

# TEMPLO DE SALOMÃO COMO “ESPAÇO DE TODOS”: O TURISMO E SUAS EXPERIMENTAÇÕES

Carlos Gonçalves da Fonseca<sup>1</sup>

**Resumo:** No presente trabalho, analiso os processos e dinâmicas de construção do Templo de Salomão como um espaço para todos a partir das experimentações do turismo e suas modalidades. Para tal análise, foco nas visitas e no turismo, buscando olhar para as intencionalidades da instituição no uso do turismo ao Templo de Salomão. A metodologia do trabalho foi a etnografia feita no Templo de Salomão em 2018 e pesquisa documental. O turismo é peça fundamental na formação da identidade da IURD, na construção de sua referência a partir de um tradicionalismo reconstruído. Esse tradicionalismo, a partir dos elementos em referência ao Israel Mítico, é utilizado pela IURD a fim de “trazer a Terra Santa a todos”. As diversas experimentações do turismo no Templo de Salomão se dão na maneira pela qual o Templo em si se torna um local para o turismo religioso, no qual estão em jogo o lugar que a Igreja Universal busca alcançar no campo religioso brasileiro, se tornando também uma figura importante na dimensão do turismo religioso, que até então era dominada pela Igreja Católica. Aliado a isso, o Templo de Salomão, que também é o espaço de culto, estabelece o turismo e a figura do turista como centrais na sua forma de se pensar.

**Palavras-chave:** Turismo. Templo de Salomão. IURD.

Temple of Solomon of the Universal Church as “a space for all”: tourism and  
its experimentations

## Abstract

This paper analyzes the processes and dynamics of the construction of the Temple of Solomon of the Universal Church of the Kingdom of God as a space conceived for all, through the lens of tourism and its various modalities. The study focuses on visits and tourism, investigating the institutional intentions behind the promotion of the Temple as a tourist destination. The methodology combines ethnographic fieldwork carried out at the Temple in 2018 with documentary research on the Church's official websites and pages, as well as journalistic reports from multiple media outlets. The findings indicate that tourism plays a key role in shaping the identity of the Universal Church of the Kingdom of God by producing a reconstructed traditionalism. This traditionalism, built on elements referencing a mythical Israel, is mobilized by the institution as a strategy to “bring the Holy Land to everyone.” The different forms of tourism developed at the Temple of Solomon highlight the place that the Universal Church seeks to occupy within the Brazilian religious field, positioning itself as a relevant actor in religious tourism, a space historically dominated by the Catholic Church in the country.

<sup>1</sup>Carlos Gonçalves da Fonseca. Doutorando em Ciências Sociais pela Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro (UFRRJ), Brasil. Mestre em Ciências Sociais pela Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro (UFRRJ). Pesquisador com foco em Antropologia da Religião, com ênfase no Pentecostalismo nas periferias urbanas. Email: [carlos\\_goncalves11@ufrrj.br](mailto:carlos_goncalves11@ufrrj.br) | ORCID: <https://orcid.org/0009-0000-4612-9721>.

## TEMPLO DE SALOMÃO COMO “ESPAÇO DE TODOS”: O TURISMO E SUAS EXPERIMENTAÇÕES

Keywords: Temple of Solomon; religious tourism; Universal Church of the Kingdom of God; ethnography; religious identity.

### Templo de Salomón de la Iglesia Universal como “espacio para todos”: el turismo y sus experimentaciones

#### Resumen:

En este trabajo se analizan los procesos y dinámicas de construcción del Templo de Salomón de la Iglesia Universal del Reino de Dios como un espacio concebido para todos, a partir de las experiencias del turismo y sus modalidades. El estudio se centra en las visitas y el turismo, investigando las intencionalidades de la institución en el uso turístico del Templo de Salomón. La metodología utilizada combina etnografía realizada en el templo en 2018 con investigación documental en sitios web y páginas oficiales de la Iglesia, así como en reportajes de diversos medios de comunicación. Los resultados muestran que el turismo es un elemento fundamental en la formación de la identidad de la Iglesia Universal del Reino de Dios, promoviendo la producción de un tradicionalismo reconstruido. Este tradicionalismo, basado en elementos que remiten al Israel mítico, es utilizado por la institución como una estrategia para “traer la Tierra Santa a todos”. Las distintas modalidades de turismo desarrolladas en el Templo de Salomón evidencian el lugar que la Iglesia Universal busca ocupar en el campo religioso brasileño, posicionándose como un actor relevante en el turismo religioso, históricamente dominado por la Iglesia Católica en el país.

Palabras-clave: Templo de Salomón; turismo religioso; Iglesia Universal del Reino de Dios; etnografía; identidad religiosa.

#### Introdução

No presente artigo, analiso os processos e dinâmicas de construção do Templo de Salomão como um espaço para todos a partir das experimentações do turismo e suas modalidades. Para tal análise, foco nas visitas e no turismo, buscando olhar para as intencionalidades da instituição no uso do turismo ao Templo de Salomão. O turismo no Templo se mostra tanto na construção da identidade dos tipos de membros da IURD, também como um espaço lúdico para visitantes.

Busco também compreender como os elementos em referência ao Israel Mítico operam na forma dos turistas e visitantes habitarem o Templo de Salomão. Assim, a IURD, ao buscar trazer a “terra santa em solo brasileiro”, na ideia de democratizar o acesso a Israel, aciona a narrativa que o Templo de Salomão é o espaço para todos, tanto para os cristãos, onde esses conseguem vislumbrar as partes históricas e contemporâneas da “pátria eleita” em solo brasileiro ao visitar o Templo, como para os turistas, visitantes, transeuntes, olharem, produzirem fotos, divertirem, destacando também a figura das autoridades políticas e das celebridades.

Antes de adentrar as questões referentes ao Templo de Salomão, farei um breve debate sobre o Turismo como campo de estudo, destacando como objeto de análise para a Antropologia, as dimensões do turismo religioso até chegar ao Templo de Salomão em suas modalidades do turismo.

