

## **GESTÃO PÚBLICA DO TURISMO: O POTENCIAL DO TURISMO RELIGIOSO PARA O DESENVOLVIMENTO DO MUNICÍPIO DE CANINDÉ- CE**

Marcos Lennon Jucá Lopes<sup>1</sup>

### **RESUMO**

O artigo aborda a inter-relação entre as temáticas da gestão do turismo, desenvolvimento local, religião e cultura. A metodologia da pesquisa consiste no diálogo com bibliografias que abordam os temas investigados, pesquisas em páginas da internet e na aplicação de questionários, de cunho qualitativo e quantitativo, entre o período de novembro de 2015 a janeiro de 2016. Foram aplicados 137 questionários em pontos turísticos e comerciais da cidade. Busca-se analisar a gestão pública do turismo do município de Canindé identificando as carências e os problemas no âmbito da gestão local, o setor que compreende o *trade* turístico privado, as percepções de turistas/romeiros/visitantes em relação ao turismo praticado na cidade e por fim o reconhecimento e a avaliação da população local. Após análise de dados, observamos que o município de Canindé necessita criar uma rede de turismo com participação direta da sociedade, formada por moradores, empresários, igreja e poder público a fim de pensar e planejar a atividade aproveitando seus potenciais culturais e religiosos.

**Palavras-Chave:** Canindé; Turismo Religioso; Cultura; Gestão Pública.

## **PUBLIC MANEGEMENT OF TOURISM: THE POTENTIAL OF RELIGIOUS BASED TOURISM FOR THE DEVELOPMENT OF CANINDÉ- CE**

### **ABSTRACT**

The article discusses the interrelationship between the issues of tourism management, development, religion and culture. The research's methodology consists in the dialogue with bibliographies that address the explored topics, websites researches and the application of questionnaires, with qualitative and quantitative nature, between the months of November 2015 to January 2016. During the research's process, were applied 137 questionnaires in touristic and commercial sites through the city. It seeks to analyze the public management of tourism in Canindé County, identifying the needs and problems within the local management, the sector of private tourist trade, perceptions of tourists / pilgrims / visitors towards the tourism practiced in the city, and at last, the recognition and evaluation of the local population. After the data analysis, it were observed the need of the county of Canindé to create a tourism network, with a direct participation of society, formed by residents, business owners, church and government to think and plan the activity taking advantage of their cultural and religious potential.

**Keywords:** Canindé; Religious tourism; Culture; Public administration.

---

<sup>1</sup> Graduado em Gestão de Turismo – Instituto Federal de Educação Ciência e Tecnologia do Ceará 2013; Concludente do curso de Especialização em Gestão Pública Municipal UNILAB – Universidade da Integração Internacional da Lusofonia Afro-Brasileira sob orientação do Professor Dr. Edson Holanda Lima Barboza UNILAB. E-mail: Lennon.itatira@gmail.com

## Introdução

O desenvolvimento do turismo, sua dinâmica e complexidade sempre despertou o interesse de pesquisadores para o desafio de sua compreensão e pela necessidade de pautar novos modelos de gestão e planejamento. Discussões que pudessem propor novas dimensões e diretrizes, a fim de fomentar a construção de políticas e estratégias de um dos mais importantes fenômenos econômicos da atualidade.

Nessa reflexão, percebemos a dimensão da atividade turística e a sua difícil compreensão por completo. A evolução do turismo nos últimos 40 (quarenta) anos transformou a forma de pensar sobre o assunto, áreas do conhecimento se conectam com a atividade. Em sua concepção há uma extrema dificuldade que instiga ainda mais os pesquisadores a procurarem respostas sobre sua complexidade.

Podemos compreender com base em Andrade (2006, p.38) uma das conceituações que “o turismo é o complexo de atividades e serviços relacionados aos deslocamentos, transportes, alojamentos, alimentação, circulação de produtos típicos, atividades relacionadas aos movimentos culturais, visitas, lazer e entretenimento”. Nesse contexto o turismo de certa forma implica a experimentação cultural. Não se pode, de maneira geral, deixar de pensar essa atividade sem o cunho cultural.

No âmbito do seguimento do turismo religioso vem sendo produzidos alguns estudos que possam compreender as motivações das pessoas que se deslocam a cidades, templos, festas e/ou espaços sagrados. Na construção de seu conceito, Aragão (2011,p.8) afirma que o turismo religioso como ramificação do turismo cultural se propõe a estimular o deslocamento de pessoas aos locais de culto e peregrinação, onde os indivíduos procuram o preenchimento e conforto espiritual.

Mundialmente o turismo tem conseguido proporcionar o crescimento econômico e o desenvolvimento humano. A Organização Mundial do Turismo - OMT (2007) aponta em seus estudos<sup>2</sup> que nos países em desenvolvimento é maior a perspectiva relacionada à consolidação do turismo como fonte geradora de oportunidades financeiras, trabalho, ocupação, renda e melhorias de serviços, por fim na qualidade de vida da população.

No tocante à inserção da atividade turística como fonte de geração de renda, especificamente na regionalização do turismo, deve-se inicialmente estabelecer os elementos

---

2

Segundo dados obtidos pelo o Plano Nacional de Turismo 2013-2016, a atividade é responsável pela geração de 6 a 8% do total de empregos no mundo, informações retirados de estudos da OMT.

que constituem os recursos atrativos que possam provocar o interesse e depois o descolamento, para começar assim planejamentos que possam contribuir para a consolidação e sucesso da inserção da atividade turística.

Neste caso, no interior do Ceará, o município de Canindé localizado a 115 km da capital, Fortaleza, desponta favoravelmente para a vocação do turismo religioso e cultural especialmente pelos tipos de atrativos que a cidade oferece e pelo número de visitas<sup>3</sup> que recebe por conta da devoção católica a São Francisco de Assis.

Pela inexistência de estudos específicos da área de gestão pública de turismo sobre o caso, vê-se a necessidade de levantar primeiramente dados que identifiquem a potencialidade da cidade e o reconhecimento pela população, setor privado, além da gestão local bem como os problemas que impedem o desenvolvimento de um turismo adequado ao dito Turismo Religioso e Cultural. Pela teoria é possível visualizar um dos prognósticos desses problemas, a falta de ações estratégicas no âmbito da gestão pública do Turismo e do setor privado em Canindé.

Este trabalho estuda a inter-relação entre as temáticas da gestão do turismo, do desenvolvimento, da religião e da cultura. Tem como objetivo analisar a gestão pública do turismo do município de Canindé identificando as carências e problemas no âmbito da gestão local, o setor que compreende o *trade* turístico privado, a impressão dos turistas/romeiros/visitantes em relação ao turismo praticado na cidade e por fim o reconhecimento e a avaliação da população local.

Visualiza, também, dentro das possibilidades extraídas pela pesquisa, propor a gestão pública local e ao setor privado os instrumentos que podem ser aproveitados para a implantação de uma rede compartilhada e integrada de desenvolvimento com participação social direta. Bem como o reaproveitamento do calendário de eventos do município como produto turístico cultural a ser desenvolvido, a inclusão das festas religiosas locais e visitação das capelas especificamente católicas nos roteiros de romaria anualmente.

O formato metodológico adotado para tal estudo compreendeu na pesquisa bibliográfica em livros, artigos publicados e pesquisas em páginas da internet e na aplicação de questionários de cunho qualitativo e quantitativos no período de Novembro de 2015 a janeiro de 2016, sendo aplicados 137 questionários de forma aleatória, sendo bem recebido e pouco rejeitado. Inicialmente as abordagens aconteceram em pontos turísticos escolhidos pela

---

<sup>3</sup> Segundo dados cedidos pela Paróquia em Canindé, no de 2015 cerca de 1 milhão de pessoas passaram em Canindé através de romarias e especialmente pela festa de São Francisco entre os dias 24/09 à 05 de outubro.

movimentação e procura e nos principais pontos comerciais da cidade. A classificação Romeiro/Visitante e Turista se dá pelo o tempo de permanência dos mesmos. Em relação a tabulação dos dados, usou-se a planilha eletrônica do pacote Microsoft Office Excel 2007, através das informações coletadas nos questionários. O processo de amostragem contém riscos, pois tomamos decisões para uma população a partir do estudo de uma parcela desta.

### **Gestão Pública do Turismo no Brasil**

A descentralização é um processo histórico mundial. O território é espaço de ação e poder e, portanto, portador de protagonismo nos processos de desenvolvimento, em especial, no turismo, atividade econômica que tem se voltado para a sustentabilidade e que aporta melhoria de qualidade de vida para as comunidades e regiões, a partir da gestão compartilhada, ou seja, da pactuação público-privada dos projetos de interesse coletivo.

A consolidação desse tema no âmbito do turismo no país se deu na criação do Programa Nacional de Municipalização do Turismo (PNMT) na década de 1990. Mas só a partir de 2003 o país passou a introduzir o turismo em seu plano de desenvolvimento com a criação do Ministério do Turismo fortalecendo o seguimento no país e criando diferentes políticas de ampliação da atividade, especificamente a fim de efetivar vários programas direcionados à consolidação do turismo.(MTUR,2010,p.51)

Para tanto, dentre diversos macro-programas e projetos, foi implantado o Programa de Regionalização do Turismo – Roteiros do Brasil (PRT)<sup>4</sup>. Partindo do pressuposto da regionalização como um novo modelo de gestão de política pública descentralizada, coordenada e integrada, o PRT propunha o legado de que “regionalizar o turismo é transformar a ação na unidade municipal para uma política pública mobilizadora de planejamento e coordenação para o desenvolvimento turístico local e regional, estadual e nacional, de forma articulada” (MTUR, 2010, p.11).

