministério da Economia (2021) no que se refere aos empregos gerados pelo setor de turismo no ano de 2019, foram gerados 334 Mi, em que 1 em cada 4 empregos foi criado pelo setor de turismo entre 2014 e 2019. Em 2020, foram gerados 272 Mi, uma redução de empregos em -61,6 mi, ou seja, -18,5% (MINISTÉRIO DA ECONOMIA, 2021).

Segundo o Conselho Mundial de Viagens e Turismo (WTTC), a contribuição do Turismo para o PIB nacional deve registrar crescimento chegar a 8,2% em 2028. Os percentuais demonstram que a atividade turística pode contribuir para o desenvolvimento econômico, social, cultural e ambiental (OLIVEIRA, 2019, on-line).

O impacto da pandemia de Covid-19 em 2020 foi severo, causando uma redução de 66,2% no número de turistas em comparação a 2019, com apenas 2,14 milhões de visitantes. Esse declínio se aprofundou em 2021, atingindo um mínimo histórico de 745 mil turistas (-65,3% em relação a 2020), refletindo as restrições

sanitárias e a crise global no setor de viagens. Essa perda durante o ano, durante a pandemia, o PIB global do turismo caiu pela metade, com uma perda de 62 milhões de empregos (MINISTÉRIO DA ECONOMIA, 2021). No Brasil, em 2020 a perda de receita foi de R\$ 243 bilhões,

No Brasil, as perdas somam R\$ 243 bilhões até janeiro de 2021. Os gastos com turismo doméstico diminuíram em 45%, enquanto os gastos com o turismo internacional diminuíram em 69,4%. (MINISTÉRIO DA ECONOMIA, 2021).

A recuperação começou em 2022, com um crescimento expressivo de 386,7%, alcançando 3,63 milhões de turistas. Em 2023, o Brasil continuou sua retomada com um aumento de 62,8%, atingindo 5,9 milhões de visitantes. Em 2024, o turismo finalmente superou os níveis pré-pandemia, chegando a 6,77 milhões de turistas, representando um crescimento de 14,6% em relação ao ano anterior.

A HISTÓRIA DO CÍRIO E O IMPACTO NA ECONOMIA LOCAL AO LONGO DO TEMPO

O Círio de Nazaré, desde o primeiro Círio ao longo de sua história sempre impactou a economia da capital paraense. Desde os primeiros Arraiais da festa, destinados a venda de produtos agrícolas e industriais do Pará, ocorrendo o aumento de vendas com fogos, velas e tecidos ou de produtos religiosos, artesanatos locais, matéria prima para o tradicional almoço do Círio e demais gastos dos turistas atualmente; assim como as vendas formais e informais proporcionados pelas programações culturais, que são um desdobramento do Círio, realizado pela cidade.

Na concepção do Departamento Intersindical de Estatísticas e Estudos Socioeconômicos do estado do Pará (DIEESE-PA), a festividade do Círio de Nazaré movimenta praticamente todos os setores produtivos paraenses, sendo que os principais são: comércio, indústria e serviços (principalmente o Turismo).

Neste contexto são abordados os principais itens do Círio de Nazaré, os quais, estimulam a economia durante a festividade: o arraial, o turismo na capital paraense durante o círio de Nazaré, o almoço do círio, a cultura popular, a feira do miriti para feira do artesanato do círio e biojoias.

“Com um impacto significativo na economia local, durante toda a quadra nazarena, o Círio de Nazaré movimenta mais de R\$ 32 milhões, segundo dados do Departamento Intersindical de Estatísticas e Estudos Socioeconômicos (Dieese)”

(MENDONÇA; BONNA, 2020, p 164). Sendo o arraial de Nazaré responsável por parte desta movimentação, desde sua origem nos primórdios.

O Arraial de Nazaré, também conhecido como Largo de Nazaré, teve sua origem antes da oficialização do Círio de Nazaré, em 1790, quando a Coroa Portuguesa autorizou sua realização em um largo aberto em frente à ermida da Santa. Durante esse período, a própria população capinava a área, onde ocorria uma pequena feira, que se tornou sinônimo de diversão e entretenimento para as famílias, além de representar uma oportunidade para fortalecer o comércio local durante as festividades (BONNA, 2020; MENDONÇA; BONNA, 2021).

Em 8 de setembro de 1793, por ocasião do primeiro Círio de Nazaré, o governador da Capitania do Grão-Pará, Francisco de Souza Coutinho, decidiu apoiar a feira, incentivando a venda de produtos de todo o Pará e convidando moradores de diferentes classes sociais, incluindo agricultores e indígenas, para participarem da feira de produtos regionais. Para viabilizar essa iniciativa, enviou uma circular a todos os municípios, informando sua decisão (BONNA, 2020; FIGUEIREDO, 2013).

Além de sua relevância econômica, o Arraial de Nazaré também desempenhava um papel social e cultural, servindo como espaço onde, ainda no século XVIII, os pais levavam suas filhas para arranjar noivados ou casamentos, consolidando-se como um centro de interação comunitária e tradições locais (BONNA, 2020; FIGUEIREDO, 2013).

Com o passar dos anos, o Arraial de Nazaré se tornou um marco cultural e comercial, reforçando a importância do Círio de Nazaré não apenas como evento religioso, mas também como motor econômico e social para a região.

Essa circular, segundo Arthur Viana, que a reproduziu, em sua obra, ordenava que, em fins de agosto de cada ano, deviam achar-se em Belém, todas as canoas que tivessem subido ao comércio do sertão: que os diretores providenciassem de modo a ser facultado a oito ou dez indivíduos, de um e outro sexo, nas povoações grandes, e a quatro ou seis, nas povoações pequenas, o embarque para a Capital, a fim de virem à feira de Nazaré vender seus produtos e dos outros que lhes dessem incumbência de vendê-los. Garantia ao governador agasalho a todos os produtos, em barracas adrede preparadas. Mas determinava que as índias solteiras só deveriam vir em companhia de seus pais e as casadas junto com os seus maridos (ROCQUE, 2014, p. 39).

Na metade do século XIX e se manteve por muitos anos surge a “sociedade do descanso”, onde eram arrumadas várias cadeiras de balanço, cadeiras austríacas de palhinha, que em 1951 não existiam mais, as quais eram alugadas por assinatura, a quem quisesse, durante a festividade ou por forasteiros que queriam descansar um pouco e apreciar o desfile de elegância, e... deselegância na movimentação do largo, inclusive, a ronda das senhorinhas (PROENÇA, 1951).

“Ao longo dos anos, o arraial foi crescendo e incorporando outras atrações, como shows musicais, de teatro e um parque de diversões” (MENDONÇA; BONNA, 2021, p 199). Assim sendo, em 1907 chega no Arraial o cinema Torga invenção da Europa, juntamente com turistas de fora da cidade. Em 1910 a novidade do Arraial foi o carrossel Americano, inaugurado naquele ano, e chamado pelos moradores locais de “cavalinhos” (IPHAN, 2006)

Em 1930 chegam artistas da Rádio Nacional e do teatro carioca para realização de espetáculos no Arraial (Largo de Nazaré). Vale aqui destacar a figura de Felix Rocque, o qual contribuiu de forma significativa para a visibilidade da festa nazarena, no entanto desempenhou também um papel relevante em outros campos de atividade.

É necessário um adentro na história social e econômica de Belém da década de 30 até os fins da década de 40, que fez com que Felix Rocque fosse estimulado a realizar ações que movimentaram Belém nesses aspectos.

A cidade era completamente isolada do resto do país, ligada ao sul apenas pelas iniciantes companhias aéreas (uma viagem até o Rio durava mais de um dia) e pelos navios que fundeavam na baía do Guajará; e, como atravessavam os negros tempos da 2^o guerra mundial, as viagens marítimas escasseavam. Em segundo lugar, Belém vivia praticamente adormecida, no que se refere à iniciativa privada; economicamente, ainda não nos tínhamos recuperado do debacie da borracha: para piorar, a guerra na Europa, forçando-nos a um racionamento de quase tudo: desde alimentação, até vestuário ou energia elétrica. Em terceiro lugar, Belém só possuía rádio, a Clube do Pará (naquele tempo nem se sonhava com TV); os grandes cantores, os Roberto Carlos, as Vanderléias da época, não eram conhecidos pessoalmente; deles, o paraense só identificava a voz, que os gramofones reproduziam (ROCQUE, 2014, p. 141)

Neste cenário Felix Rocque se empolgou fazendo agitando a vida social de Belém, desde seu palacete Casino (no extinto Grande Hotel), apresentando shows que

nada ficavam a dever aos centros mais evoluídos até modelando a Festa de Nazaré, a seu estilo. Vale destacar que mesmo depois de ter perdido a concessão do jogo (ele era legalizado em todo o país, como hoje é a Loteria Esportiva), em 1943, sua dinâmica voltou-se para outras atividades. Porém nunca deixava de montar a sua empresa para dar, ao paraense, a Festa de Nazaré com os ensalados teatros de revista. (ROCQUE, 2014).

