



UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO NORTE
CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM TURISMO
DOUTORADO EM TURISMO

MARIENE CAVALCANTE BORBA DE ALBUQUERQUE

**'SANTO DE CASA FAZ MILAGRE?' - A CONSTRUÇÃO DE MONUMENTOS
CATÓLICOS COMO ATRATIVOS TURÍSTICOS NOS MUNICÍPIOS DE CRATO
(CE) E BARBALHA (CE)**

Natal
2025

Mariene Cavalcante Borba de Albuquerque

**“SANTO DE CASA FAZ MILAGRE?” - A CONSTRUÇÃO DE MONUMENTOS
CATÓLICOS COMO ATRATIVOS TURÍSTICOS NOS MUNICÍPIOS DE CRATO
(CE) E BARBALHA (CE)”**

Tese apresentada ao Programa Pós-Graduação em
Turismo da Universidade Federal do Rio Grande
do Norte para obtenção do título de Doutora em
Turismo, na linha de pesquisa Turismo e
Desenvolvimento Regional.

Orientadora: Prof. Dra. Maria Lúcia Bastos Alves

Natal

2025

Universidade Federal do Rio Grande do Norte - UFRN
Sistema de Bibliotecas - SISBI
Catalogação de Publicação na Fonte. UFRN - Biblioteca Setorial do Centro Ciências Sociais Aplicadas - CCSA

Albuquerque, Mariene Cavalcante Borba de.

"Santo de casa faz milagre?" - a construção de monumentos católicos como atrativos turísticos nos municípios de Crato (CE) e Barbalha (CE) / Mariene Cavalcante Borba de Albuquerque. - Natal, 2025.

223f.: il.

Tese (Doutorado em Turismo) - Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Centro de Ciências Sociais Aplicadas, Programa de Pós-Graduação em Turismo. Natal, RN, 2025.

Orientação: Profa. Dra. Maria Lúcia Bastos Alves.

1. Monumentos religiosos - Tese. 2. Atrativos turísticos - Tese. 3. Turismo religiosos - Tese. 4. Governança turística - Tese. I. Alves, Maria Lúcia Bastos. II. Título.

RN/UF/Biblioteca CCSA

CDU 338.48-6:2

**‘SANTO DE CASA FAZ MILAGRE?’ - A CONSTRUÇÃO DE MONUMENTOS
CATÓLICOS COMO ATRATIVOS TURÍSTICOS NOS MUNICÍPIOS DE CRATO
(CE) E BARBALHA (CE)**

Tese de Doutorado apresentada ao Programa de Pós-graduação em Turismo da Universidade Federal do Rio Grande do Norte, como requisito para a obtenção do título de Doutora em Turismo.

Natal/RN, 26 de setembro de 2025.

BANCA EXAMINADORA:

Profa. Maria Lúcia Bastos Alves, Dra.
Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN)
(Presidente e Orientadora)

Profa. Maria Paula Jacinto Cordeiro, Dra.
Universidade Regional do Cariri (URCA)
(Examinadora externa)

Prof. Christian Dennys Monteiro de Oliveira, Dr.
Universidade Federal do Ceará (UFC)
(Examinador externo)

Josemery Araújo Alves, Dra.
Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN)
(Examinadora interna)

Prof. Almir Félix Batista de Oliveira, Dr.
Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN)
(Examinador interno)

AGRADECIMENTOS

Ao meu Deus e Senhor, sustento e refúgio constante, pois crer que estou sob a proteção de Suas asas renova minhas forças diariamente, me impulsionando na busca pela realização dos meus sonhos.

À minha mãe, Jacilene, que me inspira e incentiva, acreditando em meus sonhos e apoiando minhas decisões, aos meus irmãos, Fred e Alfredo pela presença e afeto, e, aos pequenos Isaac e Beatriz, meus sobrinhos, que com seus carinhosos abraços e sorrisos me acolhem, renovando o ânimo para continuar.

Ao querido Uel, companheiro de todas as horas, que com paciência e cuidado, compartilha decisões, anseios, e descobertas comemorando cada pequena conquista.

À Professora Maria Lúcia, que, com paciência e atenção, aceitou o desafio de me guiar na construção desta tese. Com sabedoria e maestria, me conduziu, aproximando-me de autores e realidades até então desconhecidos por mim. Sua serenidade e positividade foram pilares fundamentais, e sem sua orientação, este processo não teria se concretizado.

Ao Professor Christian Dennys e à Professora Paula Cordeiro, que, com profunda sensibilidade, paciência e atenção, me guiaram inúmeras vezes ao longo da construção desta tese. Mais que membros da banca examinadora, estiveram presentes desde os primeiros insights, através de seus textos e valiosas conversas informais. Sinto-me imensamente honrada e grata por tê-los conhecido.

Agradeço, também, aos demais membros da banca examinadora, os professores Almir Oliveira e à Professora Josemery Alves pela disponibilidade em contribuir na consolidação desta tese. Suas considerações e questionamentos enriqueceram significativamente esta pesquisa ampliando os caminhos e reflexão que ela propõe.

Aos amigos, especialmente, David, Anna Karenina, Luciene e Felipe, ainda que imersos em suas próprias batalhas me escutaram e incentivaram com generosidade e afeto. Esta tese traz, em cada linha, um pouco da força e do carinho que recebi de vocês.

Minha gratidão aos representantes da gestão pública, da iniciativa privada e das organizações religiosas que integram a atividade turística de Crato, Juazeiro do Norte e Barbalha, que por meio de entrevistas e relatos, compartilharam seus saberes, trajetórias e expectativas, contribuindo de maneira significativa para a construção deste trabalho.

E a Coordenação de Aperfeiçoamento de pessoal de Nível Superior – Brasil (CAPES), pelo apoio financeiro, o qual tornou viável a materialização deste trabalho.

RESUMO

A presente tese tem como objetivo analisar a articulação entre os setores público, privado e eclesial na governança dos monumentos católicos, enquanto atrativos turísticos religiosos nos municípios de Crato (CE) e Barbalha (CE). O campo empírico da pesquisa contempla os monumentos de Nossa Senhora de Fátima e de Santo Antônio, edificadas na região do Cariri cearense, a qual sofre forte influência de Juazeiro do Norte, um dos principais centros de turismo religioso do Nordeste brasileiro. Trata-se de um estudo qualitativo de casos múltiplos, que examina a construção de monumentos religiosos em diferentes destinos. A escolha de municípios contíguos possibilitou observar como ações de governança, distintas ou convergentes, praticadas por grupos de atores sociais semelhantes e inseridos em um mesmo contexto, influenciam de modos diversos a constituição de atrativos turísticos religiosos, resultando em dinâmicas e desfechos diferenciados. O recorte temporal do estudo abrange o período de 2014 a 2024, considerando a data de inauguração do primeiro monumento e o ano de conclusão da investigação. Os dados foram analisados por meio da técnica de análise qualitativa de conteúdo, a partir de materiais obtidos em levantamento documental e bibliográfico, entrevistas semiestruturadas, registros fotográficos e observação participante, que originou um diário de campo. Os resultados indicam que a consolidação de atrativos turísticos religiosos, sejam eles fortemente enraizados no contexto local ou mesmo quando não endógenos, depende da incorporação de práticas rituais e simbólicas que atribuam sentido e autenticidade ao espaço, além de infraestrutura adequada. Verifica-se que os monumentos religiosos possuem potencial de legitimação turística, desde que sustentados por atributos identitários distintivos. Conclui-se que a governança constitui fator decisivo para a efetivação da atividade turística, sendo a ausência de articulação e a dependência exclusiva de ações da gestão pública entraves ao seu desenvolvimento, o que evidencia a necessidade de um modelo de governança colaborativa em um processo de articulação horizontal dos múltiplos atores sociais envolvidos.

Palavras-chave: monumentos religiosos; atrativos turísticos; turismo religioso; governança turística

ABSTRACT

"Do local saints perform miracles?" – Tourism Governance of Catholic Monuments as Religious Attractions in the Municipalities of Crato (CE) and Barbalha (CE), Brazil

This thesis aims to analyze the articulation between the public, private, and ecclesial sectors in the governance of Catholic monuments, considered as religious tourism attractions, in the municipalities of Crato (CE) and Barbalha (CE), Brazil. The empirical field of the research encompasses the monuments of Our Lady of Fátima and Saint Anthony, erected in the Cariri region of Ceará, which is strongly influenced by Juazeiro do Norte, one of the main centers of religious tourism in Northeastern Brazil. This is a qualitative multiple-case study that examines the construction of religious monuments in different destinations. The choice of contiguous municipalities made it possible to observe how governance actions, whether divergent or convergent, undertaken by similar groups of social actors within the same context, influence in different ways the establishment of religious tourist attractions, resulting in distinct dynamics and outcomes. The study covers the period from 2014 to 2024, considering the inauguration of the first monument and the year of completion of the investigation. The data were analyzed using qualitative content analysis, drawing on materials obtained through documentary and bibliographic research, semi-structured interviews, photographic records, and participant observation, which resulted in a field diary. The results indicate that the consolidation of religious tourist attractions, whether strongly rooted in the local context or even when not endogenous, depends on the incorporation of ritual and symbolic practices that confer meaning and authenticity to the space, in addition to adequate infrastructure. The findings reveal that religious monuments hold potential for tourist legitimation, provided they are supported by distinctive identity attributes. It is concluded that governance constitutes a decisive factor for the effectiveness of tourism activity, with the absence of articulation and the exclusive dependence on public management actions standing as barriers to its development. This highlights the need for a collaborative governance model within a process of horizontal articulation among the multiple social actors involved.

Keywords: religious monuments; tourist attractions; religious tourism; tourism governance.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Mapa dos municípios de Crato, Juazeiro do Norte e Barbalha	31
Figura 2 - Imagem da visão panorâmica da localização dos monumentos estudados	32
Figura 3 - Imagem aérea do Monumento do Padre Cícero e casarão do Horto	58
Figura 4 - Entrada do Centro de Artesanato Mestre Noza em Juazeiro do Norte.....	64
Figura 5 - Imagens com divulgação sobre o comparativo do tamanho de monumentos	77
Figura 6 - Monumento da Menina Benigna em Santana do Cariri	95
Figura 7 - Imagem da Menina Benigna no Santuário em Santana do Cariri (CE).....	96
Figura 8 - Monumento de São Francisco e seu entorno em Canindé (CE).....	97
Figura 9 - Imagem do Complexo monumental de São Francisco em Canindé (CE)	98
Figura 10 - Cabeça de Santo Antônio e ruínas do monumento no município de Caridade (CE).....	99
Figura 11 - Imagem da obra em andamento no complexo religioso em Caridade (CE).....	99
Figura 12 - Santuário de Nossa Senhora do Carmo em Jucás (CE).....	100
Figura 13 - Stand da Secretaria de Turismo no Salão Nacional do Turismo em 2024	102
Figura 14 - <i>Stand de divulgação do Ceará nos corredores de um shopping em Recife (PE)</i>	103
Figura 15 - Monumento de Nossa Senhora de Fátima no antigo aeroporto do Crato (CE)	106
Figura 16 - <i>Entorno do monumento na área do antigo aeroporto no Crato (CE)</i>	107
Figura 17 - Sinalização indicando a trilha de Nossa Senhora de Fátima	108
Figura 18 - Centro Cultural do Cariri no Crato (CE)	110
Figura 19 - Monumento de Nossa Senhora de Fátima no Crato (CE)	114
Figura 20 - Imagem aérea do entorno do monumento de Nossa Senhora de Fátima no Crato	116
Figura 21 - Devotos no dia da inauguração do monumento no Crato.....	121
Figura 22 - Entrada para o interior do monumento de Nossa Senhora de Fátima	122
Figura 23 - Velário instalado pela gestão eclesial no entorno do monumento.....	122
Figura 24 - Interior da capelinha no monumento de Nossa Senhora de Fátima no Crato (CE).....	123
Figura 25 - Celebração de encerramento da trezena no ano de 2024.....	124
Figura 26 - Barracas improvisadas no entorno do monumento do Crato em 2014.....	128
Figura 27 - Ônibus estacionados no entorno do monumento após a inauguração (2015).....	129
Figura 28 - Bolo comemorativo pelo aniversário de inauguração do monumento no Crato	131
Figura 29 - Bolo comemorativo de Nossa Senhora de Fátima em 2024.....	131
Figura 30 - Primeiras celebrações realizadas pela Missão Resgate no entorno do monumento	132
Figura 31 - Imagem dos visitantes no interior do monumento	132
Figura 32 - <i>Celebração das primeiras missas realizadas pela Missão Resgate no monumento</i>	133
Figura 33 – Imagem das barracas nas primeiras celebrações no monumento.....	133
Figura 34 - Banheiros construídos pela Associação dos Barraqueiros	134
Figura 35 - Imagem dos quiosques na ocasião da inauguração em 2018.....	136

Figura 36 - Placa indicativa do nome da associação dos barraqueiros	137
Figura 37 - Área dos quiosques com arborização e área coberta para atendimento	138
Figura 38 - Divulgações de caravanas para Juazeiro do Norte com a inclusão da visita ao monumento do Crato no roteiro	139
Figura 39 - Grupos de reisado no cortejo cultural do pau da bandeira em Barbalha (CE)	142
Figura 40 - Imagem do cortejo do pau da bandeira de Santo Antônio em Barbalha (CE).....	143
Figura 41 - Devoto durante o cortejo do pau da bandeira de Santo Antônio	144
Figura 42 - Monumento de Santo Antônio em Barbalha (CE)	152
Figura 43 - Via de acesso ao Monumento de Santo Antônio em Barbalha (CE).....	153
Figura 44 - Imagem do entorno do monumento de Santo Antônio em Barbalha (CE).....	153
Figura 45 - Divulgação da inauguração do Monumento de Santo Antônio realizada pela paróquia São Vicente de Paulo	156
Figura 46 - Missa votiva realizada no monumento de Santo Antônio em Barbalha.....	157
Figura 47 - <i>Divulgação da missa votiva no monumento em Barbalha</i>	157
Figura 48 - Postagem realizada pela paróquia Santo Antônio divulgando a realização da missa votiva no monumento.....	158
Figura 49 - Imagem da realização da missa votiva no monumento em Barbalha (CE)	160
Figura 50 - Imagem do monumento na noite de 13 de junho de 2024.....	168
Figura 51 - Centro de Barbalha decorado para os festejos do pau da bandeira	168
Figura 52 - Imagens da época da construção (1969) e movimentação no monumento do Padre Cícero à época da inauguração (1971).....	173

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 - Ranking da população católica dos estados brasileiros conforme o IBGE.....	25
Quadro 2 - Documentos consultados para o estudo.....	33
Quadro 3 – Codificação dos entrevistados.....	37
Quadro 4 - Material empírico analisado	39
Quadro 5 – Quadro de referência para codificação e operacionalização da pesquisa	40
Quadro 6 - Tipos de romeiros participantes das romarias em Juazeiro do Norte	53
Quadro 7 - Segmentação e destinos turísticos do Ceará	73
Quadro 8 - Tipos de governança.....	190
Quadro 9 - Características da governança turística.....	193
Quadro 10 - Dimensões da governança turística - categorias analisadas	195
Quadro 11 - <i>Dimensões da governança turística dos monumentos religiosos em Crato e Barbalha</i>	205

LISTA DE ABREVIATURAS

ALECE	Assembleia Legislativa do Ceará
BIMT	Boletim de Inteligência de Mercado no Turismo
CNBB	Conferência Nacional Bispos do Brasil
CRAJUBAR	Crato, Juazeiro e Barbalha
EMBRATUR	Agência brasileira de promoção internacional do turismo
FUNGETUR	Fundo Geral de Turismo
IBGE	Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística
ICMBio	Instituto Chico Mendes de Conservação da Biodiversidade
IPHAN	Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional
MTUR	Ministério do Turismo
PNT	Plano Nacional de Turismo
PNMT	Plano Nacional de Municipalização do Turismo
PRODETURIS	Programa de Desenvolvimento do Turismo no Litoral do Ceará
PRODETUR NE	Programa de Desenvolvimento do Turismo no Nordeste
PRT	Plano de Regionalização de Turismo
SEBRAE	Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas
SECULT	Secretaria de Cultura
SETUR	Secretaria de Turismo

Sumário

INTRODUÇÃO	13
PERCURSO METODOLÓGICO	28
1. Turismo Religioso e Incongruência das Políticas Públicas no estado do Ceará	41
1.1. Turismo Religioso e peregrinações – parentes em ancestralidade	41
1.2. A dimensão estratégica de Juazeiro do Norte no turismo religioso do Ceará	56
1.3. Entre o sagrado e o planejado: políticas públicas e o turismo religioso no Ceará ...	67
2. A monumentalidade católica e centros de visitação religiosa: entre a fé a fidelidade política	77
2.1. Monumentos: definições e perspectivas.....	80
2.2. A construção social do atrativo turístico	85
2.3. Investimentos e representações do turismo religioso no Ceará.....	92
3. A política do monumento religioso nos municípios de Crato e Barbalha.....	104
3.1. A (Re)invenção do Sagrado no Crato: Entre Fé, Política e Turismo	105
3.1.1. A construção do monumento de Nossa Senhora de Fátima.....	114
3.2. Barbalha - entre Fé, Festa e Monumento.....	139
3.2.1. A construção do monumento de Santo Antônio	150
3.3. “Devagar com o monumento que o santo é de barro”	172
4. A governança turística no contexto do Cariri cearense: disputas, sentidos e práticas religiosas	185
4.1. Governança turística	185
4.2. Tipos de governança.....	188
4.3. Dimensões da governança turística	193
4.4. “Santo de casa faz milagre?”	206
CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	208
REFERÊNCIAS	213
APÊNDICES	223
Apêndice A - Roteiro de Entrevista	223
Apêndice B – Termo de consentimento livre e esclarecido	225

INTRODUÇÃO

A obtenção do título de doutor ultrapassa a elaboração e defesa de uma tese, configurando-se como um processo formativo contínuo. Ao alcançar esta etapa percebo o amadurecimento pessoal e intelectual, delineado desde as primeiras escolhas teóricas e metodológicas que foram gradualmente aprimoradas ao longo das disciplinas, das experiências formativas e das interlocuções acadêmicas e posteriormente aprofundado por meio das etapas de orientação, qualificação e inserção no campo empírico. Trata-se de uma jornada que promove múltiplas aprendizagens, que extrapolam a dimensão da escrita científica e que contribuem significativamente para a constituição de um pesquisador crítico, reflexivo e responsivo aos contextos em que atua.

Desde o início da minha trajetória nos estudos do turismo, o denominado turismo religioso jamais despertou meu interesse. À época, influenciada pelo senso comum, eu costumava questionar o propósito dessas viagens, entendendo-as apenas como deslocamentos “para rezar”, dissociados, portanto, da noção de lazer e consumo. Durante esse período, não compreendia como práticas devocionais poderiam coexistir com experiências turísticas. Com o tempo, fui absorvida por uma perspectiva predominantemente mercadológica da atividade turística e, sob esse viés, passei a desconsiderar o segmento religioso, subestimando sua relevância econômica. Acreditava, equivocadamente, que os viajantes envolvidos em práticas religiosas pouco contribuíam para a economia local, uma vez que pareciam centrados exclusivamente em suas orações e alheios aos serviços oferecidos pela cadeia produtiva do turismo.

Em 2022, estabeleci residência na região do Cariri cearense, especificamente no município de Juazeiro do Norte (CE), ao assumir uma vaga como professora substituta no curso de Gestão em Turismo da Universidade Regional do Cariri (URCA). A experiência proporcionou um contato direto com uma realidade até então desconhecida para mim. Foi nesse contexto que pude reconhecer o dinamismo do turismo religioso enquanto vetor significativo da economia local, bem como a centralidade simbólica e afetiva da devoção ao “Padim Ciço” para os habitantes e visitantes. Contudo, para além das manifestações de religiosidade popular, compreendi que Juazeiro do Norte configura-se como um importante polo regional, exercendo ampla influência no desenvolvimento de bens e serviços nos campos da economia, da saúde e da educação, atendendo não apenas sua população, mas também a dos municípios circunvizinhos.

Pouco antes desse período, em março de 2021, ingressei no doutorado convicta de que minha pesquisa teria como foco a temática da gestão de destinos turísticos. No entanto, não demorou para que eu me sentisse profundamente envolvida com o campo do turismo religioso, especialmente em razão da inserção territorial em uma região que tornava visível a complexidade e a relevância desse segmento. A convivência com essa realidade permitiu-me superar a visão reducionista que opunha rezar a divertir-se, ao reconhecer que o turismo religioso gera impactos que extrapolam a lógica binária entre fé e lazer. Trata-se de um fenômeno que produz efeitos sociais, políticos, culturais e econômicos significativos, desafiando a equivocada perspectiva mercadológica que o rotula como um “primo pobre” do setor, e revelando seu potencial como indutor do desenvolvimento local.

Em 2023, iniciei a construção deste estudo sob a orientação da Professora Maria Lúcia, cuja escuta sensível e condução rigorosa foram decisivas para meu ingresso em campos do conhecimento que até então me eram pouco familiares, como a Sociologia, as Ciências da Religião e o Turismo em suas interfaces críticas. Processo que representou um desafio significativo, uma vez que minha trajetória acadêmica até então, foi no campo da gestão, com o mestrado em Administração.

Este estudo emergiu da observação empírica de um fenômeno específico: a edificação de monumentos religiosos católicos nos municípios de Crato e Barbalha, ambos localizados na região do Cariri cearense. Embora essas cidades possuam um expressivo potencial turístico, contemplando aspectos ecológicos, históricos e culturais, têm direcionado investimentos para o segmento do turismo religioso, a partir da instalação de grandes monumentos devocionais.