Tendo como diretrizes políticas e linhas de ação a gestão coordenada; o planejamento integrado e participativo; e a promoção e o apoio à comercialização, nascia o modelo oficial de implementação da regionalização no país. O caminho seria longo para chegar a todo o Brasil, a todas as regiões, aos municípios. Ações e estratégias não faltaram para isso.

---

<sup>4</sup> O Programa de Regionalização do Turismo, estruturado pelo Plano Nacional de Turismo 2007-2010, é qualificado a partir das proposições advindas de discussões realizadas no âmbito do Sistema Nacional de Turismo, das equipes técnicas do Ministério do Turismo, das avaliações oriundas das instâncias de governança, da Rede Nacional de Regionalização e, por último, da consulta pública. O Programa, na sua revisão, reflete as aspirações da sociedade, recupera a determinação da ação do Estado e torna possível o surgimento das diversidades dos territórios, transformando-as em economia poderosa, capaz de gerar o estado do bem-estar.

Sensibilizações, mobilizações, salões do turismo, encontros de interlocutores, cadernos de turismo, verbas, sistemas, redes, parceiros, cursos a distância, oficinas, estudos de competitividade, roteirizações, políticas e macropolíticas, articulações, enfim, um manancial de ações foram criado no âmbito do Programa. Tanto que, no PRT 2007-2010, o Programa ganha status de macroprograma, intitulado Regionalização do Turismo (MTUR,2010, p.23)

O mais recente Plano Nacional de Turismo - PNT (2013/2016), deixa claro quando aponta as perspectivas sobre a atividade e de como suas diretrizes podem auxiliar de forma mais adequada para a execução do turismo. Os cenários e as projeções referem-se às perspectivas que se abrem para o desenvolvimento do Turismo no Brasil, contextualizadas com ambiente econômico, social e político de cada lugar do País.

O Programa de Regionalização do Turismo fará um diagnóstico completo das potencialidades e dos problemas das regiões turísticas do país, ajudando as cidades a se posicionarem como destinos competitivos. Essa intenção está voltada especialmente para se trabalhar em distintos planos e programas em busca de garantir a eficiência e a eficácia das ações a serem desenvolvidas tanto em âmbito nacional e principalmente local. (PNT, 2013-2016 p.7)

A descentralização da gestão do turismo foi também estimulada pela OMT nas últimas décadas, as políticas públicas têm orientado para a consolidação do turismo local a fim de aumentar ainda mais a autonomia nas tomadas de decisões que contribuam no desenvolvimento turístico. Com isso tem se fortalecido outras formas e instâncias de negociação e governança dos processos de gestão e desenvolvimento das atividades turísticas mais descentralizadas e com maior envolvimento dos diversos atores sociais que promovem o turismo, sem a participação direta do Estado.

Com essa diminuição direta de instâncias passa a surgir novos processos participativos endógenos promovendo redes locais e regionais de relacionamento, estruturados na confiança e espírito de cooperação entre seus participantes. (SOUZA, 2006; PEREIRA, 2009).

Nessa perspectiva, o incentivo da atividade turística deve passar por uma análise rígida, que esteja envolvida com a preocupação dos impactos. Não se pode apenas enxergar o turismo como tábua de salvação econômica e social dos lugares desfavorecidos sua implantação deve estar coerente com o que o Ministério do Turismo – MTur propõe e principalmente com o que a comunidade local deseja.

O Ministério do Turismo já reconheceu que os resultados dessa política de regionalização, descentralização e municipalização do turismo são tímidos mesmo após dez anos da implantação estratégica, influenciado pelo atual contexto político-administrativo

brasileiro insuficiente no que diz respeito ao desenvolvimento dos processos endógenos de gestão e pela falta de organização de cada município no que se refere a gestão municipal do turismo ( MTUR, 2013a).

Devido os poucos resultados positivos dos projetos colocados no Plano de Regionalização do Turismo - PRT houve um novo direcionamento para a priorização de destinos turísticos com capacidade de funcionarem como indutores na consolidação turística de suas regiões.

Assim foram selecionados 65 municípios com potencialidade nacional e internacional em todos os estados do país através de uma avaliação baseada no Índice de Competitividade do Turismo realizado pela Fundação Getúlio Vargas ( FGV-RJ), sendo esta atualizada em 2010 com ampliação no total de 135 destinos indutores da atividade, mas que infelizmente a ação foi interrompida e cancelada ainda no segundo semestre de 2011 por problemas administrativos promovendo um vácuo na política nacional de desenvolvimento do turismo no Brasil ( MTUR,2013a)

No ano de 2013 o novo Plano Nacional do Turismo 2013-2016 tem o papel de reconhecer o espaço regional e a segmentação do turismo, construindo e implementado pelos próprios atores públicos e privados nas diversas regiões do país, constitui uma estratégia facilitadora do desenvolvimento territorial integrado.

O Ministério do Turismo dá continuidade ao Programa de Regionalização do Turismo – Roteiros do Brasil, apoiando ações de fortalecimento institucional, promovendo o planejamento, a qualificação e as práticas de cooperação entre os diferentes atores, públicos e privados, na busca da competitividade dos produtos turísticos nas regiões.

### **Turismo e experimentação Cultural**

Atualmente muitos deslocamentos são provocados pela necessidade e curiosidade de conhecer a diversidade cultural existente no nosso país. Tudo que já foi produzido, desde momentos históricos às manifestações são produtos a serem trabalhados na perspectiva de aproveitamento para o aproveitamento turístico. Nesse contexto o turismo de certa forma implica a experimentação cultural. Não se pode, de maneira geral, deixar de pensar essa atividade sem o cunho cultural.

Assim a cultura tem sido uma importante motivação para viagens. A busca pelo turismo cultural parte de pessoas que têm o interesse de enriquecer os seus conhecimentos, uma vez que podem encontrar atrativos naturais, manifestações culturais e a história de uma

localidade através de museus e principalmente, dos atrativos culturais como: monumentos, prédios históricos, dentre outros.

Hoje não há ainda um consenso do conceito de turismo cultural, Para Diana Guerra Chirinos, turismo cultural:

É o segmento do mercado turístico que oferece ao visitante um conhecimento mais profundo de outras culturas, costumes e tradições, outras formas de viver e de entender o mundo. Oferece um contacto mais quotidiano e próximo do comportamento cultural de outras populações (DIAS 2010 apud CHIRINOS, 2003)

Assim compreendemos também que a prática do turismo cultural não se dá apenas pela diversão, mas bem como pelo fortalecimento da cultura local, através do interesse de conhecer culturas diversas. Em outra ótica percebe-se também o turismo cultural como uma fonte de arrecadar recursos, a fim de atrair visitantes e contribuir para o desenvolvimento econômico local. Desempenhando, de tal forma, um papel fundamental para o crescimento da cidade, da preservação dos prédios, o que pode favorecer a geração de renda e prestígio para os agentes do turismo e governantes. Segundo Rodrigues (2001, p.15). O turismo cultural, tal qual o concebemos atualmente, implica não apenas a oferta de espetáculos ou eventos, mas também a existência e preservação de um patrimônio cultural representado por museus, monumentos e locais históricos.

O estudo desse tema é importante para planejar melhor as ações na busca da qualidade nos serviços prestados especialmente pelos profissionais do turismo através de equipamentos inovadores, de forma a antecipar possíveis impactos negativos do tempo, da especulação imobiliária e da modernização sobre as tradições culturais, garantindo às gerações futuras a preservação do patrimônio histórico e cultural. Sem a capacidade de reconhecer a própria cultura no território, também seria limitado o esforço de se pensar o turismo em relação à cultura, e criar instrumentos de gestão do turismo. Assim, reconhecer a cultura no território é uma atitude anterior ao planejamento do turismo.

### **Espaços Sagrados, Turismo Religioso e Experiências Exitosas**

Os estudos sobre as atividades turísticas relacionadas à religião tratam especificamente das peregrinações, e, no caso do Brasil, estão relacionadas em sua maioria à religião católica. Segundo Guillaumon(2010, pg.8) “para a compreensão do diálogo entre turismo e a dimensão religiosa da cultura, é o conceito de turismo religioso. O turismo ocorre valorizando, observando, usufruindo do patrimônio religioso, e acaba por imprimir novas dinâmicas sociais nestes lugares”.

O motivo da viagem é o que diferencia as formas de fazer turismo, neste sentido Turismo Religioso é definido como:

uma forma de viagem na qual a motivação principal é a religiosa, no entanto, podem ocorrer outras motivações, tais como a curiosidade ou interesse cultural em compreender as manifestações tangíveis e intangíveis de determinada cultura religiosa. Turismo religioso é aquele empreendido por pessoas que se deslocam por motivações religiosas e/ou para participação em eventos de caráter religioso. Compreende romarias, peregrinações e visitas a espaços, festas, espetáculos e atividades religiosas (Dias, pg. 44 2003).