No biênio 38-39 funcionou, no largo de Nazaré, onde hoje se localiza a vila Maria Leopoldina e a Rádio e TV Marajoara, a 1ª Grande Feira de Amostras do Pará: foi o primeiro grande empreendimento do qual Felix Rocque participou, aos 30 anos de idade. Terminada a Feira, no ano de 1940 montou uma campanha teatral especialmente para a Festa daquele ano, dividida em duas casas de diversões: um circo (**Grande Circo dos Anões**) e uma revista no Teatro Odeon, apresentando maioria dos artistas regionais, encenando peças de autores regionais. Do elenco participou somente um grande nome nacional: João Petra de Barros. Custódio Mesquita, Lídia Campos, Youki Dublos, Hugo Cesarino, Esmeralda Ferreira, Vitória Régia, Bianquita Leiva e o maestro Armando Ângelo. (ROCQUE, 2014, p. 144)

Em 1941, em apenas seis dias antes do Círio anunciou-se a inauguração de um arrojado empreendimento: a construção de um teatro, o Coliseu (exatamente onde se localiza, a vila Leopoldina, atualmente), com lotação para duas mil pessoas. A falta de credibilidade desse anúncio pela população na época foi grande, pois o cenário econômico na região estava a fundada em virtude da Crise da Borracha, - a borracha se desvalorizava e a Planície se afundara no mar da crise financeira-, sendo impossível imaginar obras arrojadas nesse cenário econômico, no entanto, ele cumpre seu anúncio inaugurando o Coliseu, com o mais caro elenco de todos os tempos com estrela máxima a vedete portuguesa Beatriz Costa (ROCQUE, 2014).

Em 1942 o grande astro seria Vicente Celestino; porém, véspera da viagem adoeceu e não pôde vir. Mandou, entretanto, sua esposa, e também famosa Gilda de Abreu. Outros grandes nomes: Moreira da Silva, o bamba do samba de breque; João Petra de Barros, o cantor que tanto sucesso alcançara em 1940; tatuzinho, o comico que era o costinha de seu tempo: Zaira Cavalcante, Maria Lisboa, Anita Sorreno (grande vedete) etc. como as viagens aéreas estavam difíceis, Felix fretou um Douglas da extinta Panair do Brasil para transportar a sua **troupe...** Instalou nada menos que cinco teatros no arraial: Coliseu, Poeira (atualmente cinema Nazaré), Iracema, Odeon e Variedades (atual edifício Rainha Ester). (ROCQUE, 2014, p. 144-146).

Em 8 de agosto de 1959 morria Felix Rocque, com 50 anos incompletos. Sua morte marcou a decadência do Arraial, os grandes teatros deixaram de existir, juntamente com a festa, que não oferecia mais nenhum atrativo aos belemenses. Dessa forma, a estratégia foi os brinquedos do parque de diversão e/ou participar do jantar em uma das noites na Barraca da Santa. (ROCQUE, 2014)

Alves (2020) destaca que em 1961 ocorreu a primeira transmissão colorida da TV direto do Arraial. Chegou em Belém em 30 de setembro, a TV Marajoara, canal 2, que ficava no Largo de Nazaré, saía do estúdio para as ruas um enorme videoteipe (dois metros de altura e 800 quilos), instalou um caminhão de externa ao lado da praça e uma câmera no ângulo oposto, que garantia as imagens da chegada do Círio. “A mediação instalada heroicamente pela TV Marajoara em 1961 marcou também o Círio, que passava a ter uma visibilidade inédita” (ALVES, 2020, p. 44).

No ano 1974, a Diretoria da Festa de Nazaré com o apoio dos órgãos de cultura do governo do estado do Pará e da prefeitura municipal de Belém, firmou um documento/manifesto de “cultura paraense”, no qual, passaria a ser realizados shows, musicais de artistas regionais, concertos e corais organizados pela Fundação Carlos Gomes e pela Escola de Música da Universidade Federal do Pará, e assim como shows de alguns grupos de música e dança folclóricas da região no Arraial da Festa. (MATOS, 2010)

Em 1980 com a construção do Centro Arquitetônico de Nazaré, o Arraial é transferido do Largo (em frente da igreja) para o terreno ao lado da igreja, onde outrora foi o Cinema Moderno, que atualmente é um estacionamento o ano inteiro e se transforma em Parque de Diversões durante a Festa de Nazaré (BONNA, 2020).

Até 1981, o arraial que se apresentava como um ambiente profano onde se realizavam teatros populares, jogos de azar, coretos com bandas musicais, bancas de quinquilharias, restaurantes e bares que serviam além das guloseimas, bebidas alcoólicas (FIGUEIREDO, 2013).

Até o ano de 1981 o espaço destinado ao Arraial de Nazaré era em frente à Basílica. Em 1982, a Prefeitura Local e a Diretoria da Festa conseguiram mudar este cenário e lá foi construída uma área moderna com uma praça cercada, ajardinada, com piso de granito, dois monumentos, um oratório no centro e uma concha acústica para espetáculos e que recebeu a denominação de Centro Arquitetônico Nazareno

(CAN) ou Praça Santuário e o Arraial passou a ser realizado no espaço lateral direita da Basílica, em frente atualmente do Centro Social de Nazaré, Casa de Plácido, Memorial e Estação de Carros. Continuando atraindo o público em um ambiente mais familiar, para os encontros de amigos, namorados, familiares e da criançada estimulando a economia.

“A partir da década de 1990 com o crescente mercado de músicas católicas no Brasil a diretoria da festa deu início à organização do Festival da Canção Mariana” (MATOS, 2010, p. 09) um concurso de músicas inéditas sobre Nossa Senhora ou sobre o Círio de Nazaré, no qual, premiava o primeiro, segundo e terceiro colocados. O concurso recebia inscrições de grupos intermunicipais ou estaduais, com desejo de participar do concurso.

O Arraial cresceu mais o espírito que precedeu a tradição destes santos em Portugal, permaneceram com bebidas, comidas, fogos e alegria continuaram a atrair um público diverso e “as crianças, em especial, que sempre foram fascinadas pelos brinquedos, desde os mais singelos, como os carrosséis – os populares “cavalinhos” – , até as máquinas giratórias que desafiam a coragem de adolescentes e adultos” (MENDONÇA; BONNA, 2021, p 212).

“Desde 1994, o Centro Ita de Diversões (empresa sediada em Goiânia, capital de Goiás) é responsável pela montagem do parque de diversões. Após a liberação pelo Corpo de Bombeiros, são aproximadamente 25 brinquedos instalados todo ano e funcionam até novembro” (MENDONÇA; BONNA, 2021, p 212).

Conforme entoado no Samba-Enredo 1975 - Festa do Círio de Nazaré, da G.R.E.S. Estácio de Sá “em torno da Matriz, as barraquinhas com seus pregoeiros” é uma tradição presente na festividade, a qual, funciona em torno da igreja e do Arraial, principalmente nos dias do mês de outubro, - tomando as avenidas-. São montadas dezenas barracas de vendedores, onde podem ser encontrado produtos de artesanato, das tradicionais bolas grandes e coloridas, de brinquedos de miriti, artigos religiosos e lembrancinhas do Círio de Nazaré, contudo o que predomina mesmo são as barraquinhas de comidas. Sejam elas as comidinhas típicas do estado do Pará, como o tacacá, o vatapá, a maniçoba e o caruru até as que fazem muito sucesso como: batata frita, pipoca, churros e a insuperável maçã do amor (MENDONÇA; BONNA, 2020; MENDONÇA; BONNA, 2021). A tradição “começou

com pequenas barracas onde era possível comprar artesanato, produtos indígenas e até pirarucu salgado (MENDONÇA; BONNA, 2020, p 199).

O Círio Musical foi criado em 2005, substituindo os tradicionais shows na Praça Santuário, e passou a contar com apresentações de padres cantores e bandas católicas de todo o Brasil, como Pe. Fábio de Melo, Walmir Alencar, Anjos de Resgate, Rosa de Saron, Fafá de Belém e Pe. Zezinho (MATOS, 2010; MENDONÇA; BONNA, 2021). Durante a pandemia, em 2020 e 2021, o evento foi adaptado para lives musicais, enquanto o Arraial teve restrições, sem a iluminação do parque na Praça Santuário e com poucas barracas funcionando via drive-thru ou delivery, além da ausência do parque de diversão ITA (MENDONÇA; BONNA, 2020, p. 165).

O CÍRIO DE NAZARÉ , TURISMO E ECONOMIA LOCAL

O Círio de Nazaré tem atraído um número crescente de turistas, tanto do Pará quanto de outras regiões e países. O turismo religioso, que já apresentava forte expansão antes da pandemia, continua sendo um dos segmentos de maior crescimento no Brasil. Além disso, o comportamento dos viajantes está mudando, impulsionado por novas motivações e expectativas. O Ministério do Turismo destaca que, no mundo globalizado, os turistas buscam roteiros adaptados às suas necessidades, preferências e situação pessoal, tornando a personalização das experiências cada vez mais essencial. (BRASIL, 2010).

Com essa percepção surge a segmentação do Turismo Religioso, no qual, o Ministério do Turismo apresenta a 10^a edição do Boletim de Inteligência de Mercado no Turismo - BIMT. O documento, além de trazer os elementos conceituais do Turismo Religioso, dados atuais sobre o tema, mapeamento do Turismo Religioso no Brasil e com informações dos destinos, atrações e outras informações gerais. Devido a relevância que possui na economia local e nacional.

O Turismo Religioso “configura-se pelas atividades turísticas decorrentes da busca espiritual e da prática religiosa em espaços e eventos relacionados às religiões institucionalizadas, independentemente da origem étnica ou do credo” (MINISTÉRIO DO TURISMO, 2010 *apud* BRASIL, 2022, p. ii).