Tal estratégia visa posicioná-las como destinos atrativos dentro do circuito de turismo religioso consolidado na cidade vizinha de Juazeiro do Norte, conferindo uma expansão do catolicismo popular, em um contexto competitivo que ultrapassa o plano urbano para o metropolitano, pois, os três municípios, limítrofes entre si e localizados em um raio de aproximadamente 20 km, compõem o que se convencionou chamar de Triângulo CRAJUBAR¹ (iniciais de Crato, Juazeiro e Barbalha), cuja articulação socioterritorial influencia diretamente as dinâmicas turísticas e religiosas da região.

A partir de leituras teóricas, análises preliminares e diálogos com a orientadora, optou-

¹ O Triângulo Crajubar, formado por Crato, Juazeiro do Norte e Barbalha, é o principal aglomerado urbano do Cariri cearense, reconhecido institucionalmente em 2009 com a criação da Região Metropolitana do Cariri (RMC), que inclui também municípios limítrofes. A escolha do nome “Região Metropolitana do Cariri” buscou valorizar a identidade regional, evitando a hegemonia de Juazeiro do Norte e promovendo uma percepção de unidade territorial. Apesar da conurbação física e da dinâmica urbana compartilhada, existe uma rivalidade histórica, principalmente entre Crato e Juazeiro do Norte, ligada a protagonismos religiosos, econômicos e políticos distintos, que dificulta a integração política e territorial da região (Queiroz, 2014).

se pela delimitação do campo empírico por meio de um estudo de caso comparativo entre os municípios de Crato e Barbalha, considerando, ainda que de forma tangencial, a cidade de Juazeiro do Norte. Esta última exerce papel estratégico na conformação das políticas públicas de turismo nas cidades vizinhas, em virtude de sua centralidade histórica e simbólica no contexto do turismo religioso nordestino.

Juazeiro do Norte é reconhecida como um importante centro de fé católica, atraindo milhares de visitantes motivados pela devoção ao Padre Cícero Romão Batista, figura de grande relevância histórica, política e religiosa no contexto do Nordeste brasileiro. Sua representatividade simbólica e espiritual tem exercido forte influência nas dinâmicas regionais de turismo, incentivando os municípios do entorno a redimensionarem suas práticas turísticas. Nesse movimento, observa-se a criação de novos atrativos religiosos com o objetivo de ampliar os roteiros de peregrinação, estimulando os visitantes a estenderem sua permanência e explorarem outros espaços sagrados na região.

Iniciaram-se as primeiras reflexões, dentre as quais destacam-se as seguintes indagações: a mera existência de um monumento religioso é suficiente para promover um fluxo turístico religioso significativo? De que forma se pode efetivamente constituir um atrativo turístico religioso a partir da edificação de um monumento? Ademais, como se configura o envolvimento dos diversos atores sociais na prática turística para consolidar um monumento católico enquanto elemento atrativo em roteiros de turismo religioso?

Cumpre destacar, inicialmente, que o recorte histórico e social adotado nesta pesquisa concentra-se em monumentos religiosos católicos, especificamente o monumento de Nossa Senhora de Fátima, no município do Crato, e o monumento de Santo Antônio, em Barbalha, em razão do fenômeno concreto e observável nessas localidades, que se impõe como objeto legítimo e pertinente para a análise do turismo religioso na área estudada.

Contextualização da problemática

Em dezembro de 2024, foi lançado o filme brasileiro *O Auto da Compadecida 2*², o qual apresenta um diálogo entre os personagens João Grilo e o Coronel Ernani discutindo sobre uma estratégia para vencer as eleições municipais. O trecho a seguir retrata uma prática política que

² *O Auto da Compadecida 2* é uma produção cinematográfica brasileira, dirigida por Guel Arraes, e narra uma possível continuação do primeiro filme estreado no ano 2000, baseado na obra homônima, escrita em 1955, pelo autor brasileiro Ariano Suassuna. A estória conta as aventuras de dois personagens principais: João Grilo e Chicó, tendo como cenário o Sertão da Paraíba, e explora temas como religião, política, pobreza e a esperteza do povo nordestino.

tem sido utilizada em todo o país:

- O maior cabo eleitoral dessa cidade é Nossa Senhora, se o senhor me juntar com ela vai ter os dois maiores.

- Juntar como?

- Quê que se faz quando se quer homenagear um milagre da santa?

- Uma estátua.

- Olha que ideia boa o senhor está dando, fazer uma estátua gigante de Nossa Senhora com a minha figura ajoelhada aos pés dela!

- E eu vou acabar indo pro céu né não, de tanta adulação a Nossa Senhora.

Apesar do tom humorístico, esse diálogo expõe uma realidade recorrente no cenário político nacional: a instrumentalização da monumentalidade religiosa, especialmente a católica, como recurso para captação de votos. Tal estratégia fundamenta-se, em grande medida, no discurso que associa a construção de grandes monumentos religiosos ao desenvolvimento econômico local, sobretudo por meio do estímulo ao turismo. Paralelamente, busca-se exaltar devoções particulares que reverberam na identidade e no imaginário coletivo da população. No entanto, permanece a questão crítica acerca do real interesse em relação a estas edificações, uma vez que a construção desses monumentos pode refletir mais intenções político-eleitorais do que demandas sociais efetivas.

Nesse contexto, a edificação da monumentalidade católica em amplos espaços públicos tem se configurado como uma estratégia consolidada para promoção do turismo religioso. Esses empreendimentos atuam como atrativos que ampliam e diversificam os roteiros turísticos, atraindo tanto peregrinos em busca de vivências espirituais quanto visitantes motivados pelo interesse em práticas religiosas, patrimônios históricos e manifestações culturais locais. Dessa forma, esses espaços desempenham papel central na configuração das dinâmicas turísticas regionais, articulando dimensões simbólicas, econômicas e sociais que ultrapassam o simples ato da devoção.

Os atrativos constituem elementos essenciais para o desenvolvimento da atividade turística em uma localidade, pois são responsáveis por motivar o deslocamento dos turistas. Em uma concepção ampla, atrativos englobam desde locais históricos, parques temáticos, monumentos até paisagens naturais de destaque, e envolvem três elementos: o turista, que busca experiências autênticas; o lugar, que oferece a paisagem ou contexto que atrai; e o marcador turístico, composto por sinais e informações que legitimam o local e orientam a experiência do visitante (MacCannell, 1999). Ao analisar um monumento sob a perspectiva do atrativo turístico, torna-se necessário considerar não apenas sua mera existência, mas também o

significado simbólico que compõe sua imagem. No caso específico de um monumento religioso, espera-se a presença de uma devoção que legitime sua importância, atribuindo-lhe um sentido que seja capaz de motivar o deslocamento dos turistas e justificar sua inserção no circuito turístico.

Monumentos são estruturas arquitetônicas construídas por grupos sociais com a finalidade de rememorar acontecimentos, sacrifícios, ritos ou crenças. Eles permitem que gerações futuras retomem essas narrativas e, assim, contribuem para a preservação da identidade étnica, religiosa, nacional, tribal ou familiar de determinada localidade. Essas edificações também simbolizam poder, grandeza e beleza, assumindo o papel de afirmar grandes desígnios públicos, promover estilos arquitetônicos e estimular a sensibilidade estética da sociedade (Choay, 2017).

Os monumentos estão intrinsecamente relacionados à construção e à manutenção da memória coletiva, tendo como função preservar feitos e símbolos que permanecem vivos na consciência das gerações futuras, perpetuando heróis e eventos significativos. Além disso, podem recriar paisagens, preenchendo espaços com signos portadores de mensagens ideológicas capazes de moldar o imaginário social. E, no contexto da atividade turística, esses artefatos estéticos desempenham um papel relevante ao atrair visitantes, funcionando como elementos simbólicos que enriquecem a experiência turística (Corrêa, 2005; Giumbelli, 2020; Oliveira, Rocha & Aragão, 2020).

Monumentos como a Torre Eiffel e a Estátua da Liberdade nos permitem lembrar que os monumentos estão mais associados ao poder do que a religiosidade, contudo, a notoriedade da prática turística tem influenciado o planejamento urbano, sobretudo por meio de complexos católicos que recebem investimentos estratégicos da gestão pública. Nesse contexto, agentes políticos articulam a dimensão religiosa a objetivos simbólicos, culturais e econômicos, erguendo monumentos em morros para garantir visibilidade privilegiada. Ao redor dessas construções, dispõem-se mirantes, memoriais e áreas ecológicas que valorizam a história e o patrimônio local. Observa-se ainda uma competição entre destinos pela grandiosidade das obras, evidenciando como o turismo religioso tem atuado como instrumento de projeção urbana, expressão de poder simbólico e estratégia de valorização econômica (Giumbelli, 2020).

A construção e o significado dos monumentos religiosos articulam dimensões simbólica e material de forma interdependente. Por um lado, seu valor está diretamente ligado à devoção, manifestada por meio de práticas, festividades e performances que intensificam a experiência do sagrado, mobilizam emoções e sentidos dos fiéis, e criam cenários simbólicos que alimentam o turismo religioso e fortalecem a economia local. Por outro, a concretização dessas obras

depende da disponibilidade limitada de recursos, exigindo planejamento estratégico e gestão cuidadosa da escassez para garantir sua viabilidade. Dessa maneira, a relevância espiritual e turística dos monumentos só se sustenta na medida em que há estrutura material capaz de viabilizar tais experiências, evidenciando a interdependência entre significado cultural e sustentabilidade econômica.

A expressão concreta da fé manifesta-se de duas formas: por meio dos espaços sagrados, concebidos como pontos fixos de devoção, e por meio dos rituais, nos quais o sujeito religioso atualiza sua relação com o divino. Esses rituais, ao serem repetidos e compartilhados coletivamente, consolidam arquétipos que se tornam referenciais simbólicos da tradição religiosa. Fortalecidos pela carga afetiva e pela complexa rede de significados que os sustenta, eles orientam práticas e ações que integram a experiência dos fiéis. Trata-se de uma vivência religiosa articulada entre os discursos oficiais das instituições e as práticas coletivas locais, revelando um campo de significações múltiplas, dinâmico e em constante construção (Silva, 2023).

O uso turístico dos monumentos, a partir desses espaços públicos, produz sentidos e benefícios que vão além da simbologia religiosa, em que os visitantes são atraídos por motivações culturais e de lazer. A organização do espaço, aliada à infraestrutura e à segurança, possibilita percursos integrados que oferecem experiências educativas, recreativas e sociais, reforçando seu valor público e coletivo. Sendo assim, a materialidade monumental é usada não só para impulsionar a devoção aos santos que homenageia, funcionando como uma espécie cartão postal identitário, assim como meio de barganha política para angariar votos. Podendo resultar em um consumo turístico massificado e a uniformização de destinos, pela reprodução e até descaracterização de práticas religiosas das localidades, associando o turismo religioso a sentidos e ganhos não religiosos, de ordem econômica e cultural (Giumbelli, 2020).

Para o catolicismo, os monumentos são expressos por meio de objetos que retratam personagens cristãs, reproduzidos em suvenires em que o fiel possa levar consigo a reprodução da imagem cultuada, permitindo uma dimensão iconográfica que possibilita aos fiéis uma comunicação sensorial com o sagrado, conferindo tangibilidade à sua fé numa prática de dimensão micro que impulsiona uma ação política macro monumental, que fixa em espaços externos uma representação gigantesca projetando o alcance de toda a comunidade ao seu redor.

As instituições religiosas geralmente utilizam monumentos para materializar seus locais de culto, construindo símbolos que comunicam uma mensagem de devoção à qual possa unir e identificar a comunidade de seus fiéis. Deste modo, espaços considerados sacralizados são formados por um conjunto de significados socialmente construídos (Berger e Luckmann, 2003).

Ou seja, em torno da devoção, repercute na dinâmica da fé, vinculada a objetos e/ou fenômenos considerados sagrados, podendo constituir também um espaço de uso turístico.

Turismo religioso é o conjunto de atividades que expressam sentimentos místicos ou que suscitam a fé, tendo na celebração ou rituais religiosos sua motivação principal, identificando um campo específico de práticas sociais que deve ser planejado de modo sustentável, salvaguardando localidades e bens patrimoniais (Oliveira, 2004).

De acordo com o Ministério do Turismo (2021), o turismo religioso inclui deslocamentos motivados pela religiosidade que privilegiam o interesse nos atrativos culturais associados à tradição religiosa, independentemente da participação direta nos rituais. O segmento também é caracterizado pela busca espiritual e pela prática de atividades vinculadas à fé, abrangendo peregrinações, romarias, retiros espirituais, festas, eventos e celebrações. Tais manifestações podem relacionar-se à evangelização de fiéis, à contemplação de expressões artísticas de cunho religioso ou à visitação de espaços e edificações sacras, como igrejas, templos, santuários e terreiros.

Formações geográficas naturais como montanhas, rios, entre outros, têm sido frequentemente deificados por meio de uma estrutura religiosa de crenças, rituais e performances que vai instituindo uma geografia sagrada de um lugar, criando, reforçando e reproduzindo tanto na mente religiosa quanto na realidade, materializada em templos, santuários e monumentos. E, quanto mais esses lugares são venerados mais se tornam destinos para viagens religiosas (Shinde, 2024).

Cenário que evidencia a atuação de lideranças públicas na construção de monumentos fundamentados em premissas questionáveis sobre sua capacidade de impulsionar a economia local e gerar emprego e renda, frequentemente sem a realização de estudos avaliando sua viabilidade econômica. Tais projetos, em geral, preveem uma infraestrutura abrangente, composta por serviços e instalações, articulada com organizações eclesiais, demonstrando a interseção entre planejamento urbano, estratégia econômica e práticas religiosas, destinada a atender diferentes perfis de visitantes, desde peregrinos até turistas ocasionais³.

A monetização da fé refuncionaliza elementos devocionais como produtos de uma oferta turístico-religiosa, integrando santuários, museus de arte sacra, mirantes e monumentos a uma infraestrutura planejada. Esse processo não apenas amplia a atratividade e o acesso aos locais

³ Uma das principais diferenças apontadas entre turistas e peregrinos é a motivação da viagem, sendo turismo religioso o deslocamento para santuários e locais considerados sagrados à procura dos seus significados histórico e cultural, enquanto a peregrinação é motivada por atos de piedade (Oliveira, 2004; Collins-Kreiner, 2010; Valiente & Romero, 2011).

de devoção, como também gera benefícios econômicos e sociais, articulando a experiência espiritual com práticas de turismo cultural e religioso.

Estratégias governamentais, por meio de políticas públicas do setor turístico, tendem a influenciar práticas sociais, moldando comportamentos, valores e normas compartilhados tanto por residentes quanto por visitantes. A construção de monumentos religiosos, como os de Imbituba (SC): Santa Paulina, 45 metros; Santa Cruz (RN): Santa Rita de Cássia, 56 metros; e Santana do Cariri (CE): Menina Benigna, 48 metros, ilustra essa estratégia. A divulgação desses empreendimentos enfatiza aspectos como altura e materiais utilizados, evidenciando uma competição simbólica entre destinos. A visitação a esses monumentos reforça a eficácia das políticas públicas, pois a circulação de pessoas legitima os locais, reforça identidades coletivas e estimula práticas sociais vinculadas à devoção, ao turismo e à valorização cultural da região.

Para que tais estratégias resultem em experiências turísticas diferenciadas, é necessária uma governança eficaz, na qual os diversos atores: governos, setor privado, organizações religiosas e comunidades locais, se articulam para planejar, coordenar e implementar ações que fomentem a atividade turística. Dessa maneira, o planejamento articulado não apenas fortalece a projeção cultural e religiosa dos locais, mas potencializa seus impactos sociais e econômicos, garantindo que as políticas públicas sejam traduzidas em benefícios concretos para residentes e visitantes.

Devido o princípio da laicidade, diante da monumentalidade religiosa, cabe ao Estado garantir uma gestão patrimonial pautada na diversidade e na tolerância, assegurando que o fomento ao turismo não se restrinja a uma única expressão de fé, mas valorize a pluralidade cultural e simbólica presente no território.

No campo do turismo, o Estado tem mantido um papel estratégico na condução das ações e iniciativas do setor, exercendo influência direta nas decisões como organização político-administrativa do território. Contudo, no processo de governança turística, sua atuação deve ir além da função de regulador, adotando uma postura de coordenação e descentralização junto aos diferentes atores envolvidos, a fim de evitar dependências e promover a efetividade e a sustentabilidade das políticas públicas (Coutinho & Nóbrega, 2019).

A governança do turismo não é conduzida apenas pelo Estado, mas resulta da articulação entre múltiplos atores. No turismo religioso, destaca-se a atuação da Igreja, que assume posição central como organização não governamental e, em alguns casos, como entidade empresarial, responsável por mobilizar recursos, legitimar ações e fortalecer os vínculos entre a fé e a economia. Entretanto, suas estruturas hierárquicas e centralizadas dificultam a adoção de modelos participativos de gestão, exigindo a criação de estratégias que conciliem autoridade

institucional e cooperação entre os diversos agentes, fundamental para garantir a sustentabilidade e a coerência das ações no turismo religioso.

Assim, a governança deve ser compreendida como um processo de interação e negociação contínua entre diferentes interesses e níveis de poder. Uma construção social e cultural por meio de disputas entre as partes interessadas, que se unem temporariamente com objetivos comuns, mas que perpassam por conflitos que redefinem continuamente a natureza da ação (Dredge, 2006).

Um planejamento turístico rigoroso, alicerçado em princípios de governança, é imprescindível para mitigar os impactos negativos associados à atividade turística, sobretudo no plano sociocultural. Nesse contexto, a implementação de equipamentos e serviços turísticos religiosos deve ser conduzida com cautela, assegurando o uso responsável dos recursos públicos, o respeito ao princípio da secularidade do Estado e a valorização da diversidade das práticas religiosas presentes na sociedade.

Todavia, a edificação de monumentos religiosos por meio de políticas públicas suscita questões complexas, tais como a alocação de recursos públicos em favor de determinadas denominações religiosas, a preservação da autonomia institucional entre Estado e religião, a adequada manutenção dos espaços que acolhem esses monumentos, bem como o papel do turismo religioso como vetor de transformação e ressignificação desses símbolos.

Justificativa da pesquisa

A literatura tem fornecido mecanismos interpretativos que permite compreender o modo como a cultura religiosa valoriza os monumentos, e, como cidades têm sido transformadas pela inserção de construções religiosas gigantes, impactando paisagens e as esferas sociais, econômicas e culturais destes locais (Abumanssur, 2003; Steil, 2003a; Corrêa, 2005; Aragão, 2015; Rocha, 2018; Giumbelli, 2020; Oliveira *et al.*, 2020; Rocha & Barbosa, 2020).

Na revisão de literatura realizada por Collins-Kreiner (2020), envolvendo os temas ‘religião e turismo’, foram encontrados na plataforma *Google Scholar* o registro de 71.900 mil estudos. Da mesma forma, a *Web of Science* indicou 776 artigos. Diante do número de pesquisas se percebe o grande interesse sobre o assunto, com destaque para os estudos sobre os impactos da atividade turística religiosa nas comunidades, e o comportamento dos visitantes, ressaltando sua configuração enquanto turistas ou peregrinos.

Entre os estudos que versam sobre a temática, os principais objetos de pesquisa buscam situá-lo dentro do âmbito da peregrinação tradicional e das viagens modernas, explorando a

motivação, comportamento e experiências de peregrinos, turistas, turistas religiosos, sob a perspectiva de campos de estudo de várias regiões geográficas e religiões (Shinde 2024; Olsen & Timothy, 2021; Collins-Kreiner, 2020; Durán-Sánchez, Alvarez-Garcia, del Rio-Rama & Oliveira, 2018; Heidari, Yazdani, Saghafi & Jalilvand, 2018; Iliev, 2020; Kim; Kim & King, 2020).

Há uma tendência nas pesquisas que analisam as características turísticas dos lugares religiosos. São exemplos, a inclusão de locais de práticas xamânicas, trilhas de caminhadas espirituais, parques temáticos religiosos, cerimônias encenadas, festivais e performances que se distanciam das tradições religiosas sendo promovidos para fins turísticos que buscam conciliar necessidades espirituais e atividades culturais recreativas. Percebe-se que a sobreposição do turismo religioso com a peregrinação, tem se tornado um importante nicho de mercado, mesclando motivações religiosas e não religiosas a locais que oferecem experiências de devoção tangíveis e intangíveis (Olsen & Timothy, 2021; Shinde, 2024).

Entre as temáticas que envolvem o Turismo Religioso, foram identificadas algumas tendências que têm despertado o interesse da comunidade acadêmica, sendo uma delas, a utilização da religião como produto (Collins-Kreiner, 2020). A análise do uso de símbolos religiosos, como os monumentos, no contexto do turismo, é um tema que ainda carece de reflexões mais aprofundadas, a fim de compreender sua nova configuração na sociedade e subsidiar o direcionamento de políticas públicas e religiosas. Essa perspectiva corrobora os estudos de Choe (2024), que ressaltam a importância da ampliação de pesquisas qualitativas voltadas à formulação de políticas e ao fortalecimento da atuação de operadores de turismo, comunidades locais e associações religiosas.