Um dos conceitos mais completos aqui estudados amplia a tradução do segmento em ‘turismo em territórios de densidade religiosa’ que seria:

forma de deslocamento turístico no qual, independentemente da motivação para viagem, ou da crença religiosa do turista, visitam-se territórios em que a religiosidade local impõe-se nas diversas dimensões sociais com tal evidência, que é impossível que este turista passe por estes territórios sem que ocorra uma sensibilização, ainda que involuntária, para elementos da religiosidade local, ou que ocorra a vivenciada identidade religiosa ali presente (Guillaumon, pg.12, 2010)

Os conceitos abordados neste trabalho variam um pouco quanto ao seu conteúdo, associando a ideia de lugar sagrado, mobilidade de pessoas e tradução da religião em elementos materiais. Cabe-se assim pesquisas mais aprofundadas para a compreensão completa deste fenômeno turístico, que nos últimos anos vem se tornando um dos setores mais expressivos, conseguindo um grande destaque no âmbito da atividade turística. Observa-se também que as formas mais recorrentes de manifestação do turismo religioso seriam a participação em eventos de cunho religioso e as peregrinações, ambos encontrados na cidade de Canindé – CE.

Considerando as abordagens conceituais desta problemática é quase impossível dissociar os termos turismo e cultura, cultura e religião, ambos estão intrinsecamente ligados por traduzirem as manifestações e construções humanas. Compreender o turismo religioso é compreender o turismo cultural, mesmo que alguns estudos tente através das motivações separá-los. Nessa ótica abre-se uma reflexão dinâmica que pode ajudar na promoção do desenvolvimento local e nas preservações das identidades socioculturais, em que se possa ponderar o que é melhor e mais favorável para os diferentes grupos que se alimentam do turismo cultural-religioso.

A fim de comparação, buscamos um caso que pudesse também nortear a aplicação de uma gestão e/ou política integrada e compartilhada aproveitando de maneira significativa os potenciais a serem explorados em Canindé- CE, ou seja, um estudo que levasse em conta os

problemas locais de gestão, política e infraestrutura turística. O caso da região do Seridó- RN é atual e vem de encontro com as expectativas de novas fórmulas para o desenvolvimento de cidades através do turismo responsável e sustentável.

O Seridó é uma região peculiar no Estado do Rio Grande do Norte, que assim como Canindé – CE possui uma identidade regional pronunciada no segmento religioso. A interpretação religiosa colaborou para a construção dos municípios da região:

O sentimento de religiosidade se expressa nos festejos e ritos que acontecem no decorrer do ano. As principais manifestações conhecidas naquela região são as festas das padroeiras e romarias, que atraem uma numerosa população flutuante, constituindo uma espécie de turismo religioso. Responsável pela dinamização das economias locais, os atos de fé, juntam-se à outras atividades econômicas como: bares, clubes, feiras de artesanato e comidas típicas, turismo etc (Teixeira,pg. 13, 2005).

Na pesquisa abordada pôde-se perceber a realidade física, social, cultural e econômica da região Seridó, com identidade própria e que retrata a riqueza de sua herança e tradições culturais, que para Teixeira isso torna possível a construção de uma imagem turística muito forte, com características únicas e que podem se constituir em uma atrativa zona turística. Nesse sentido que tal pesquisa surgiu para tentar objetivar essas alternativas de fortalecimento do turismo em Canindé-CE, porque ela apresenta sinais de que o uso da cultura e do espaço sagrados como a melhor forma usar o potencial local.

No campo do aproveitamento das potencialidades os municípios da região do Seridó possuem recursos que o habilitam a explorar de forma racional a atividade turístico-religiosa, de forma a estruturar os produtos e serviços que possam atender não só as cidades, mas como as demandas regionais.

O uso desses recursos serve como ações que podem a curto e longo prazo dinamizar a base econômica local, segundo os princípios da sustentabilidade, ou seja, respeitando-se as manifestações socioculturais da população, a preservação dos monumentos e a continuidade das transformações dessa atividade.

Como Canindé, a região seridoense é marcada principalmente pela religiosidade. Os atrativos turísticos religiosos são inúmeros, são citados nos estudos: santuários de peregrinação, espaços religiosos de grande significado histórico-culturais encontros e celebrações de caráter religioso, festas e comemorações em dias específicos, espetáculos artísticos de cunho religioso e roteiros de fé.

Tais potencialidades muito se assemelham com a realidade de Canindé assim como, a falta de incentivo para atração de atividades econômicas. Ou seja, esses lugares são possuidores de capacidades turísticas, e que infelizmente desperdiçadas, que poderiam ser

saídas para a geração de renda. Para Teixeira (2005 pg. 16) “o turismo religioso pode se tornar uma fonte de renda para a cidade, mas a fé por si só não é necessário para que isso ocorra. Depende da iniciativa do poder público em seguir trabalhos de divulgação e estruturação do município para esse fim.”

De acordo com Silva (2003, p. 48), a simples existência de atrativos nos municípios ou o reconhecimento de seu potencial não é suficiente para que o turismo se desenvolva por si mesmo. É necessário que os municípios realizem um processo de planejamento e gestão, para que o exercício da atividade resulte em benefícios concretos para toda a comunidade local.

Teixeira (2005) em seu estudo sobre o turismo na região constatou também que “para o turismo religioso ser inserido no processo de desenvolvimento econômico dos municípios da região, é preciso tirar proveito das vantagens que essa atividade” ela identificou nos municípios de Acari, Caicó, Carnaúba dos Dantas, Currais Novos e Florânia um imenso potencial turístico.

Após os levantamentos desses os dados de Teixeira sugere que a segmentação de mercado pode ajudar a atividade e no seu desenvolvimento. Por fim ela conclui que o turismo religioso deve ser visto como um aproveitamento integral do espaço. E principalmente que os benefícios oriundos desse setor podem mudar o perfil econômico, político e social dos municípios em que a atividade se constitui.

Teixeira (2005) ainda salienta que “se faz necessária à avaliação da dimensão econômica do segmento, tendo em vista a participação no desenvolvimento econômico, uma vez que o setor influencia direta e indiretamente outros setores da economia” Essa participação direta principalmente o comércio e os serviços, aumentando a criação de emprego e renda bem como a melhoria do nível de vida da comunidade local.

A autora orienta também que é necessário perceber que trata-se de “um fenômeno que ocorre espontaneamente, de modo que, os municípios atentem para necessidade de um trabalho de planejamento e reestruturação capaz de transformar os locais visitados em grandes pontos turísticos”, e que seja pautado de forma a produzir com uma infraestrutura mínima que dê suporte aos visitantes, fortalecendo assim o turismo na região.

## **O Caso de Canindé: turismo desassistido**

A cidade de Canindé situa-se na região centro-norte do Estado do Ceará, especificamente na microrregião do sertão de Canindé, faz limite ao Sul com os municípios de Itatira, Madalena e Choró, a Leste com os municípios de Aratuba e Itapiúna, a Oeste com Santa Quitéria e Sobral e ao Norte com Tejuçuoca, Paramoti e Caridade. Localiza-se a 115 Km de Fortaleza, tendo como principal acesso a Rodovia Federal BR-020, percurso normalmente realizado em uma hora e meia.

Segundo a Prefeitura, cerca de um milhão e meio de romeiros, visitantes e turistas chegam a Canindé para pagar suas promessas, fazer pedidos ou simplesmente homenagear o santo São Francisco das Chagas, especialmente no período de 24 de setembro a 04 de outubro momento de maior fluxo de visitas e movimentação financeira.

Com uma população de aproximadamente 77 mil habitantes segundo dados do IBGE, o município tem como principais fontes de renda a pecuária, comércio e o setor de serviços. O Governo Municipal informa que no período de sazonalidade das romarias, 60% desse total dos habitantes trabalham e sobrevivem de rendas provenientes dos negócios formais e informais compreendido de setembro a fevereiro, nos outros meses do ano as visitas diminuem assim como o comércio.<sup>5</sup>

Nesse sentido, a cidade movimenta substancialmente o turismo religioso possuindo forte vocação para o turismo cultural mal aproveitado. Percebe-se através das políticas locais que a realização do Turismo propriamente dito e o aproveitamos das potencialidades locais além de serem tímidas tem um desenvolvimento amador se comparado a outros destinos do Estado e do País.

Em Canindé há uma forte e expressiva manifestação cultural relacionada aos eventos que acontecem quase que mensalmente, especialmente para os moradores locais. Após realizada uma pesquisa com funcionários da paróquia e da Fundação de Esporte e cultura de Canindé pode-se reunir os eventos que mais movimentam a cidade em termos financeiros, comerciais e culturais.

Esta pesquisa se fez necessário para que possa se pensar de forma efetiva como desfrutar adequadamente tais produtos para o desenvolvimento da atividade explorando novas alternativas. O quadro abaixo apresenta os principais eventos que atraem um grande fluxo de moradores, pessoas de cidades vizinhas e ainda timidamente romeiros e turistas:

---

<sup>5</sup> Segundo a Secretaria Municipal de Administração e Finanças numa pesquisa feita *in loco*, o período de maior fluxo e de movimentação financeira e comercial compreende entre os meses de Setembro a fevereiro de cada ano.