### **Turismo e Antropologia: dilemas e diálogos**

A interseção entre turismo e a Antropologia trouxe um desafio tanto para a Antropologia como para o turismo: o Antropólogo, ao se deslocar a fim de realização de sua pesquisa de campo, no que se diferia do turista; e o turista, ao entrar em contato com outros povos, no que se diferiria do Antropólogo (PEREIRO e FERNANDES, 2018). Tal desafio dificultou o estudo antropológico sobre o turismo, uma vez que os antropólogos “não queriam ser identificados como turistas e entediavam como frívolo e diversão (o turismo) e sem consciência do seu significado social, cultural e econômico nas sociedades que estudavam” (PEREIRO e FERNANDES, 2018, p. 207). Além do mais, antropólogos temiam que a atividade turística homogeneizasse as “comunidades tradicionais”, tornando o processo de globalização mais rápido nessas comunidades; dessa forma, o receio era que as culturas dos “nativos” perdessem sua autenticidade (GRUNEWALD, 2003). Isso atrasou ainda mais os estudos antropológicos sobre o turismo, que tiveram seu início somente na década de 1960, embora alguns trabalhos anteriores na antropologia destacassem brevemente o turismo (PEREIRO e FERNANDES, 2018, p. 208).

O contexto acima do olhar sobre o turismo a partir da dimensão da ameaça que este poderia trazer as comunidades tradicionais persiste nesses primeiros trabalhos que inauguram o turismo como objeto de estudo da Antropologia. Até a década de 1980, o turismo ainda era visto como um agente externo destrutivo de culturas locais e comunidades tradicionais (STEIL, 2004, p. 1). Somente na década de 1990, as perspectivas teóricas sobre o turismo foram deixando de lado o funcionalismo e aderindo a um maior interpretativismo e reflexividade, pensando não mais o turista e o nativo como campos estritamente opostos, mas também focando nas mediações e intermediações entre o turista e o nativo (PEREIRO e FERNANDES, 2018, p. 208). Se, no início, o turismo foi tido como ameaça às comunidades, atualmente a ênfase recai sobre diversas outras dimensões do turismo, como, por exemplo, a forma pela qual o contato entre o turista e o nativo pode reforçar ou construir etnicidades, seja pela “reinvenção da tradição”, seja por outros elementos que reforcem ou criem as barreiras e fronteiras étnicas (GRUNEWALD, 2003). Outras dimensões são interconexões do turismo com outras áreas do

conhecimento antropológico, compreendido, sobretudo na sua interconexão com outras dimensões, como a religião, por exemplo (STEIL e CANEIRO, 2008).

O autor Rodrigo de Azeredo Grunewald em *Turismo e Etnicidade* (2003, p. 141) define turismo como movimento de pessoas que não estão a trabalho em contextos diferentes do seu de origem. Trata-se, em termos gerais, de visitação a lugares pelo qual diversas atividades serão desempenhadas, desde que não seja a trabalho (GRUNEWALD, 2003, p. 141). Outras definições buscam abranger diferentes possibilidades sobre o turismo, como a dos autores Carlos Steil e Sandra de Sá Caneiro em *Peregrinação, turismo e nova era: caminhos de Santiago de Compostela no Brasil* (2008) que evitam definições rígidas e absolutas, compreendendo que a definição sobre turismo precisa ser etnografada junto ao grupo que o antropólogo observa. Outra definição que consegue dar ferramentas para a análise da vida empírica, porém também sem ser rígida demais, é a que compreender o turismo moderno como uma forma de mobilidade espacial e temporal (PEREIRO e FERNANDES, 2018).

A importância do estudo sobre o turismo para a Antropologia e também para as ciências sociais como um todo se dá primeiramente pelo fato do mundo moderno ser “um mundo turístico” (PEREIRO e FERNANDES, 2018), sendo dessa maneira difícil conseguir a compreensão maior de algum fenômeno da cultura e da sociedade sem levar em consideração os efeitos do turismo em tal sociedade e cultura. O turismo impacta na política, na economia e se tornou um produto de construção de novas culturas (GRUNEWALD, 2003). Por último, “o turismo e a antropologia são duas formas de viagem e peregrinação na procura do outro e do sentido da vida” (PEREIRO e FERNANDES, 2018, p. 205) além de ser um fenômeno sociocultural complexo que permite a turistas e residentes a vivência da alteridade (PEREIRO e FERNANDES, 2018).

### Do desenvolvimento do turismo ao turismo religioso evangélico

O turismo em larga escala, o turismo moderno, emergiu no mundo ocidental no final do século XIX e início do XX (GRUNEWALD, 2003, p. 142). O desenvolvimento do turismo moderno está relacionado com o nascimento do capitalismo, bem como as transformações nos transportes, a revolução industrial burguesa do século XIX, a urbanização e as “mudanças ideológicas e sociais da modernidade” (PEREIRO e FERNANDES, 2018, p. 183). Sobre tal desenvolvimento, os autores

Xerado Pereira e Filipa Fernandes em seu livro *Antropologia e Turismo: Teorias, métodos e práxis* mostram que:

No século XIX a revolução industrial e burguesa provocaria uma mudança sociocultural muito importante, por um lado, os transportes, como por exemplo, o comboio, facilitaram as viagens, e por outro, a burguesia imitou os costumes da aristocracia. O comboio, não só permitiu que os indivíduos viajassem mais rápidos e mais longe, como também provocou uma nova visão do mundo. O mundo começa a ser observado como paisagem, como panorâmica. Deste modo, o turismo converte-se numa forma de ver, segmentar e apresentar o mundo. Nesta época construíram-se, renovaram-se e reconstruíram-se novos espaços para o lazer destas elites: as termas, caracterizadas como um lugar de relação social da burguesia urbana. (2018, p. 184).