No caso deste estudo, os monumentos religiosos católicos de Crato e Barbalha foram concebidos com o propósito de atuar como atrativos turísticos, produtos simbólicos revestidos de religiosidade e voltados tanto aos peregrinos quanto aos visitantes ocasionais. No entanto, até que ponto esse revestimento não revela uma apropriação instrumental da fé, em que o discurso religioso é mobilizado como estratégia para impulsionar o turismo e dinamizar a economia local? Seria a construção desses monumentos uma expressão legítima de devoção coletiva ou uma política de valorização urbana guiada por interesses de mercado e rivalidade?

Observa-se que a comunicação em torno dessas obras enfatiza sua grandiosidade e visibilidade, muitas vezes em detrimento da experiência espiritual que deveriam representar. Isso suscita novas indagações: os monumentos realmente fortalecem o turismo religioso ou servem antes ao empoderamento simbólico das cidades? E, diante desse cenário, qual o papel da governança na condução e regulação desses processos: trata-se de uma ação compartilhada

entre gestão pública, Igreja e iniciativa privada ou de uma instrumentalização da fé sob a forma de política pública? Tais questões convidam à reflexão sobre os limites entre devoção, espetáculo e gestão territorial, e sobre como a fé é reinterpretada como recurso simbólico no planejamento e promoção dos destinos turísticos contemporâneos.

Outra lacuna apontada na literatura sobre turismo religioso refere-se à gestão institucional dessa modalidade, sobretudo no que tange à identificação dos atores responsáveis pelo fomento e manutenção das atividades turísticas em locais considerados sagrados. Monumentos, por si só, não produzem práticas religiosas nem turísticas; tornam-se significativos apenas quando integrados a dinâmicas sociais e simbólicas.

Quando implantados de forma planejada, sem vínculo com uma tradição devocional enraizada, surgem impasses: a sacralidade do espaço tende a ser construída posteriormente, muitas vezes pela apropriação popular que, em um catolicismo de caráter místico e comunitário, ressignifica o monumento como lugar de fé. Nesses casos, a atuação das instituições eclesiais é determinante para legitimar tais espaços, articulando dimensões espirituais e operacionais. Contudo, para que se configurem efetivamente como destinos de peregrinação, exige-se também uma infraestrutura adequada e uma gestão compartilhada, capaz de equilibrar as demandas turísticas com o respeito às práticas religiosas que emergem da devoção local.

Um viés que vem sendo abordado pelos autores e que requer uma continuidade de análises diz respeito aos serviços e atividades comerciais necessários para atender as necessidades dos visitantes. Estabelecimentos vão se inserindo ao redor de locais considerados sagrados, sendo que esta infraestrutura turística tem sido ofertada não por provedores de serviços turísticos como agências e hoteleiros, mas pela própria comunidade local ou por organizações religiosas, que na maioria dos casos, improvisa instalações (Shinde, 2024).

A atividade turística enquanto campo sociopolítico se configura nas relações de poder, nas estruturas sociais e eclesiais, e nas práticas culturais que influenciam a formulação das políticas visando a implantação de atrativos turísticos, o que requer uma visão ampliada que integre as dimensões social, econômica e religiosa do turismo (Pimentel, 2018).

Em uma perspectiva sociológica, a governança turística deve ser compreendida como um processo relacional que envolve múltiplos atores: públicos, privados, religiosos e comunitários, cujas interações moldam a dinâmica social dos destinos. Mais do que uma dimensão técnica de gestão, trata-se de um campo de negociações e conflitos, no qual as políticas públicas exercem papel estruturante ao influenciar práticas, valores e formas de participação social. Assim, a efetividade e a legitimidade das ações voltadas ao planejamento e ao uso dos atrativos turísticos dependem da construção coletiva e da cooperação entre os

diferentes agentes, assegurando que o desenvolvimento do turismo ocorra de forma equilibrada e socialmente inclusiva.

Portanto, a pesquisa se justifica, pois, ao buscar analisar o envolvimento da gestão pública, privada e eclesial, no processo de governança turística, diante dos interesses sobre a monumentalidade católica enquanto atrativos do turismo religioso nos municípios cearenses de Crato e Barbalha, se discute as relações que envolvem a implementação dessas edificações, desde sua concepção, com a criação de políticas públicas de fomento ao turismo, sua gestão e divulgação, e comercialização sob pano de fundo da religião.

Sua relevância social é alertar sobre a formulação de políticas de turismo religioso, orientando sobre possibilidades que ao invés de tornar princípios culturais em espetáculos visando a atingir propósitos do mercado, possam atuar como estímulo para a preservação e construção da identidade local, evitando a padronização cultural existente em tantos destinos, podendo assim, motivando a elaboração de políticas públicas mais eficazes no sentido de salvaguardar aspectos culturais/religiosos das localidades, possibilitando discussões e proposições embasadas na preservação dos valores religiosos da devoção local.

Nota-se que no Brasil, o Governo Federal tem sido um entusiasta do turismo religioso, divulgando estudos que motivem os municípios a realizarem investimentos no setor, apontando que o turismo religioso é o quinto segmento turístico mais procurado, estando entre as tendências turísticas no país⁴. Segundo o Boletim de Inteligência de Mercado no Turismo - BIMT, divulgado pelo Ministério do Turismo (2022), entre os 5.570 municípios brasileiros, cerca de 300 possuem atrativos religiosos, o que gera cerca de R\$15 bilhões anualmente, fruto da movimentação de 20 milhões de deslocamentos. A maior parte destes viajantes (cerca de 12 milhões) destinam-se a Aparecida do Norte – SP, onde está localizado o Santuário Nacional de Nossa Senhora Aparecida, padroeira do Brasil. Seguido de Trindade (GO); Juazeiro do Norte (CE); Bom Jesus da Lapa (BA); Belém (PA); Nova Trento (SC); Salvador (BA); Ouro Preto (MG); e Recife (PE).

Conforme a publicação, quase a totalidade dos destinos religiosos brasileiros versam sobre o catolicismo, dado que pode ser justificado devido a maior parte da população do país - aproximadamente 57%, se considerar católica, conforme dados do Instituto Brasileiro de

⁴ Apesar de que o Governo Federal tem destinado pouca atenção ao nicho turístico religioso comparado por exemplo ao segmento de Sol e Praia. Basta analisar as feiras de turismo e páginas oficiais de divulgação dos destinos brasileiros geridas pela Embratur, que em sua maioria apresentam fotos e informações sobre o litoral do país. Além disso, a divulgação tem se concentrado em atrativos que contemplem a religião católica, não havendo praticamente nenhuma menção à atrativos de outras religiões.

Geografia e Estatística (IBGE, 2025) apresentados no último censo, quando o país possuía pouco mais de 203 milhões de habitantes.

No que tange à população brasileira que se declara ‘católica apostólica romana’, o Estado do Ceará destaca-se por sua significativa representatividade, configurando-se como o segundo estado com maior proporção de católicos no país, considerando a população com idade superior a 10 anos, conforme critérios estabelecidos pelo IBGE, ficando atrás apenas do estado do Piauí, conforme apresentado no quadro 1. Ademais, para justificar a relevância da escolha do campo de estudo, ao se considerar os municípios com população superior a 100 mil habitantes, o município do Crato destaca-se como aquele com a maior proporção de população católica no Brasil, atingindo 81,29%. Já o município de Juazeiro do Norte, com uma população de 286.120 habitantes, apresenta uma proporção de 81,14% de católicos.

Quadro 1 - Ranking da população católica dos estados brasileiros conforme o IBGE

		População total (Censo 2022)	População que se declara Católica Apostólica Romana*	Porcentagem em relação a população com mais de 10 anos
	BRASIL	203.080.756	100.216.153	56,7%
1º	Piauí	3.271.199	2.189.877	77,4%
2º	Ceará	8.794.957	5.357.610	70,4%
3º	Paraíba	3.974.687	2.367.779	68,9%
4º	Sergipe	2.210.004	1.290.800	67,7%
5º	Rio Grande do Norte	3.302.729	1.927.490	67%
6º	Maranhão	6.776.699	3.676.771	64,3%
7º	Santa Catarina	8.058.441	4.278.447	64,2%
8º	Alagoas	3.127.683	1.708.615	64,1%
9º	Minas Gerais	20.539.989	11.487.378	63,4%
10º	Paraná	11.444.380	6.275.443	62,8%

Fonte: IBGE (2025)

Com a valorização da gestão pública em âmbito nacional cada vez mais evidente, e, devido à grande procura por destinos turísticos religiosos, e seu apelo popular, o governo do Ceará têm investido no fomento ao segmento, na esperança de captar os benefícios que a atividade turística pode proporcionar aos destinos. Uma das principais ações tem sido a destinação de investimentos na construção de complexos católicos de devoção, enaltecidos pelos grandiosos monumentos religiosos.

Entre os municípios contemplados estão Crato (monumento de Nossa Senhora de Fátima, construída em 2014) e Barbalha (monumento de Santo Antônio, inaugurado em 2022), visando usufruir do fluxo turístico que chega à cidade vizinha de Juazeiro do Norte, um dos municípios cearenses que mais se destacam em sua religiosidade, considerado um destino consolidado, estando entre os cinco de maior destaque em âmbito nacional. A cidade, que

possui o sexto maior PIB do estado, e exerce influência em toda a região, não apenas econômica, mas social, política e religiosa, que tem como símbolo principal a figura do Padre Cícero retratada em um monumento de 27 metros de altura.

Durante a pesquisa, foi possível verificar as características peculiares de cada município verificando o porquê de suas escolhas, pontuando aspectos históricos, políticos, culturais, religiosos e turísticos de cada destino, os quais possuem especificidades, semelhanças e diferenças na organização de seus monumentos, tanto em investimentos de infraestrutura, como também no fluxo de visitantes, e que buscam conciliar o sagrado e o turístico. Também foi decisivo comparar as potencialidades e fragilidades da oferta turístico-religiosa, bem como, compreender o investimento das políticas públicas num processo de materialização e apropriação simbólica da cultura religiosa da sociedade a qual representa.

Desse modo, as perguntas que nortearam o trabalho foram: Em que escala os monumentos católicos de Crato e Barbalha promovem efetiva visitação religiosa (local, regional ou interestadual) e em que medida contribuem para a preservação de marcos identitários, em contraste com usos voltados a interesses políticos ou à valorização estética das cidades? A construção de monumentos católicos constitui uma estratégia legítima de valorização identitária e turística, ou representa a instrumentalização política da fé e da estética sob a aparência de religiosidade? Como ocorre o envolvimento da gestão pública, privada e eclesial e suas relações de governança, diante dos monumentos católicos na construção de um atrativo turístico religioso?

Objetivos

a) Objetivo Geral:

Analisar a articulação entre os setores público, privado e eclesial na governança dos monumentos católicos, enquanto atrativos turísticos religiosos nos municípios de Crato (CE) e Barbalha (CE).

b) Objetivos Específicos:

- Situar as distinções conceituais entre turismo religioso, peregrinação e romaria, articuladas ao contexto da governança das políticas públicas de turismo na região do Cariri cearense.

- Examinar as políticas públicas de turismo voltadas à construção de monumentos católicos no Ceará e suas implicações sociopolíticas, incluindo possíveis usos político-eleitorais.
- Compreender o contexto histórico, social e eclesial da construção de monumentos católicos nos municípios de Crato e Barbalha e a atuação dos atores envolvidos no fomento ao turismo religioso.
- Caracterizar os tipos de governança turística em Crato e Barbalha e suas dimensões na gestão dos monumentos católicos enquanto atrativos.

Síntese dos capítulos

A partir dos objetivos desta pesquisa, a tese foi organizada em quatro capítulos, com a finalidade de conduzir o leitor de maneira progressiva pelos temas abordados. O Capítulo 1 tem como propósito situar as distinções conceituais entre turismo religioso, peregrinação e romaria, articulando-as ao contexto da governança das políticas públicas de turismo na região do Cariri cearense. A discussão parte da ancestralidade das práticas devocionais que moldam as dinâmicas de fé e mobilidade dos fiéis, e as estratégias de desenvolvimento turístico. Juazeiro do Norte é apresentado como núcleo estruturante do turismo religioso no Ceará, evidenciando sua relevância simbólica e econômica. Por fim, o capítulo problematiza as incongruências das políticas públicas que, ao buscar planejar e institucionalizar o turismo religioso, frequentemente tensionam as práticas espontâneas de devoção e a lógica comunitária que lhes dá sentido.

O Capítulo 2 aborda definições e perspectivas sobre monumentos, os investimentos realizados na monumentalidade católica, e a construção social dos atrativos turísticos, refletindo sobre como o turismo religioso é representado na região. A literatura sobre patrimônio e monumentalidade permite discutir como a materialidade e a estética desses monumentos influenciam tanto a experiência devocional quanto sua instrumentalização política.

O Capítulo 3 procede-se a análise dos percursos históricos, eventos recentes e processos que resultaram nas construções monumentais em Crato e Barbalha, permitindo compreender os contextos específicos de cada localidade, ao passo que se problematiza a reinvenção do sagrado na dinâmica local. O Capítulo 4, por sua vez, complementa essa investigação ao debruçar-se sobre as estruturas e modalidades da governança turística, examinando a interseção entre os setores público, privado e eclesial, bem como a confluência de interesses religiosos, econômicos e políticos que permeiam as práticas e disputas que configuram a gestão do turismo religioso na região.

PERCURSO METODOLÓGICO

Esta seção apresenta as escolhas metodológicas adotadas para alcançar os objetivos da pesquisa, destacando que essas decisões, relativas ao planejamento, aos procedimentos e à condução do estudo, são influenciadas por fatores epistemológicos, pela perspectiva do pesquisador e pela natureza do objeto investigado. Para tanto, são descritos o delineamento do estudo e suas etapas, incluindo a delimitação espacial e dos sujeitos da pesquisa, os instrumentos de coleta de dados e os procedimentos utilizados na análise das informações.

Nesse sentido, o trabalho está alicerçado no paradigma interpretativista compreendendo que a realidade é socialmente construída a partir das interações, percepções e significados (inter)subjetivos atribuídos pelos sujeitos que dela participam (Berger & Luckmann, 2003). Nessa perspectiva, o estudo não busca mensurar ou generalizar fenômenos, mas interpretar as experiências, narrativas e sentidos mobilizados pelos diferentes atores envolvidos na construção e gestão dos monumentos religiosos enquanto atrativos turísticos.

Tal abordagem privilegia a análise da construção social da realidade em estudo, com ênfase nos processos, narrativas e discursos dos sujeitos, assim como nas práticas cotidianas e seus respectivos significados em relação à temática investigada. Ademais, caracteriza-se por uma postura indutiva de reflexão, em que o pesquisador, partindo das observações singulares, mobiliza sua criatividade para a elaboração de construções teóricas (Alves, 2013).

O presente estudo toma como objeto de análise a construção de monumentos católicos nos municípios de Crato (CE) e Barbalha (CE), compreendidos como dispositivos simbólicos e funcionais voltados à consolidação do turismo religioso local. Esses monumentos, ao serem instituídos como atrativos turísticos, mobilizam diferentes esferas: pública, privada e eclesial, dando origem a relações e articulações que exigem investigação sistemática.

Para a compreensão deste cenário, optou-se por uma abordagem qualitativa, de natureza descritiva, exploratória e comparativa, que permite examinar, em profundidade, os processos de governança turística relacionados à monumentalidade católica, uma vez que tais abordagens se complementam ao possibilitarem, simultaneamente, uma nova compreensão do problema investigado e a sistematização das relações observadas no fenômeno social.

Adotou-se uma abordagem qualitativa, por considerar a dinâmica das relações sociais a partir das vivências, experiências e da compreensão das estruturas e instituições enquanto resultados da ação humana objetivada, inserida em um universo de significados, motivações, aspirações, valores e crenças, que conforme destaca Minayo (2016) é especialmente adequada à investigação de realidades complexas e simbólicas, permitindo interpretar significados,

práticas e dinâmicas sociais.

O caráter exploratório se manifesta na busca por aprofundar aspectos ainda pouco discutidos no campo do turismo religioso, enquanto o enfoque descritivo permite observar, interpretar e apresentar com rigor as formas de envolvimento dos diferentes atores na construção e consolidação dos monumentos católicos nos municípios de Crato (CE) e Barbalha (CE), concebidos como atrativos turísticos religiosos. A articulação entre essas duas abordagens favorece o delineamento das relações institucionais e sociais que conformam os processos de governança nesse contexto.

Foi adotado um estudo de casos múltiplos que permite apreender a diversidade de contextos que levam determinados destinos a investirem no segmento do turismo religioso. A escolha dos municípios de Crato (CE) e Barbalha (CE), situados em uma mesma região geográfica e caracterizados por serem limítrofes, oferece a possibilidade de observar como ações distintas ou convergentes, praticadas por grupos de atores semelhantes e inseridos em um mesmo campo de estudo, influenciam de forma diferenciada na construção de atrativos turísticos religiosos.

Esta tese adota uma abordagem analítica voltada à compreensão de diferentes contextos, justificada pela necessidade de ampliar e aprofundar as investigações sobre o turismo religioso por meio da análise deliberada de distintas localidades e de suas práticas. Conforme observam Collins e Kreiner (2020), a predominância de estudos de caso únicos nessa área evidencia uma lacuna metodológica significativa relacionada à escassa utilização de estudos de caso múltiplos. Nesse sentido, esta pesquisa busca contribuir para o avanço teórico e empírico do campo, ao adotar uma perspectiva comparativa que possibilite o exame mais abrangente e articulado do fenômeno.

O estudo de casos múltiplos não tem por finalidade a generalização estatística dos resultados, mas sim o aprofundamento da compreensão do fenômeno em seus contextos específicos. Trata-se de uma estratégia metodológica que busca evidenciar as particularidades, complexidades, dilemas éticos, decisões e ações que conformam cada realidade investigada, possibilitando uma análise densa e contextualizada. Nesse processo, a triangulação de dados envolvendo diferentes sujeitos, fontes e circunstâncias, contribui para ampliar a validade interpretativa e a riqueza analítica da pesquisa (Gil, 2008; Creswell & Creswell, 2021).

A abordagem metodológica adotada ancora-se ainda em pressupostos interdisciplinares, que favorecem a articulação entre dimensões sociais, políticas, culturais e religiosas, permitindo a reconfiguração analítica e interpretativa dos fenômenos investigados. Tal perspectiva visa ampliar o campo de compreensão por meio de múltiplos olhares, conforme propõe Chartier

(1991), ao defender uma leitura plural e crítica dos processos sociais. No caso deste estudo, a unidade de análise é constituída pelos principais atores envolvidos na gestão pública, da iniciativa privada e das organizações religiosas dos municípios de Crato e Barbalha, por meio de suas percepções, atitudes, valores e significados em relação a gestão dos monumentos enquanto atrativos do turismo religioso.

O recorte temporal da análise compreende o período entre 2014, ano da inauguração do monumento de Nossa Senhora de Fátima, e 2024, que inclui a inauguração do monumento de Santo Antônio em Barbalha, ocorrida em 2022. Tal delimitação temporal possibilita a realização de uma observação longitudinal acerca do processo de consolidação desses monumentos enquanto atrativos turísticos religiosos.

Delimitação espacial e sujeitos do estudo

Em estudos de caso múltiplos, é fundamental considerar atributos como a relevância e a singularidade dos casos selecionados, uma vez que a escolha deve recair sobre aqueles que possam oferecer insights profundos e significativos sobre o fenômeno investigado. Nessa perspectiva, o objetivo é ampliar a compreensão sobre o objeto de estudo por meio da riqueza contextual dos casos (Stake, 2005). Com base nesse referencial, a delimitação espacial e a definição dos sujeitos da pesquisa foram orientadas por aproximações prévias ao campo empírico, de modo a identificar contextos e interlocutores capazes de contribuir para uma análise detalhada, situada e densa do fenômeno, priorizando a profundidade interpretativa.

Os municípios de Crato e Barbalha têm sido alvo de políticas públicas em torno da construção de monumentos católicos visando o fomento ao turismo. Ambas as cidades estão dentro do raio de aproximadamente 20 km de um consolidado destino turístico religioso, a cidade de Juazeiro do Norte. A escolha destas cidades também se relaciona às motivações religiosas distintas, no âmbito do catolicismo, aspecto que permite compreender dimensões diferentes no contexto nacional (um destino busca fortalecer uma devoção mundial, criando mais um centro de visitação; enquanto outro destino se caracteriza pela ambiguidade do religioso ou profano, em que a imagem do santo busca reforçar a fé dos visitantes), se colocando como um campo comparativo de modo a configurar este estudo como relevante.

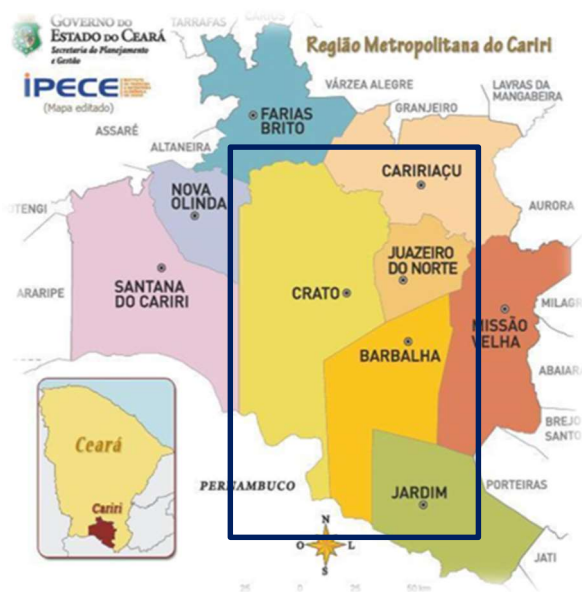
Conforme mencionado anteriormente, ambos são limítrofes com a cidade de Juazeiro do Norte que é uma referência do turismo religioso no Nordeste e, devido a esta condição, outros municípios têm investido esforços em ofertar atrativos que possam compor um roteiro turístico religioso, aproveitando o fluxo já existente na região. Situação confirmada em uma das

entrevistas realizadas:

Aqui tem um circuito desse turismo religioso porque o pioneiro foi o Padre Cícero, aí depois a santa, no Crato, aí chegou o Santo Antônio em Barbalha e daqui a pouco a Menina Benigna em Santana do Cariri, então tem agora um circuito religioso (AP04).