No entanto, o turismo religioso possui uma ligação com outros segmentos turísticos, como as viagens motivadas pelo interesse cultural ou pela apreciação

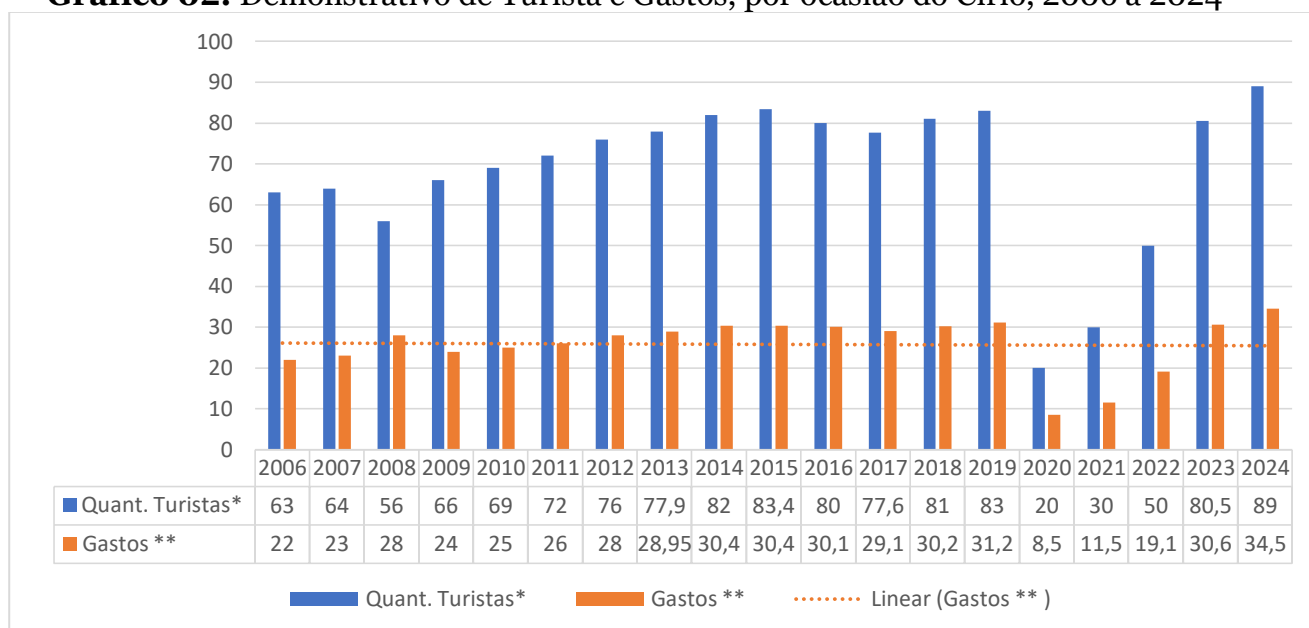
estética do fenômeno ou do espaço religioso que são consideradas como turismo cultural, proporcionando emprego e renda, sendo, capaz de consolidar municípios como destinos turísticos e contribuir para uma expectativa de melhora da qualidade de vida da própria localidade e sua população (BRASIL, 2022).

O turismo religioso presente em muitas cidades, revela uma atuação que vincula o campo sagrado ao contexto cultural, “pois reveste-se de elementos que devem ser analisados de forma interdisciplinar e para além da ótica socioeconômica, haja vista que envolve elementos culturais, simbólicos e híbridos” (ARAGÃO, 2014 *apud* SANTOS; SEVERO, 2018, p. 3).

Assim ocorre como o Círio de Nazaré, a cada ano o turismo religioso apresenta crescimento significativo, em que os visitantes são motivados pelas suas necessidades religiosas, interesse cultural da festividade ou pela apreciação estética da Festividade ou do espaço religioso e cultural que o Círio realiza na cidade no mês de outubro.

Para que ocorra de forma efetiva o recebimento desse visitante é necessário a adequação da infraestrutura, equipamentos como: “hotéis, pousadas, restaurantes, empresas de agenciamento, transporte turístico, locação de veículos, locais para entretenimento, comércio turístico, dentre outros. (SANTOS; SEVERO, 2018, p. 4)

Gráfico 02: Demonstrativo de Turista e Gastos, por ocasião do Círio, 2006 a 2024



Fonte: Elaborado pelo autor embasado em Dieese (2013, 2016, 2017, 2020); Fapespa (2016, 2017, 2018) e Setur (2012, 2013a, 2013b).

* Mil

** Milhões de dólares

Ao analisar os dados estatísticos de forma temporal do Círio é possível perceber o crescimento significativo de turistas e seus gastos. De acordo com os estudos produzidos pelo Departamento Intersindical de Estatística e Estudos Socioeconômicos (DIEESE/PA), em conjunto com o Governo do Estado do Pará, por meio da Secretaria de Turismo (SETUR-PA), sobre o fluxo de turistas no Círio de Nazaré, mostram crescimento ao longo dos anos.

Através do gráfico 02 é possível notar que o Círio de Nazaré entre **2006 e 2019**, o número de turistas aumentou de **63 milhões** para **83 milhões**, demonstrando um crescimento contínuo no fluxo turístico. Paralelamente, os gastos também cresceram de **22 bilhões de dólares** em 2006 para **31,2 bilhões de dólares** em 2019, refletindo uma maior movimentação econômica no setor.

Vale destacar que em **2015**, o setor turístico registrou **83,4 milhões de visitantes**, mas esse número caiu para **80 milhões** em **2016**, representando uma redução de **4,1%**. Em **2017**, a tendência de queda continuou, com o total de turistas chegando a **77,6 milhões**, uma diminuição de **3%** em relação ao ano anterior. No período de dois anos, a redução acumulada foi de **6,9%**, refletindo uma diminuição no fluxo turístico.

Os gastos também acompanharam essa redução. Em **2015**, os turistas movimentaram **30,4 bilhões de dólares**, valor que sofreu uma leve queda para **30,1 bilhões de dólares** em **2016 (-0,99%)**. No ano seguinte, a diminuição foi ainda mais acentuada, com os gastos atingindo **29,1 bilhões de dólares** em **2017**, representando uma redução de **3,32%** em relação a **2016**. No total, entre **2015 e 2017**, a queda acumulada nos gastos foi de **4,28%**, demonstrando o impacto financeiro da redução no número de turistas.

A queda no número de turistas no Círio de Nazaré e nos gastos no setor entre **2016 e 2017** pode ser explicada por uma combinação de fatores **econômicos, políticos e sociais** que impactaram diretamente o fluxo turístico.

Em **2016**, o Brasil enfrentava uma **grave recessão econômica**, afetando o poder de compra e reduzindo o número de brasileiros viajando para o exterior. A **desvalorização da moeda** e a **instabilidade financeira** contribuíram para esse cenário, tornando viagens internacionais mais caras.

Apesar das **Olimpíadas no Rio de Janeiro**, que atraíram visitantes estrangeiros, os gastos dos turistas internacionais no Brasil tiveram uma queda

significativa, registrando **uma redução de 23,8% em dezembro de 2016**. Isso sugere que o impacto do evento não foi suficiente para sustentar um crescimento consistente no setor turístico.

Outro fator importante foi a **alta do dólar e a inflação**, que aumentaram os custos das viagens internacionais, tornando-as menos acessíveis para muitos brasileiros. Além disso, o **impeachment da presidente Dilma Rousseff**, ocorrido em 2016, gerou um clima de **incerteza política**, podendo ter afetado a percepção dos turistas estrangeiros sobre a estabilidade do país.

Por fim, a concorrência global se intensificou, com outros países investindo em estratégias mais agressivas para atrair visitantes, o que pode ter impactado negativamente o fluxo turístico no Brasil.

Essa série de fatores interligados explica a redução tanto no **número de turistas** quanto nos **gastos** registrados nesse período, reforçando a necessidade de políticas de recuperação para fortalecer o setor nos anos seguintes.

Apesar da queda de turistas na capital paraense nestes anos (2008, 2016 e 2017), os gastos dos turistas durante a festividade tiveram crescimento mesmo que menos acelerado em alguns anos. Assim sendo, os números do estudo produzido pelo DIEESE/PA e SETUR chamam a atenção.

A partir de março de 2020, o mundo viveu uma pandemia histórica de consequências inimagináveis. A disseminação do coronavírus forçou o mundo a “fechar as portas”, levando as pessoas a se distanciar e a se confinarem para evitar o contágio. Assim sendo, muitos setores da sociedade tiveram que paralisar seus eventos presenciais, e um dos setores afetados com isso foi a igreja. Alguns dos sacramentos e eventos religiosos que eram presenciais viram a necessidade, diante dos desafios do distanciamento social, de se tornarem híbridos e se adaptarem à essa nova realidade – que esperamos que passe logo.

Sbardelotto (2021, p. 2) destaca que durante o referido período, “diversas instituições religiosas, em suas várias expressões, tiveram que reinventar suas práticas rituais e comunitárias diante das medidas governamentais de prevenção e controle da Covid-19, como o fechamento dos templos e a proibição de aglomeração”.

Neste contexto, a realização do Círio de Nazaré seria impossível ser realizado de forma tradicional, além das mudanças causarem impactos não apenas na tradição,

mas na economia. Uma vez, que religioso e profano se misturam na festividade como sendo parte da cultura paraense.

As principais mudanças realizadas na festa, foram anunciadas pelo arcebispo de Belém, juntamente com representantes da diretoria da Festa, no dia 06 de agosto de 2020. Durante o pronunciamento que foi acompanhado pelas redes sociais e jornalísticas foi informado que devido a pandemia da COVID-19, o Círio 2020, de 228ª edição seria um círio diferente: sem as procissões e a programação transmitida ao vivo pela TV e internet.

Segundo Albano Martins diretor-coordenador do Círio 2020/2021 afirmou que:

com a pandemia de COVID-19, algumas atividades religiosas foram suspensas, como as romarias; outras passaram por adaptações, seguindo as normas de segurança sanitárias, como as celebrações nas igrejas. A tecnologia permite que a programação do Círio chegue a cada devoto de Nossa Senhora de Nazaré (PINTO, 2020, p. 50).

As mudanças na parte religiosa afetaram diretamente a receita de arrecadação das Obras Sociais na Basílica Santuário de Nazaré. Para o diretor-coordenador Albano Martins “esse ano, a festividade sofreu uma queda de 30% na receita, mas como os custos com a logística foram menores, foi possível equilibrar as contas” (PINTO, 2020b, p.50). Da mesma forma, nos demais setores da cidade que anualmente espera pelo turismo religioso da festividade na capital paraense.