**TABELA 1. Calendário dos Principais Eventos de Canindé**

FONTE: CANINDÉ, Paróquia de São Francisco de; CULTURA, Fundação de Esporte e.

<p>• <b>Fevereiro</b> Dia 03 – Dia do Romeiro Basilica / Praça da Gruta Realização: Paróquia/ Prefeitura Pré-Carnaval Carnaval da P.A Bloco Ratinho da Madrugada Bloco das Cutruvias Realização: Fundação de Cultura, Movimentos Culturais.</p>	<p>Dia dedicado aos milhares de romeiros que passam pelo Santuário e onde a Romaria tem seu maior fluxo de Agosto a Fevereiro. O Pré- Carnaval de Canindé vem se tornado tradição nos últimos 10 anos idealizado pelos movimentos culturais Acontece anualmente antes do carnaval.</p>
<p>• <b>Março</b> Dia 15 - Sarau de Poesia Polo de Artes/Biblioteca Municipal Realização: Fundação de Cultura</p>	<p>Esse sarau reúne os poetas e afins de Canindé para exposição e mostras de seus trabalhos.</p>
<p>• <b>Abril</b> Semana Santa (Móvel) Basilica / Praça da Gruta/ Igreja Nossa Senhora das Dores</p>	<p>Durante esse período acontecem Missa Penitencial, Confissões, Procissões, Adoração ao Santíssimo e Peça Teatral.</p>
<p>• <b>Mai</b> Novenário a Virgem Maria Último sábado do Mês – Coroação de Nossa Senhora Praça dos Romeiros Realização: Paróquia</p>	<p>Durante todo mês ocorre novena em homenagem a Nossa Senhora e o ponto alto da festa é a Coroação de Nossa Senhora.</p>
<p>• <b>Junho</b> Canindé Junino Terceiro Sábado de Junho Praça das Dores Realização: Fundação de Cultura De 01 a 13 – Trezena de Santo Antônio Convento de Santo Antônio Realização: Paróquia Feira de Ovinos e Caprinos (Móvel) Parque de Exposições Agropecuárias de Canindé Realização: Prefeitura</p>	<p>Festival Canindense de quadrilha, sendo um dos mais importantes da região.  Trezena dedicada a Santo Antônio, padroeiro da Província.  Evento que reúne oficinas, palestras, exposição de animais, shows musicais, venda de artesanato e comidas típicas, além de outros atrativos.</p>
<p>• <b>Julho</b> Dia 16 – Canonização de São Francisco Basilica / Praça da Gruta Realização: Paróquia Motocross Canindé Ultimo Sábado de Julho Espaço Motocross Realização: Jesse Bianor Festa do Reencontro (Móvel) AABB Realização: Prefeitura Dia 29- Festa do Município – Virada cultural Praça Dr. Aramis Realização: Prefeitura</p>	<p>Comemoração alusiva à data que a Igreja tornou santo São Francisco.  Um dos maiores eventos do ramo do Estado, o Motocross atrai visitantes e turistas de diversas cidade e de estados vizinho, uma tradição recente que tem ganhado prestígio e movimentação financeira. Evento reúne canindeenses que moram em outras cidades Festa alusiva ao aniversário da cidade reuni uma programação de 24h de festa e momentos aos cidadão e aos visitantes.</p>

<p>Dia 30 – Criação da Paróquia de Canindé Basilica / Praça da Gruta Realização: Paróquia</p>	<p>Missa solene em ação de Graça ao aniversário do Município.</p>
<p>● <b>Agosto</b> De 01 a 11 – Festa de Santa Clara Mosteiro do Santíssimo Sacramento Realização: Paróquia e Irmãs Clarissas Dia 02 – Perdão de Assis Basilica/ Praça da Gruta Realização: Paróquia Dia 20 - Festa do Folclore Escola Menino Jesus Realização: Escola Dia 20 – festa do Vaqueiro Praça da Basilica Realização: Associação dos vaqueiros</p>	<p>Festa em Homenagem a Santa Clara. Celebração alusiva à data que São Francisco conseguiu perante a Misericórdia Divina a indulgência para as falhas humanas, além de ser a abertura oficial do período de romarias. A festa mais tradicional em alusão ao folclore brasileiro na região, reconhecido pelas apresentações e momentos para o público em geral. A festa é dedicada aos um dos símbolos culturais de Canindé, atraindo curiosos. A programação inicia com uma calvçada pelas ruas da cidade, missa e festa dançante.</p>
<p>● <b>Setembro</b> Dia 17 – Chagas de São Francisco Basilica / Praça da Gruta Realização: Paróquia</p>	<p>Celebração alusiva ao dia que São Francisco teve imprimido em seu corpo as Chagas de Jesus, tamanha era sua vontade de imitar fielmente Jesus e sentir as dores da Paixão.</p>
<p>● <b>Outubro</b> Dia 04 – Encerramento da Festa e Dia de São Francisco Basilica / Praça da Gruta Realização: Paróquia</p>	<p>Missa festiva e Procissão de Encerramento.</p>
<p>● <b>Novembro</b> Dia 02 – Dia de Finados Basilica / Cemitério São Miguel Realização: Paróquia Dia 20 – Consciência Negra Praça Dr. Aramis Realização: Prefeitura</p>	<p>Celebrações com dedicação para os finados  Evento de culminância de varias manifestações que expressem a consciência negra, realizado pelas escolas locais, nos últimos anos vem conquistado um grande um fluxo local.</p>
<p>● <b>Dezembro</b> Dia 24 – Celebração do Natal Praça dos Romeiros Realização: Paróquia</p>	<p>Celebrações Natalinas com a realização da Missa do Galo na Praça dos Romeiros.</p>

Nesta análise podemos verificar que Canindé possui uma grande vocação relacionada a eventos culturais além do potencial de agregar valores suas manifestações, costumes e tradições. Essas potencialidades são produtos que podem ser utilizado para o turismo cultural.

Pode-se observar também que os eventos são bastante distintos quanto a sua organização. Concentra-se na polarização Prefeitura x Paróquia, ficando clara a inexistência de uma rede de coparticipação desde o planejamento até execução desses eventos, ou seja,

não há um evento planejado coletivamente . Destaca-se também que a maiorias dos eventos se concentram no período de pouca ou quase nenhuma demanda sazonal, ou seja, boa parte desses eventos é vivenciada apenas pelos moradores locais.

Outra expressiva manifestação cultural-religiosa são as festas dos padroeiros de cada bairro da cidade. Segundo dados obtidos por esta pesquisa através da Paróquia de Canindé, vêm se tornando cada ano mais fortes vêm se somando novos visitantes às festas dos santos dos bairros, passando hoje não só movimentar a localidade em que acontece bem como toda a cidade. Assim como em outras partes do Brasil, onde a fé católica é muito forte, por exemplo em Salvador (BA) com suas 372 igrejas em Canindé há a tradição de erguer em cada bairro uma capela a um santo popular do catolicismo<sup>6</sup>.

Na pesquisa de campo elaborada na Paróquia de Canindé, pôde-se construir uma lista das festas dos santos de cada bairro da cidade como mostra a seguir:

**TABELA 2. Festas religiosas dos bairros de Canindé**  
**FONTE: CANINDÉ, Paróquia de São Francisco das chagas de.**

<b>BAIRRO</b>	<b>SANTO</b>	<b>PERIODO</b>
São Mateus	São Mateus	11 a 21 de Setembro
João Paulo II	Coração de Maria Santo Antônio	17 a 27 de Julho 1 a 10 de Junho
Monte	Nossa Senhora de Fátima	3 a 13 de Novembro
Cachoeira da Pasta	Santa Rita de Cássia	12 a 22 de Maio
Bairro do S	N.S. Perpetuo Socorro	5 a 15 de Agosto
Canindezinho	São Sebastião	10 a 20 de Janeiro
Riacho São Francisco	S. João Batista	14 a 24 de Junho
Bela vista	Paróquia de São José	9 a 19 de março
Conjunto Habitacional	Santa Edwrigens	6 a 16 de Outubro
Boa Vista	São Braz	24 Janeiro a 3 de Fevereiro
Alto do Moinho	São Pedro	19 a 29 de Junho

<sup>6</sup>Padre Manoel Filho, da Arquidiocese de Salvador, afirma que não existe um levantamento oficial que dê conta de todo o estado, mas ressalta que só a capital baiana conta com 372 templos de religião católica.  
<http://g1.globo.com/bahia/verao/2014/noticia/2014/01/com-372-igrejas-salvador-tem-roteiro-turistico-que-conta-historia-da-cidade.html> Acessado em 21 de Janeiro de 2015

Palestina	N.S. das Graças	17 a 27 de Junho
Can	Senhora Santana	16 a 26 de Julho
Santa Luzia	Santa Luzia	3 a 13 de Dezembro
Santa Clara	Santa Clara	1 a 11 de Agosto
Alto Guaramiranga	Sagrado Coração de Jesus Santa Terezinha	1 a 11 de Julho 21 de Setembro a 1 Outubro
Centro	N.S. das Dores	5 a 15 de Setembro
Centro	Cristo Rei	Novembro
Centro	Trezena de Santo Antônio	1 a 13 de Junho
Centro	Mês Mariano	1 a 31 de Maio

Como se pode observar deste ‘inventário’ da religiosidade católica em Canindé as festas religiosas fazem parte das relações sociais e culturais da cidade, especialmente porque boa parte dos bairros levam nome dos próprios santos homenageados. Outro fator de destaque é que todos os meses do ano são contemplados com manifestações de devoção que provocam, segundo a Paróquia de Canindé, um expressivo descolamento mesmo que interno de visitas bem como de consumo.