A definição deste recorte espacial, incluindo apenas Crato e Barbalha, deve-se principalmente à proximidade entre os municípios que possibilitou uma maior imersão nestas localidades, gerando resultados mais robustos a partir de uma análise em profundidade.

Figura 1 - Mapa dos municípios de Crato, Juazeiro do Norte e Barbalha



Fonte: IPECE (2015)

Por sua vez, a Figura 2 apresenta uma visão panorâmica da localização dos monumentos estudados, evidenciando a proximidade espacial entre eles. Destaco que durante as entrevistas realizadas foi possível perceber em diversos momentos, a relevância de Juazeiro do Norte para o campo turístico, uma vez que todos os entrevistados se referem em suas falas ao município, por isso é apresentado neste trabalho uma descrição, ainda que breve, contextualizando o panorama histórico, político, econômico e turístico, mencionando as ações realizadas, a fim de demonstrar sua influência sobre as cidades que estão ao seu redor, principalmente o monumento erguido em homenagem ao Padre Cícero, o qual se torna referência para a construção dos outros dois monumentos nos municípios vizinhos.

O Monumento em homenagem ao Padre Cícero encontra-se situado a aproximadamente 18,8 km do Monumento de Santo Antônio, em Barbalha, e a cerca de 12,7 km do Monumento de Nossa Senhora de Fátima. Embora essa configuração geográfica aponte para um potencial de conformação de um circuito religioso intermunicipal, favorecendo fluxos de visitantes e a integração das cidades do eixo Crajubar, apenas o Padre Cícero constitui-se como um

de consentimento livre e esclarecido (Apêndice B) no qual constavam as referidas informações indicadas. No entanto, conversas informais também foram importantes aliadas, pois, sem o recurso da gravação, se percebia que os sujeitos ficavam mais à vontade para esclarecer alguns pontos.

Instrumentos de apreensão do material empírico

A construção do material empírico envolveu a análise de documentos, a observação de pessoas e locais, bem como a interação direta do pesquisador com a situação estudada, com o objetivo de compreender os fenômenos sob a perspectiva dos participantes. Para tanto, foram empregadas, neste estudo, as seguintes técnicas de coleta de dados:

a) Pesquisa documental: foram analisados documentos públicos, tais como legislações divulgadas pelo poder legislativo; portarias das secretarias municipais e estaduais de turismo e de obras; além de registros de outros setores envolvidos na construção dos monumentos. Também foram consultadas atas das reuniões das câmaras legislativas de Crato e Barbalha, disponíveis nos sites dos respectivos órgãos. Os documentos que continham menções aos monumentos ou ao turismo nos municípios foram grifados e catalogados. Não foi possível obter acesso aos projetos de construção de ambos os monumentos. Diversas solicitações foram encaminhadas à Superintendência de Obras do Estado do Ceará para obtenção desses projetos; contudo, até a conclusão desta pesquisa, os documentos não haviam sido disponibilizados. Procedimento semelhante foi adotado junto às prefeituras municipais, que informaram não ter acesso aos projetos, por se tratar de obras de responsabilidade estadual.

Quadro 2 - Documentos consultados para o estudo

Principais Documentos consultados	Ano
Projeto Ceará 2050 – Setorial turismo	2017
Projeto Ceará 2050 – Desenvolvimento do Ceará 1987-2017	2017
Plano de marketing turístico de Barbalha 2022 – 2024	2022
Plano de marketing turístico de Crato 2022 – 2024	2022
Plano de marketing turístico de Juazeiro do Norte 2022-2024	2022
Divulgação Cariri – Revista Avistar	2023
Pacto de Cooperação da rota de turismo religioso do Ceará	2023

Fonte: Dados da pesquisa 2025

Com o intuito de complementar as observações realizadas e os documentos consultados,

foram analisadas postagens na rede social *Instagram*, com o objetivo de acompanhar a divulgação de eventos promovidos nos locais onde se encontram os monumentos. De forma adicional, foram consultados folders turísticos que divulgavam excursões para Juazeiro do Norte, a fim de verificar se esses roteiros incluíam a visita aos monumentos de Nossa Senhora de Fátima e de Santo Antônio em seu material promocional. Observou-se que os turistas que chegam aos municípios de Crato e Barbalha, em sua maioria, integram grupos que visitam a região motivados pelo interesse em conhecer a terra do Padre Cícero.

Além das entrevistas, foram realizadas consultas a *websites* oficiais de órgãos públicos, incluindo as secretarias estadual e municipal de turismo, bem como à página da Diocese do Crato. Também se utilizaram redes sociais, como Facebook e Instagram, de atores identificados como relevantes para a pesquisa, mas que não puderam ser entrevistados devido à indisponibilidade de agenda. Dessa forma, algumas informações e imagens presentes neste trabalho foram obtidas por meio de fontes públicas, incluindo reportagens, websites institucionais e observação direta da pesquisadora, assegurando que os dados sejam verificáveis e acessíveis a qualquer pessoa que consulte os respectivos endereços eletrônicos.

b) Observação participante Trata-se de uma técnica metodológica que possibilita o registro detalhado das dinâmicas sociais, abrangendo tanto comportamentos observáveis quanto interações verbais, discursos e práticas compartilhadas pelos grupos envolvidos. Para os fins desta pesquisa, em alguns trechos adotou-se o termo “complexo monumental” para se referir ao entorno dos monumentos de Nossa Senhora de Fátima e de Santo Antônio, compreendendo não apenas a edificação icônica, mas também a explanada, os acessos, a infraestrutura de serviços, instalações e demais elementos que estruturam a experiência turística e religiosa desses espaços.

Entre os meses de setembro de 2023 e agosto de 2024, foram realizadas observações sistemáticas nos eventos mensais promovidos no entorno dos monumentos, incluindo aqueles ocorridos no dia 13 de cada mês, datas de homenagem a Nossa Senhora de Fátima (13 de maio) e a Santo Antônio (13 de junho). Adicionalmente, foram realizadas visitas em dias considerados comuns, com o objetivo de analisar a frequência e o perfil dos visitantes, devotos e turistas, aos complexos monumentais. Essa estratégia metodológica permitiu a observação tanto da rotina cotidiana quanto de eventos extraordinários, fornecendo subsídios para compreender a dinâmica da experiência devocional e turística, bem como a articulação entre práticas religiosas e circulação de público nos espaços estudados.

A cada dia 13, o complexo monumental do Crato apresenta uma programação diária que

se inicia às 6h e se prolonga até as 19h, horário da última celebração. Ao todo são realizadas cinco missas, das quais eram acompanhadas uma das celebrações da manhã (às 6h, 10h ou ao meio-dia) e às 17h. A presença da pesquisadora durante essas atividades permitiu a coleta sistemática de informações sobre práticas devocionais, interação social e circulação de visitantes, possibilitando uma análise aprofundada da experiência religiosa e turística no espaço.

A programação no complexo monumental dedicado a Santo Antônio compreendia apenas uma celebração às 19h, sendo este o momento de observação realizado pela pesquisadora. Destaco que no dia 13 de junho, as observações concentraram-se exclusivamente no município de Barbalha, data dedicada à devoção ao santo. Do mesmo modo ocorreu no dia 02 de junho de 2024, ocasião do cortejo do Pau da Bandeira⁵.

Outro momento relevante de observação ocorreu por meio da participação nas reuniões do Conselho de Desenvolvimento do Turismo do Cariri (Condetur Cariri), as quais foram gravadas e transcritas, possibilitando a coleta de depoimentos de diversos atores envolvidos no setor turístico das cidades pesquisadas. Adicionalmente, a pesquisadora participou dos encontros de elaboração do Plano de Marketing Turístico, coordenados pelo SEBRAE, que incluíram oficinas e discussões sobre estratégias e potencialidades para o desenvolvimento do turismo nos três municípios. Esses encontros ocorreram em três ocasiões mensais, entre agosto e novembro de 2022, com a participação de membros da comunidade e de profissionais do setor turístico. Os planos resultantes dessas atividades também foram incorporados à análise documental da pesquisa, complementando os dados obtidos por observação e depoimentos.

c) Diário de campo – é uma técnica que orienta o pesquisador na familiarização com o contexto de pesquisa, realizando anotações sobre o que é observado. A partir dos seus escritos, é possível refletir sobre as práticas realizadas, bem como se familiarizar com as atividades dos praticantes e entender alguns aspectos do objeto investigado (Rocha & Eckert, 2008). Procedendo à observação participante, foram realizados registros de todos os eventos do dia a dia no campo estudado, contendo as observações e reflexões acerca das expressões e ações dos sujeitos, que foram descritas e posteriormente comentadas. Ao todo foram catalogadas 38 notas de campo, as quais foi relatado as observações realizadas pela pesquisadora acerca da quantidade aproximada de pessoas, ambulantes ou outros comércios que estavam acontecendo

⁵ O cortejo do Pau da bandeira de Santo Antônio é considerado patrimônio imaterial de Barbalha, sendo o dia de maior movimentação turística do município.

no local, a existência de vans, ônibus ou outros veículos utilizados para transporte turístico, a presença de pessoas realizando orações.

Apesar do objetivo desta etapa não haver a intenção em realizar entrevistas com visitantes, eventualmente aconteciam conversas informais, em que se investigava a origem das pessoas que estavam nos monumentos. Também acontecia que estes mesmos visitantes tiravam alguma dúvida sobre a localização dos banheiros ou dos velários. Estas situações também eram registradas no diário com o objetivo de auxiliar a recordação de algum detalhe quando fosse o momento de realizar a análise.

d) Entrevistas utilizando roteiros semiestruturados – esta é uma forma de interação social entre o pesquisador e os sujeitos da pesquisa em que é possível se obter as informações acerca do que os entrevistados sabem, acreditam, esperam, sentem, fazem ou explicam, e suas percepções a respeito do fenômeno investigado (Collis & Hussey, 2005). Foi utilizado um roteiro semiestruturado (Apêndice A) permitindo que fosse pautado pontos de interesse da pesquisa pretendida, e sendo inserida novas questões, de acordo com as atitudes dos respondentes.

O roteiro semiestruturado utilizado nas entrevistas buscou averiguar tanto aspectos pessoais e profissionais dos entrevistados, quanto percepções e avaliações sobre o turismo religioso nos municípios de Crato e Barbalha. As questões investigaram o perfil dos participantes, incluindo sua origem, trajetória profissional e tempo de atuação no setor turístico, bem como suas impressões sobre os municípios e os projetos (públicos ou privados) em desenvolvimento para a atividade. Também foram exploradas as percepções a respeito da construção dos monumentos religiosos (Santo Antônio ou Nossa Senhora de Fátima), abordando desde o processo de escolha e implantação até a repercussão junto à população local e visitantes. Ademais, buscou-se compreender as dificuldades enfrentadas na gestão e manutenção dos monumentos, o papel da Igreja, da gestão pública e da iniciativa privada, além do perfil dos turistas e romeiros que frequentam os espaços. Por fim, o questionário contemplou a dinâmica das festas religiosas, em especial a de Santo Antônio, sua relevância para o calendário cultural e turístico, bem como a relação entre os municípios do eixo Crajubar e as perspectivas ideais para o fortalecimento do turismo religioso regional.

Com o intuito de manter a confidencialidade dos entrevistados, os participantes da pesquisa tiveram seus nomes preservados e foram agrupados e numerados de acordo com o setor que fazem parte sendo eles **Atores Públicos (AP)**, que correspondem aos servidores públicos incluindo os representantes do legislativo e secretários; os **Atores do Trade (AT)**, que

corresponde aos gestores de empreendimentos turísticos, ambulantes e guias de turismo que atuam no entorno dos monumentos; e, os **Atores Religiosos** (AR) direcionado aos párocos e membros de conselhos paroquiais envolvidos nas atividades eclesiais.

Quadro 3 – *Codificação dos entrevistados*

Grupos entrevistados	Código	Quantidade de entrevistados
Atores Públicos	AP	08
Atores Religiosos	AR	05
Atores do Trade	AT	06

Fonte: Elaborado pela autora, 2025.

Foram realizadas 19 entrevistas que somaram quase 17 horas de gravação. Além da participação em duas reuniões do conselho com pouco mais de 03 horas, o que originou 182 páginas de transcrição que foram lidas, em seguida selecionadas as falas que indicavam as categorias estudadas, analisando aspectos que envolviam a gestão privada, pública e eclesial, práticas de governança, infraestrutura e do histórico dos monumentos.

Análise dos dados

A análise documental foi realizada conforme as etapas propostas por Schreier (2014) tendo a preocupação com o significado e a interpretação do material simbólico, conferindo importância ao cenário enquanto condicionante destes significados e situando a fala dos atores sociais em seu contexto com a finalidade de ser melhor compreendida, tomando como base o campo da especificidade histórica e totalizante que a produziu.

A análise de conteúdo qualitativa, conforme definida por Schreier (2014), é uma abordagem sistemática e interpretativa de categorização de dados que busca tornar compreensível o material empírico com base em significados relevantes para a pesquisa. Em contraste com a proposta clássica de Bardin (2011), centrada na codificação do conteúdo manifesto por meio de etapas fixas, a perspectiva de Schreier enfatiza a flexibilidade analítica e a interpretação dos significados latentes, permitindo maior sensibilidade às complexidades do fenômeno estudado.

A análise dos documentos seguiu as seguintes etapas da pesquisa qualitativa de conteúdo orientada por Schreier (2014): seleção do material; pré-análise por meio de leitura flutuante, considerando categorias analíticas preestabelecidas; novas leituras, inferindo e interpretando os achados junto ao aporte teórico utilizado, sendo possível avaliar as categorias

elegidas resultando sua modificação/adaptação; e por fim, análise principal com a apresentação e interpretação dos resultados.

Antes de iniciar o processo analítico, foi realizado o levantamento bibliográfico acerca dos temas que abrangem o contexto teórico metodológico, entre eles turismo religioso, monumentos, e, políticas públicas de turismo, sobre os quais vários autores foram consultados sendo apresentados ao longo das discussões. De forma simultânea foi realizada uma busca documental quanto os aspectos históricos e políticos dos municípios de Crato, Juazeiro do Norte e Barbalha, assim como das principais políticas públicas do estado do Ceará que abordam a construção de monumentos religiosos e fomento ao turismo. O levantamento histórico do município de Juazeiro do Norte se deve a influência que exerce sobre as cidades vizinhas, uma vez que Crato e Barbalha fazem parte da região metropolitana de Juazeiro e a formação das três cidades está imbricada historicamente.

Por se tratar de um estudo múltiplo de casos, a partir de uma análise comparativa acerca dos motivos que levaram a construção dos monumentos de Nossa Senhora de Fátima em Crato e Santo Antônio em Barbalha e a articulação dos atores públicos, privados e eclesiais na governança turística de ambos, foram realizadas durante a pesquisa, observações dos eventos religiosos que ocorrem nos dois municípios, além de visitas aos monumentos estudados a fim de observar o fluxo de pessoas que frequentam os dois monumentos acima citados, tanto em dias em que a cidade de Juazeiro está realizando suas tradicionais romarias, nas datas festivas de Crato e Barbalha, e em finais de semana.

Dando continuidade, foram realizadas consultas junto aos órgãos municipais de turismo dos municípios de Crato e Barbalha, com o objetivo de obter acesso a projetos de implantação dos monumentos, bem como a informações relativas às ações de gestão pública voltadas aos espaços onde essas estruturas foram instaladas. Além disso, foram analisadas atas de reuniões das câmaras municipais, com o intuito de identificar deliberações legislativas relacionadas às obras e ao planejamento dos referidos equipamentos.

Nesta fase, teve início o processo de realização de entrevistas com atores políticos e eclesiais responsáveis pela manutenção e organização das celebrações realizadas nos monumentos, bem como com comerciantes locais e demais agentes do trade turístico, cujas narrativas contribuíram para a compreensão da realidade investigada. Para a condução das entrevistas, utilizou-se um roteiro semiestruturado, composto por questões-chave previamente elaboradas, o qual foi adaptado de acordo com as respostas e especificidades dos entrevistados.

Foram selecionados documentos em formato físico e digital, entrevistas semiestruturadas, relatórios produzidos a partir da observação participante e registros

fotográficos. Esse conjunto de materiais, composto por reportagens, atas de reuniões, memorandos, transcrições das entrevistas e anotações de campo, foi sendo incorporado gradualmente à análise, contribuindo para a construção interpretativa da pesquisa e para a compreensão dos processos relacionados à dinâmica turística e à apropriação dos monumentos nos contextos investigados, conforme indicado no quadro 4.

Quadro 4 - Material empírico analisado

Método/Técnica	Descrição	Quantidade
Análise Documental	Publicações Oficiais - Planos e projetos da gestão pública relacionados ao fomento turístico do estado do Ceará	07
	Publicações em Diário Oficial (legislações)	11
Entrevistas	Transcrição de entrevistas (16h 47m 50s)	19
Observações e conversas informais	Diário de Campo	38

Fonte: Elaborado pela autora, 2025

Essa análise preliminar destinada à identificação da relevância dos dados, procedeu-se à etapa de organização e classificação do material empírico, orientada pelos objetivos do estudo e pelo referencial teórico adotado, centrada na interpretação da conjuntura histórica, social, econômica e política dos municípios estudados e possibilitou a definição de categorias analíticas provisórias, a saber: monumentos (abrangendo aspectos como motivação, infraestrutura e atratividade turística) e ações de gestão empreendidas por atores públicos, privados e eclesiais.

Novas leituras com inferências e interpretações junto ao aporte teórico possibilitou a sistematização das informações, favorecendo uma interpretação crítica e aprofundada do fenômeno investigado, o que resultou a evidência de outras categorias de análise surgidas a posteriori, que foram: a construção social dos atrativos turísticos e as práticas de governança protagonizadas pelos atores do campo turístico.

Com base nesse processo de organização e sistematização dos dados, e visando responder de forma adequada aos objetivos da pesquisa, procedeu-se à elaboração do quadro de referência, no qual foram apontadas as categorias de análise de acordo com os objetivos do estudo. Conforme exposto, esse instrumento metodológico foi construído a partir de leituras reiteradas do material textual gerado pela pesquisa, em que foram identificados eixos temáticos que representam os principais temas emergentes que contribuem para a compreensão mais detalhada e segmentada do fenômeno investigado.

A definição dessas categorias considerou tanto os pressupostos teóricos adotados quanto os dados empíricos, assegurando a articulação entre referencial conceitual e evidências do

campo. As categorias organizadas e descritas de forma sistemática no quadro 5 orientaram a análise interpretativa do material.

Quadro 5 – *Quadro de referência para codificação e operacionalização da pesquisa*

OBJETIVO GERAL: Analisar a articulação entre os setores público, privado e eclesial na governança dos monumentos católicos, enquanto atrativos turísticos religiosos nos municípios de Crato (CE) e Barbalha (CE).			
OBJETIVOS ESPECÍFICOS	CATEGORIAS DE ANÁLISE	PRINCIPAIS REFERÊNCIAS	TÉCNICAS DE COLETA
Situar as distinções conceituais entre turismo religioso, peregrinação e romaria, articuladas ao contexto da governança das políticas públicas de turismo na região do Cariri cearense	Turismo religioso Peregrinação Romaria	Abumanssur (2003) Oliveira (2004) Cordeiro (2010) Collins-Kreiner (2020) Shinde (2024)	- Pesquisa documental em documentos oficiais, planos de governo, <i>websites</i>; - Diário de campo; - Entrevistas com roteiros semiestruturados
Examinar as políticas públicas de turismo voltadas à construção de monumentos católicos no Ceará e suas implicações sociopolíticas, incluindo possíveis usos político-eleitorais.	Monumento Atrativos turísticos	Lew (1987) MacCannell (1999) Eliade (2002; 2016) Choay (2017) Oliveira <i>et al.</i> (2020)	
Compreender o contexto histórico, social e eclesial da construção de monumentos católicos nos municípios de Crato e Barbalha e a atuação dos atores envolvidos no fomento ao turismo religioso.	Ações dos atores públicos, privados e eclesiais	Velasco González (2008, 2010, 2016) Bramwell (2004) Hall (2011) Hall; Jenkins (2004) Dredge; Jenkins (2011)	
Caracterizar os tipos de governança turística em Crato e Barbalha e suas dimensões na gestão dos monumentos católicos enquanto atrativos.	Práticas da governança turística	Coutinho; Nóbrega (2019) Trentin (2016)	

Fonte: Elaborado pela autora, 2025

A tese estabelece um diálogo entre as dimensões simbólica, política e econômica, permitindo compreender os monumentos católicos como espaços multifuncionais. O simbólico refere-se à devoção e às práticas religiosas; o político, ao uso desses espaços como instrumentos de poder e barganha eleitoral; e o econômico, à função dos monumentos como atrativos turísticos, cuja utilização pode ser orientada por políticas públicas e práticas de governança. Essa análise integrada oferece uma perspectiva crítica sobre como fé, poder e economia interagem, favorecendo ou tensionando o turismo religioso no Cariri cearense.