Como destaca Hida (2020, on-line) “cada crise é única, mas há certos protocolos que devem ser seguidos. A primeira lição é nunca subestimar um problema, por menor que seja. Ele não se alimenta do medo, mas da displicência”.

É impossível querer comparar ou até mesmo realizar as mesmas adaptações na realização do Círio de 1918 da Pandemia da gripe espanhola com o Círio de 2020 ou 2021 da pandemia de Covid-19. São tempos, realidades, indicadores de contaminação e número populacional ou de turistas em Belém diferenciados.

Para melhor entendimento vale destacar que no ano de 2019 o orçamento do Círio “foi de aproximadamente R\$ 3,8 milhões, sobre a geração de empregos na quadra nazarena, estima-se que a ocupação gire em torno de 60 mil pessoas (mais de 90% no mercado informal)” (OLIBERAL, 2019, on-line).

Albano Martins destacou também que alguns custos não foram alterados como cartazes, livros de peregrinações, manutenção da parte social e assistencial; no entanto, outros foram reduzidos ou cortados como custo com decoração, o arraial e montagens de arquibancadas (PINTO, 2020b).

Essas mudanças na parte religiosa afetam diretamente outros setores na cidade. O Círio de Nazaré é uma oportunidade no qual se consegue injetar anualmente recursos econômicos direto e indireto no estado. Em 2019, “mais de 83 mil turistas estiveram em Belém para acompanhar a festividade religiosa, injetando na economia paraense aproximadamente 31 milhões de dólares, ou o equivalente a 120 milhões de reais, na conversão do câmbio do ano passado” (SETUR, 2020, on-line).

De acordo com o **gráfico 02**, é possível verificar que no ano de **2020** apresentou uma queda drástica no turismo, com apenas 20 milhões de visitantes e gastos reduzidos para 8,5 bilhões de dólares. Esse declínio foi resultado direto das restrições sanitárias impostas pela pandemia da COVID-19. Em **2021**, houve um leve aumento para 30 milhões de turistas, com um crescimento nos gastos para 11,5 bilhões de dólares, indicando o início da recuperação.

Neste sentido, a pandemia causada pela Covid-19 mudou vidas, rotinas, o mundo do trabalho, eventos e até tradições. A população paraense já se prepara para um Círio de Nazaré diferente, em que a maioria das atividades será realizada virtualmente (SETUR, 2020, on-line). O Departamento Intersindical de Estatística e Estudos Socioeconômicos - Dieese informou que o Círio possui uma importância muito grande para o povo paraense, sofrendo um abalo muito forte com pandemia. Sem romarias e procissões, como determinado pela Diretoria da Festa, são menos fitinhas, camisas vendidas; ou seja, menos tudo (DANTAS, 2020). “Será uma análise inédita e detalhada durante a festa, com pesquisadores do Dieese e Setur, para saber qual é o perfil do romeiro que veio nesse momento, seus hábitos e gastos” (DANTAS, 2020, p. 01).

Segundo o assessor jurídico dos Sindicatos de Hotéis, Restaurantes, Bares e Similares do Estado do Pará- SHRBS, Fernando Soares, os visitantes esse ano de pandemia na festividade de Nazaré, são diferentes dos anos anteriores. Por serem pessoas que já conhecem Belém, não devem visitar pontos turísticos; assim como

terão gastos menores com alimentação e estadia, pois a maioria são moradores do interior do estado (DANTAS, 2020).

Vale aqui ressaltar que as estimativas de reservas antes da realização da festividade, teve uma diminuição significativa. Segundo dados do SHRBS a capital paraense possui 12 mil leitos no setor de hospedagem, no qual foram completamente ocupados no Círio 2019. Esse ano as reservas representaram uma variação de 15% e 25% de ocupação, levando em consideração os 15 dias da festividade; além da capacidade de hospedagem, por segurança foi reduzida em 70% e o tempo de estadia foi devido a pandemia menor (DANTAS, 2020).

“A crise provocada pelo Coronavírus fez com que o turismo paraense perdesse 400 estabelecimentos – com vínculos empregatícios – entre março e agosto de acordo com a Confederação Nacional do Comércio de Bens Serviços e Turismo (VILARINS, 2020, p. 06)”.

Vale aqui destacar que flexibilidade nas operações é essencial para o sucesso da operação em tempos de dificuldade econômica.

As organizações hoteleiras precisam desenvolver uma nova perspectiva sobre destinos, crescimento, engajamento e segurança. Quais são as áreas mais importantes para concentrar esforços e como fazer com que o planejamento seja colocado em prática? A maneira como as redes hoteleiras lidam com essas questões é crucial para amenizar o impacto da crise no setor (PORTAL PANROTAS, 2020, on-line).

Em entrevista, Antônio Sampaio Neto, empresário do setor hoteleiro há 14 anos afirmou que “tem investido em outros produtos, com os banhos de piscina e almoços, visando os moradores de Belém. No entanto, a queda de rendimento do setor é inestimado” (DANTAS, 2020, p. 02).

As ações realizadas em novos produtos e/ou serviços realizados pela rede hoteleira é o que apresenta IBGC (2020) que ressalta que

Em vista as inúmeras incertezas relacionadas aos impactos e, principalmente, aos desdobramentos da pandemia da Covid-19 em todo o mundo, as empresas, independentemente do porte, precisam avaliar seus processos de gestão baseadas em suas realidades, bem como seu apetite ao risco e objetivos estratégicos originalmente desenhados.

Além disso, da diminuição de turistas e mudanças ocorridas nos hábitos e gastos realizados na capital. Afirmo o economista Sérgio Melo, do Conselho Regional de Economia do Pará e Amapá – Corecon-PA/AP “é possível perceber que, com a ausência do turismo religioso do Círio, a economia de Belém é afetada nas atividades de comércio e serviços e devem receber, proporcionalmente, o maior impacto econômico na capital” (VAZ, 2020, p. 04).

Evidentemente a diminuição do turismo e seu impacto no comércio e serviços deverá no impactar no Produto Interno Bruto (PIB) de Belém em 2020 e respectivamente do estado. Vaz (2020, p. 04) ressalta que “o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE) e a Fundação Getúlio Vargas (FGV) estimam que no Pará as micro e pequenas empresas participam em 20% na formação do PIB do estado”

Desta forma, faz-se necessário compreender que o

negócio ainda seja sustentável neste imenso desafio, a gestão de riscos tem papel relevante para manutenção de seus produtos e serviços, colaboradores e gestores, clientes, e por que não, para seus fornecedores – afinal, todos fazem parte de sua cadeia de valor (IBGC, 2020)

Visando buscar alternativas para minimizar o impacto econômico nestes setores com agregação de valor, foram realizados eventos de estímulo à economia de Micro e pequenos empreendimentos.

Um dos eventos de maior repercussão foi promovido pelo SEBRAE nos dias 07 até 25 de outubro, a Feira do Artesanato do Círio (FAC), com intuito de possibilitar maior visibilidade a micro e pequenos empreendedores, com participação de 120 empresários, como movimentação estimada inicialmente de 300 mil em vendas (VAZ, 2020).

Rubens Magno diretor-superintendente do Sebrae no Pará destaca em entrevista que “a época do Círio é muito propícia para a geração de negócios aos empreendedores, mesmo nesse período atípico de pandemia, pois, além de manifestação religiosa, ele exerce um papel econômico importante” (BORGENS, 2020, on-line).

Além da Feira de Artesanato do Círio (FAC) que neste ano traz novidades, a instituição montou três lojas colaborativas, duas agro feiras e também com vendas

pela Amazônia Market (amazoniamarket.com.br), plataforma de incentivo à comercialização de pequenos negócios pela internet, e pela máquina Point Machine/Mercado Azul [...] (BORGENS, 2020). Nessas lojas colaborativas, com artesanato e outros produtos de empresas atendidas pelo Sebrae. Com montagem no aeroporto, Estação das Docas e em Icoaraci, com venda direta e por meio da plataforma com retirada no local.

Ainda de acordo com o **gráfico 02** o ano de **2022** registrou **50 milhões de turistas**, com gastos de **19,1 bilhões de dólares**, evidenciando uma retomada significativa do setor. Nos primeiros 15 dias de outubro, **cerca de 50 mil turistas** visitaram Belém para participar das festividades do Círio de Nazaré. Muitos vieram de outros estados brasileiros, e houve um aumento no número de visitantes internacionais, principalmente de países da América Latina e Portugal.

A **rede hoteleira registrou ocupação superior a 85%**, e houve uma demanda significativa por hospedagens alternativas, como **Airbnb e pousadas familiares**. A pesquisa indicou que **97% dos turistas** pretendiam retornar a Belém para futuras edições do Círio, demonstrando a força do evento como um atrativo turístico.

Os principais estados emissores de turistas foram **Maranhão (15,6%)**, **Ceará (14,4%)**, **São Paulo (12,2%)**, **Amazonas (9,1%)** e **Rio de Janeiro (6,5%)**. A maioria dos visitantes utilizou **avião (78,1%)** como meio de transporte, seguido por **ônibus de empresa (12,15%)** e **automóvel particular (5,81%)**.

O **Círio de Nazaré 2022** gerou um impacto de aproximadamente **R\$ 100 milhões** na economia de Belém. Esse valor foi distribuído entre diversos setores, especialmente **hotelaria, comércio e transporte**, impulsionados pelo fluxo de turistas e fiéis que participaram das celebrações religiosas e culturais. O comércio de artigos religiosos, vestuário e artesanato também registrou **aumento nas vendas**, enquanto restaurantes e lanchonetes tiveram crescimento na demanda devido ao grande fluxo de visitantes.