A partir dos anos de 1930, com reivindicações sindicais, o aumento da possibilidade de consumo pela classe trabalhadora, crescimento econômico daquele período e a modernização dos meios de transporte, o turismo se universaliza também para as camadas populares. Com a entrada dos trabalhadores na sociedade de consumo, nasce o turismo contemporâneo (PEREIRO e FERNANDES, 2018, p. 186).

Ainda sobre o desenvolvimento do turismo moderno, os autores (2018, p. 186) afirmam que a passagem de um sistema econômico norteado pela produção para um sistema que terá como centro o consumo se dá pela passagem de uma ética calvinista puritana de trabalho (WEBER, 2013) para uma ética hedonista. Nessa ética hedonista, o centro seria não mais a auto realização por via do trabalho somente, mas também a moral da diversão e do desfrute da vida, do individualismo e do culto ao corpo e a mente. Tal mudança despertou a atenção da indústria cultural e da indústria turística a fim de conseguirem atender a esta nova demanda.

O turismo enquanto dimensão do consumo cultural se insere como forma pela qual as identidades sociais podem ser formadas e expressadas. Segundo Bourdieu (2007), as classes sociais pelem por se distinguirem umas das outras através da educação, a ocupação e o consumo. Assim, “fazer turismo é uma expressão das identidades sociais dos seus intervenientes. Praticar turismo é um definidor de diferentes estatutos sociais, tal como ter um bom carro ou uma casa bonita expressa posições sociais” (PEREIRO e FERNANDES, 2018, p. 220). Uma análise que foque no turista pode buscar compreender as razões pelas quais o turista empreendeu a sua viagem e os efeitos desta viagem turística na identidade do sujeito.

Grunewald (2003, p. 143) argumenta que o foco da visita turística está na procura pelo outro, pelo diferente, pelo

exótico. Para o autor, se o outro, o exótico é procurado em lugares diferentes do local de origem do turista, os habitantes desses lugares se representam enquanto “esse exótico da procura” a fim de ser atrativo no mercado turístico. Esse movimento de se construírem enquanto exóticos, pela promoção ou/e fortalecimentos de sinais que os caracterizam como de fato “o exótico”, é próprio do âmbito da etnicidade (GRUNEWALD, 2003, p. 144). Utilizando a perspectiva de Stuart Hall (2006), o autor argumenta que estas “novas etnicidades emergem de forma fragmentária, com segmentações internas e, em muitos casos, não conseguindo operar com totalidade” (GRUNEWALD, 2003). Dessa forma, para o autor etnicidades são “fenômenos sociais que refletem as tendências positivas de identificação e inclusão de certos indivíduos em um grupo étnico. A distintividade dessa identidade, para caracterizar um grupo étnico, deve se remeter a noções de origem, história, cultura e, até raças comuns” (GRUNEWALD, 2003, p. 145).

A instrumentalidade dos itens de cultura exibidos pelo grupo étnico e sua operação como artefatos que expressão a tradição do grupo constroem as fronteiras (BARTH, 2000, p. 33) o que define tal grupo em oposição a outros externos. O autor mostra ainda que (2003, p. 146), em um cenário de pluralidade moderna, diversos meios de acesso aos mais variados mundos e “outros”, as “identidades ameaçadas” podem buscar a renovação a partir da ideia de tradição do grupo. Esse sentido de identidade única pode unir as pessoas numa “ideia de passado talvez mais glorioso que o presente” (GRUNEWALD, 2003, p. 146). O turismo, assim, promove a restauração, preservação e recriação desses atributos étnicos na medida em que o contato entre os turistas e os membros da comunidade constrói todo este movimento. O autor define tal movimento de *turismo étnico* (GRUNEWALD, 2003).

A maneira pela qual turistas buscam consumir cultura, na procura do exótico, do outro, se constitui como mecanismo de construção da etnicidade do grupo visitado, mas também da construção identitária do turista. O alargamento da possibilidade de visibilizar a alteridade nos lugares distintos da Terra, bem como a possibilidade de ter este outro desempenhando uma tradição está ligada a classes sociais que possuem os capitais necessários para tal empreitada e que, a partir do processo de consumo, se constituem também na diferenciação (PEREIRO e FERNANDES, 2018). Pensar o turismo e principalmente os turistas é também pensar nas relações desiguais construídas na interseccionalidade dos diversos marcadores sociais da diferença (CRENSHAW, 2002). Tais relações têm suas facetas tanto no encontro do turista com a comunidade visitada – relações essas muitas vezes desiguais – como também com relação ao turista e sua própria comunidade, visto que a possibilidade de fazer turismo é em si

também um bem de consumo que vai marcar uma diferenciação no status de quem o pode fazer.

O debate sobre o turismo também se desdobrou para as interconexões com outras áreas do estudo antropológico, como no caso da Antropologia da Religião, construindo assim o turismo religioso como objeto. O turismo religioso, no entanto, mais do que ser apenas uma interconexão do saber antropológicos, é também um modo específico de classificar uma mobilidade espacial e temporal, que tem por fim a busca da experiência com o “sagrado” (PEREIRO e FERNANDES, 2018). Recorrendo novamente à proposta de Steil e Carneiro (2008, p. 108), por meio da etnografia é possível formular um conceito que permita a compreensão dos seus múltiplos usos pelos diversos atores sociais. Um outro segmento dos estudos do turismo religioso advoga que, mais que apenas uma interconexão dos saberes sobre turismo, as origens do turismo estariam na religião, com suas peregrinações e romarias (PEREIRO e FERNANDES, 2018; STEIL e CANEIRO, 2008; SANCHIS, 2006).