1. Turismo Religioso e Incongruência das Políticas Públicas no estado do Ceará

1.1. Turismo Religioso e peregrinações – parentes em ancestralidade

A inter-relação entre turismo e religião configura-se como um campo fértil de investigação, marcado por múltiplas possibilidades interpretativas e por uma complexidade de significados. Trata-se de um universo permeado por ambiguidades, tensões, contradições e hibridismos, que se manifestam nas práticas e discursos em torno de fenômenos como as peregrinações, romarias, religião institucionalizada e expressões de religiosidade popular (Steil & Carneiro, 2008).

O turismo constitui um campo de estudo complexo e interdisciplinar, cuja compreensão ultrapassa a noção reducionista de lazer. As motivações que levam as pessoas a se deslocarem são múltiplas: religiosas, culturais, afetivas, profissionais, políticas, de descanso, e refletem dinâmicas sociais e simbólicas diversas. Dessa forma, a experiência turística não pode ser entendida de maneira uniforme, pois varia conforme os contextos e finalidades que orientam cada deslocamento. Percebe-se que não há um regramento exato na classificação dos segmentos, sendo definida a partir das diretrizes institucionais e das estratégias de gestão e promoção adotadas pelos destinos, o que influencia diretamente o planejamento e os investimentos públicos e privados no setor.

No contexto das políticas públicas brasileiras voltadas ao setor turístico, o Ministério do Turismo (2021) reconhece onze segmentos como principais nichos de mercado: turismo cultural, ecoturismo, turismo de estudos e intercâmbio, turismo rural, turismo náutico, turismo de esportes, turismo de aventura, turismo de negócios e eventos, turismo de pesca, turismo de sol e praia, e turismo de saúde. O turismo religioso, nesse escopo, é compreendido institucionalmente como um desdobramento do turismo cultural, o que evidencia uma tentativa de enquadramento técnico-burocrático da diversidade de práticas e motivações que caracterizam o fenômeno turístico no Brasil.

Contudo, essa classificação oficial carrega implicações importantes no que diz respeito à compreensão do próprio conceito de turismo cultural. Muitas vezes, observa-se uma mitificação dessa categoria, reduzindo-a à aquisição de conhecimentos formais sobre o patrimônio histórico e artístico, o que desconsidera a amplitude do conceito de cultura como expressão viva das práticas sociais cotidianas. Sob essa perspectiva restritiva, negligencia-se o fato de que toda forma de organização social constitui uma prática cultural.

Considerando essa concepção ampliada, toda atividade turística pode ser categorizada

cultural, já que envolve interação entre sujeitos de diferentes contextos, mobilizando valores, saberes e modos de vida. Independentemente do segmento motivador do deslocamento – seja ele ecoturismo, turismo de compras ou de sol e praia – todas as práticas sociais envolvidas na experiência turística se inscrevem no domínio da cultura, não se restringindo aos aspectos formais ou acadêmicos do conhecimento (Rodrigues, 2001).

À primeira vista, o turismo religioso é considerado um segmento de mercado estruturado nas viagens por motivações religiosas, no entanto, seu conceito é bem mais amplo do que um deslocamento com o objetivo de orações, romarias, peregrinações, ou que ele seja um adendo do turismo cultural, em que turistas que se dirigem a locais de devoção, o fazem para adquirir conhecimentos.

A prática turística, dentro da temática religiosa, tem assumido uma ideia de um “turismo pós secular” que transcende o viajar por dever religioso em oposição à viagem de diversão, pois as motivações deram lugar às experiências de viagem, em que cada deslocamento pode propiciar uma resposta diferente. Sendo assim, os destinos podem ser identificados de maneiras distintas. No caso do turismo religioso, pode ser vivenciado como espiritual, patrimonial, de peregrinação, sombrio, entre outros (Collins-Kreiner, 2020).

Sendo assim, a especificidade de uma viagem não encerra suas possibilidades de manifestações e interesses, pois assim como a religião, outros motivos podem e devem estar presentes nas motivações dos viajantes, o que torna necessário reavaliar determinados conceitos que são colocados em sua maioria para satisfazer necessidades mercadológicas (Steil, 2003b).

A compreensão das dinâmicas do turismo religioso exige um olhar atento aos elementos simbólicos, culturais e sociais que estruturam essa modalidade de deslocamento. O turista, ao se afastar de seu ambiente habitual, constrói sua experiência a partir da escolha subjetiva dos atrativos que deseja vivenciar, alguns se engajam diretamente nos rituais e práticas de fé inerentes à religião que motiva a viagem, enquanto outros limitam-se à contemplação estética e histórica dos monumentos, templos e demais edificações religiosas. O fato é que, independentemente da motivação central do deslocamento, turismo e religião se revelam profundamente entrelaçados.

Em grande parte dos destinos turísticos, mesmo quando não se enquadram formalmente no segmento religioso, é comum encontrar igrejas, capelas ou templos compondo o cenário local. Em muitos casos, as festividades em honra ao padroeiro constituem-se como os principais, ou mesmo os únicos, atrativos turísticos da localidade (Oliveira, 2004).

Ainda que alguns discursos insistam em estabelecer uma separação entre os dois campos, observa-se que santuários, monumentos e celebrações de cunho religioso são

frequentemente incorporados aos roteiros e materiais promocionais dos destinos turísticos. Essa presença reiterada revela uma fusão de interesses e sentidos que desafia fronteiras conceituais rígidas.

O turismo, enquanto fenômeno multifacetado e dinâmico, ocupa posição de destaque no cenário global por sua capacidade de promover desenvolvimento econômico, social, cultural e territorial. Tal potencial, entretanto, está condicionado à forma como os destinos e seus atrativos são explorados, especialmente no que diz respeito à preservação dos valores ambientais, culturais e sociais das comunidades anfitriãs (Rodrigues, 2001).

Nesse panorama, a segmentação turística emerge como uma estratégia fundamental na estruturação e promoção de produtos turísticos. Ao permitir o posicionamento do destino e a adequação das ofertas às expectativas do público-alvo, ela contribui para qualificar a experiência do visitante e alinhar os atrativos locais aos desejos, valores e motivações dos diferentes perfis de turistas (Dolnicar, 2020).

Trata-se de uma estratégia de marketing com objetivo de identificar determinado grupo de compradores e direcionar esforços para satisfazer seus interesses de forma mais eficiente, aumentando a eficácia da publicidade, promoção, vendas e relações públicas (Kotler, 2000). E, não apenas o mercado, mas também a gestão pública, tem utilizado a ferramenta da segmentação para auxiliar na formulação de políticas públicas e no planejamento de destinos e espaços de interesse turístico (Dolnicar, 2020).

A segmentação do mercado turístico permite adequar o destino a um público-alvo específico, favorecendo a redução de custos e promovendo uma maior sinergia entre vendedor e comprador. No entanto, alguns destinos oferecem uma variedade de possibilidades turísticas, e concentrar esforços e investimentos em uma única segmentação pode limitar os recursos e desperdiçar oportunidades de atrair diferentes perfis de visitantes. Por isso, os destinos devem buscar estratégias que integrem os diversos potenciais existentes, equilibrando investimentos e oportunidades.

A segmentação turística pode ser entendida como uma ferramenta analítica, que oferece uma leitura classificatória e funcional da realidade socioeconômica do destino. Nesse sentido, ela orienta decisões de gestão e investimento, funcionando como um primeiro olhar que deve ser associado a outros segmentos. Assim, forma-se uma trama turística capaz de refletir a mobilidade e a diversidade das visitas, contribuindo para uma compreensão mais ampla da dinâmica do turismo.

Sendo assim, o pano de fundo da fé não exclui outras motivações e atividades, pois o turismo religioso vem acompanhado de outros segmentos turísticos que abrangem por exemplo,

experimentar comidas típicas de uma localidade (turismo gastronômico), visitar áreas rurais, apreciar artefatos e grupos culturais, contemplar a natureza (ecoturismo), ou ainda realizar práticas de aventuras (Oliveira, 2004).

Corroborando, portanto, com esta compreensão acerca da segmentação turística, em que durante uma viagem não se consegue direcionar apenas para um tipo de turismo, o turista que se dirige ao Cariri, mesmo os que se consideram romeiros, viajando com a motivação principal da devoção, tendem a expandir suas atividades para momentos diversos, entre eles os de recreativos e de compras, vivenciando outros aspectos do destino:

O romeiro, ele não vem aqui só para rezar, faz parte do objetivo do romeiro participar da celebração, fazer sua confissão, como eles dizem: ‘deixar os pecados em Juazeiro e voltar como uma pessoa nova’, mas também o romeiro vem para ir ao comércio, ele vem pra visitar os balneários, o romeiro ele foi criando seu caminho nos chamados ‘lugares de visitação’. Quando o romeiro chega, o primeiro lugar é a Casa da Mãe das Dores, a basílica, depois eles visitam os espaços franciscanos, salesianos, a igreja onde está sepultado o Padre Cícero, a Colina do Horto, mas o romeiro também vai na Cajuína, aos engenhos, embora hoje são poucos, mas em Barbalha ainda tem, os balneários, ou seja, ele consegue nos dias que eles passam aqui, dividir, fazer a sua programação que abrange todos estes espaços (AR02).

No âmbito do turismo religioso há motivações distintas, que seriam um turismo cultural de patrimônio religioso e um turismo religioso de peregrinação, ambos coexistindo no mesmo território, tanto pela materialidade das construções e monumentos como pelas narrativas e práticas de rituais simbólicos, compondo a imaterialidade desse patrimônio, que se entrelaçam num ponto de intersecção, complementando a motivação do turista.

A própria Igreja católica, acreditando na importância e influência da atividade turística para a religião, seja pela captação de novos fiéis ou pelos recursos financeiros provenientes das visitas dos turistas, criou a Pastoral do Turismo. Essa pastoral define que a prática turística promove a compreensão da cultura dos povos viabilizando o encontro de religiões e indivíduos distintos, permitindo que se tenha um maior conhecimento da diversidade de hábitos e características dos diversos grupos sociais, contribuindo assim para um diálogo cultural que fomenta a paz e a integração dos povos (CNBB, 2009).

A religião, em sua dimensão mística, de crença, devoções, ritos e fé, está presente desde os primórdios da existência humana, sendo o *homo religiosus* uma qualidade intrínseca de sua condição. A celebração religiosa atua como uma retomada de um evento primordial, que ao ser revivido permite sua atualização simbólica, tornando presente o tempo sagrado. A cada festividade comemorada, são lembrados os mitos e as simbologias relacionados a determinada religião (Eliade, 2016).

Nesse contexto, é importante reconhecer que os sentidos de religiosidade têm se tornado progressivamente mais plurais, seculares e individualizados. A religião, longe de constituir uma entidade fixa, é moldada pelas dinâmicas sociais, pelos valores culturais e pelas crenças pessoais de cada indivíduo. Com isso, o significado da religiosidade transcende os limites das tradições formalmente instituídas, como o cristianismo, islamismo, hinduísmo ou budismo, passando a incorporar formas mais amplas e subjetivas de fé, espiritualidade e pertencimento simbólico. Essa ampliação conceitual desafia classificações rígidas e exige abordagens analíticas mais sensíveis à diversidade de práticas e sentidos atribuídos pelos sujeitos contemporâneos às suas vivências religiosas e turísticas.

A religião é uma instituição social que aborda a realidade transcendental, utilizando-se de diferentes signos, símbolos, mitos e ritos numa repetição dinâmica, que envolve valores, comportamentos e crenças dentro de dimensões éticas, sociais, culturais e políticas. Enquanto a religiosidade ocorre por meio de manifestações sincréticas e livres, como um atributo humano em busca do sagrado motivada por interesses individuais como negociações de problemas cotidianos, entendimentos com as divindades (Rodrigues & Gomes, 2014).

Religiões lidam com o sobrenatural, com realidades misteriosas e incompreensíveis, sendo, portanto, uma especulação acerca de situações que escapam às explicações da ciência. Aliado a isso, há a ideia da divindade, em que seres superiores estão por trás daquilo que é sobrenatural. A religião teria por objeto regular a relação dos homens comuns com estes seres especiais, e para isso, são utilizados preces, sacrifícios, ritos na intenção de convencê-los e comovê-los por meio das invocações, oferendas e sacrifícios (Durkheim, 1996).

Enquanto a espiritualidade está imbricada no relacionamento com o transcendente, é o fenômeno em que o indivíduo busca uma intimidade diária, voluntária e prazerosa de autoconhecimento e do conhecimento do outro. É uma dimensão que antecede a religião e as práticas religiosas uma vez que não necessariamente precisa incluir uma crença em algum deus, mas um entendimento sobre a vida e seus significados (Rodrigues & Gomes, 2014).

A religiosidade é uma crença ou devoção a uma religião específica, relacionada a uma espécie de compromisso com determinada doutrina religiosa, envolvendo o engajamento aos dogmas por ela indicados, assim como por suas práticas institucionalizadas a exemplo de orações, cantos e outros ritos (Vale, 2021).

Os indivíduos têm ido a locais considerados religiosos motivados por significados pessoais, que variam desde uma vivência espiritual; a curiosidade sobre a experiência devocional de um grupo; ou suprir necessidades de lazer fora de seu cotidiano. Ou seja, existem aqueles cuja crenças espirituais se alinham ao destino visitado e viajam para se envolver nas

práticas espirituais e há aqueles cuja crenças são distintas, e são motivados pela novidade e oportunidade em apreciar artefatos, edifícios e costumes religiosos diversos (Choe, 2024).

No universo das práticas religiosas e turísticas, manifesta-se a tensão, mais do que a oposição, entre o sagrado e o profano. Tradicionalmente concebidos como domínios distintos, em que o sagrado abrange aquilo que se relaciona às crenças, mitos e rituais, e o profano designa o que se situa fora desse campo, esses conceitos são, contudo, interdependentes e complementares.

Embora Durkheim (1996) tenha destacado a heterogeneidade entre ambas as esferas, compreende-se que sua relação não se estabelece apenas em termos hierárquicos, mas por meio de uma dinâmica simbólica em constante negociação. Assim, o sagrado e o profano coexistem, entrelaçando-se na experiência social e, particularmente, nas manifestações do turismo religioso, onde o espaço devocional também se torna espaço de circulação, encontro e consumo simbólico.

Os fenômenos religiosos estruturam-se, fundamentalmente, em torno de dois elementos: as crenças, relacionadas ao pensamento e às representações coletivas do sagrado; e os ritos, vinculados à ação, isto é, aos modos de agir prescritos por essas crenças (Durkheim, 1996). No entanto, essa distinção clássica, embora útil para compreender a organização simbólica da religião, não esgota a complexidade das experiências religiosas contemporâneas.

Em diferentes contextos, como nas práticas devocionais, nas expressões populares de fé ou nas formas híbridas de turismo religioso, observa-se que a religiosidade também se manifesta por meio de dimensões afetivas, estéticas e performativas que ultrapassam o enquadramento entre crença e rito, revelando a pluralidade e a dinamicidade do sagrado.

As práticas de devoção, as peregrinações e o modo como as pessoas se apropriam simbolicamente dos monumentos católicos mostram uma religiosidade popular em que a fé, emoção e sentimento de pertencimento ao território se misturam, revelando que o sagrado é vivido de forma plural e dinâmica, muito além das classificações tradicionais.

A experiência e o estado mental de um visitante podem variar significativamente ao longo do tempo e em função de características pessoais, influenciando tanto a intensidade quanto a natureza das vivências enfrentadas. Nesse sentido, para alguns, o deslocamento resume-se ao conhecimento de um lugar: mais um ponto turístico adicionado ao repertório de memórias. Já para outros, a experiência pode despertar uma conexão íntima com a fé, como evidenciado nos estudos de Poria, Butler & Aire (2004) e Collins-Kreiner (2010).

Sendo assim, a peregrinação configura-se como um fenômeno subjetivo, no qual impressões individuais, necessidades espirituais e trajetórias de vida desempenham papel

central na sua definição e classificação. E desde sua origem, estão associadas a visitas aos lugares sagrados no intuito de ver e tocar, percebendo o transcendental como realidade, dirimindo incertezas; também são realizadas práticas de piedade e veneração com o objetivo de redimir seus pecados. Há ainda, os pedidos de cura e de gratidão pelos benefícios alcançados (Cordeiro, 2010).

Historicamente, as peregrinações envolvem aspectos diversos como a manutenção ou construção de identidades culturais e religiosas; disputas por apropriações de lugares sagrados; discursos sobre o sofrimento físico, o corpo e a cura; condutora da memória na invocação de crenças, tradições e rituais; representação cultural; e, a relação com o Turismo criando contextos de disputas e conflitos com discursos religiosos e seculares (Cordeiro, 2010).

O ato de peregrinar a um santuário ou local sagrado é bem mais antigo do que a ideia contemporânea de turista - viajante a lazer com retorno ao ponto de partida, que só passou a ser amplamente discutido a partir dos anos 1970. Até então, religião e turismo eram abordados como assuntos separados, cenário que foi mudando, principalmente quando o turismo religioso assumiu um nicho de mercado mais proeminente (Collins-Kreiner, 2010).

A peregrinação envolve significados responsáveis por impulsionar os indivíduos a realizarem uma espécie de caminho de volta à suas origens ou ao encontro de forças místicas capazes de renovar o sentido da existência do peregrino, sendo assim, são percursos cheios de reflexões que resultam na ideia de sacrifício e penitência, mesmo que motivados por sentimentos de gratidão por pedidos alcançados. Nesse percurso, é comum que os peregrinos se submetam a desconfortos, privações e abrigos precários, seguindo rituais como percorrer os locais considerados sagrados, santificar objetos pessoais ao colocá-los em contato com relíquias das entidades de devoção e participar de cerimônias marcadas por orações coletivas (Cordeiro, 2010).

As primeiras peregrinações cristãs passam a se desenvolver em locais onde aqueles considerados como santos e mártires estavam enterrados, movimento que foi se ampliando à medida que partes de seus corpos, assim como alguns objetos eram espalhados em outros locais, surgindo santuários que passavam a atrair peregrinos, que além de cumprir os rituais também realizavam doações de bens e dinheiro para sua manutenção (Cordeiro, 2010). A exemplo de Santiago de Compostela, que se configura como um dos locais de peregrinação mais visitados.

Peregrinações são percursos em direção ao divino. E o deslocamento pode se dar em rituais de maior extensão geográfica (romarias) ou no plano do roteiro curto e simbólico, num ponto de vista metafórico em busca de um autoconhecimento (procissões). Em ambos os casos, o praticante está em busca de uma aproximação com o transcendental e acompanha experiências

físicas potentes, capazes de produzir essa integração de si com o cosmo.

O termo romaria também é utilizado enquanto sinônimo de peregrinação, e sua origem vem do latim “*romaeu*” e surgiu para designar as pessoas que iam a Roma. Portanto, os romeiros têm uma origem cristã, e faz menção a Roma, que foi referência por muitos anos aos seguidores do cristianismo, assim como Jerusalém, sendo atualmente a cidade matriz do catolicismo. As romarias se fundamentam na ideia de que os visitantes que se dirigem a um determinado local considerado santo, receberão benefícios especiais (Cordeiro, 2010).

Na Idade Média, a Igreja católica passou a descrever as romarias como práticas descoladas da regulação institucional, misturando hábitos pagãos aos rituais religiosos. Os excessos no pagamento de promessas e atitudes penitenciais, o envolvimento em espetáculos profanos e outras atividades noturnas que envolviam bebedeiras, sexo e desordem levou as autoridades eclesiásticas a criarem uma distinção entre romaria e peregrinação (Sanchis, 2006; Cordeiro, 2010).

Steil (2003a) observa que romarias e peregrinações envolvem deslocamentos marcados por experiências imersivas no sagrado. O autor distingue as peregrinações como vivências individuais, voltadas à transformação interior e à busca mística de si, enquanto as romarias seriam trajetos coletivos, ligados a festas e eventos devocionais, frequentemente organizadas por instituições religiosas e com participação da esfera político-administrativa.

No entanto, essa distinção não deve ser tomada de forma rígida, pois experiências coletivas podem coexistir em peregrinações tradicionalmente consideradas individuais, assim como trajetos comunitários podem incluir dimensões introspectivas e pessoais. Essa perspectiva sugere que a análise de tais práticas deve considerar contextos variados e novas formas de religiosidade, reconhecendo a pluralidade das experiências e a fluidez das categorias propostas.

Para Sanchis (2006), a romaria configura-se como uma manifestação religiosa popular orientada à “sacralização” da existência humana em sua dimensão profana. Trata-se de uma vivência lúdica, que envolve festa, encontros, dança, comida e bebida. Por essa razão, muitas vezes é associada ao paganismo, embora também esteja vinculada ao pagamento de promessas e a práticas penitenciais. A peregrinação, por sua vez, corresponde a um modelo institucional. É entendida como uma transfiguração “sacramental”, sublimada pelos ritos eclesiásticos oficiais, constituindo uma manifestação estritamente religiosa, regulada pela autoridade da Igreja.

Neste contexto, a dicotomia entre peregrinação e turismo torna-se cada vez mais tênue, uma vez que os visitantes combinam comportamentos e expectativas típicos de ambos os perfis. Muitos procuram vivenciar momentos de contemplação e expressar gratidão ou solicitar

bênçãos, ao mesmo tempo em que valorizam as dimensões estética, simbólica e cultural das experiências religiosas. Essa experiência integrada inclui a apreciação da arquitetura sacra, a participação em festivais, a observação de rituais e performances, bem como o contato com elementos da culinária típica e a imersão na atmosfera espiritual desses espaços (Shinde, 2024).