Além disso, o evento fortaleceu a **economia criativa**, beneficiando pequenos empreendedores que comercializam produtos típicos, como **biojoias, cerâmica marajoara e alimentos regionais** (SEBRAE, 2024). O Leal (2024) destacou o Círio como uma oportunidade para **micro e pequenos negócios**, incentivando a produção artesanal e a valorização da cultura local.

O Círio é um dos eventos que **mais movimentou o turismo religioso no Brasil**, impactando diretamente os setores de **hotelaria, gastronomia, transporte e comércio**. Hotéis registraram alta ocupação, com tarifas superiores à média anual. Restaurantes e barracas de alimentação tiveram grande procura, especialmente aqueles que oferecem pratos típicos da culinária paraense, como **tacacá, maniçoba e pato no tucupi**.

O comércio de lembranças e produtos religiosos, como imagens de Nossa Senhora de Nazaré, também apresentou **aumento expressivo nas vendas**. Pequenos empreendedores aproveitaram a festividade para comercializar **artesanato local**, incluindo biojoias e cerâmica marajoara.

Em **2023**, o fluxo turístico praticamente retornou ao nível pré-pandemia, chegando a **80,5 milhões de visitantes**, com um aumento nos gastos para **30,6 bilhões de dólares**, sinalizando uma recuperação robusta.

O **Círio de Nazaré 2023** gerou um impacto econômico de aproximadamente **US\$ 30,6 milhões**, refletindo o aumento do gasto médio dos turistas. Esse valor foi distribuído entre diversos setores, especialmente **hotelaria, comércio e transporte**, impulsionados pelo fluxo de visitantes e fiéis que participaram das celebrações religiosas e culturais.

Além disso, o evento fortaleceu a **economia criativa**, beneficiando pequenos empreendedores que comercializam produtos típicos, como **biojoias, cerâmica marajoara e alimentos regionais**. O **Sebrae** destacou o Círio como uma oportunidade para **micro e pequenos negócios**, incentivando a produção artesanal e a valorização da cultura local.

O evento contou com a presença de **80,5 mil turistas**, representando um crescimento de **10,6%** em relação ao ano anterior. A pesquisa indicou que **95,4% dos visitantes** pretendiam retornar a Belém para futuras edições do Círio, demonstrando a força do evento como um atrativo turístico.

Os principais estados emissores de turistas foram **Maranhão, Ceará, São Paulo, Amazonas e Rio de Janeiro**. A maioria dos visitantes utilizou **avião (78,1%)** como meio de transporte, seguido por **ônibus de empresa (12,15%)** e **automóvel particular (5,81%)**.

A cidade registrou **alta na ocupação dos hotéis**, com diárias médias de **R\$ 289**, um aumento de **10%** em relação a 2022. Hotéis no centro da cidade tiveram

95% de ocupação, enquanto aqueles localizados fora do circuito do Círio registraram **85%**.

A demanda por hospedagem foi intensa, com reservas feitas **meses antes do evento**. A **Associação Brasileira da Indústria de Hotéis (ABIH)** destacou que a ocupação hoteleira durante o Círio é uma das mais altas do ano, superando outros períodos turísticos.

O público masculino liderou com **53,2%**, enquanto o feminino representou **46,8%**. Em relação à faixa etária, os visitantes entre **35 e 50 anos** foram maioria (**42,3%**), seguidos por **51 a 65 anos (22,9%)**, **26 a 34 anos (18,7%)**, **mais de 65 anos (13,2%)** e **18 a 25 anos (2,9%)**.

Dentre as principais atividades profissionais identificadas no perfil do turista do Círio de Nazaré 2023, destacam-se **professores, servidores públicos, empresários, advogados, autônomos, comerciantes, militares, enfermeiros, médicos, engenheiros, estudantes e bancários**.

O planejamento das viagens aumentou, com turistas adquirindo passagens **96 dias antes do evento**, um crescimento de **13%** em relação ao ano anterior. Esse dado reflete a **alta demanda e a necessidade de organização antecipada**, garantindo melhores preços e disponibilidade de voos.

O **Aeroporto Internacional de Belém** registrou um fluxo intenso, com mais de **10 mil desembarques** entre sexta-feira e sábado antes da procissão. O aumento da demanda foi tão significativo que houve a oferta de **cerca de 3 mil voos no período, sendo 90 extras**, para contemplar viajantes que participaram do evento.

Ainda de acordo com o **gráfico 02** o ano de **2024**, o número de turistas atingiu **89 milhões**, o maior da série histórica, com gastos elevados para **34,5 bilhões de dólares**. Esse avanço pode estar relacionado a **políticas de incentivo ao turismo**, maior confiança dos visitantes e fortalecimento da economia pós-pandemia.

Conforme é possível observar no gráfico 02 o **Círio de Nazaré 2024** gerou um impacto econômico de aproximadamente **US\$ 34,5 milhões** (cerca de **R\$ 189 milhões**), representando um crescimento de **12,7%** no gasto médio dos visitantes. Esse valor foi distribuído entre diversos setores, especialmente **hotelaria**,

comércio e transporte, impulsionados pelo fluxo de turistas e fiéis que participaram das celebrações religiosas e culturais.

Além disso, assim como nos últimos anos o evento fortaleceu a **economia criativa**, beneficiando pequenos empreendedores que comercializam produtos típicos, como **biojoias, cerâmica marajoara e alimentos regionais**. O Sebrae destacou o Círio como uma oportunidade para **micro e pequenos negócios**, incentivando a produção artesanal e a valorização da cultura local.

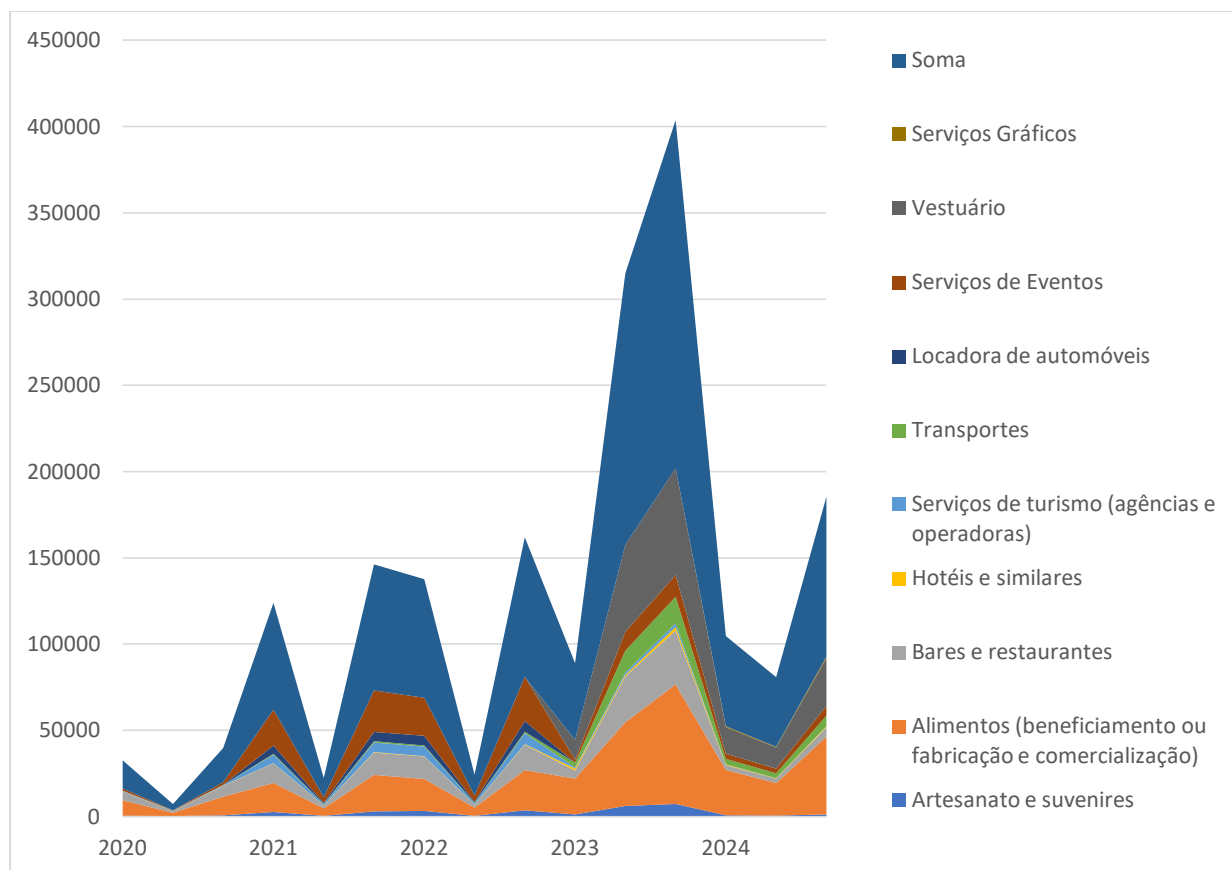
Além disso, também de acordo com o gráfico 02 o evento contou com a presença de **89 mil turistas**, representando um crescimento de **10,6%** em relação ao ano anterior. A pesquisa indicou que **95,4% dos visitantes** pretendiam retornar a Belém para futuras edições do Círio, demonstrando a força do evento como um atrativo turístico.

Os principais estados emissores de turistas foram **Maranhão, Ceará, São Paulo, Amazonas e Rio de Janeiro**. A maioria dos visitantes utilizou **avião (78,1%)** como meio de transporte, seguido por **ônibus de empresa (12,15%)** e **automóvel particular (5,81%)**.

O **Aeroporto Internacional de Belém** registrou um fluxo intenso, com mais de **10 mil desembarques** entre sexta-feira e sábado antes da procissão. O aumento da demanda foi tão significativo que houve a oferta de **cerca de 3 mil voos no período, sendo 90 extras**, para contemplar viajantes que participaram do evento (AEROPORTO DE BELÉM, 2024; MENEZES, 2024).