Segundo a Organização Mundial de Turismo, cerca de 330 milhões de turistas visitam os principais santuários religiosos a cada ano (PEREIRO e FERNANDES, 2018, p. 274). Nos dados gerais sobre o turismo no Brasil, para fim de comparação, segundo o último registro revelado pela 2ª edição do Anuário Estatístico de Turismo 2020, o Brasil recebeu a visita de 6,3 milhões de turistas internacionais em 2019<sup>1</sup>. O Brasil se encontra na 32ª posição no ranking mundial do turismo internacional<sup>2</sup>. Com relação ao turismo emissivo, ou seja, quando turistas brasileiros vão visitar outros países, o Brasil está na 17ª colocação mundial<sup>3</sup>, sendo um dos países que mais impulsionam o turismo mundial. Uma parte considerável desse turismo emissivo, atualmente, é para Israel. Em 2019, foram registrados 3,3 milhões de turistas no país, aumento esse de 13% em comparação aos 2,9 milhões do mesmo período em 2018<sup>4</sup>. Segundo esse último dado, os brasileiros estão em 14º lugar no ranking de emissores de turistas para Israel.<sup>5</sup>

<sup>1</sup>Ministério do Turismo divulga dados do Anuário Internacional. Governo Federal. 2020. Disponível em: <https://www.gov.br/turismo/pt-br/assuntos/noticias/ministerio-do-turismo-divulga-dados-do-anuario-internacional#:~:text=O%20Brasil%20recebeu%20a%20visita,informa%C3%A7%C3%B5es%20do%20Minist%C3%A9rio%20do%20Turismo>. Acesso no dia 28 de junho de 2021.

<sup>2</sup> Insegurança e higiene rebaixam Brasil para 32ª posição em ranking de atração de estrangeiro. G1. 2019. Disponível em: <https://g1.globo.com/turismo-e-viagem/noticia/2019/09/04/inseguranca-e-higiene-rebaixam-brasil-para-32a-posicao-em-ranking-de-atracao-de-estrangeiros.ghtml>. Acesso no dia 28 de junho de 2021.

<sup>3</sup> Brasil está entre os líderes do Turismo emissivo; veja destinos. Panrotas. 2019. Disponível em: [https://www.panrotas.com.br/mercado/pesquisas-e-estatisticas/2019/07/brasil-esta-entre-lidere-s-do-turismo-emissivo-veja-os-destinos\\_166162.html](https://www.panrotas.com.br/mercado/pesquisas-e-estatisticas/2019/07/brasil-esta-entre-lidere-s-do-turismo-emissivo-veja-os-destinos_166162.html). Acesso no dia 28 de junho de 2021.

<sup>4</sup> Israel nunca recebeu tantos turistas brasileiros; saiba os motivos. Gazeta do Povo. 2019. Disponível em: <https://www.gazetadopovo.com.br/turismo/israel-nunca-recebeu-tantos-turistas-brasileiros-sai-ba-os-motivos/>. Acesso no dia 28 de junho de 2021.

<sup>5</sup> IDEM

As motivações do turismo para Israel são múltiplas, mas a grande parte desses turistas buscam a experiência da visita aos monumentos e locais tidos como sagrados e santos (FROSSARD, 2013). A fim de se adequarem a essa nova demanda de turismo religioso, segundo a autora (2014, p. 7) as agências de turismo começaram a ofertar caravanas religiosas com pacotes para a “Terra Santa”. Outras agências são criadas com alvo nesse segmento evangélico. Exemplo dessas agências são a TKR turismo e Terra Santa Viagens (FROSSARD, 2013).

Pensando sobre os achados de Frossard (2014), trago um relato pessoal, mas de importância para o debate sobre turismo religioso evangélico. Na Jornada Discente do PPGCS da UFRRJ ocorrida em 2019, na arguição sobre trabalho abordando pentecostais e suas práticas de orações em montes, a Professora Doutora em Antropologia Carly Barboza Machado fez uma comparação desse trabalho com o meu sobre o uso dos elementos em referência ao Israel Místico pela IURD. A Professora Doutora Carly Barboza Machado sugeriu uma hipótese dizendo que uma classe média e elite, sobretudo a classe dirigente dos evangélicos, como pastores e bispos da IURD que tenham um maior prestígio na instituição, realizam suas subidas a montes em Israel, diferente dos evangélicos pentecostais das classes trabalhadoras que buscam montes próximos a seus lugares de origem ou próximos as igrejas que frequentam. Utilizando a hipótese que a professora lançou, de fato acredito que a possibilidade de empreender uma viagem a Israel vai depender, sobretudo, da situação econômica do grupo. Analisando o perfil sociológico dos evangélicos pentecostais (MARIANO, 2013), em sua maioria, estes não possuem situação favorável para tal empreitada. Sabendo disso, a IURD buscou resolver esse problema do acesso a Israel, democratizando esse acesso ao “trazer o Israel para o Brasil” (GOMES, 2011) e até mesmo elementos que o turista não encontrará indo a Israel<sup>6</sup>. Fez isso na inauguração do seu Templo Maior no Rio de Janeiro (GOMES, 2011) e, em 2014, com o Templo de Salomão.

### **Turismo pelo Temp(l)o de Salomão: O Israel Mi(dia)tico nos passeios etnográficos pelo Jardim Bíblico da IURD**

Uso esse jogo de letras com a palavra templo a fim de destacar o movimento da IURD na busca de trazer, a partir de elementos, a materialização de Israel aqui no Brasil. Israel esse

---

<sup>6</sup> O templo do rei Salomão foi o primeiro construído pelos israelitas para honrar seu Deus, segundo o livro Bíblia Sagrada. É também onde se diz que o povo judeu manteve a Arca da Aliança com os 10 Mandamentos (1 Reis 6). O Templo do rei Salomão, assim como um segundo, foi destruído. Algumas doutrinas judaicas e também evangélicas – como o dispensacionalismo – possuem a crença que um terceiro templo será erguido marcando a chegada do Messias e do Juízo Final. O Templo de Salomão da IURD tem por referência todo esse contexto.



que mistura referências atuais do Estado de Israel com referências míticas, descritas na Bíblia. Israel também que, em mais um jogo de letras, é um Israel Mítico e um Israel Mi(dia)tico, pois também incorpora elementos da ficção, como novelas e filmes e agencia outros regimes de visibilidades no Templo. Vale salientar que esse jogo de palavras, no caso do Temp(l)o, é um termo é tirado das autoras Bianca Freire Medeiros e Nathalia Pereira da Silva no texto *Um Passeio além do Temp(l)o Experiências lúdico-midiáticas e agenciamento da história no “Jardim Bíblico” do Templo de Salomão da IURD (2019)*.