O turismo religioso emerge da articulação entre práticas devocionais e uma dimensão econômica sustentada por uma infraestrutura de serviços e lazer. Essa dimensão, embora introduza novas lógicas organizativas e de consumo, não anula o caráter sagrado das romarias e peregrinações; antes, reconfigura suas formas históricas, evidenciando como a tradição religiosa é constantemente ressignificada diante das transformações sociais e econômicas (Sanchis, 2006).

Esta complexa relação entre religião e turismo pode ser sintetizada pela célebre afirmação de Turner e Turner (1978, p. 20): “um peregrino é metade turista, e um turista é metade peregrino”, perspectiva que ressalta a fluidez entre as motivações que orientam o deslocamento de indivíduos em direção a lugares considerados sagrados.

Assim, o turismo religioso possui uma raiz peregrina motivada continuamente pelo exercício da celebração, em que o turista retorna a casa paterna/materna, vivificando as cidades para celebrar as festas religiosas ou rituais religiosos, reforçando além da fé, a vida em grupo. Apesar das motivações individuais, a peregrinação tem um viés coletivo, em que grupos sociais unem-se para este exercício de fé e gratidão, com isso, o significado da fé vai se misturando ao de festa celebração, se distanciando do sagrado e dando origem ao lado profano (Oliveira, 2004).

A prática turística está relacionada com as experiências que o viajante vivência durante seu deslocamento, é a saída do seu entorno habitual em busca de lazer mas também de conhecimento e contato com novas culturas; o peregrino no entanto, está em busca de um encontro íntimo, uma identidade espiritual que consegue alcançar quando está em contato com os símbolos sagrados, sejam locais ou monumentos, e por que não com outros devotos que possuem o mesmo objetivo (Collins-Kreiner, 2010), vivenciando o “*communitas*” em que peregrinos, por estarem reunidos com o mesmo propósito de uma viagem sagrada, sentem-se temporariamente iguais (Turner & Turner, 1978; Cordeiro, 2010).

Romarias e peregrinações são categorias que possuem uma origem semelhante, chegando a ser interpretadas como sinônimos. No entanto, aqueles que as praticam nem sempre as identificam como iguais, sendo que essa distinção se configura como uma percepção individual carregada de especificidades microsociológicas (Cordeiro, 2010).

Deste modo, é cada vez mais difícil sustentar uma concepção idealista de distinção, entre

romeiros, peregrinos e turistas religiosos, essas categorias têm se tornado cada vez mais fluidas, à medida que práticas devocionais passam a incorporar simultaneamente experiências espirituais, simbólicas e turísticas, diluindo as barreiras entre religiosidade e turismo.

Adicionalmente, o turismo religioso se insere em um contexto mercadológico moderno, voltado para a atração de um público com maior poder aquisitivo. Esse perfil de visitante não busca apenas vivências religiosas, mas também a infraestrutura de lazer e conforto oferecida pelos destinos turísticos, em acomodações estruturadas que incluem hospedagem, serviços e facilidades técnicas, distinguindo-se da ideia das peregrinações primitivas, que se baseavam exclusivamente na dimensão espiritual e não dependiam de condições turísticas formais para ocorrer.

O processo turístico adapta as práticas peregrinas conforme o contexto socioeconômico do fenômeno religioso em questão, deste modo, as viagens que possuíam um universo místico de peregrinação assumem uma estrutura de significados próprios ao universo laico das viagens contemporâneas (Steil, 2003a; Oliveira, 2004).

O deslocamento aos locais sagrados é um exercício de fé que remete ao costume dos antepassados que reconheciam uma força mística nestes espaços especiais, assim, a principal motivação da peregrinação está na fé individual e na manutenção da tradição familiar em que se deseja visitar os lugares que seus pais e avós costumavam ir (Oliveira, 2004).

A disponibilidade de tempo para o lazer, assim como o direito a férias tornaram-se demandas do cidadão contemporâneo e passaram a ser associados como necessários à saúde e bem-estar. Manifestações religiosas foram associadas ao uso do tempo livre, consequentemente a um novo tipo de lazer que favoreceu o aparecimento de um segmento turístico – o Turismo Religioso (Silveira, 2003).

Suriram novos padrões de religiosidade, devido a secularização da cultura, dando às ciências a autonomia de interpretar as religiões como fenômenos sociais, o que possibilitou a ascensão da categoria Turismo religioso. Nesse contexto, as peregrinações apresentam dimensões religiosas e turísticas que envolvem relações de lazer e consumo, assim como tensões e contradições vivenciadas pelos agentes envolvidos (Abumanssur, 2003; Cordeiro, 2010; Valiente; Romero, 2011).

Agências de viagem e demais empreendimentos do ramo turístico, passam a planejar e investir no Turismo Religioso, a partir do momento que percebem a viabilidade econômica deste segmento. Assim como hotéis confortáveis e até mesmo luxuosos, meios de transportes, estradas, restaurantes bem pontuados pela crítica gastronômica têm utilizado estes locais para comercializar seus produtos, além de toda a infraestrutura utilizada também nos demais

segmentos do turismo (Abumanssur, 2003).

Outro ponto relevante trata-se da percepção de que a prática turística pode ser associada a um sentimento de profanação dos locais sagrados, deixando de ser reconhecida como um vetor de dinamização desses espaços. O turismo pode atuar como instrumento de sacralização, pois, por meio dos chamados roteiros da fé, são incorporados aos locais diversos atributos religiosos materiais, capazes de atrair fiéis e estimular a preservação ou restauração desses espaços (Oliveira, 2004).

A sociedade muda a todo o tempo, e ao analisar fatos históricos é perceptível as transformações ocorridas ao longo dos séculos. Também a religião tem se transformado, assim como as maneiras de praticar a fé. Desse modo, os estudos do turismo e da religião carecem transcender as fronteiras disciplinares descartando a ideia de que um impossibilita o outro (Collins-Kreiner, 2020).

O turismo religioso envolve a compreensão das diferenças e relações entre turistas, turistas religiosos, peregrinos e romeiros nos espaços sagrados. Essa distinção constitui uma ferramenta importante para a governança de destinos religiosos, pois permite identificar as motivações, necessidades, expectativas e interesses desses sujeitos. Ao reconhecer se essas demandas são de caráter cultural, religioso ou ambos, gestores e atores envolvidos podem planejar e organizar melhor os serviços e experiências oferecidas (Sartori, 2022).

Não é uma tarefa fácil avaliar a dualidade entre o que é turismo e o que seria a devoção, mensurando o quanto uma pessoa pode estar envolvida em suas motivações devocionais ou apenas motivada pela frivolidade da viagem. Sendo possível afirmar que locais considerados sagrados se tornaram ponto de encontro entre aqueles que valorizam os significados culturais; aqueles que são movidos pela curiosidade; e aqueles que buscam realizar experiências religiosas (Valiente & Romero, 2011).

Supondo que fosse possível ilustrar uma escala classificando os visitantes de locais religiosos, seriam apontados três grupos: peregrinos tradicionais; os membros de excursões religiosas organizadas por grupos religiosos; e os turistas em massa que tem o interesse apenas em marcar locais no seu itinerário de férias (Nolan & Nolan, 1989; Collins-Kreiner, 2010). O viés religioso cria para alguns destes viajantes um vínculo, ou até mesmo uma obrigação de realizar essa viagem periodicamente, por isso, muitos não querem ser considerados turistas, que estão ali por obra do acaso, da curiosidade ou do lazer, mas estão movidos pelos laços sagrados, da afetividade à sua devoção.

Durante a permanência no destino, o visitante tende a assumir diferentes compromissos e atividades que, gradualmente, diluem as fronteiras entre o turista e o peregrino. A experiência

vivenciada torna-se múltipla e dinâmica, composta tanto por práticas religiosas quanto por atividades turísticas e de lazer, evidenciando a heterogeneidade de motivações presentes nesse tipo de deslocamento. Dessa forma, as experiências são graduadas conforme o grau de envolvimento espiritual: enquanto alguns visitantes se dedicam exclusivamente à oração, outros conciliam momentos de fé com visitas a espaços históricos, e há ainda aqueles que intercalam celebrações litúrgicas com práticas sociais e culturais, como frequentar restaurantes, bares e apresentações musicais. Essa convivência entre o sagrado e o profano revela a complexidade da experiência turística em contextos religiosos (Poria, Butler & Aire, 2004; Collins-Kreiner, 2010).

Um ponto controverso no cenário turístico religioso do Cariri cearense é a diferenciação entre turistas religiosos, romeiros e peregrinos, em que há uma espécie de resistência por parte da religião, em classificar os visitantes enquanto turistas. A motivação da viagem de fato é um dos pontos altos na delimitação do quanto esse viajante pode ser considerado turista, romeiro ou peregrino, tal qual o chamado turista de negócios que viajou motivado pelo trabalho, mas encontrou ali brechas para conhecer lugares que fogem do seu habitual.

Essa distinção entre romeiros e turistas religiosos foi observada nos relatos coletados durante a pesquisa de campo, como ilustra o depoimento sobre as romarias em Juazeiro do Norte:

A Irmã Anete dizia que o romeiro vem para viver, participar ativamente, é tanto que o romeiro ele não vem só uma vez, ele vem várias vezes. Os romeiros aqui em Juazeiro fazem questão de quantificar as vezes que vêm e falam isso com muito orgulho: ‘Olha padre, estou completando cinquenta viagens’, ‘eu estou com quarenta’. E o turista, ele vem só ver, ele vem registrar e vai embora, porque ninguém visita o mesmo lugar cinco vezes. Nós raramente voltamos ao mesmo lugar. Já quando há esse vínculo, quando vou ao encontro do sagrado, quando vou para uma experiência espiritual, aí eu volto (AR02).

Mesmo que haja características distintas entre romeiros e turistas, apontadas por idealizações ou “tipos ideais” do que seriam peregrinos e turistas, não existe uma linha divisória que possa de fato separá-los, pois ambos na prática se confundem tanto em relação às suas motivações quanto aos seus comportamentos, existindo uma miscelânea de atos turísticos e religiosos praticados pela mesma pessoa (Steil, 2003a).

No entanto, no contexto deste estudo é importante compreender quem são os visitantes que frequentam Juazeiro do Norte, uma vez que, devido à proximidade entre os monumentos, são eles os mesmos que visitarão os monumentos religiosos de Nossa Senhora de Fátima, no município do Crato, e de Santo Antônio, em Barbalha.

Cordeiro (2010) destaca algumas diferenças entre os frequentadores dos locais sagrados,

baseada na vivência da romaria de Juazeiro do Norte. Entre as categorias encontradas pela autora estão os que ela classificou de romeiros acompanhantes; romeiros moradores; romeiros turistas e romeiros devotos. Para este estudo, foram destacadas as três últimas categorias apontadas no quadro 6.

Quadro 6 - Tipos de romeiros participantes das romarias em Juazeiro do Norte

Romeiros – turistas	Romeiros – devotos
- Participantes das romarias que consideram o lugar visitado como uma oportunidade de sair do seu cotidiano; - Possuem maior escolaridade e têm noção exata das práticas de lazer e férias; - Tem atitudes pouco fervorosas em relação às práticas religiosas exercendo uma prática eclética - com visitas às igrejas como uma espécie de tarefa obrigatória e que, depois de cumprida, seguem para as demais atividades de lazer e entretenimento que o destino oferece;	- Participantes tradicionais que estabelecem uma espécie de contrato de retorno anual como expressão de sua relação com a entidade de devoção; - São pessoas de centros urbanos menores e que mantêm expressões culturais ‘rústicas’; - Estabelecem uma frequência variável das práticas religiosas possuindo uma devoção cotidiana pelo santo protetor; - São adeptos da interpretação da romaria enquanto penitência e possuem um discurso saudosistas sobre práticas romeiras exclusivamente religiosas;

Fonte: Adaptação de Cordeiro (2010) p. 93.

Observa-se que os denominados romeiros-devotos estabelecem uma espécie de calendário em suas vidas, consolidando uma tradição religiosa marcada pela repetição de práticas que institucionalizam o local como cenário de devoção.

A identificação desse público permite um direcionamento das políticas e ações a serem adotadas por cada município, uma vez que essa diferenciação entre os perfis de visitantes: romeiros e turistas, não emerge apenas nos discursos da Igreja, da gestão pública e da iniciativa privada, mas também é frequentemente reivindicada pelos próprios viajantes, que atribuem significados distintos às suas experiências nos espaços sagrados:

Para o romeiro não é bem visto esse nome de turista porque o turismo tem uma conotação de atividade econômica, comercial e eles não querem estar associados a uma visão comercial, eles têm esse cuidado de ser afilhados do padim (AP 01).

No mês da Expocrato vem turista aqui sim, eles não são romeiro, são turista, mas vem. Aqui vem turista e romeiro também, a passagem de turista são mais em julho e janeiro, tem uma passagem de turista mesmo, mas a do restante é só romeiro, a maioria, mas sempre tem turista, povo que vem pra visitar também vem junto (AT02).

Estabelecer esta distinção possibilita compreender melhor as motivações dos visitantes, que podem estar ligadas tanto à devoção religiosa quanto à atratividade dos serviços turísticos ao redor. Com base nessa análise, torna-se possível avaliar o papel do monumento como atrativo turístico-religioso e orientar decisões estratégicas de gestão e promoção, envolvendo atores públicos, privados e eclesiais, de modo a conciliar interesses turísticos e religiosos.

Na região do Cariri cearense, observa-se um movimento intencional por parte dos municípios vizinhos a Juazeiro do Norte no sentido de atrair o fluxo de visitantes que tradicionalmente se desloca à cidade por motivos religiosos. Ainda que esses municípios apresentem diferentes vocações turísticas, há um reconhecimento coletivo de que o segmento religioso representa uma das maiores potencialidades da região. Isso se reflete nas estratégias de investimento e estruturação de atrativos, como relata um dos entrevistados:

Eles percebem o número grande de fiéis que a região recebe por causa de Juazeiro do Norte e aí eles tentam expandir e pegar esse público pra cidade deles através de uma imagem. Faz o monumento pra tentar levar esse pessoal pra lá porque já é um público construído. A gente já tem um público fiel que é o pessoal que vem fazer o turismo religioso (AP01).

A escolha por investir no turismo religioso também se sustenta na percepção de que esse segmento exige menor aporte financeiro por parte da gestão pública. Tal percepção decorre da presença ativa da Igreja, cujas práticas e celebrações religiosas, independentemente de ações institucionais de fomento, já funcionam como catalisadoras do fluxo turístico. Assim, entende-se que o turismo religioso opera com relativa autonomia, sustentado por uma engrenagem própria que articula práticas de fé, tradição e circulação de pessoas. Como destaca outro entrevistado:

O que é que hoje atrai mais pessoas pro Cariri? Então isso daí é inquestionável, é o religioso; porque ele se retroalimenta, ele tem uma rede de contatos e de tração que é a própria prática religiosa, que ele não precisa de marketing específico, não precisa de um esforço a mais que os outros segmentos necessitariam para poder se destacar mais (AT01).

Além do contexto regional, experiências em diversas partes do mundo evidenciam o potencial do turismo religioso como vetor de desenvolvimento econômico, especialmente para pequenas comunidades, que têm promovido seu crescimento por meio dessa atividade. Esse impulso favorece a criação de hospedarias e outros empreendimentos turísticos, movimentando a economia local e gerando oportunidades de emprego e renda para os moradores. Ao mesmo tempo, esses casos revelam os desafios da gestão sustentável, como a limitação de recursos financeiros, a carência de habilidades empresariais, a precariedade da infraestrutura básica, os conflitos entre os atores envolvidos e as complexas dinâmicas de poder (Choe, 2024).

A dinâmica do turismo religioso em Juazeiro do Norte apresenta especificidades sociais e culturais singulares, entre as quais a hospitalidade se destaca como um traço distintivo. O acolhimento promovido na cidade vai além da oferta de serviços: constitui uma prática simbólica e afetiva que fortalece o vínculo dos romeiros com o destino, priorizando valores humanitários em detrimento de interesses comerciais. Esse traço é reconhecido historicamente

por atores da gestão eclesial:

Monsenhor Murilo, que por 48 anos esteve à frente da paróquia dizia: ‘os ricos vão a Roma, os pobres vêm a Juazeiro’. A cidade consolidou-se no imaginário coletivo como a “Jerusalém do Nordeste”, um território sagrado cuja centralidade foi construída a partir da atuação do Padre Cícero. Para os romeiros, a peregrinação não se resume à oração, mas envolve a participação ativa em celebrações religiosas e práticas penitenciais, como relatado: “deixar os pecados em Juazeiro, voltar como uma pessoa nova (AR02).

A gestão eclesial local reforça esse caráter humanizado da experiência romeira ao promover iniciativas que priorizam o bem-estar dos visitantes, especialmente por reconhecer sua condição socioeconômica vulnerável. Tal postura se traduz em ações concretas e em um discurso que desencoraja a exploração comercial da fé. Como enfatiza um dos interlocutores da pesquisa:

A igreja se preocupa com o evento em si, estar acolhendo bem os romeiros que chegam aqui, e incentiva a questão dos comerciantes não vê só a exploração, entre aspas, comercial, desses romeiros, mas ter um acolhimento humano de dar água, de fornecer banheiro pra quem precisar, que eu acho bonito e interessante também dessa conceituação de acolhida. Afinal de contas, o romeiro contribui muito para o desenvolvimento da cidade. Imagina se não tivesse romaria o que seria hoje o município de Juazeiro (AT01).

Observa-se que a cidade de Juazeiro do Norte desempenha um papel central na dinâmica do turismo regional, influenciando diretamente os investimentos realizados no setor. As decisões relacionadas ao planejamento e à aplicação de recursos são estrategicamente orientadas pela demanda gerada, sobretudo, pelos turistas religiosos, que se configuram como os romeiros, devotos do Padre Cícero, que se dirigem à região prioritariamente em busca de vivências espirituais.

Ainda que esse público não represente, individualmente, um perfil de alto gasto, o grande volume de visitantes acaba por garantir uma movimentação econômica relevante. No entanto, esse impacto financeiro apresenta limites quando comparado a destinos turísticos cuja receita é fortemente impulsionada pelo consumo de maior valor agregado, como observa um entrevistado:

Eu enxergo muito esse outro lado do turismo, que traz um dinheiro a mais, mas não é aquele dinheiro ainda, o Juazeiro funciona bem porque é um número muito alto de romeiros, aí movimenta, mas dizer que turisticamente mesmo, que é o dinheiro que faz aí fora, em outras cidades, não é não (AP04)

Uma das possíveis justificativas é a ideia de que o turista religioso possua um gasto médio modesto, em comparação a outras modalidades, mesmo que seu consumo inclua acomodação, alimentação, compra de lembrancinhas e artigos religiosos, a maioria viaja em grupo, utilizam excursões curtas e se hospedam em casas de amigos ou parentes.

No entanto, muitos turistas gastando pouco pode superar, em termos de impacto econômico total, uma pequena quantidade de turistas com ticket médio⁶ maior, um volume elevado de turistas, mesmo com gastos médios menores, pode resultar em uma receita total superior àquela gerada por um número menor de turistas com ticket médio mais alto.

Para Crato e Barbalha, a existência de outros potenciais é tida como vantagem, mas que ainda requer planejamento e decisão, uma vez que principalmente a gestão pública, precisa estudar e definir objetivos sobre como e qual a identidade turística a ser evidenciada.

Hoje o Cariri, eu considero que é o segundo destino turístico do estado do Ceará em oferta e em demanda, não é o litoral leste não, não é o litoral oeste, porque existe aquele glamour de praia, aquela coisa da gente ver as praias lotadas, mas se a gente for ver o quantitativo de turistas a gente tem muito mais, só que um turista de baixa renda, é outro perfil (AT01).

Diante do exposto, evidencia-se que a dinâmica do turismo religioso na região do Cariri encontra em Juazeiro do Norte seu principal eixo articulador. Tal condição confere ao município um papel estratégico na conformação de fluxos religiosos e no fortalecimento da identidade cultural regional, levando a questionamentos que inferem quais tipos de desdobramento social e eclesial os complexos monumentais de Crato e Barbalha podem obter da governança turística em Juazeiro do Norte? Nesse sentido, torna-se necessário aprofundar a análise das interfaces entre religiosidade, estrutura urbana e planejamento institucional, com vistas a compreender os limites e as potencialidades do turismo religioso em Juazeiro do Norte.

1.2.A dimensão estratégica de Juazeiro do Norte no turismo religioso do Ceará

A imagem do Padre Cícero exerce um papel de destaque no imaginário nordestino e, em especial, na paisagem cultural da região. À medida que se avança pelas rodovias em direção ao Cariri, tornam-se cada vez mais visíveis os monumentos e representações do sacerdote erguidos às margens das estradas. Ao cruzar as fronteiras dos estados vizinhos, como Paraíba, Pernambuco, Rio Grande do Norte e Bahia, sua presença se revela em pequenos altares dispostos diante das propriedades rurais. Esses elementos simbólicos parecem delinear o percurso da fé, como se cada altar conduzisse à Colina do Horto, em Juazeiro do Norte, principal ponto de peregrinação dedicado ao “Padim Ciço”.