A maioria destes eventos se concentra no período de baixa temporada, entre março a julho quando os fluxos de turistas/romeiros/visitantes são menores. Essas festividades são de fundamental importância porque expressam a força popular do catolicismo, e se coordenadas para o turismo acreditamos que podem novo turismo a ser utilizado na oferta local. De acordo com Santos e Nunes (2005, p. 98):

As festas constituem um dos principais momentos do catolicismo popular. É difícil imaginar o cotidiano de uma pequena cidade brasileira sem as agitações das novenas, santas missões, acompanhamentos e procissões. Essas são algumas expressões de religiosidade que acabam por se tornar um grande instrumento para se compreender a sociedade na qual estão inseridas.

Assim podemos compreender o quanto a religiosidade em Canindé está enraizada desde a dimensão histórica até a dimensão sociocultural, que permite o uso dessas fontes para o desenvolvimento interno e crescimento econômico.

A cidade possui um patrimônio religioso e cultural muito importante a serem usados na consolidação da atividade. No âmbito dos produtos turísticos, se elenca os principais pontos de

visitação a fim de atribuir valor e reconhecimento das potencialidades destacadas nas informações retiradas do Santuário de Canindé<sup>7</sup>.

Entre eles, destacamos o complexo da Basílica e da Praça dos Romeiros, que reúne uma grande estrutura: a Basílica, Casa dos Milagres, Convento Santo Antônio, Mosteiro das Clarissas, Praça dos Romeiros, Zoológico, Museu regional da Cultura Nordestina dedicada ao Santo, Teatro Frei Venâncio Willeke e Biblioteca Pública Cruz Filho. Um dos mais recentes, a Estátua de São Francisco, medindo 30,25m, segundo dados da Secretaria de Turismo do Ceará SETUR/CE trata-se da maior arte sacra do mundo dedicada ao santo inaugurada em maio de 2008.

Neste sentido, Canindé é um destino com vários produtos turísticos a serem incrementados e trabalhados para sua máxima utilização. O produto turístico é a fonte primordial da atividade. A identificação e classificação de vários produtos podem se dá em distintas categorias. A princípio conforme caracterização oferecida por Ignarra, esses produtos se constituem como recursos:

Os recursos escassos seriam os recursos naturais (solo, água, fauna e flora), de trabalho (recursos humanos e organizações empresariais) e de capital (públicos e privados). Os recursos livres seriam: clima, a cultura e tradição, incluindo o modo de vida. Este conceito de recursos livres e de recursos escassos apresenta algumas especificidades no caso do turismo. Os recursos culturais classificados como recursos livres também possuem uma valorização por parte dos consumidores, considerando-se sua antiguidade, seu estado de conservação, sua importância histórica etc. (Ignarra, 2011, pg.51):

A maioria desses recursos culturais e religiosos forma o patrimônio Cultural de Canindé e é administrado e mantido pela Paróquia de São Francisco das Chagas de Canindé<sup>8</sup>. Para Martins (2003,pg. 71) [...] “tudo que representa a impressão seja no nível material, ou simbólico, representa uma interferência humana que, portanto é cultura, que por sua vez, é Patrimônio Cultural”

---

<sup>7</sup> O “Santuário de São Francisco das Chagas” é considerado hoje o segundo Santuário Franciscano do mundo, depois de Assis na Itália (local de origem), e o maior das Américas. <http://www.santuariodecaninde.com/santuario/> acessado em 27 de Dezembro de 2015

<sup>8</sup> A Paróquia de São Francisco das Chagas de Canindé compreende a dimensão paroquial no atendimento pastoral e religioso da cidade de Canindé. Dentro dos espaços do Santuário consta também uma grande estrutura paroquial, com Centro de Pastoral (Centro de Catequese São Francisco), Casa e Quadra Paroquial, Igrejas, comunidades da Sede e Zona Rural, entre outros. <http://www.santuariodecaninde.com/paroquia/> Acessado em 23 de janeiro de 2015

## **Gestão do Turismo Local**

No âmbito da gestão pública municipal do turismo, segundo o Técnico do Gabinete do prefeito, Canindé possuiu até o ano de 2015 na grade político-administrativa, a Secretaria do Desenvolvimento Econômico e Turismo. Segundo dados obtidos no gabinete do prefeito, o órgão que até então tinha a incumbência de gerenciar a gestão local do turismo e suas políticas públicas, foi retirado provisoriamente das pastas como forma de conter gastos.

Dentro da pesquisa foi feito um questionário para a obtenção de dados que levassem a compreensão de como está estruturada a gestão local e o planejamento em relação ao turismo especificamente cultural-religioso:

A gestão do turismo em territórios de grande densidade religiosa seria: a arte de reconhecer a densidade religiosa no território, e de estabelecer diálogo com os diversos grupos, definindo e explicitando pactos de interesse na afirmação da religiosidade, arte esta que recorre ao turismo como um mecanismo para promover a aprendizagem sobre a diversidade religiosa para todos os indivíduos em interação no território, inclusive turistas. (Guillaumon, pg. 12, 2010)

Nesse questionário semiestruturado e com questões abertas realizado com o técnico da secretaria extinta, se detecta a existência de um Plano Municipal de turismo de 1990, sendo desatualizado e ineficaz frente aos novos desafios do turismo e a modernização da cidade bem como a desativação do Conselho Municipal de Turismo.

O plano plurianual de 2014 a 2017 é um instrumento criado pela gestão local através da Secretaria do Desenvolvimento Econômico e Turismo que estabelece metas e prazos para o desenvolvimento do turismo na cidade, está presente diversas ações e programa a serem executados, podendo citar as principais:

- Reforma da Praça Tomaz Barbosa ( em execução)
- Construção de Teleférico interligando a estátua de São Francisco (bairro: Alto do Moinho) ao Anfiteatro da Praça dos Romeiros (bairro: Monte);
- Construção dos Portais de entrada da Sede do Município;
- Construção das 3ª Etapa do Parque Ecológico e Turístico do Rio Canindé;
- Construção de Ponte de Acesso à Estátua de São Francisco;
- Recuperação da Praça Cruz Saldanha;
- Recuperação da Praça da Basílica;
- Elaboração de Catálogo Oficial de Eventos e Festas Populares e Religiosas no município;

- Infraestrutura e Urbanização no entorno da Estátua de São Francisco (30,25mt) (em andamento)
- Plano Municipal de Desenvolvimento Econômico e Turístico;

Desse total, apenas dois projetos encontram-se em fase de execução no âmbito do turismo. E 20 ainda estão no papel: Revitalização do entorno da Estátua de São Francisco no alto do moinho e Reforma da Praça Tomaz Babosa no centro da cidade, ambos através de recursos federais. Em relação a recursos para a atividade, não há fundo ou recurso próprio para o fomento da atividade. O plano de Marketing Turístico nunca existiu bem como concursos ou funcionários efetivos na área de turismo e/ou hospitalidade.

Essa realidade vai a desencontro com a promoção do turismo hoje, especialmente com o planejamento da atividade em ambiente de densa manifestação religiosa, assim como o turismo hoje:

Intensificou o investimento nos centros de peregrinação através de ações diretas sobre a realidade local com uso de mídia e do marketing para incentivar o fluxo de visitantes. A partir daí, algumas regiões começaram a investir em planejamento, obras para ampliar sua capacidade de recepção e proporcionar alternativas de lazer aos turistas ( Angelo *apud* Ribeiro,2002, p. 4).

Neste caso, a cidade de Canindé além de não haver investimentos possa melhorar a capacidade de recepção e lazer para os turistas/romeiros/visitantes, não tem condições mínimas no âmbito do gerenciamento da atividade, especialmente para ampliar a promoção do desenvolvimento e na implantação de políticas de turismo capaz de a curto/longo prazo aproveitar as potencialidades locais.

Observa-se ainda pela entrevista realizada, pouca importância do turismo para a cidade pelo poder público local e principalmente, a desestruturação da gestão e a incapacidade profissional de fortalecer a atividade como um todo.

### **Perfis e percepções de Romeiros, Moradores e o Setor privado**

O formato metodológico deste trabalho consiste em revisões bibliográficas buscando compreender a inter-relação entre as temáticas da gestão do turismo, desenvolvimento, religião e cultura, investigação *in loco* nas secretarias de Turismo, Cultura e Gabinete do Prefeito. Os instrumentos de coleta e análise de dados se baseiam em uma pesquisa de cunho descritivo e quantitativo, pois segundo Medeiros (2015,p.8) *apud* Gil (2002, p. 42) este tipo

de pesquisa “objetiva primordialmente a descrição das características de determinada população ou fenômeno ou estabelecimento de relações entre variáveis”.