Medeiros e Silva (2019, p. 2) argumentam que no passeio ao Temp(l)o a trajetória da aliança dos homens com Deus descrita na Bíblia é recontada a partir de uma performance da narrativa acerca do Êxodo do Povo Hebreu. As autoras (2019) descrevem o tour pelo Jardim Bíblico como um serviço ofertado pelo IURD no Templo de Salomão. Segundo as autoras (2019), a narrativa representada sobre o Êxodo do Povo Hebreu, no tour, ocorre entre três edificações. Nelas estão artefatos diversos, que buscam reproduzir certa leitura da Bíblia, utilizando da atmosfera das novelas e filmes da Rede Record na construção de modelos, rostos e formatos de objetos. Trago dados da minha etnografia sobre o tour pelo Jardim Bíblico no Templo de Salomão (2018) a fim de mostrar com mais detalhes as especificidades desse passeio, das interconexões do Templo com o Tempo e do Mítico com o Midiático e da esfera do turismo interno brasileiro religioso.

Na descrição sobre o tour no Jardim Bíblico no site do Templo de Salomão apresenta o tour como:

Um passeio temático e único no mundo. Visitantes regressam ao passado para conhecer a réplica fiel do Tabernáculo de Moisés, entrar no Memorial dos Templos de Jerusalém e caminhar pelo Jardim das Oliveiras Centenárias. Um pedaço da Terra Santa no Brasil.<sup>7</sup>

O Tour pelo “Jardim Bíblico” é um passeio guiado oferecido pela IURD no Templo de Salomão. O “Jardim Bíblico” se encontra na parte lateral do Templo de Salomão, dando vista para a Rua Júlio César do Bairro do Brás. Este passeio visa ser temático e se apresenta como “único no mundo”. A pequena descrição do tour no site do Templo de Salomão caracteriza-o como “um pedaço da Terra Santa no coração do Brasil”. Ao contrário de regras na parte interna do Templo de Salomão,

---

<sup>7</sup>JARDIM BÍBLICO, TEMPLO DE SALOMÃO. 2021. IURD. Disponível em <https://sites.universal.org/templodesalomao/passeio-pelo-jardim-biblico/#>. Acesso em 28 de junho de 2021.

não há proibições de entrada do uso de aparelhos eletrônicos, como smartphones. O uso desses aparelhos, contudo, é controlado, havendo locais onde tirar foto é proibido. A gravação de voz e de vídeo também não foi permitida quando solicitada por mim. O tour pelo “jardim bíblico” ocorre em horários específicos nos dias da semana, às 9h e às 14h, sempre uma hora antes do início das reuniões da parte da manhã e da parte da tarde no Templo de Salomão. A compra do ingresso no valor de 40 reais para a realização do tour é feita em uma cabine que fica na lateral direita do Templo de Salomão. Para estudantes, há a possibilidade de pagar meia entrada. Há uma recepcionista, diferentemente dos “levitas”, trajando roupas formais, de terninho, mais aos moldes das roupas dos seguranças que há no Templo. Feita a compra, é dada uma pulseira que sem a qual não é permitida a entrada no espaço onde nos é direcionada para o início do tour.

Em todo o momento do “tour” fica clara a busca de uma vinculação entre a história bíblica, especificando construções e “demolições/desconstruções/perdas” de elementos do tabernáculo e dos templos mencionados na Bíblia. Esse aspecto oferecia uma rica possibilidade de análise, que era a incorporação de um passado, percebido e reivindicado como seu, a partir desse vínculo com a “Terra Santa mítica”, com “Israel mítico” e com as histórias do Antigo Testamento da Bíblia. Segundo Gomes (2011), as referências bíblicas que dão forma à memória coletiva da IURD são resgatadas do Antigo Testamento, sendo articuladas pela IURD à sua própria trajetória. Assim, elas demonstram eventos ligados ao “povo escolhido”, o “povo de Israel”, que, mesmo sendo perseguido, conquista e supera, uma vez que sempre “crê na promessa divina”.

O tour é guiado por um homem que se apresenta como “sacerdote”. Vestia uma túnica branca; touca branca sacerdotal; o peitoral com as pedras, tendo 12 por total; um cinturão azul que rodeava a cintura, partindo a túnica em dois; e, por último, uma sandália com tiras de couro. Ele se apresentou como Davi e nos disse que seria o responsável para nos conduzir pelo tour. Ele nos descreveu o trajeto do tour e, logo em seguida, pegou uma escultura em formato de cordeiro. Ali, o guia-sacerdote Davi e nos informou que precisaríamos saber sobre o “sacrifício” e a “oferta” nos tempos antigos. O centro do tour foram as narrativas bíblicas sobre a “expansão” do tabernáculo para o Templo de Salomão bíblico. Segundo o guia-sacerdote Davi, esse o primeiro templo, construído pelo “Rei Salomão”, acabou sendo destruído, pois “o povo acabou se virando contra Deus” e acabaram no cativeiro babilônico. Um segundo Templo foi reconstruído no lugar do Templo do rei Salomão. Esse segundo templo, segundo o guia Davi, também foi destruído já no contexto do império Romano, segundo o Guia-sacerdote Davi. O guia termina seu discurso

dizendo que “o Templo de Salomão da IURD seria um novo Templo, um novo pacto, que seguiria a mesma história dos da construção dos outros templos do povo hebreu”.