Juazeiro do Norte é um município brasileiro situado na Região Metropolitana do Cariri,

⁶ O ticket médio representa o valor médio gasto por cada turista durante uma visita, levando em consideração todas as despesas realizadas em um determinado período. Esse indicador é obtido pela divisão do total dos gastos pelo número de turistas, refletindo quanto, em média, cada visitante desembolsa em serviços como hospedagem, alimentação, bebidas, transporte, entre outros.

ao sul do estado do Ceará, a 491 km da capital, Fortaleza, e a aproximadamente 500 km das principais capitais do Nordeste. Com área total de 249 km², é a terceira cidade mais populosa do estado, com cerca de 286 mil habitantes (IBGE, 2025). No âmbito do Mapa do Turismo Brasileiro⁷, o município figura como município turístico, isto é, como local que concentra o maior fluxo de visitantes e reúne os principais atrativos e serviços turísticos da região, conforme a nova categorização do Ministério do Turismo (Ministério do Turismo, 2025).

Esta categorização desenvolvida pelo Ministério do Turismo, entrou em vigor em março de 2025, implementada no Plano Nacional de Turismo 2024-2027. Antes, os municípios eram classificados por categorias que iam de ‘A’ a ‘E’ de acordo com alguns critérios como número dos meios de hospedagem, destinação de orçamento próprio ao turismo, entre outros. A nova categorização passou a denominar os municípios de categorias A e B como ‘município turístico’; as categorias C e D como ‘município com oferta turística complementar’; e, a categoria E como ‘município de apoio ao turismo’. Essa denominação reforça o papel de Juazeiro do Norte, uma vez que é o único que se classifica como município turístico na região do Cariri, justificando a necessidade de contextualizá-lo dentro do campo de estudo que se refere à Crato e Barbalha.

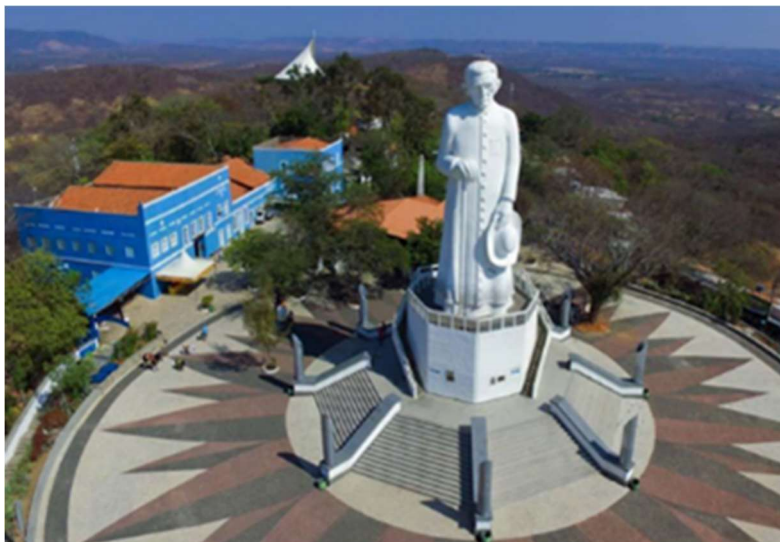
O Monumento do Padre Cícero (figura 3) é considerado o principal monumento religioso católico do município de Juazeiro do Norte. Foi inaugurado em novembro de 1969 (trinta e cinco anos após sua morte), com 27 metros de altura teve como objetivo dar visibilidade a cidade de Juazeiro do Norte vislumbrando influenciar a economia local por meio do turismo religioso em torno da imagem do padre que já fomentava a vinda de muitos romeiros (Oliveira, Rocha & Aragão, 2020).

É importante destacar que a cidade possui outros atrativos turísticos mais recentes e contemporâneos, desde equipamentos como o teleférico; monumentos, como o Luzeiro, construído em comemoração à virada do milênio; e diversos santuários, sendo o mais recente a chamada ‘Igreja do fim mundo’ que na verdade é o santuário do Bom Jesus do Horto, no entanto, como a temática desta pesquisa foca na construção de monumentos religiosos católicos, foi feita a escolha de destacar a construção do monumento ao Padre Cícero em Juazeiro do

⁷ O Mapa do turismo brasileiro faz parte do Programa de Regionalização do Turismo (PRT) - política pública adotada pelo Ministério do Turismo desde 2004. Tem o objetivo de orientar a elaboração de políticas públicas de turismo, buscando identificar o desempenho econômico do setor nos municípios cadastrados. Os municípios que desejam constar no mapa precisam cumprir alguns critérios como comprovar a existência de órgão ou entidade responsável pela pasta de turismo; comprovar a existência de dotação orçamentária destinada ao turismo; manter um Conselho Municipal de Turismo ativo; e, possuir prestadores de serviços turísticos de atividades obrigatórias registrados (Ministério do Turismo, 2025).

Norte, uma vez que se configurou como referência para a edificação dos monumentos gigantes em Crato e Barbalha.

Figura 3 - *Imagem aérea do Monumento do Padre Cícero e casarão do Horto*



Fonte: Governo do Estado do Ceará.

Em 1999, após quarenta anos de sua inauguração, foi realizado o tombamento do monumento do Padre Cícero, assim como o Museu Vivo ou Casarão do Padre Cícero localizado na Colina do Horto, antes chamada de Serra do Catolé. O monumento era considerado um cartão postal do turismo religioso de Juazeiro do Norte e, além da importância histórica para o município, era, naquele ano, o terceiro do mundo em altura, configurando assim relevância suficiente para que o Instituto do patrimônio Artístico e Histórico Nacional - IPHAN realizasse o seu registro (Aragão, 2015).

Padre Cícero teve sua ordenação em 1870, no Seminário Diocesano em Fortaleza, voltando ao município de Crato, onde residia sua mãe e, em 1872, visitou, a convite de dois moradores, um povoado que à época era distrito do Crato, a então Fazenda Tabuleiro Grande, comunidade rural onde existia uma rústica capela de Nossa Senhora das Dores, onde celebrou a missa e ministrou outros sacramentos católicos, quando teve um sonho, o qual o fez acreditar que deveria ficar ali e cuidar dos mais necessitados (Della Cava, 2014).

Ele se destacava enquanto uma liderança religiosa, utilizando sua autoridade eclesiástica para desenvolver ações que impactavam o meio social, proibindo danças e bebedeiras, desestimulando a prostituição, e incentivando o trabalho e consequentemente a economia, motivando o crescimento local. Nesta época, o padre era a figura mais importante devido seu papel ordenador tanto das relações com o sobrenatural como na terra, atuando como um mensageiro. Entre os tantos benefícios que trouxe a comunidade, destaca-se a reconstrução da capela de Nossa Senhora das Dores, além de impregnar valores, crenças e princípios éticos,

com base no catolicismo, estabelecendo a ordem por meio de alicerces sociais e religiosos (Della Cava, 2014).

Sua trajetória política oficial se inicia em 1911 quando se torna oficialmente o primeiro prefeito de Joazeiro, cidade que recebeu este nome por causa das árvores típicas da região. No ano seguinte, 1912, tornou-se vice-presidente do estado do Ceará, e, em 1926 foi eleito deputado federal. Em razão de seu grande prestígio foi erguida em 1925, na então Praça Almirante Alexandrino, a primeira estátua em sua homenagem. O local antes era conhecido como Praça da Liberdade, devido no ano de 1911 ter sido o palco do anúncio da emancipação da cidade. Tal honraria foi concedida pelo então deputado Floro Bartolomeu, de quem era amigo (Della Cava, 2014).

Logo após sua morte (1934), o monumento que foi edificado em tamanho natural, se tornou uma espécie de substituto do clérigo, uma maneira de mantê-lo vivo na lembrança dos romeiros que continuavam a chegar ao que parecia uma ‘vila santuário’, em consequência da influência político-religiosa, que o colocava como a personalidade política mais poderosa do Nordeste (Della Cava, 2014), e a praça em que está instalada a estátua, começou a ser chamada (até os dias atuais) de Praça Padre Cícero.

A crença de que seria um santo, surge antes mesmo de sua morte, principalmente quando em março de 1889, ocorre o “fenômeno do milagre”, que foi a transmutação da hóstia, recebida pela beata Maria de Araújo pelas mãos do Padre Cícero, em sangue. Com isso, o número de pessoas que visitavam Juazeiro se intensificou para ouvir suas pregações, estimulando uma movimentação migratória significativa, pois as pessoas passam a ver o município como um local não apenas de devoção, mas, propício à fuga da seca e da miséria. A cidade chegou a ser chamada de “celeiro do Nordeste” devido ao desenvolvimento agrícola, comercial e artesanal (Della Cava, 2014).

A Igreja católica não aceitou o fenômeno ocorrido em Juazeiro como milagre, mas a população do então vale do cariri não duvidava de sua ocorrência, acreditando que a cidade de Joazeiro teria sido escolhida como um centro capaz de converter pecadores e salvar a humanidade. Crença esta que contribui para que infindáveis levas de romeiros passassem a cultuar, ainda em vida, o Padre Cícero, principalmente os grupos sociais mais pobres (Della Cava, 2014).

Apesar do município de Juazeiro já possuir alguma representatividade na região sul do estado, o acontecimento que envolveu a beata Maria de Araújo e o Padre Cícero, em março de 1889, inicia um processo de formação de um território que além de apontar como próspero economicamente, a partir daquele momento é considerado sagrado. Vão sendo impregnadas

concepções, percepções e ações marcadas por narrativas, crenças, rituais e simbologia, com o surgimento de romarias, atraídas por aquilo que consideram um milagre. Juazeiro passa a ser mais um destino no Brasil, capaz de atrair fiéis católicos, assim como Aparecida do Norte e Canindé (Ramos, 2012).

O crescimento de Juazeiro está diretamente relacionado às práticas de fiéis, romeiros, beatas, religiosos e demais atores envolvidos na religião católica e vão concretizando o município enquanto um destino religioso. E, mesmo com a religiosidade presente na região do Cariri, as práticas religiosas da população mais pobre, geralmente estava às margens da Igreja oficial. Liturgias sacramentais que envolviam batizados e casamentos, por exemplo, quase não ocorriam, devido a pouca quantidade de sacerdotes para o ministrarem, ou pelos valores pecuniários cobrados pela Igreja (Della Cava, 2014).

Isso explica a perspectiva religiosa que surge em Juazeiro é ligada ao chamado catolicismo popular que tem suas práticas ligadas aos leigos, ou seja, vai sendo redefinida pela relação do homem com o sagrado, o que redimensiona o catolicismo romanizado oriundo da Igreja Católica Oficial por meio de seus regulamentos e representantes institucionalizados. Na prática religiosa popular, ações humanas constroem suas crenças e com elas, vão instituindo relações materiais concretas com o sagrado (Ramos, 2012).

“No altar do coração do romeiro já tem o padre Cícero como santo, para o romeiro ele é santo (...) O romeiro é o protagonista, que se estamos onde nós estamos, foi graças a perseverança, a própria igreja ela se curva para essa pressão do romeiro, ela reconhece como padre que chegou há treze anos e hoje responsável que se não fosse os romeiros teria caído no esquecimento” (AR02).

Líderes políticos precisavam manter viva a presença do Padre Cícero, e, a construção do monumento foi reapropriada pela força e influência das emoções e sentimentos dos moradores e romeiros, que percebiam a estátua como a própria imagem do padre. A estátua construída em 1969 surge como um símbolo personificado, componente de uma cultura social religiosa devocional, que foi idealizada e construída com o objetivo criar uma assinatura espacial ideológica, na intenção de uma representação política que possibilitasse a continuidade da cidade de Juazeiro como referência para a região (Oliveira *et al.*, 2020).

Devido sua força simbólica, o monumento passa pela valorização patrimonial da religiosidade popular, atraindo os romeiros, adquirindo uma posição de destaque, colocando a cidade em um destino cada vez mais visitado, chamando cada vez mais a atenção dos líderes políticos locais para a atividade turística, como possibilidade de fomento da economia e desenvolvimento local (Oliveira *et al.*, 2020).

Você pensar no Juazeiro sem os romeiros, você vai ter um impacto muito grande, seja

não só no campo religioso, mas no social, econômico, o romeiro é um grande responsável pelo desenvolvimento econômico da região (AR02).

Com o objetivo de diversificar os pontos de visitação turística, a gestão pública estadual construiu o Memorial Padre Cícero (1987). Na época, já existia na cidade outro local de visitação que funcionava como museu, a “Casa Museu do Padre Cícero”, que foi moradia do padre durante os últimos anos de vida, aberta à visitação desde 1957. O memorial abriga em seu acervo artefatos, vestuários, fotografias e outros objetos pessoais do padre, além de biblioteca com fotos, jornais, documentos impressos e manuscritos do sendo um dos principais pontos de visitação e concentração das romarias pois, foi edificado em local estratégico, próximo ao largo da capela de Nossa Senhora do Socorro, onde seu corpo está sepultado. Desde o ano de 2020, o memorial está fechado devido a infiltrações e outros problemas acarretados pela falta de manutenção.

O casarão localizado no Horto, ao lado da estátua do Padre Cícero, foi construído em 1907 e serviu como uma casa de descanso para o padre, além de oferecer morada para alguns beatos. Tornou-se museu em julho de 1999, abrigando tanto uma exposição de bonecos de cera que retratam momentos importantes do Padre Cícero e de alguns amigos mais próximos, como também mantém uma exposição dos ex-votos trazidos pelos romeiros em agradecimento por terem alcançado o pedido que realizaram ao padre. Também é possível encontrar fotos, fardas militares, cópias de diplomas, vestidos de noiva, entre outros objetos e fotos, trazidos pelos devotos, representando as graças que foram pedidas e que acreditam terem sido atendidas a partir da intercessão ao Padre Cícero.

Entre as ações da gestão eclesial de Juazeiro do Norte, é importante destacar as estratégias de divulgação e captação de romeiros para a cidade. A Igreja Católica reconhece a importância de uma governança articulada entre santuários de diferentes municípios do país, promovendo conjuntamente suas devoções e templos. Essa articulação ocorre por meio do intercâmbio entre os padres responsáveis pela gestão dos santuários, que colaboram na promoção mútua dos destinos religiosos:

Nós fazemos aqui um trabalho chamado intercâmbio de santuário, tivemos uma formação a nível de Brasil com todos os santuários, nós então nos organizamos a nível regional Nordeste entre os santuários, um visita o outro, celebra, e aqui no Ceará, Juazeiro e Canindé tem ainda uma forte ligação, os romeiros que vem do Piauí e Maranhão passam por Juazeiro, Canindé e Fortaleza e voltam pra casa; também os romeiros da Paraíba, Rio Grande do Norte, um pouco de Pernambuco, e aí é uma luta conjunta (AR02).

Existe um trabalho chamado da ‘Caravana da Mãe de Deus’, eles visitam as cidades que mais mandam romeiros pra Juazeiro, faz um trabalho permanente de peregrinação que

incentiva as pessoas virem mais vezes ao município, eles fazem essa troca, cria-se um vínculo de ligação pois é uma felicidade muito grande pro romeiro, o turista religioso, tá em sua cidade e uma caravana daqui da igreja de Juazeiro visitar lá a cidade dele entendeu, então eles tem muito essa questão, aí eles fazem um trabalho de promoção feito nas igrejas (AP01).

O turismo religioso conta com o papel determinante da igreja para que ele possa se desenvolver por meio de seus ritos e celebrações, de modo que a gestão eclesial está presente desde a nomenclatura da própria secretaria municipal de turismo, que no caso chama-se secretaria de turismo e romaria. Sendo assim, é importante destacar o papel decisivo que a igreja católica exerce em relação às ações que envolvem o turismo religioso da cidade, uma vez que as romarias são eventos organizados pela igreja:

A igreja tem uma força muito grande, eles não dizem como é que tem que ser, mas eles influenciam nas decisões até porque Juazeiro tem essa cultura religiosa muito forte e os líderes religiosos aqui são muito respeitados, ninguém quer brigar com a igreja, não quer confrontar as ideias deles, e aí muito trabalho desenvolvido tem que caminhar junto, o município não promove as romarias, quem faz as romarias é a igreja, o município só tem que entrar com o apoio logístico, com estrutura pra melhor receber (AP01).

Durante o ano, as datas mais importantes que atraem romarias são: 02 de fevereiro - a romaria de Nossa Senhora das Candeias; 24 de março - aniversário do Padre Cícero; 20 de junho - aniversário da morte do padre; 15 de setembro - Romaria de Nossa Senhora das Dores; e 30 de outubro a 01 de novembro - Romaria de finados. Além das romarias, o calendário de eventos promovidos pela prefeitura municipal conta com o Fest Juá – carnaval de rua; o Juá Forró – evento junino; e a tradicional Vaquejada de Juazeiro do Norte que em 2024 realizou a 46ª edição.

Em relação a oferta turística, o município possui a maior quantidade de empreendimentos turísticos da região Cariri com uma diversidade de porte e serviços que podem atender a diversos perfis de turistas/clientes. No segmento hoteleiro, há um número representativo de pequenas pousadas e empreendimentos de hospedagem familiar, além de estabelecimentos informais, denominados ‘ranchos’ que são espécies de hospedarias comunitárias, galpões com banheiro e cozinha coletivos, que em muitos casos não há camas, mas armadores para redes que podem inclusive ser alugadas no estabelecimento. Além dos ranchos, há também as pousadas familiares em que moradores alugam quartos e até a casa inteira para os romeiros. Esses tipos de meios de hospedagem funcionam de modo informal e com um baixo custo e acolhem grande número dos visitantes em épocas de romaria.

É predominante a existência de atrativos turísticos relacionados a religião católica, principalmente ao Padre Cícero sendo eles a Colina do Horto - onde estão localizados o

Monumento do Padre Cícero, o Museu Vivo, a Igreja do Senhor Bom Jesus do Horto, e, a trilha do Geossítio Colina do Horto que tem seu ponto principal a Pedra do Santo Sepulcro; Santuário Nossa Senhora das Dores e o Museu Monsenhor Murilo; Museu Casa do Padre Cícero; Capela do Perpétuo Socorro (túmulo do Padre Cícero); Memorial do Padre Cícero; Santuário São Francisco das Chagas (Praça das Almas ou passeio das almas); Igreja dos salesianos (Basílica Menor do Sagrado Coração de Jesus).

Entre os outros atrativos turísticos não relacionados diretamente à religião destaca-se o Teleférico do Horto; o Centro de Cultura Popular Mestre Noza (figura 4); a Alameda Juazeiro - Polo gastronômico localizado no centro da cidade; Praça Padre Cícero; e o polo gastronômico no bairro da Lagoa Seca. O Centro de Arte Popular Mestre Noza, criado em 1985, foi um reconhecimento da gestão pública estadual sobre a potencialidade da atividade turística de Juazeiro do Norte, sinalizando com sua criação, uma ação de incentivo à produção artesanal, transformando-a em atração turística (Oliveira *et al.*, 2020). O local passou a abrigar as oficinas artesanais antes localizadas nos quintais dos próprios artesãos, tornando-se um centro comunitário onde as peças de madeira são talhadas e comercializadas.

A produção artesanal é uma atividade econômica importante para Juazeiro do Norte desde sua origem, sendo produzidas principalmente artigos de uso doméstico como painéis, louças, cordas, barbantes, chapéus, e outros artefatos utilizados nas atividades diárias como objetos de couros, recipientes para estocar e transportar alimentos, punhais, facas, enxadas; além de artigos religiosos como as imagens de madeira, crucifixos, medalhas de latão, entre outros (Della Cava, 2014). Tudo isso incentivado pelo Padre Cícero que orientava: “Em cada casa um oratório, e em cada quintal uma oficina” frase que é facilmente repetida em campanhas municipais ou nos discursos eclesiais.

O centro de artesanato veio incrementar a atividade turística local, que, prioritariamente está atrelado a motivações religiosas, especificamente à devoção ao Padre Cícero, sendo possível encontrar peças que representam personagens dos folguedos folclóricos da região, como os reisados e as bandas cabaçais, além dos santos da devoção católica. A criação do centro foi uma iniciativa positiva da gestão pública, pois além de valorizar os artesãos e criar mais um atrativo turístico para a cidade, possibilitou a revitalização de um prédio histórico, a antiga cadeia pública, construída por volta de 1911 quando houve a emancipação de Juazeiro do Norte. No entanto, o local não tem acessibilidade, não é bem sinalizado e não possui estacionamento, o que dificulta o fluxo de turistas.

Figura 4 - Entrada do Centro de Artesanato Mestre Noza em Juazeiro do Norte



Fonte: Arquivo Pessoal – junho/2024

É possível identificar outras políticas públicas de turismo implementadas em Juazeiro do Norte que não obtiveram o resultado esperado, um deles é o Centro de Apoio ao Romeiro, equipamento idealizado para atender às necessidades dos visitantes centralizando o comércio de artigos religiosos, rapadura, restaurantes e lanchonetes, a ideia original da construção seria funcionar como um espaço onde ambulantes pudessem oferecer seus produtos de modo seguro, tanto para os comerciantes, como os visitantes, no entanto, a área funciona hoje como depósito para os que atuam nas ruas ou então como local propício para prostituição e uso de drogas.

O centro todo foi mal projetado, ele é um centro comercial, cultural e de lazer, havia um espaço no meio que era pra ter um palco, pra ter eventos, teria um anfiteatro só que nunca existiu a liberação do corpo de bombeiros, eles têm que fazer toda uma liberação. Lá perdeu-se a finalidade do que seria, porque percebeu-se também que foi lojas bem pequenas, mal projetado, extremamente mal projetado e depende de um orçamento muito grande pra gastar ali, era pra ser o governo do Estado só que o governo coloca pro município (AP 01).

Uma das possíveis causas para a falta de utilização do centro de apoio ao romeiro é a falta de articulação da gestão pública entre suas esferas municipais e estaduais, principalmente devido divergências partidárias que são colocadas em primeiro plano resultando em prejuízo à sociedade, exemplo este que também poderá ser evidenciado nos municípios de Crato e Barbalha.