Durante todo o mês de outubro, **missas e celebrações** atraíram visitantes de diversas partes do Brasil. Além das festividades religiosas, o evento contou com **exposições no Museu do Círio**, apresentações musicais e teatrais, além de feiras de artesanato e gastronomia (MINISTÉRIO DO TURISMO, 2024; ARQUIDIOCESE DE BELÉM, 2024).

Gráfico 03: Distribuição de pequenos negócios (por segmento e porte) mais impactados pelo Círio de Nazaré 2020, 2021, 2022, 2023 e 2024, considerando a Região Metropolitana de Belém – RMB



Fonte: Sebrae (2020; 2021; 2023; 2024).

De acordo com o gráfico 03 é possível realizar uma **análise detalhada** da evolução dos **pequenos negócios** impactados pelo **Círio de Nazaré** na **Região Metropolitana de Belém (RMB)**, com base nos dados fornecidos.

No gráfico 03 foram levadas em considerações 8 (oito) categorias: Artesanato e souvenirs, alimentos (beneficiamento ou fabricação e comercialização), bares e restaurantes, hotéis e similares, serviços de turismo (agências e operadoras), transportes, locadora de automóveis e serviços de Eventos, que de forma direta ou indiretamente estão relacionados ao aquecimento ou não do turismo religioso conforme apresentado por Vaz (2020).

O período da festividade do Círio de Nazaré causa impacto em todas as demais funções da Metrópole, Figueiredo (2013) menciona o mercado de consumo em relação à aquisição de bens simbólicos e materiais produzidos (velas, imagens, santinhos, camisetas, bonés, toalhas, escapulários, berlindas, lembranças, artesanatos, cheirinhos do Pará, frutas e comidas típicas).

Também é possível afirmar empreendimentos independente do porte fortalece a infraestrutura da cidade para essa época da festividade, com intuito de da recepção aos turistas, visitantes, fiéis e romeiros; gerando trabalho e expandindo o setor terciário e/ou informal na forma de microeconomias tipicamente locais como o comércio de ervas, alimentos típicos no mercado do Ver-o-Peso, confecções e acessórios, ou ainda os artefatos da época em qualquer ponto da cidade. Há também expressivo acréscimo de serviços diversos como: de restaurantes, pousadas, hotéis, estacionamentos, táxi, aluguel de carros, aluguel de imóveis, serviços turísticos, eventos musicais, exposições de arte e transportes aéreo, fluvial e rodoviário (FIGUEIREDO, 2013)

A Agência Pará (2019) destaca que o Círio de Nazaré impulsiona diversos setores da economia paraense, beneficiando principalmente serviços, comércio, indústria e agropecuária, devido à alta demanda por insumos vindos do interior para a capital, como maniva e farinha. Em Santo Antônio do Tauá, os quatro maiores agricultores atendidos pela Emater possuem agroindústrias de maniva pré-cozida, essenciais para a produção da maniçoba, prato típico do tradicional almoço do Círio. Em 2019, a produção foi de 200 toneladas, com um crescimento de até 600% a partir de agosto para atender à festividade, demonstrando a relevância econômica do evento para as cadeias produtivas locais.

O gráfico 03 leva em consideração as Categorias e números de pequenos negócios por mais impactados pelo evento Círio de Nazaré em 2020 considerando a Cidade de Belém. Dentre as categorias mais afetadas destacam-se Alimentos (beneficiamento ou fabricação e comercialização), bares e restaurantes e serviços de Eventos. No total foram impactados 16.261 microempreendedores, 3.593 empresas de pequeno porte e microempresas e 19.854 micro e pequenas empresas.

Também no gráfico 03 leva em consideração as Categorias e números de pequenos negócios por porte possivelmente mais impactados pelo evento Círio de Nazaré em 2021 considerando a Região Metropolitana de Belém. Dentre as categorias mais afetadas destacam-se Alimentos (beneficiamento ou fabricação e comercialização), bares e restaurantes e vestiários. No total foram impactados 61.911 microempreendedores, 11.136 empresas de pequeno porte e microempresas e 73.073 micro e pequenas empresas.

No gráfico 03 leva em consideração as Distribuição de pequenos negócios (por segmento e porte) mais impactados pelo Círio de Nazaré 2022, considerando a Região Metropolitana de Belém. Dentre as categorias mais afetadas destacam-se Alimentos (beneficiamento ou fabricação e comercialização), bares e restaurantes e serviços de Eventos. No total foram impactados 68.783 microempreendedores, 12.118 empresas de pequeno porte e microempresas e 80.901 micro e pequenas empresas.

Após a crise sanitária de 2020, houve uma forte recuperação econômica em 2021, impulsionando o crescimento dos pequenos negócios, especialmente nos segmentos de alimentação, serviços de eventos e locação de automóveis. O retorno das atividades presenciais favoreceu setores como bares, restaurantes e turismo, que dobraram de volume em comparação ao período anterior. A retomada do Círio de Nazaré como evento de grande porte contribuiu significativamente para essa expansão, fortalecendo o consumo regional e impulsionando o empreendedorismo.

O Círio de Nazaré 2023 registrou um crescimento exponencial no número de Microempreendedores Individuais (MEI), atingindo 44.428 negócios ativos, um aumento expressivo em relação a 2022. Setores como alimentação e transportes tiveram um salto impressionante, com 69.281 novos negócios em alimentação e 15.421 no transporte, resultado direto do aumento na circulação de turistas. Além disso, serviços gráficos, que antes não apareciam nos levantamentos, passaram a integrar a estatística em 2023, evidenciando a demanda por materiais promocionais e impressões voltadas para o evento.

A reabertura dos negócios após 2021 permitiu que micro e pequenos empreendedores retomassem suas atividades e se consolidassem no mercado. O Círio de Nazaré atrai milhares de visitantes anualmente, impactando diretamente os negócios locais. Entre 2021 e 2023, houve um crescimento de 1676% no setor de transportes e 316% na alimentação, evidenciando a valorização dos produtos regionais e serviços voltados ao turista. O fortalecimento do setor pode estar relacionado a incentivos fiscais, acesso a linhas de crédito facilitadas e programas estaduais de capacitação empresarial, promovidos pelo Sebrae e governo estadual.

Além das marcas regionais e locais que buscam associar seus produtos à maior celebração religiosa católica do mundo, muitas empresas nacionais adotam estratégias semelhantes. O setor de gêneros alimentícios, por exemplo, inclui marcas como Sadia, que aproveitam o evento para lançar produtos e campanhas publicitárias

voltadas ao público da festa. Como destaca Lopes (2018, p. 98): *"Por isso, não é possível olhar para o Círio apenas como manifestação religiosa, visto que perpassa e conjuga outras esferas do social (econômica, cultural, social, histórica)."*

Em 2024, o crescimento dos pequenos negócios na Região Metropolitana de Belém continuou de forma sustentável, embora em um ritmo mais moderado em comparação com 2023. O setor de vestuário e alimentação manteve números elevados, impulsionado pela valorização da gastronomia regional e pelo aumento da demanda de consumidores. No entanto, os serviços de turismo apresentaram uma leve redução, possivelmente devido à variação da demanda turística e ao aumento da concorrência entre empresas do setor. O mercado de eventos, que havia crescido exponencialmente nos anos anteriores, manteve-se estável, sugerindo um amadurecimento e uma consolidação das empresas já estabelecidas.

O segmento de alimentação foi o que mais cresceu ao longo dos cinco anos analisados, passando de 10.844 negócios em 2020 para 45.119 em 2024, representando um aumento de 316%. Esse avanço foi impulsionado principalmente pela valorização da gastronomia local e pelo fluxo contínuo de turistas. O setor de eventos também demonstrou uma forte expansão, saltando de 1.521 negócios em 2020 para 5.719 em 2024, reflexo da demanda por festividades religiosas, culturais e empresariais durante o Círio de Nazaré.

Já o setor de transportes, que em 2023 havia registrado um crescimento expressivo de 15.421 negócios, estabilizou-se em 2024, mantendo um número alto de 6.019 empreendimentos ativos. Isso sugere que, após o pico anterior, o mercado encontrou um equilíbrio na oferta e demanda de serviços de transporte privado. Por outro lado, o comércio de artesanato e souvenirs apresentou uma tendência oposta: após um crescimento significativo em 2021, houve uma queda expressiva em 2023 e 2024. O número de negócios nesse setor caiu de 7.237 em 2023 para 1.151 em 2024, possivelmente devido à diminuição da demanda ou à maior competição com produtos industrializados.

O Círio de Nazaré tem sido um dos principais impulsionadores do crescimento dos pequenos negócios ao longo dos anos, sendo 2023 o maior pico de expansão. Em 2024, setores-chave como alimentação, eventos e transporte continuaram crescendo, mas em um ritmo mais equilibrado. No entanto, a redução observada em segmentos como turismo e artesanato pode indicar desafios futuros

para esses empreendedores, exigindo estratégias de inovação e adaptação às novas demandas do público.

O crescimento recorde de 201.867 pequenos negócios em 2023 foi resultado da ampliação da infraestrutura turística, do aumento da participação de feiras e exposições voltadas à cultura local e da expansão do consumo digital, que permitiu aos artesãos e comerciantes ampliar sua distribuição. Já em 2024, o ritmo de expansão se manteve alto, mas menos acelerado, indicando um amadurecimento do mercado e uma adaptação às novas condições econômicas e concorrenciais.

Para o Círio de Nazaré 2025, as tendências indicam uma **recuperação contínua do setor turístico e econômico**, fortalecendo pequenos negócios e impulsionando o desenvolvimento regional. O crescimento sustentável mantém-se como uma **trajetória consolidada**, com uma recuperação gradual pós-pandemia e um aumento constante no número de visitantes. Esse cenário será favorecido pela **expansão da infraestrutura turística**, incluindo a construção do novo **Santuário de Nazaré**, prevista para iniciar até julho (OLIBERAL, 2025).