Ao fim do tour, depois de passar diante das estruturas que representavam os tabernáculos descritos na Bíblia, os visitantes são direcionados para ver um curta-metragem e logo após fazem um último passeio no “jardim das oliveiras”. Esse jardim, como o nome sugere, é tomado por oliveiras. É o último espaço de visita no tour pelo Jardim Bíblico. O Jardim das Oliveiras faz alusão ao “Monte das Oliveiras”, que é um complexo elevado de quatro colinas, que se localiza ao leste da cidade de Jerusalém até os dias de hoje<sup>8</sup>. O Monte das Oliveiras é mencionado na Bíblia em diversas vezes no Antigo Testamento e no Novo Testamento, na “fuga do rei Davi no tempo da revolta de Absalão” e como o “lugar onde Jesus discursou antes de ser crucificado”. No Jardim das Oliveiras há uma busca de reconstruir a ambientação dessa parte de Jerusalém. Uma vez que no Brasil, não há oliveiras, a IURD precisou trazê-las do Uruguai. A circulação global dos objetos permitiu um fluxo de combinações entre pedras vindas de Israel (ORO, 2015), com árvores vindas do Uruguai (FONSECA, 2018) entre outros elementos do subúrbio paulista, onde está localizado o Templo, na busca de trazer “Israel ao Brasil”.

No último ato do tour, é apresentado um curta-metragem. O curta durou cerca de 20 minutos. O curta começa falando da “aliança de Deus com Abraão”, isto é, que faria grande a descendência de Abraão, e que o “tornaria pai de uma grande nação”. Depois, o curta foca no sacrifício que Abraão faria com o seu filho Isaque e destaca esse ato como um ato modelo de fé que seguirá pela descendência de Abraão. O curta descreve também a ida dos hebreus para o Egito, a servidão, a libertação por Moisés, a criação do Templo de Salomão bíblico, a destruição desse templo, a construção de um segundo e a reconstrução, nos tempos de hoje, de um Templo de Salomão, agora pela IURD. Sobre esse último ponto, o curta dizia que o Templo de Salomão foi construído como uma lembrança física da “fé que impulsiona e agrada a Deus”, tal como a fé de “Abraão”. É possível dizer que esse material de audiovisual visava integrar os pontos do passeio pelo Jardim Bíblico, colocando o Templo de Salomão como materialização da “aliança de Deus com o seu povo”, a materialização desse vínculo com a “Terra Santa”.

Nesse último “ato” do tour, nos é apresentado o Templo de Salomão da IURD. O tour visou construir uma espécie de etapa que passava da construção do Tabernáculo - Templo de Salomão bíblico - Segundo Templo - Templo de Salomão da

<sup>8</sup> Jardim bíblico, Templo de Salomão. 2014. IURD. Disponível em <https://sites.universal.org/templodesalomao/passeio-pelo-jardim-biblico/#>. Acesso em 28/06/2021.

IURD, tanto no sentido da narrativa temporal como no sentido sensorial do espacial do próprio passeio, como se a cada ato estivéssemos presenciando os eventos, que no final se desembocariam na construção do novo Templo de Salomão pela IURD, só que em solo Brasileiro. Analisando o tour pelo Jardim Bíblico, pode-se notar que a IURD, na busca de democratizar o acesso a Israel em solo brasileiro aos turistas, forja sua identidade performatizando uma ideia de tradicional com elementos que misturam o mítico e o midiático a partir dos elementos em referência a Israel Mítico.

### **Turismo Pentecostal como novo “ator” no Turismo Religioso brasileiro: o caso da IURD no Templo de Salomão**

O campo pentecostal é muito heterogêneo e qualquer generalização nos leva a falhas analíticas. Todavia, essas características, como exorcismo e arrecadação de dinheiro, eram bem visíveis nos cultos da IURD, sobretudo na década de 90. Tal imagem tornava-se um empecilho a luta da IURD para alcançar a hegemonia no espaço público. Para a IURD buscar tornar-se hegemônica no campo religioso brasileiro, ela precisaria reconfigurar para seu universo as relações próprias da Igreja Católica com o Estado. A “vinculação” com “Israel” oferece uma alternativa à vinculação da Igreja Católica com “Vaticano/Santa Sé”. Mais que uma alternativa com relação aos elementos “judaicos” ou “helênicos”, o que ocorre é uma proposta de alternativa que a IURD promove ao oferecer outra narrativa de “tradição” fora do escopo católico, construída a partir dessa materialização com “Israel mítico” e os elementos “judaicos”.

Carlos Steil e Sandra de Sá Caneiro em *Caminhos de Santiago de Compostela no Brasil (2008)* mostram como sujeitos religiosos acionam o turismo como mediação da experiência do sagrado. Essa experiência, segundo os autores (2008, p. 113) absorve elementos de lazer, de consumo e de marketing. A experiência da peregrinação, do turismo religioso “é oferecido ao mercado e passa a integrar a grade de produtos, possuindo agências turísticas especializadas” (STEIL e CARNEIRO, 2008, p. 115). Sobre como se corporifica essa experiência do sagrado os autores (2008) mostram que os turistas/peregrinos buscam:

Uma relação quase que imediata com o sagrado, onde o corpo, em sua realidade fenomenológica, aparece como lugar de encontro do ser humano com outras dimensões da existência: naturais e sobrenaturais, físicas e psíquicas, pessoais e ecológicas. É no corpo, enquanto morada do self, que essas dualidades se conjugam, tornando possível a imanência do

sagrado no interior dos indivíduos (STEIL e CANEIRO, 2008, p. 118).