Buscou-se levantar dados que pudessem identificar a avaliação daqueles que mais usam os produtos e experiências turísticas da cidade, neste caso os turistas/romeiros/visitantes, delimitados pelo o tempo de visita. Além de perceber entre os moradores dos bairros : Centro e Santa Clara, ambos concentram os serviços e a oferta dos recursos que constituem o trade turístico, de acordo com Teixeira (2005) os atores sociais precisam estar vinculado o mais significativamente possível ao problema de estudo.

Para a pesquisa de campo houve a visita aos principais equipamentos, hotéis, pousadas, comércios, bares e restaurante, transporte e a ida aleatória aos pontos turísticos de para obtenção das respostas entre os meses de novembro a janeiro de 2015. Em relação a tabulação dos dados, usou-se a planilha eletrônica do pacote Microsoft Office Excel 2007, através das informações coletadas nos questionários.

Durante a visita in loco foram entrevistados 43 moradores locais, 72% do sexo feminino e 28% deste do sexo masculino confirmado quando observa-se as amostras abaixo:

**TABELA 3:** Sexo, faixa etária, escolaridade e ocupação dos moradores locais.

**FONTE: Elaborada pelo autor.**

MORADORES BAIRRO CENTRO E SANTA CLARA		N=43	
		N	%
SEXO	Masculino	12	28%
	Feminino	31	72%
FAIXA ETÁRIA	0 -18 anos	7	16%
	19 -35 anos	17	39%
	39-59 anos	11	26%
	>60 anos	8	19%
ESCOLARIDADE	Sem Escolaridade	6	14%
	Fundamental	7	26%
	Médio	19	44%
	Superior	11	26%
OCUPAÇÃO	Trabalhador Autônomo	11	25%
	Profissional Liberal	3	7%
	Servidor Público	9	21%
	Aposentado	8	19%
	Professor	7	16%
	Estudante	5	12%
FAIXA DE RENDA	Até um salário	8	19%
	Entre 1 e 3 Salários	22	51%
	Entre 4 e 7 salários	13	30%
	Entre 7 e 10 Salários	0	-
	Acima de 10 Salários	0	-
RESIDE	Sede	38	88%
	Distrito	5	12%

A faixa etária predominante foi a dos usuários com idade entre 19-39 anos correspondendo a 39,7% dos participantes, levando-nos a constatar que são pessoas jovens/adultos que mais responderam o questionário.

Em relação ao nível de escolaridade em sua maioria foi daqueles que possuem ensino médio com 44% e 26% já concluíram o nível superior, ou seja, a maioria entende de certa forma o processo turístico que a cidade passa e da forma como o turismo está desassistido, desse total 14% dos participantes ainda não possuem escolaridade.

A ocupação da maioria dos usuários foi classificada trabalhador autônomo com 25% e servidor público com 21%. A faixa de renda ficou em 51% entre 1 e 3 salários mínimos. Do total de entrevistados, 88% moram na sede do município como mostra os dados acima.

Essas informações revelam que os entrevistados possuem de certa forma compreensão da importância da atividade turística e estão interligados através da geração de renda com o turismo na cidade sendo refletida as amostras da tabela abaixo:

**Tabela 4:** Avaliação e impressão do turismo em Canindé

**FONTE:** Elaborado pelo autor.

MORADORES LOCAIS		N=43	
		N	%
A cidade está preparada para o turismo?	SIM	12	28%
	NÃO	31	72%
Acredita no Potencial da cidade?	SIM	37	86%
	NÃO	6	14%
Costuma Visitar os pontos turísticos e culturais da cidade?	SIM	29	67%
	NÃO	14	33%
Costuma participar de eventos religiosos e culturais?	SIM	32	74%
	NÃO	6	14%
	AS VEZES	5	12%
Avaliação dos atrativos religiosos e culturais	BAIXA QUALIDADE	25	58%
	QUALIDADE REGULAR	14	33%
	ALTA QUALIDADE	4	9%
Grau de Importância do turismo para a cidade?	SEM IMPORTÂNCIA	0	-
	BAIXA IMPORTÂNCIA	0	-
	MÉDIA IMPORTÂNCIA	3	7%
	ALTA	40	93%

Ao analisar a impressão dos moradores sobre a organização da cidade para o turismo cerca de 72% acreditam que Canindé ainda não está preparada para a atividade turística como

revela os dados acima, especialmente pela falta de infraestrutura e apoio, questões essas relatados pelos entrevistados durante as entrevistas.

Ao mesmo tempo observa-se que 86% considera que a cidade tem potencial para o desenvolvimento da atividade, por conta do que a cidade já oferece há muito tempo de forma amadora e espontânea.

A opinião sobre o grau de importância da atividade turística para Canindé é expressiva revelando o reconhecimento e o valor desta economia, como se pode observar, 93% considera o turismo com o grau de relevância alta por proporcionar, segundo os relatos, fonte de renda para muitos dos habitantes, mesmo em período de crise hídrica<sup>9</sup> e financeira atualmente.

Ao serem questionados sobre a avaliação dos atrativos existentes, mais da metade, ou seja, 58% afirma que estes são de baixa qualidade, por não oferecer conforto e estar em péssimas condições<sup>10</sup> de uso, reforçando a avaliação anterior sobre o despreparo da cidade, sendo a infraestrutura desses atrativos o foco das manifestações de insatisfação.

Sobre os hábitos culturais que englobam visitas aos pontos turísticos e a participação em eventos religiosos, os dados revelam que dos moradores que responderam 74% tem o costume de participar das festas culturais e religiosas e 67% visitam os pontos turísticos existentes.

Conclui-se que os moradores locais além de preocupados com a necessidade de investimento em áreas estratégicas como o turismo não só para aqueles que visitam Canindé, mas para o bem estar de todos.

O interesse da população vai de acordo com o que o turismo é capaz de proporcionar se bem aplicado e desenvolvido:

---

<sup>9</sup> Com apenas 20% de volume total nos açudes do Estado, o ano de 2015 começou com problemas para cidades como Canindé. <http://www.opovo.com.br/app/opovo/cotidiano/2015/01/21/noticiasjornalcotidiano.3380309/seca-deve-continuar-no-ceara-e-causar-problemas-em-zonas-urbanas.shtml> acessado em 26 de dezembro de 2015

<sup>10</sup> Inaugurada em 2005, a estátua de São Francisco, em Canindé, paira sobre uma área de obra inacabada e com ares de abandono. As obras de urbanização e pavimentação do entorno da estátua começaram em 2010, estão paradas desde 2012 e não têm data para serem retomadas <http://www.opovo.com.br/app/opovo/cotidiano/2014/02/22/noticiasjornalcotidiano.3210910/obra-de-urbanizacao-em-caninde-esta-parada-desde-2012.shtml> acessado em 14 de dezembro de 2015

A actividade turística pode ser considerada como vector de crescimento e de desenvolvimento em determinadas localidades. Para isso, tem de se adoptar políticas de inclusão. Dentro desta perspectiva, têm de se procurar alternativas de desenvolvimento que atendam aos interesses de comunidades que possuem potencialidades para o turismo, valorizando os seus patrimónios. (Dias, pg.19, 2010)

Outra coleta de informações que pôde dar a dimensão das impressões sobre o turismo e a cidade foi feita com os turistas/visitantes/romeiros. Cerca de 53 responderam o questionário no mês de dezembro período de alta estação na cidade por conta das festividades do natal.

Desse total podemos elaborar o perfil de quem visitou a cidade, sendo estes 52% do sexo feminino entre idades de 39 a 59 anos com 41% e 34% maiores de 60 anos, nesse aspecto entende-se que a maioria destes romeiros/turistas/visitantes são pessoas que além de ter mais tempo para viagem possuem um vinculo antigo com Canindé como mostra a tabela:

**TABELA 5.** Sexo, faixa etária, escolaridade e ocupação dos romeiros/turistas. / **FONTE** : Elaborado pelo Autor.

ROMEIROS/TURISTAS/VISITANTES		N=56	
		N	%
SEXO	Masculino	27	48%
	Feminino	29	52%
FAIXA ETÁRIA	0 -18 anos	4	7%
	19 -35 anos	10	18%
	39-59 anos	23	41%
	>60 anos	19	34%
ESCOLARIDADE	Sem Escolaridade	12	21%
	Fundamental	13	22%
	Médio	19	33%
	Superior	14	24%
OCUPAÇÃO	Trabalhador Autônomo	12	21%
	Profissional Liberal	4	7%
	Servidor Público	11	20%
	Aposentado	19	34%
	Professor	7	13%
	Estudante	3	5%
FAIXA DE RENDA	Até um salário	18	32%
	Entre 1 e 3 Salários	25	45%
	Entre 4 e 7 salários	13	23%
	Entre 7 e 10 Salários	0	-
	Acima de 10 Salários	0	-

A pesquisa também sugere que o índice de analfabetismo entre os visitantes da cidade esteja diminuindo (e com ela cresce a oportunidade da formação em turismo consciente entre os que nos visitam), pois 32% dos entrevistados possui pelo menos algumas séries do Ensino

Fundamental e/ou Ensino Médio – básico ou técnico completo. 21% dos abordados se pronunciou como analfabetos, enquanto 24% afirmou ter ensino superior.