O impacto econômico do evento também deve crescer significativamente. Nos últimos anos, o **gasto médio por turista** tem demonstrado aumento, evidenciando a valorização do setor. Em **2024, o impacto econômico foi de US\$ 34,5 milhões**, e a expectativa para 2025 aponta um crescimento ainda maior, impulsionado por **investimentos na hotelaria, transporte e comércio local**.

Além dos fatores internos, elementos externos como **mudanças na economia global, políticas públicas e eventos internacionais** podem influenciar diretamente o desempenho econômico do Círio de Nazaré. Um dos principais acontecimentos que podem impactar a **demanda turística em Belém** é a **COP30**, que trará investimentos e melhorias na infraestrutura urbana (PARÁ TERRA BOA, 2024). Paralelamente, **políticas de incentivo ao turismo religioso** podem fortalecer ainda mais o evento, ampliando sua relevância nacional e internacional.

As projeções indicam que o **Círio de Nazaré 2025** pode marcar um **novo momento para o turismo regional**, especialmente devido à influência da **COP30**. O evento tende a **impulsionar o turismo sustentável**, estimulando negócios voltados ao **ecoturismo** e fortalecendo a presença de **investidores interessados em oportunidades na região**. Além disso, o crescimento da

economia verde deve ganhar destaque, promovendo iniciativas relacionadas a **transporte alternativo e produtos ecológicos**. Setores como **alimentação, vestuário e serviços gráficos** devem seguir em **ascensão**, impulsionados pela inovação nos formatos de comercialização e pela **digitalização das vendas**.

Diante dessas perspectivas, o **Círio de Nazaré** continua sendo um dos **principais impulsionadores do empreendedorismo local**, transformando micro e pequenos negócios em **peças-chave da economia regional**. Para **2025**, a estratégia mais eficaz para esses empreendimentos será a **inovação e adaptação às novas exigências do mercado**, aproveitando as oportunidades geradas pelo evento e pelo fortalecimento da **economia sustentável**.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O Círio de Nazaré é um dos eventos religiosos mais importantes do Brasil e exerce grande impacto na economia de Belém, principalmente por meio do turismo. A análise do fluxo de turistas e dos gastos ao longo dos anos demonstra mudanças significativas antes, durante e após a pandemia de Covid-19.

Entre 2006 e 2019, houve um crescimento contínuo no número de visitantes, passando de 63 milhões para 83 milhões, acompanhado pelo aumento dos gastos, que subiram de 22 bilhões para 31,2 bilhões de dólares. Esse avanço pode ser atribuído ao fortalecimento do turismo religioso, aos investimentos em infraestrutura e ao reconhecimento internacional do evento.

Entretanto, a pandemia de Covid-19 impôs severas restrições ao turismo, resultando em um declínio abrupto no número de visitantes. Em 2020, apenas 20 milhões de turistas participaram do evento, representando uma queda de 76% em relação ao ano anterior. Os gastos também diminuíram drasticamente, atingindo 8,5 bilhões de dólares, refletindo os impactos das medidas sanitárias e da crise econômica global. Já em 2021, ocorreu uma leve recuperação, mas o número de turistas ainda permaneceu abaixo dos níveis pré-pandemia, chegando a 30 milhões, com gastos totalizando 11,5 bilhões de dólares.

A recuperação gradual do evento começou a ser percebida em 2022, com 50 milhões de visitantes e 19,1 bilhões de dólares em movimentação financeira. Em 2023, os números quase retornaram ao patamar anterior à pandemia, atingindo 80,5

milhões de turistas e 30,6 bilhões de dólares em gastos. O Círio de Nazaré 2024 registrou um novo recorde, com 89 milhões de visitantes e uma movimentação de 34,5 bilhões de dólares, superando os valores pré-pandemia.

Além de seu significado religioso e cultural, o evento se consolidou como um motor econômico essencial para Belém, impulsionando setores como hotelaria, alimentação, transporte e comércio. Olhando para o futuro, espera-se um crescimento ainda maior, impulsionado por investimentos em infraestrutura, maior divulgação internacional e pela realização da COP30, que será sediada na cidade. Para garantir um desenvolvimento sustentável, é fundamental implementar estratégias de valorização cultural, preservação ambiental e melhoria na experiência dos visitantes, reforçando o papel do Círio de Nazaré no turismo e na economia local.

REFERÊNCIAS

AEROPORTO DE BELÉM. **Com 90 voos extras durante o Círio de Nazaré, Aeroporto Internacional de Belém espera 25% mais passageiros em outubro.** 2024. Disponível em: <https://www.aeroportoдебелем.com.br/com-90-voos-extras-durante-o-cirio-de-nazare-aeroporto-internacional-de-belem-espera-25-mais-passageiros-em-outubro/>

ALBERGONI, L. **Introdução à economia:** aplicações no cotidiano. Paulo: Atlas, 2015.

ALVES, I. O carnaval devoto. **Um estudo da festa de Nazaré em Belém.** Rio de Janeiro: Editora Vozes, 1980.

ALVES, R. Efetivo menor, mais com mais experiência. **Jornal O liberal**, Belém, ano: LXXIV, nº. 36.601, 10 e 11 de outubro de 2020. Caderno Cidades, p. 40.

ARQUIDIOCESE DE BELÉM. **Círio de Nazaré:** do Brasil para Patrimônio da Humanidade. 2022. Disponível em: < <https://arquidiocesedebelem.com.br/cirio-de-nazare-do-brasil-para-patrimonio-da-humanidade/> > Acessado em: 05 de janeiro de 2023.

ARQUIDIOCESE DE BELÉM. **Programação Círio 2024.** 2024. Disponível em: <https://arquidiocesedebelem.com.br/programacao-cirio-2024/>

BANCO 24HORAS. **Por que é essencial apoiar a economia local?** 2022. Disponível em: < <https://www.banco24horas.com.br/blog/economia-local> > Acessado em: 20/01/2023.

BARDIN, L. **Análise de conteúdo.** São Paulo: Edições 70, 2016.

BELÉM. **Círio de Nazaré.** 2020. Disponível em: < <http://www.belem.pa.gov.br/ver-belem/detalhe.php?i=1&p=7> > Acessado em: 30/10/2020

BERNARDES, B. B.; DEBORTOL, J. A. O. Fé, festas e economia popular: implicações da pandemia de Covid-19 sobre as celebrações do Círio de Nazaré. **Antropolítica - Revista Contemporânea de Antropologia**. 2022. Disponível em: <<https://periodicos.uff.br/antropolitica/article/view/54847/33171>> Acessado em: 10 de abril de 2023.

BONNA, M. K. **Círio de Nazaré de A a Z**. 3ª ed. Belém, pa: Marques Editora, 2020.

BRASIL. Ministério do Turismo. **Turismo Cultural**: orientações básicas. Ministério do Turismo, Secretaria Nacional de Políticas de Turismo, Departamento de Estruturação, Articulação e Ordenamento Turístico, Coordenação-Geral de Segmentação. – 3. ed.- Brasília: Ministério do Turismo, 2010.

BRAZTOA - Associação Brasileira das Operadoras de Turismo. **Anuário Braztoa 2022**. Disponível em: <https://drive.google.com/file/d/1bmVgaOnSn5eQMeqvw_nocH3H7lzIjbEK/vie> Acessado em: 10/01/2023.

CONSELHO NACIONAL DO SESI. **Círio de Nazaré aquece a economia paraense**. 2014. Disponível em: <<https://conselhonacionaldosesi.org.br/2016/10/cirio-de-nazare-aquece-economia-paraense/>> Acessado em: 29 de junho de 2021

DANTAS, A. **Círio Gera 50% menos empregos**. O liberal, Belém, ano: LXXIV, nº. 36.601, 11 de outubro de 2020. Caderno Panorama Política, Economia e Internacional, p. 01- 02.

DANTAS, A. **SHRBS diz que perfil do visitante mudou**. O liberal, Belém, ano: LXXIV, nº. 36.601, 11 de outubro de 2020. Caderno Panorama Política, Economia e Internacional, p. 02.

DELFINI, L. **Festas populares do Brasil**. São Paulo: Editora Europa, 2011.

DUBOIS, Padre Florencio. **Nossa Senhora de Nazaré**: sua devoção em Portugal e no Pará. São Paulo: Indústria Gráfica Siqueira, 1946.

FIGUEIREDO, V. L. M. **A fé que caminha sobre a terra e as águas**: Os roteiros devocionais do Círio de Nazaré e suas manifestações espaciais. 2013. 101f. Dissertação (Mestrado Acadêmico em Geografia). Fortaleza, Universidade Estadual do Ceará, 2013. Disponível em: <http://www.uece.br/wp-content/uploads/sites/60/2020/02/dissertacao_vera_figueiredo.pdf> Acessado em: 11 de julho de 2022.

FLORENZANO, F. Adeus a D. Miguel Giambelli. **Blogspot**, 2010. <<http://uruatapera.blogspot.com/2010/12/adeus-d-miguel-giambelli.html>> Acessado em: 14 de junho de 2021

GREMAUD, A. P et. al (org.). **Introdução à Economia**. São Paulo: Saraiva, 2011.

GREMAUD, A. P. [et al]. **Manual de economia**: equipe de professores da USP organizadores: Diva Benevides Pinho, Marco Antonio S. de Vasconcellos, Rudinei Toneto Jr. 7 ed. São Paulo: Saraiva, 2017.

HIDA, R. **Pandemia e gestão de crises**. 2020. Disponível em: <<https://brasilturis.com.br/pandemia-e-gestao-de-criSES/>> Acessado em: 20 de novembro de 2020.