Vale destacar que os Steil e Caneiro (2008) mostram o turismo religioso a partir da Igreja Católica. A igreja Católica, a partir da sua distinção conferida na ideia de que, mais que apenas uma religiosidade, suas práticas e patrimônios fazem parte da cultura nacional (GIUMBELLI, 2014), obteve certo privilégio no que se refere ao turismo religioso no Brasil, sobretudo por conta de seus enormes Templos. A igreja Católica, a partir da sua Pastoral do Turismo Religioso (2014), promoveram a administração e promoção de santuários e apoiaram a realização de eventos como, por exemplo, a Jornada Mundial da Juventude em 2013 no Rio de Janeiro (GIUMBELLI, 2014). Evento esse que contou com a presença de recursos do Ministério do Turismo (GIUMBELLI, 2014, p. 10). O autor (2014) ainda mostra que o Ministério do Turismo adota oficialmente a expressão "turismo religioso", justificando essa política como parte de uma estratégia que visa incentivar o turismo a partir da concepção de "turismo cultural". Um episódio mostra essa vantagem da Igreja Católica no campo religioso com relação ao Turismo Religioso:

Em 2013, o Ministério abriu processo seletivo para destinar recursos (até R\$ 750 mil) com o objetivo de fortalecer as estruturas e a formação profissional no setor de turismo religioso. Os ganhadores foram as prefeituras de cinco municípios com projetos associados a santuários ou eventos católicos (GIUMBELLI, 2014, p. 11).

Nos últimos anos, contudo, houve um aumento na procura sobre o turismo religioso pelos evangélicos. O foco principal desse turismo religioso era a visitação a Terra Santa, a Israel. Os turistas demandavam essa modalidade a fim de contemplar os elementos e lugares descritos na Bíblia. Suas experiências com o sagrado se davam a partir desse contato. A IURD, dessa forma, buscou trazer a “um pedaço da Terra Santa ao Brasil”. Com isso, tornou-se um agente importante no turismo religioso no país, ao não só trazer a Terra Santa aos que não poderiam empreender uma viagem a Israel, mas também ao tornar a busca da sua autenticidade exibidas aos turistas e visitantes e por quem ali passava na avenida da qual o Templo está localizado– além também dos vídeos e imagens produzidos sobre o Templo disponíveis nas redes sociais e exibidos na TV. Autenticidade que se forma na sua relação com seus interlocutores (GOMES, 2011), buscando se constituir como uma alternativa plausível aos elementos da Católica, e nesse caso, ao turismo religioso Católico.

O turismo no Templo apresenta a dimensão da performance da IURD em se apresentar enquanto herdeiros espirituais do povo hebreu bíblico, tornando visível em todos os espaços do Templo sua “tradição”. O Templo de Salomão o turismo religioso ocorre na representação materializada nos objetos acerca dos relatos bíblicos sobre o povo hebreu e o Israel. Materializando tais narrativas nos objetos, no tour e no próprio Templo, a IURD atribui suas origens no povo hebreu bíblico, se colocando herdeira destes. Logo, representando estes, busca representar a si, construindo um turismo religioso, onde Temp(l)o e Mi(dia)tico se conjugam na formação desta experiência de “trazer o Israel ao Brasil” para os visitantes e turistas. No Templo de Salomão, os sujeitos religiosos também incorporam suas visitas como mediação da experiência do sagrado, trazendo uma espécie de simulação do que seria estar não somente na Terra Santa – como na descrição do site sobre o tour – mas também em como era esse Israel descrito na Bíblia. Os relatos dos que participavam do tour ou estavam visitando o Templo eram de experimentar uma enorme paz, tranquilidade, calma e que de fato se sentiam na “Terra Santa”. Trago um relato de um participante do tour para exemplificar melhor. Antes disso, contextualizo essa visita.

No dia 1 de setembro de 2019, o então presidente do Brasil, Jair Messias Bolsonaro visitou o Templo de Salomão<sup>9</sup>. Diante de mais de nove mil e quinhentas pessoas que participavam da reunião, Bolsonaro foi convidado para ir à frente do Templo pelo Bispo Macedo a fim de receber oração. Antes de iniciar a oração, Edir Macedo disse que orando por ele (Bolsonaro) estaria orando por 210 milhões de brasileiros<sup>10</sup>. O bispo completa dizendo: “Olha só que responsabilidade. Nós vamos consagrá-lo como o profeta Samuel um dia consagrou o Rei Davi, nós vamos consagrá-lo”<sup>11</sup>. Na oração de cerca de mais ou menos 3 minutos, o Bispo Macedo profere algumas palavras e derrama um óleo na cabeça de Bolsonaro. Tal ato sinaliza a consagração realizada pelo bispo Macedo no presidente. Logo após a reunião, Bolsonaro fez o tour pelo Jardim Bíblico. Após a realização do tour, Bolsonaro deu uma entrevista e fez as seguintes declarações sobre o Templo:

Em cada local – do templo – a gente vê uma réplica daquilo que é a do que foi a vida daqueles que acreditavam em Deus lá em Israel e trouxe uma parte disso para cá. Isso serve para

<sup>9</sup> JAIR BOLSONARO VISITA O TEMPLO DE SALOMÃO E É RECEBIDO POR BISPO MACEDO. R7, 2019. Disponível em: <https://noticias.r7.com/brasil/bolsonaro-visita-templo-de-salomao-e-e-recebido-por-bispo-macedo-01092019>. Acesso no dia: 24/02/2020.

<sup>10</sup> JAIR BOLSONARO VISITA O TEMPLO DE SALOMÃO E É RECEBIDO POR BISPO MACEDO. YOUTUBE. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=HAluU5jn4hM>. Acesso no dia: 24/02/2020.