As principais ocupações exercidas pelos nossos visitantes, segundo dados da pesquisa foram: Trabalhador autônomo (com 21%), Funcionário Público (20%), Professor (com 13%) e 5% afirmou ser estudante. 34% dos entrevistados afirma ser aposentado.

45% dos participantes da pesquisa afirmou possuir renda individual mensal entre 01 e 03 salários mínimos (ou seja, entre R\$ 880,00 e R\$ 2.640,00); 32% afirmou que sua renda individual é menor ou até um salário mínimo; 23% afirmou ter renda entre 04 a 07 S.M. (entre R\$ 3520,00 e R\$ 6.160,00).

Ninguém informou receber de 7 a 10 S.M e mais de 10 S.M. Esses dados sugerem um crescimento do poder aquisitivo de nossos visitantes, devido, possivelmente, ao acesso ao crédito das classes C e D<sup>11</sup>, ou de programas como o bolsa família e melhoras na economia nacional.

O fato é que o visitante de Canindé tem condições de pagar mais por serviços diferenciados (refutando a tese de que ele precise de ajuda para se instalar e se alimentar na cidade). O que se presume um necessário controle dos custos dos serviços de maneira a não explorá-lo.

A investigação também abordou questões ligadas à satisfação, avaliação e reconhecimento por parte dos que visitam Canindé como constata através das perguntas feitas presentes na tabela abaixo:

**TABELA 6.** Avaliação e impressão dos romeiros/turistas/romeiros / **FONTE:** Elaborado pelo autor.

ROMEIROS/TURISTAS/VISITANTES		N=56	
		N	%
A cidade está preparada para o turismo?	Sim	29	52%
	Não	27	48%
Motivo da visita	Lazer	10	18%
	Romaria	38	68%
	Trabalho	5	9%
	Outro	3	5%
1ª Visita	Sim	12	21%

<sup>11</sup> Nos últimos anos, o Brasil atravessou um expressivo período de crescimento econômico, com geração de empregos, aumento da renda dos trabalhadores e inclusão social. De acordo com a Pesquisa Nacional de Amostragem por Domicílio (PNAD), do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), 29 milhões de pessoas ingressaram na classe C (renda familiar bruta de R\$ 1.126 a R\$ 4.854) entre 2003 e 2009, um crescimento de 34,3%.

<http://www.evef.com.br/artigos-e-noticias/administracao-de-marketing/309-a-conquista-dos-novos-consumidores-das-classes-c-e-d> Acessado em 6 de janeiro de 2016

	Não	44	79%
Tempo de Permanência	1 Dia	35	62%
	2 A 3 Dias	15	27%
	Uma Semana	6	11%
Quais os pontos visitados?	Basílica	56	100%
	Gruta	56	100%
	Estátua	49	87%
	Igrejas	36	64%
	Zoo	48	86%
	Museu	45	80%
	Praças	43	77%
	Festas	3	5%
	Eventos	4	7%
	Ex-Votos	51	89%
	Biblioteca	1	2%
Avaliação dos atrativos religiosos e culturais	Baixa Qualidade	13	23%
	Qualidade Regular	35	63%
	Alta Qualidade	8	14%

Para 52% dos entrevistados, Canindé se encontra preparada para turismo, pelo o que a cidade oferece no âmbito da religião, sendo que, a maioria vem para viver suas romarias, correspondendo seus anseios e necessidades. Ao mesmo tempo a outra metade, ou seja, 48% confirmam que Canindé não está preparado para o turismo, a satisfação aqui é medida pela falta de oportunidades de diversão e/ou estrutura para vivenciar o turismo na cidade, isso devido uma parte responder que visita a cidade em busca de lazer assim não correspondido na sua prática.

68% dos que visitam a cidade, o fazem pelo motivo religioso através das romarias. Um dado que surpreende é que 18% dos visitantes informam que a motivação para a viagem foi o passeio e a oportunidade de encontrar lazer. E 9% afirmou que a motivação é para realizar negócios, ou seja, a trabalho. Percebe-se a necessidade em atender e superar as expectativas dos dois últimos nichos de mercado citados.

Os dados da pesquisa mostram que o visitante de Canindé majoritariamente ( 79%) não está na cidade pela primeira vez, ou seja, o momento festivo constitui-se num rito de tradição. Os 21% que apontaram estar na cidade pela primeira vez indicam que a tradição vem se perpetuando e as formas de divulgação (mesmo que sejam boca a boca) vem trazendo novas pessoas a cada ano.

Os dados revelam que 62% dos entrevistados permanece 01 dia na cidade, 27% ficam entre 02 a 03 dias na cidade e 11% ficam uma semana. Essas informações confirmam que o

romeiro/turista permanece pouco tempo na cidade, apenas no período de festa do santo e que passam um longo período na cidade.

Há neste caso a necessidade de se criar atrativos culturais/recreativos/esportivos/naturais etc., que encantem e ocupem os turistas/visitantes que busquem o lazer na cidade fazendo que deixem mais divisas no município e retornem mais vezes durante o ano.

Dos pontos turísticos visitados se destaca a Basílica e a Gruta respectivamente com 100% cada, dado que surpreende e ao mesmo tempo confirma que a este atrativo além de ser o mais conhecido pelos visitantes é o mais procurado, principalmente para o pagamento de promessas e conclusão de romarias.

Em seguida a estátua (87%), o zoológico (86%), museu (80%) e o ex-votos(89%), este ultimo que representa a culminância da promessa feita. As festas e eventos são pouco procurados porque não estão nos roteiros e se concentram no período sazonal as visitas às cidades recuam e por não serem ainda apresentados para os que visitam como novos produtos a serem consumidos turisticamente.

Dos atrativos existentes, em sua maioria são avaliados de forma regular representando 63% das respostas obtidas, em seguida 23% consideram estes com baixa qualidade e 14% alta qualidade.

Esse resultado conclui que a satisfação ainda não é suficiente para os que visitam Canindé resultado da condição financeira e pelas novas formas de crescimento pessoal através da escolarização dos visitantes, faz com que aumente o poder de compra e exigência do que é oferecido pela cidade.

Cabe aqui uma maior preocupação por parte do poder público junto com o setor privado em atender essas novas demandas que surgem a fim de melhorar a competição como uma cidade turística e se faz necessário para que o crescimento almejado seja de fato construído e realizado.

**TABELA 7.** Impressões, avaliação e perfil do trade turístico de Canindé / **FONTE:** Elaborado pelo Autor.

SETOR PRIVADO DO TURISMO		N=38	
		N	%
Área de atuação do equipamento	Comércio	6	16%
	Alimentos e Bebidas	9	24%
	Hospedagem	18	47%
	Transporte	5	13%
Tempo na atividade	1 ano	2	5%
	2 a 4 anos	8	21%

	5 a 10 anos	19	50%
	Mais de 10 anos	9	24%
Quantos funcionários capacitados na área de turismo e hospitalidade?	Nenhum Funcionário	35	92%
	1 funcionário	3	8%
	2 a 4 funcionários	0	-
	5 a 7 funcionários	0	-
Realiza capacitação específicos na área de turismo e hospitalidade?	Sim, Sempre	4	21%
	Não	30	79%
Promove, participa, patrocina ou copatrocina eventos na cidade?	Sim, Sempre	22	74%
	Não	10	26%
Acredita no potencial turístico da cidade?	Sim	37	97%
	Não	1	3%
O setor privado pode contribuir para o desenvolvimento do turismo em Canindé?	Sim	36	95%
	Não	2	5%
Grau de Importância do turismo religioso-cultural para Canindé	Alto	35	92%
	Médio	3	8%
	Baixo	0	-
	Sem importância	0	-

Por ultimo, os dados obtidos acima completam a fase metodológica de pesquisa de campo, sendo esta, realizado com o *trade* turístico que atende e oferece os mais importantes serviços para o andamento do turismo, que suprem as necessidades básicas da atividade em Canindé. O questionário foi aplicado in loco em 38 estabelecimentos, entre os dias 10 a 22 de janeiro de 2016.

Entre os entrevistados 47% são meios de hospedagem (hotéis, pousadas, pensões) , 24% na área de alimento e bebidas ( bares, restaurantes, lanchonetes, churrascaria, pizzaria etc), 16 % na área de comércio ( varejista, atacado, ambulantes, confecção,suvenir, etc) e por fim 13% na área de transportes ( táxi, mototáxi, vans, ônibus e pau-de-arara).

50% está em sua respectiva atividade de 5 a 10 anos, o que comprova experiência com o turismo na cidade. Do total 24% está a mais de 10 anos no ramo, bem como 21% de 2 a 4 anos e 5% apenas a um ano. Nesse sentido, a pesquisa revela que o *trade* turístico de Canindé além da experiência com a atividade sobrevive do turismo apesar da deficiência dos serviços prestados.

Mesmo a cidade oferecendo pela Escola Profissional Técnico em turismo e pelo Instituto Federal<sup>12</sup> curso técnico e superior na área, a pesquisa revela que 92% do *trade* turístico não possui nenhum aparato profissional, ou seja, não tem um funcionário com algum tipo de conhecimento na área de turismo e hospitalidade, seja através de cursos iniciais, técnicos e superiores.