IPHAN - Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional, Ministério da Cultura. **Círio de Nazaré** – Dossiê – Volume I, Belém, 2006.

LEAL, A.T. **Círio de Nazaré é uma vitrine de oportunidades para os pequenos negócios**. Sebrae. Economia e Política, 2024. Disponível em: <<https://pa.agenciasebrae.com.br/economia-e-politica/cirio-de-nazare-e-uma-vitrine-de-oportunidades-para-os-pequenos-negocios/>>

LOPES, S. C. **Vem ver Belém a festejar [manuscrito]**: análise de cenas comunicativas do Círio de Nazaré. 2018. 290 f. Tese (doutorado) - Universidade Federal de Minas Gerais, Faculdade de Filosofia e Ciências Humanas, 2018.

MATOS, L. S. A festividade do Círio de Nazaré e as transformações do arraial: novas práticas de lazer na afirmação do turismo religioso. **Licere**, Belo Horizonte, v.13, n.4, dez/2010. Disponível em: <<https://periodicos.ufmg.br/index.php/licere/article/view/789/19681>> Acessado em: 16 de julho de 2022.

MATOS, L. S. **Belém em festa**: a economia lúdica da fé no Círio de Nazaré. 2010, 280f. Tese (Doutorado em Ciências Sociais) pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo PUC-SP, 2010.

MENDONÇA, B.; BONNA, M. **O livro do Círio**: a fé que suporta distâncias 2020-2021. Belém: Verde, 2020.

MENDONÇA, B.; BONNA, M. **Círio**: Patrimônio Cultural da Humanidade. Belém: Guia, 2014.

MENDONÇA, B.; BONNA, M. **O livro do Círio Oficial 2021-2022**. Belém: Verde, 2021.

MENEZES, P. **Aeroporto Internacional de Belém terá 90 voos extras para Círio de Nazaré**. 2024. Disponível em: <https://www.panrotas.com.br/aviacao/aeroportos/2024/09/aeroporto-internacional-de-belem-tera-90-voos-extras-para-cirio-de-nazare_209629.html>

MINCIOTTI, S. A.; SILVA, E. C. Marketing de localidades: uma abordagem ampliada sobre o desenvolvimento da cidade ou região. **Revista Turismo Visão e Ação – Eletrônica**, Vol. 13 - nº 3 - p. 329–346, set-dez 2011. Disponível em: <<https://periodicos.univali.br/index.php/rtva/article/view/2182/2071>> Acessado em: 20 de janeiro de 2023.

MINISTÉRIO DA ECONOMIA. **Guia de Retoma Econômica do Turismo**. Resumo executivo. Julho/2021. Disponível em: <<https://www.gov.br/turismo/pt-br/aceso-a-informacao/acoes-e-programas/retomada-do-turismo/GuiaRetomadaEconmicadoTurismo.pdf>> Acessado em: 10 de janeiro de 2022.

MINISTÉRIO DO TURISMO. **Círio de Nazaré movimentou Belém (PA) e gera impacto econômico em diversos setores**. 2024. Disponível em: <

<https://www.gov.br/turismo/pt-br/assuntos/noticias/cirio-de-nazare-movimentacao-belem-pa-e-gera-impacto-economico-em-diversos-setores>>

MINISTÉRIO DO TURISMO. **Círio de Nazaré, em Belém do Pará, é destaque na programação de eventos do mês de outubro.** GOV, 2024. Disponível em: <https://www.gov.br/turismo/pt-br/assuntos/noticias/cirio-de-nazare-e-destaque-na-programacao-de-eventos-do-mes-de-outubro>

OBSERVATÓRIO NACIONAL DE TURISMO. **Estimativas de chegadas de turistas internacionais ao Brasil.** 2024. Disponível em: < <https://paineis.turismo.gov.br/extensions/observatorio/turistas.html>>

OLIBERAL. **Círio 2022:** procissão de domingo reúne mais de 2,5 milhões de pessoas; vídeo. 2022. Disponível em: < <https://www.oliberal.com/cirio/cirio-2022-procissao-de-reune-mais-de-2-5-milhoes-de-pessoas-video-1.598736#:~:text=Em%20uma%20express%C3%A3o%20singular%20de,da%20pandemia%20da%20covid%2D19.>> Acessado em: 05 de janeiro de 2023.

OLIBERAL. **Círio ocorreu dentro do planejado e 'pessoas se alegraram', diz Diretoria da Festa.** 2019. Disponível em: < <https://www.oliberal.com/cirio/cirio-ocorreu-dentro-do-planejado-e-pessoas-se-alegraram-diz-diretoria-da-festa-1.207330>> Acessado em: 03.11.2020.

OLIBERAL. **Novo Santuário de Nazaré deve começar a ser construído até julho, anuncia DFN.** 2025. Disponível em: <https://arquiocesebelelem.com.br/programacao-cirio-2024/>

OLIVEIRA, J. F. Contribuição do turismo para o desenvolvimento da economia. **Administrador.com.** 2019. Disponível em: <<https://administradores.com.br/artigos/contribuicao-do-turismo-para-o-desenvolvimento-da-economia>> Acessado em: 10/01/2023.

PARÁ TERRA BOA. **Círio de Nazaré aquece turismo e preparativos para a COP30 em Belém.** 2024. Disponível em: <https://www.paraterraboia.com/cop30/cirio-de-nazare-aquece-turismo-e-preparativos-para-a-cop30-em-belem/>

PINHO, M. **Círio nunca deixou de sair às ruas de Belém.** Oliberal, Belém, ano: LXXIV, nº. 36.601, 11 de outubro de 2020. Caderno Cidades, p. 40.

PORTAL PANROTAS. **A gestão hoteleira em tempos de crise.** 2020. Disponível em: <https://www.panrotas.com.br/hotelaria/mercado/2020/06/artigo-a-gestao-hoteleira-em-tempos-de-crise_174508.html> Acessado em: 15/11/2020

SANTOS, J. F.; SEVERO, F. E. Marketing e turismo religioso: as influências da fé cristã na economia de Camboriú e nova Trento/SC. **Unisanta Business and Management** Vol. 1 nº1 (2018). Disponível em: < <https://periodicos.unisanta.br/index.php/BAM/article/view/1672/1371>> Acessado em: 23 de agosto de 2022.

SBARDELOTTO, M. Práxis religiosa digital em tempos de pandemia: o caso católico. **Revista Tropos: Comunicação, Sociedade e Cultura**, v.10, nº1, edição de julho de 2021.

SEBRAE. **Boletim de Mercado do Círio de Nazaré**. 2020. Disponível em: <<https://datasebrae.com.br/data/docs/datasebrae-para/Boletins-de-mercado-2020/10-Boletim-CIRIO-2020.pdf>> Acessado em: 10 de abril de 2023.

SEBRAE. **Boletim de Mercado do Círio de Nazaré**. 2021. Disponível em: <<https://datasebrae.com.br/data/docs/datasebrae-para/Boletins-de-mercado-2021/10.Boletim%20C%C3%ADrio%202021.pdf>> Acessado em: 10 de abril de 2023.

SEBRAE. **Boletim de mercado: Círio de Nazaré 2023**. 2023. Disponível em: <https://datasebrae.com.br/wp-content/uploads/2023/10/12_BOLETIM-V6_Cirio-2023-c.pdf>

SEBRAE. **Boletim de mercado: Círio de Nazaré 2024**. 2024. Disponível em: <<https://pa.lojavirtualebrae.com.br/loja/biblioteca-digital/10256-boletim-de-mercado-cirio-2024>>

SEBRAE. **Círio de Nazaré: saiba como a festa religiosa pode impulsionar a economia criativa e o artesanato local**. 2024. Disponível em: <<https://sebraecop30.com/empreendedorismo-e-cultura/cirio-de-nazare-economia-criativa/>>

SETUR. **Círio de Nazaré trouxe 83 mil turistas e 31 milhões de dólares ao Pará em 2019**. 2019. Disponível em: <<http://setur.pa.gov.br/noticia/cirio-de-nazare-trouxe-83-mil-turistas-e-31-milhoes-de-dolares-ao-para-em-2019>> Acessado em: 10 de abril de 2023.

SETUR. **Estudo da Demanda Turística Círio 2012**. 2012. Disponível em: <<http://setur.pa.gov.br/sites/default/files/pdf/estudodemandaturisticacirio.pdf>> Acessado em: 10/02/2023

SILVA, G. V. et. al. Turismo religioso: estudo do impacto econômico do Círio de Nazaré na cidade de Belém, Pará. **Revista Turismo - Visão e Ação - Eletrônica**, Vol. 16 - n. 2 - Mai. - Ago. 2014. Disponível em: <<https://www.redalyc.org/pdf/2610/261056067004.pdf>> Acessado em 29 de junho de 2021.

VAZ, E. **Empreendedores apostam na quadra nazarena**. Oliberal, Belém, ano: LXXIV, nº. 36.601, 11 de outubro de 2020. Caderno Panorama Política, Economia e Internacional, p. 04

VILARINS, T. **Pandemia fecha 400 empresas de turismo no Pará**. Oliberal, Belém, ano: LXXIV, nº. 36.601, 11 de outubro de 2020. Caderno Panorama Política, Economia e Internacional, p. 06.

VITTE, C. C. S. Gestão do desenvolvimento econômico local: algumas considerações. **Interações** (Campo Grande) 8 (13), Set 2006.

WESSELS, W. J. **Economia**. Tradução: Fernando Cardoso Cotelo e Daniel Puglia; revisor técnico Fernando Cardoso Cotelo. 3.ed. São Paulo: Saraiva, 2010.

WOOD, M. B. **Planejamento de marketing**. Revisão técnica de Flávio Eduardo Vasconcellos Martins; tradução de Rogério Galindo. São Paulo: Saraiva, 2015.

*Recebido em Julho de 2025
Aprovado em Agosto de 2025*