<sup>11</sup> IDEM

estimular, para dizer para aqueles que acreditam que podem atingir seus objetivos. Eu estive em Israel por duas vezes e volto aquele tempo estando aqui nesse lugar. Você só tem dimensão do que é vendo pessoalmente, como eu estou aqui.<sup>12</sup>

A fala de Bolsonaro exemplifica como o turismo no Templo de Salomão não apenas sinaliza a recriação ou invenção de um passeio no que seria o Israel Bíblico, “como também aponta para as transformações resultantes da incorporação do turismo como mediação da experiência do sagrado pelos sujeitos religiosos, no qual absorve elementos de lazer, de consumo e de marketing” (STEIL e CARNEIRO, 2008). Além disso, as referências sobre o Israel Bíblico e o Estado de Israel na atualidade se juntam, onde passado e presente fazem parte do mesmo processo mediador da experiência com o sagrado. Assim como outras autoridades políticas e celebridades que visitaram o Templo, o espaço é aberto ao público e busca se constituir como “um pedaço da Terra Santa no Brasil”. Pedaço este que pode ser acessado por todos, segundo a IURD. Com a narrativa de o Templo ser um “espaço do turismo”, a IURD constitui o Templo para além do culto, podendo até mesmo se defender de possíveis críticas quanto a laicidade do espaço que ocupa – um quarteirão inteiro numa famosa Avenida em São Paulo – ao argumentar que mais que espaço seu, o espaço é para “todos” e mais que um espaço de culto, o Templo também é o espaço do turismo.

### Considerações finais

As modalidades turísticas estão intrinsecamente ligadas ao Templo de Salomão. Além das questões referentes ao próprio consumo que geraria uma receita a partir de um caminho não muito convencional no pentecostalismo, que são as visitas aos Templos, o turismo é peça fundamental na formação da identidade da IURD, na construção de sua referência a partir de um tradicionalismo reconstruído. Esse tradicionalismo, a partir dos elementos em referência ao Israel Mítico é utilizado pela IURD a fim de “trazer a Terra Santa a todos”. As diversas experimentações do turismo no Templo de Salomão se dão na maneira pela qual o Templo em si se torna um local para o turismo religioso, onde estão em jogo o lugar que a Igreja Universal busca alcançar no campo religioso brasileiro, se tornando também uma figura importante na dimensão do turismo, que até então era dominada pela Igreja Católica. Aliado a isso, o Templo, que também é o espaço de culto,

---

<sup>12</sup> IDEM

## TEMPLO DE SALOMÃO COMO “ESPAÇO DE TODOS”: O TURISMO E SUAS EXPERIMENTAÇÕES

estabelece o turismo e a figura do turista como centrais na sua forma de se pensar.

## REFERÊNCIAS



## TEMPLO DE SALOMÃO COMO “ESPAÇO DE TODOS”: O TURISMO E SUAS EXPERIMENTAÇÕES

CRENSHAW, Kimberlé. Documento para o encontro de especialistas em aspectos da discriminação racial relativos ao gênero. **Revista estudos feministas**, v. 10, n. 1, p. 171-188, 2002.

FREIRE-MEDEIROS, BIANCA; DA SILVA, NATHALIA PEREIRA. “Um Passeio além do Temp (l) o” Experiências lúdico-midiáticas e agenciamento da história no “Jardim Bíblico” do Templo de Salomão da IURD. 2019.

FROSSARD, M. S.(2013).“Caminhando por terras bíblicas”: religião, turismo e consumo nas caravanas evangélicas brasileiras para a Terra Santa. Tese de doutorado, Universidade Federal de Juiz de Fora, Juiz de Fora, MG, Brasil.

FROSSARD, Miriane Sigiliano. Rumo à Terra Prometida: um estudo sobre o mercado de caravanas evangélicas brasileiras para a Terra Santa. XI Seminário da Associação Nacional de Pesquisa e Pós-Graduação em Turismo, 2014.

GOMES, Edlaine de Campos. *A era das catedrais da IURD: a autenticidade em exibição*. Tese de doutorado defendida na Universidade Federal do Rio de Janeiro. 2011

GUTIERREZ, Carlos. Beyond religion: the use of Jewish symbolic goods by the Universal Church. **Congresso Internacional da Brazilian Studies Association**. 2014

GRÜNEWALD, Rodrigo de Azeredo. Turismo e etnicidade. **Horizontes antropológicos**, v. 9, n. 20, p. 141-159, 2003.

BOURDIEU, Pierre. *A distinção*. São Paulo: Edusp, 2007.

MARIANO, Ricardo. Mudanças no campo religioso brasileiro no censo 2010. **Debates do NER**, v. 2, n. 24, p. 119-137, 2013.

ORO, Ari. A reconfiguração do espaço público religioso brasileiro: o protagonismo da Igreja Universal do Reino de Deus, In: MEZZOMO, Frank. **Religião, Cultura e Espaço Público**. São Paulo: Fecilcam, 2016, p. 51-79.

PEREIRO, Xerardo; FERNANDES, Filipa. **Antropologia e Turismo: Teorias, métodos e praxis**. Colección PASOS Edita, n. 20, 2018.

PRITCHARD, Evans. Os Nuer: uma descrição do modo de subsistência e das instituições políticas de um povo nilota. São Paulo. **Perspectiva**, 1978.

SANCHIS, Pierre. Peregrinação e romaria: um lugar para o turismo religioso. **Ciencias Sociales y Religión/Ciências Sociais e Religião**, v. 8, n. 8, p. 85-97, 2006.

SAYÃO, Deborah Thomé. Corpo, poder e dominação: um diálogo com Michelle Perrot e Pierre Bourdieu. **Perspectiva**, v. 21, n. 1, p. 121-149, 2003.

STEIL, Carlos A. **Antropologia do Turismo: Comunidade e Desterritorialização**. Trabalho apresentado na XXIV Reunião de Antropologia. Olinda, junho 2004.

STEIL, Carlos Alberto; CARNEIRO, Sandra de Sá. Peregrinação, turismo e nova era: caminhos de Santiago de Compostela no Brasil. **Religião & Sociedade**, v. 28, n. 1, p. 105-124, 2008.

## TEMPLO DE SALOMÃO COMO “ESPAÇO DE TODOS”: O TURISMO E SUAS EXPERIMENTAÇÕES

WEBER, Max. *A ética protestante e o espírito do capitalismo*. São Paulo. Martin Claret. 2013.