Majoritariamente 79% dos equipamentos de serviços não realiza capacitações na área de turismo e hospitalidade, apenas 10% oferece algum tipo de qualificação e aprimoramento aos seus funcionários, 11% afirma que as vezes presta esse bônus aos funcionários.

Sobre eventos e atividades na cidade, 58% de alguma forma investe nesses momentos, por acreditar que geram divisas e principalmente por movimentar a cidade. 26% afirma não patrocinar ou mesmo promover eventos na cidade. Do total 16% respondeu que somente as vezes contribuem para esses eventos.

97% acredita no potencial da cidade para o turismo, afirmando nos relatos que se não fosse o setor privado a atividade na cidade seria bem pior do que acontece hoje. Isso é confirmado pela opinião de 95% dos entrevistados que concorda que este setor pode e deve contribuir pelo desenvolvimento do turismo em Canindé, pelas oportunidades que geram, e pelas divisas que promovem.

O grau de importância da atividade em Canindé é alto, considerando as dificuldades, mas o que o turismo já promoveu e pode trazer como benefício comum, como revela os dados da tabela pela respostas de 92% dos participantes.

Pelo estudo realizado pôde-se compreender a percepção dos moradores locais, dos visitantes, da gestão pública local e do *trade* turístico privado. Os resultados alcançados estão como sugere as informações, em sua maioria está longe de ser os desejáveis pelo destino turístico de Canindé. Entretanto, mesmo com todos os problemas profissionais de gestão e gargalos locais, a atividade turística em Canindé oferece crescimento para os que investem e um pouco de satisfação para quem mora na cidade e a visita.

---

<sup>12</sup> O profissional formado em Gestão de Turismo estará capacitado a compreender numa perspectiva empreendedora as questões científicas, técnicas, socioculturais, ambientais e econômicas, apresentando flexibilidade intelectual e adaptabilidade contextualizada no trato de situações diversas, presentes ou emergentes, nos vários segmentos do campo de sua atuação. <http://caninde.ifce.edu.br/index.php/component/content/article/57-noticias/1737-turismo> Acessado em 23 de Janeiro de 2016

## **Considerações finais**

Após as análises estudadas nessa pesquisa foi possível apresentar um panorama da atividade turística em Canindé atualmente, desde os impasses da gestão pública local, passando pelo sentimento dos moradores locais, a satisfação dos visitantes e a participação do trade turístico nesse processo de desenvolvimento do turismo nesta cidade.

Pôde-se perceber que as principais deficiências quanto ao aproveitamento das potencialidades pouco exploradas se encontram na ineficiência profissional da gestão dessa atividade, desde a falta de políticas locais por não existir mais um Órgão Municipal responsável pela atividade, a falta de um conselho que ajude e cobre ações de melhoramento e superação dos gargalos, a inexistência de um plano de marketing que dê continuidade ao processo de promoção e divulgação da cidade e dos recursos a serem explorados e melhorados.

Vê-se também que a infraestrutura e os atrativos em consumo sendo insatisfatórios e mal assistidos pelos poderes locais. Há ainda o despreparo do trade turístico em relação qualidade da oferta de serviços e produtos por não existir também uma profissionalização do turismo, mesmo com as oportunidades que a cidade oferece com as instituições de educação.

Observou-se que para o desenvolvimento da atividade é necessário levar em conta as vantagens em potencial no que diz respeito ao turismo religioso-cultural, como os eventos locais e a festas mensais dos santos católicos de cada bairro. Estes podem ser incluídos ao turismo que já acontece a fim de promover mais opções de consumo turístico para o lazer e para a religiosidade, tanto dos que visitam a cidade como a comunidade, gerando novas oportunidades.

Portanto, conclui-se que o município de Canindé necessita da organização urgente do segmento através da criação de uma rede de turismo com participação direta da sociedade formada por moradores, empresários, igreja e poder público a fim de pensar e planejar a atividade aproveitando os potenciais culturais e religiosos. E a partir disso se tomem medidas sobre a implantação do processo de planejamento do turismo religioso para possibilitar tomada de decisões e ações eficazes a fim de facilitar o desenvolvimento do turismo religioso-cultural na cidade.

## **REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS**

- ANDRADE, José Vicente. **Turismo: fundamentos e dimensões**. São Paulo, Ática, 2006.
- ARAGÃO, Ivan; MACEDO, Janete R.. **Turismo religioso, patrimônio e festa: Nosso Senhor dos Passos na cidade sergipana de São Cristóvão**. Caderno Virtual de Turismo, vol. 11, núm. 3, diciembre, 2011, pp. 399-414 - Universidade Federal do Rio de Janeiro - Rio de Janeiro, Brasil.
- BRASIL. Ministério do Turismo. **Turismo sustentável e alívio da pobreza no Brasil: reflexões e perspectivas** / Ministério do Turismo. – Brasília, 2005.
- \_\_\_\_\_. Ministério do Turismo. Coordenação Geral de Regionalização. **Programa de Regionalização do Turismo - Roteiros do Brasil : Módulo Operacional 7 Roteirização Turística/Ministério do Turismo**. Secretaria Nacional de Políticas de Turismo. Departamento de Estruturação, Articulação e Ordenamento Turístico. Coordenação Geral de Regionalização. – Brasília, 2007. 51 p. : il.
- \_\_\_\_\_. **Plano Nacional do Turismo 2013/2016: O Turismo fazendo muito mais pelo Brasil**. Brasília, 2013.
- CANINDÉ, Santuário de. **Pontos turísticos de Canindé** . Disponível em <<http://www.santuariodecaninde.com/caninde/pontos-turisticos-religiosos/>> Acessado em 19 de dezembro de 2015.
- CANINDÉ, Prefeitura Municipal de. **Plano Plurianual de Turismo 2014/2017**. Secretaria de Desenvolvimento Econômico e Turismo. Canindé. 2013
- CEARÁ, Secretaria de Turismo do. **Canindé**. Disponível em <<http://www.setur.ce.gov.br/categoria2/sertao-central/caninde>> Acessado em 27 de Janeiro de 2016.
- CIDADE, Jornal da Cidade. Acaraju - SE. 28 de Setembro de 2015. **Ceará e Bahia como potencial do turismo religioso**. Disponível em <<http://www.jornaldacidade.net/noticia-leitura/118/92247/bahia-e-ceara-como-boas-opcoes-para-o-turismo-religioso.html#.VmWQg9KrRH1>> Acessado em 23 de novembro de 2015.
- CHRISTOFFOLI, A.R.; PEREIRA, R.F.A.; FLORES, Y.F. **O Lazer no Turismo Religioso: uma análise dos discursos do turismo**. Brasil. V. 10 Nº 5 págs. 595ª 603. 2012
- DIAS, I.N. **Turismo Cultural e Religioso no Distrito de Coimbra: Mosteiros e Conventos: Viagem entre o Sagrado e Profano**. 2010 . Tese ( Mestrado em Mestrado em Lazer, Patrimônio e Desenvolvimento) - Faculdade de Letras da Universidade de Coimbra, Coimbra, 2010.
- MADEIROS, N.E. *apoud* GIL, Antônio Carlos; **Como Elaborar Projetos de Pesquisa**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2002.
- GUILLAUMON, Siegrid. **Gestão do Turismo, Cultura e Identidades Religiosas: Ensaio de um Novo Conceito a Partir da Compreensão do Território**. In: ENCONTRO DA ASSOCIAÇÃO NACIONAL DE PÓS- GRADUAÇÃO E PESQUISA EM ADMINISTRAÇÃO, 34., Rio de Janeiro. 2010.
- IBGE. **Cidades – Dados Básicos 2015**. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística, *online*, 2016.
- IGNARRA, Luiz Renato. **Fundamentos do turismo**. São Paulo, SP: Pioneira, 2011.
- IPECE. Anuário dos polos turísticos do Ceará. Disponível em <[http://www2.ipece.ce.gov.br/publicacoes/anuario/anuario2014/aspectosEconomicos/turismo/polos\\_atrativos.htm](http://www2.ipece.ce.gov.br/publicacoes/anuario/anuario2014/aspectosEconomicos/turismo/polos_atrativos.htm)> Acessado em 27 de Janeiro de 2016.
- NORDESTE, Diário do Nordeste. Fortaleza. 22 de setembro de 2015. Festa Religiosa em Canindé. Disponível em <

<http://diariodonordeste.verdesmares.com.br/cadernos/regional/festa-religiosa-e-feira-de-negocios-em-caninde-1.1392016>> Acessado em 28 de Janeiro de 2016.

TEIXEIRA, M.S.G. **Turismo Religioso: Uma alternativa econômica para municípios do Seridó – RN.**2005. Dissertação (Mestrado em Economia) – Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Natal, 2005.

URGENTE, Canindé. Canindé, 10 de Janeiro de 2015. Obras na estátua de São Francisco em Canindé. Disponível em:

<<http://www.canindeurgente.com/2015/01/obras-da-estatuade-sao-francisco-serao.html>>

Acessado em 23 de Novembro de 2015.

VIEIRA, A.R.M. **Planejamento e Políticas Públicas de Turismo: análise dos módulos operacionais do Programa de Regionalização do Turismo no Polo São Luiz – MA.**2011. Dissertação (Mestrado Profissional em Turismo) – Universidade de Brasília, Brasília, 2011.