Outro exemplo que ilustra a inadequação entre o planejamento e a execução de

equipamentos turísticos é o Luzeiro da fé⁸, uma torre de aço, medindo 113 metros de altura, inaugurado em 2005 no município de Juazeiro do Norte. A estrutura foi concebida com o intuito simbólico de homenagear os romeiros e consolidar-se como um novo atrativo turístico na região. No entanto, a ausência de infraestrutura adequada em seu entorno, aliada à descontinuidade de sua manutenção, como o não funcionamento do sistema de iluminação noturna previsto no projeto original, comprometeu sua funcionalidade. Conforme apontado por um dos entrevistados: *“Ele não agrega, no sentido de que ele ainda não é um ponto de referência pra visitação, ele poderá vir de acordo com o desenvolvimento dos equipamentos que poderão ser construídos ali”* (AR02). Assim, sem um marcador que lhe atribua sentido e garanta a permanência do turista ou romeiro, o monumento caiu no ostracismo, não tendo adesão social, turística nem eclesial (Aragão & Oliveira, 2013).

Tanto o Luzeiro da Fé quanto outras intervenções semelhantes podem ser classificadas como “elefantes brancos” da gestão pública - expressão que designa obras públicas de grande porte e elevado custo, mas que, em termos práticos, apresentam baixa ou nenhuma utilidade social. São estruturas que, apesar de concebidas sob o discurso de estímulo ao turismo, à geração de emprego e à dinamização da economia local, acabam abandonadas, subutilizadas ou distantes da realidade e das necessidades dos públicos a que deveriam servir.

Apesar do papel estratégico que o município de Juazeiro do Norte exerce na conformação de fluxos religiosos e no fortalecimento da identidade cultural regional, a cidade enfrenta desafios significativos relacionados à gestão das políticas públicas voltadas ao ordenamento urbano e ao desenvolvimento turístico sustentável (Oliveira & Oliveira, 2015).

Esses exemplos revelam a fragilidade de políticas públicas não apenas municipais, mas também estaduais, que embora mobilizem recursos financeiros consideráveis, não se estruturam com base em diagnósticos precisos nem em articulações intersetoriais efetivas. Ao desconsiderarem as dimensões simbólicas, sociais e religiosas que compõem o turismo religioso, sobretudo em regiões como o Cariri cearense, tais políticas incorrem em práticas desconectadas do território e de seus agentes, evidenciando a incongruência entre a formulação institucional e a realidade local.

No campo do turismo, cuja relevância extrapola a esfera econômica e alcança dimensões sociais e culturais, a formulação de políticas públicas assume papel central na construção de destinos sustentáveis e competitivos. Considerando a multiplicidade de agentes envolvidos na

⁸ O monumento possui várias denominações: Luzeiro do Nordeste, Marco do Novo Milênio, Cruzeiro do Sertão, Marco pelos 500 Anos de Descobrimento do Brasil e, finalmente, Cruzeiro da Fé, e mais recentemente Luzeiro da Fé.

atividade turística, torna-se imprescindível que essas políticas articulem estratégias de cooperação e governança, conciliando interesses diversos e promovendo o desenvolvimento não apenas local, mas regional (Vilela & Costa, 2020).

As políticas públicas de turismo configuram-se como intervenções estatais que contemplem dimensões econômicas, sociais, ambientais, tecnológicas e de segurança, orientadas por estratégias de planejamento que devem estar alinhadas às discussões sobre desenvolvimento regional (Nóbrega, 2012). Nesse contexto, cabe a gestão pública do turismo, a implementação das ações definidas nas políticas, com base nas demandas e particularidades locais previamente diagnosticadas. Sendo, posteriormente, adotadas práticas gerenciais que incorporem princípios de eficácia e eficiência inspirados no setor privado (Velasco González, 2016).

Nesse sentido, o turismo religioso, que possui uma natureza diversa, pois envolve fluxos de visitantes motivados por práticas de fé, experiências identitárias e vínculos com o patrimônio imaterial, exige um olhar específico por parte da gestão pública, e sua consolidação como segmento, depende de ações planejadas, capazes de valorizar os territórios e integrar os diversos atores envolvidos - Estado, Igreja, setor privado e comunidade.

Compreender o papel do Estado na promoção do turismo religioso demanda uma análise que vá além dos marcos regulatórios e normativos da atividade. É necessário investigar as práticas institucionais que orientam o planejamento e a tomada de decisões, reconhecendo que, muitas vezes, o turismo é incorporado às agendas governamentais em função de seu potencial para impulsionar o crescimento econômico e a inclusão social (Pimentel, 2014). No caso do turismo religioso, essas políticas devem considerar, ainda, aspectos ligados à memória, ao pertencimento e à relação simbólica dos fiéis com os territórios sagrados, o que amplia os desafios da sua regulamentação e governança.

A formulação e o planejamento de políticas públicas, nesse cenário, constituem processos sociais complexos, marcados pela influência de valores, ideologias e interesses diversos. Esses processos se desenvolvem em contextos institucionais específicos, nos quais diferentes atores, governamentais, empresariais, comunitários e religiosos, interagem de maneira colaborativa, conflituosa ou estratégica, compartilhando informações e disputando narrativas sobre o desenvolvimento territorial (Dredge & Jenkins, 2011; Hall & Jenkins, 2004).

Dessa forma, ao reconhecer o caráter multifacetado e socialmente construído das políticas públicas, torna-se possível compreender que, no âmbito do turismo religioso, sua formulação é atravessada por um complexo arranjo de interesses, valores simbólicos, estruturas institucionais e atores sociais. Essa complexidade evidencia a necessidade de políticas que

articule planejamento estratégico, diálogo intersetorial e reconhecimento das dinâmicas locais, de modo a promover o turismo religioso como uma prática que integra desenvolvimento, cultura e fé.

1.3. Entre o sagrado e o planejado: políticas públicas e o turismo religioso no Ceará

O incentivo ao turismo religioso no Ceará decorre não apenas da vocação cultural/devocional da região, mas também de políticas promovidas pelo governo federal, por meio do Ministério do Turismo e da Embratur. Nesse sentido, observa-se um viés de favorecimento a determinadas religiões, o que evidencia desigualdades na promoção das diversas expressões de fé, constatando-se uma dissonância entre o discurso institucional e a prática efetiva, uma vez que as ações governamentais têm se concentrado mais na retórica promocional do que em investimentos e planejamentos concretos capazes de estruturar rotas e fortalecer o turismo religioso no estado.

O fomento ao segmento acompanha uma tendência do setor turístico que tem se modificado, incentivando uma maior segmentação de mercado, por meio da utilização de novas tecnologias, da diferenciação de produtos, e pela adoção de novos estilos de gestão, principalmente incentivando o protagonismo das comunidades locais, o que exige dos governos mudanças na substância das políticas públicas de turismo. Essa foi uma tendência não apenas no Brasil, mas nas políticas públicas de turismo mundiais em que se buscou uma ampliação e manutenção de uma estrutura de competitividade (Pimentel, 2014).

Visando a competitividade, municípios que se classificam destinos de turismo religioso têm se voltado em um universo de produção de imagens por meio de monumentos de entidades católicas, sobretudo gigantes, carregadas de um universo simbólico. As religiões, independente do apelo turístico, utilizam desses monumentos como se de algum modo eles pudessem possibilitar o acesso ao plano sagrado, mediando as relações como uma espécie de escada para a imaginação e o simbolismo (Rocha, 2018).

No âmbito das políticas de turismo religioso no Brasil, a Embratur promoveu, no ano 2000, a elaboração do primeiro manual voltado a esse segmento, no qual foram cadastrados diversos destinos e seus respectivos atrativos. O documento foi elaborado a partir de informações fornecidas pelo Ministério do Turismo e por órgãos estaduais, sob a coordenação do SEBRAE, configurando-se como uma iniciativa pioneira para organizar e sistematizar o turismo religioso no país.

No entanto, o manual apresenta limitações significativas, sobretudo pela ausência de critérios claros que orientassem a seleção dos atrativos incluídos. Essa lacuna evidencia uma fragilidade estrutural nas políticas públicas relacionadas ao turismo religioso, já que decisões estratégicas acabam sendo tomadas sem base analítica consistente. Consequentemente, muitos projetos derivados desse tipo de política carecem de continuidade ou apresentam-se descontextualizados em relação às localidades onde são implementados, comprometendo sua efetividade e seu potencial de fortalecimento do turismo religioso de forma sustentável.

No cenário nacional, observa-se que diversos estados brasileiros têm desenvolvido políticas públicas voltadas ao turismo religioso, alinhando-se às diretrizes e campanhas de promoção promovidas em âmbito federal, que apontam como um segmento em expansão no país (Ministério do Turismo, 2022). Tais iniciativas tem se materializado na forma de legislações específicas que instituem rotas temáticas ou estabelecem diretrizes para regulamentação e fomento da modalidade, a exemplo dos estados de Goiás⁹, São Paulo¹⁰, Rio Grande do Norte¹¹, Santa Catarina¹², entre outros que contam com dispositivos legais que reconhecem o potencial econômico, social e simbólico do turismo religioso em seus territórios.

Nesse mesmo direcionamento, o estado do Ceará tem se articulado por meio da atuação do Poder Legislativo, cuja produção normativa inclui, majoritariamente, leis que instituem feriados religiosos. Entre essas, destaca-se a criação de uma rota estadual dedicada ao turismo religioso no Estado do Ceará, iniciativa que expressa uma tentativa de sistematização e valorização desse tipo de prática turística no contexto cearense.

A rota instituída pela Lei nº 18.085 contemplou inicialmente doze municípios, apresentados aqui em ordem alfabética: Barbalha, Baturité, Campos Sales, Canindé, Crato, Fortaleza, Juazeiro do Norte, Nova Olinda, Redenção, Russas, Santana do Cariri e Quixadá. O artigo primeiro da lei estabelece que seu objetivo é promover o desenvolvimento e o fortalecimento do turismo religioso por meio de pontos turísticos e culturais, evidenciando dezoito atrativos, entre monumentos, eventos religiosos e templos católicos. No contexto deste estudo, destacam-se como atrativos da rota do turismo religioso a Estátua do Padre Cícero e as

⁹ Lei nº 17.204, de 24 de novembro de 2010. Dispõe sobre a instituição de diretrizes para o turismo religioso no Estado de Goiás.

¹⁰ Lei 15.464, de 26 de junho de 2014. Institui diretrizes para o turismo religioso no Estado de São Paulo.

¹¹ a) Lei 10.213, de 17 de julho de 2017. Dispõe sobre a instituição de diretrizes para o turismo religioso no Estado do Rio Grande do Norte.

b) Decreto nº 30.776, de 29 de julho de 2021. Institui o Grupo de Trabalho do turismo religioso do Estado do Rio Grande do Norte.

¹² Lei nº 18.480, de 26 de julho de 2022. Institui a Rota Turística Religiosa Caminho do Louvor, no Estado de Santa Catarina.

romarias em Juazeiro do Norte; a Estátua de Nossa Senhora de Fátima, no Crato; e a Estátua de Santo Antônio e a Festa do Pau da Bandeira, em Barbalha.

Uma das justificativas para a promulgação da lei é o reconhecimento institucional da importância do turismo de cunho espiritual como estratégia de desenvolvimento territorial (Assembleia Legislativa do Ceará - Alece, 2022a). No entanto, a lei tem sido utilizada por legisladores, apenas para prestigiar seus territórios eleitorais, incluindo os santuários, monumentos e festas existentes nestas localidades. Desde a sua promulgação em maio de 2022 até maio de 2025, foram acrescentados mais sete municípios sendo eles Mauriti, Farias Brito, Icó, Barro, Aracati, Tabuleiro do Norte e São Benedito. Isso reforça que as políticas públicas do turismo religioso têm servido mais para reforçar a fidelidade política do que a devoção.

De fato, a criação de rotas promove o desenvolvimento do turismo ao longo de um trajeto conferindo uma integração aos atrativos que estão dispersos em uma localidade, facilitando a comercialização dos produtos turísticos. No entanto, é necessário o estabelecimento de parcerias, além de um planejamento detalhado que possibilite uma integração entre os pontos visitados, não devendo ser entendida apenas como uma sequência de atrativos, mas um caminho a ser interpretado por meio do cruzamento de informações e atrações (Hardy, 2003).

A *Lei nº 18.085/2022* institucionaliza, portanto, uma concepção restrita de turismo religioso no Ceará, ao concentrar-se quase exclusivamente em práticas e espaços ligados ao catolicismo. Tal enfoque reforça uma visão hegemônica da religiosidade ao privilegiar um único segmento religioso, reproduzindo desigualdades simbólicas e limitando o potencial do turismo como instrumento de inclusão e reconhecimento da diversidade cultural (Oliveira, Benatti, Machado & Moraes, 2024).

O dispositivo legal aponta algum reconhecimento às peregrinações e festas religiosas que se configuram como responsáveis pelo fomento do turismo no interior do Estado, fazendo parte do calendário de vários municípios cearenses, merecendo ser alvo de políticas públicas específicas, contudo, apenas sua instituição não garante a salvaguarda e promoção destes que seriam atrativos turísticos locais. Sua implementação se demonstra inoperante, visto que não foram estabelecidas ao menos diretrizes nem normativas para sua efetivação.

Houve uma tentativa de articulação entre os municípios contemplados na rota sugerida pela lei, em agosto de 2023, quando foi organizado pelo município de Canindé um encontro denominado '*Workshop Romarias 2023 – o futuro do turismo religioso no Ceará*', e tinha o objetivo de criar uma rede mútua de profissionais, instituições e empresas, no entanto, dos doze municípios mencionados na lei, apenas seis estiveram presentes no evento - Redenção, Juazeiro

do Norte, Russas, Quixadá, Santana do Cariri e Canindé. Nota-se que nem Barbalha nem Crato compareceram, o que se evidencia a falta de planejamento ou prioridade ao desenvolvimento do turismo religioso de tais municípios.

O dispositivo se caracteriza como mais uma legislação criada sem planejamento e apresenta diversas limitações, principalmente por delimitar seus efeitos apenas a atrativos da religião católica, embora alguns dos municípios contemplados possuam eventos, monumentos e santuários de outras religiões. Evidencia-se a falta de articulação e continuidade das ações, uma vez que a simples publicação de leis ou a construção de monumentos não garante eficácia. Para que essas iniciativas sejam efetivas, é necessária a existência de uma governança capaz de realizar uma gestão estruturada por mecanismos de tomada de decisão que promovam a participação democrática de diferentes atores, tanto governamentais quanto não governamentais, articulados em prol de uma meta coletiva.

A análise do histórico das políticas públicas de turismo do estado do Ceará evidencia que houve investimentos e planejamentos limitados voltados à integração dos municípios do interior em rotas turísticas, especialmente em ações direcionadas a segmentos distintos do turismo de sol e praia. A política de interiorização do turismo no Ceará é interpretada sob a ótica de uma lógica bipolar, em que o litoral consolidado e o interior emergente representam pólos interdependentes de um mesmo sistema territorial. Essa bipolaridade evidencia a tentativa estatal de descentralizar o desenvolvimento turístico, mas também revela a persistência de assimetrias estruturais entre as regiões, uma vez que o interior permanece condicionado aos fluxos econômicos, simbólicos e institucionais do litoral (Oliveira, 2008).

Os primeiros programas do estado do Ceará que envolviam políticas para o turismo iniciaram no final da década de 1980 por meio do endomarketing e da modernização do território cearense para receber turistas. A partir de 1990 surge a primeira iniciativa de fomento à atividade turística com o Programa de Desenvolvimento do Turismo no Litoral do Ceará – PRODETURIS; aliado à inauguração do parque aquático privado *Beach Park* e a promoção realizada na novela global *Tropicaliente* (Setur/CE, 2021).

Época em que o governo federal idealizou a difusão do turismo pelo país, passando a destinar esforços para desenvolver políticas públicas de fomento a interiorização do turismo por meio de medidas como a inventariação turística, identificando a oferta de atrativos, podendo então evidenciar sua diversificação. Desse modo, se incentivou um processo de turistificação baseado na criação ou recriação de atrativos, enfatizando as funções turísticas de riquezas geográficas e histórico-culturais existentes nas localidades (Oliveira, 2008).

No entanto, o estado do Ceará permaneceu com campanhas e investimentos que

priorizavam o segmento de Sol e Mar, destinando recursos principalmente para melhorias dos acessos aos municípios litorâneos, como por exemplo o programa estadual Plano Ceará Melhor (1991-1994) que investiu na infraestrutura de 130 km da costa litorânea na região oeste de Fortaleza. Nesta época, mais precisamente em 1995, é criada a Secretaria de Turismo do estado que implementa a longo prazo o Plano de Desenvolvimento Sustentável do Estado do Ceará 1995-2020 (Setur/CE, 2021).

A partir disso, outras políticas públicas de turismo vão sendo implementadas por meio dos programas de desenvolvimento, financiados pelo Governo Federal e Banco do Nordeste, a exemplo do PRODETUR NE I - Plano de Desenvolvimento do Turismo no Nordeste (1994-2005); PRODETUR NE II (2002-2010), e o Prodetur Nacional (2008-2012) que além de destinar a grande maioria dos recursos para o litoral cearense, não faziam menção sobre o potencial religioso do estado, pois durante este período os investimentos para o turismo eram direcionados para a capital Fortaleza, não havendo um planejamento para o interior do estado.

Essa destinação de recursos à região litorânea é algo reconhecido por órgãos da gestão pública, assim como do terceiro setor como o Sebrae, que justifica os investimentos como sendo um aspecto político em resposta às demandas do mercado turístico

As políticas públicas estaduais para o desenvolvimento do turismo, elas são mais focadas nas praias porque é um componente político, o que é que chama mais atenção da mídia? O que é que, vamos dizer, atrai um público mais qualificado? São as praias, e o que é que é mais internacional, são as praias né? Então ele tem um foco maior na divulgação, na segurança, nas vias de acesso, você vê as vias de acesso às praias são impecáveis no Ceará, são sempre foco de novos investimentos, durante anos e anos, e inclusive nos estímulos, a empreendimentos, novos empreendimentos resorts, e toda essa gama de serviços (AT01).

No âmbito estadual, foi implementado o Plano Três Eixos para o Desenvolvimento do Ceará (2007–2014), o qual destinava recursos prioritariamente à região litorânea do estado, sem contemplar de forma significativa o interior. Posteriormente, entre 2015 e 2018, o governo estadual apresentou o Plano Sete Ceará para o Desenvolvimento, que passou a incluir regiões não litorâneas, como o Maciço de Baturité e a Chapada da Ibiapaba, por meio de ações voltadas à urbanização, infraestrutura turística e implantação de rodovias (SETUR/CE, 2021).

Em 2018, foi lançado o projeto de longo prazo Ceará 2050, que apresenta um estudo setorial sobre o turismo e posiciona o Geopark Araripe como âncora do Destino Chapada do Araripe. O plano define diretrizes e dispositivos voltados ao desenvolvimento local e regional do turismo sustentável no interior do estado, caracterizando-se como a primeira política pública a enfatizar ações específicas para a região do Cariri cearense.

A partir de 2020 são iniciadas políticas efetivas de interiorização do turismo no estado,

em que no âmbito fisiográfico apresentou três macros ecossistemas, entendendo que assim garantiam a diversidade ambiental e o diferencial para os produtos turísticos do Estado do Ceará, compreendidos pelo litoral, serra e sertão. É interessante frisar a descrição realizada sobre o Sertão, o qual inclui a região do Cariri:

Na Chapada do Araripe, os recursos naturais de maior importância são mananciais que jorram das serras, sendo os mais conhecidos nas imediações do triângulo Crato-Juazeiro-Barbalha. No sertão, os recursos são reduzidos devido à aridez, contudo aproveitados para implantação de equipamentos de lazer (Pág.8).

O trecho citado demonstra que pela percepção da secretaria de turismo estadual o potencial turístico da região do Crajubar está reduzido aos recursos naturais, seja pelos mananciais, seja pela aridez do solo. Em nenhum momento é mencionada as características devocionais locais, no entanto, um turista que chega na região sente-se imerso na religiosidade.

Mesmo com a implementação de novos planos, a interiorização do turismo no Ceará revela-se mais retórica do que efetivamente transformadora, pois não promove uma redistribuição equilibrada de fluxos e benefícios. As ações permanecem concentradas em poucos municípios, enquanto outras áreas continuam marginalizadas e dependentes do litoral em termos de visitantes, capital e divulgação, o que impede a consolidação de uma autonomia regional (Oliveira, 2008).

Em 2020 foi lançada pela Secretaria Estadual de Turismo em parceria com a Secretaria de Cultura e o SEBRAE, a Rota Cariri de Turismo, abrangendo cinquenta e cinco pontos turísticos de cinco destinos - Juazeiro do Norte, Crato, Barbalha, Nova Olinda, Santana do Cariri e Assaré. O objetivo da rota seria oferecer roteiros que utilizassem a cultura como atrativo turístico, evidenciando expressões artísticas, lugares, produtos e serviços regionais de modo a integrá-los no calendário cultural do Estado. A rota promovia a diversidade existente na região, no entanto, nas notícias veiculadas na ocasião do lançamento reconhece a força do turismo religioso que atrai cerca de 2,5 milhões de visitantes para a região (Governo do Ceará, 2020).

Entre os atrativos citados, haviam alguns que contemplavam o segmento religioso como Igreja Matriz em Santana do Cariri; a Estátua de Nossa Senhora de Fátima no Crato; a Igreja Matriz de Santo Antônio, Igreja de Nossa Senhora do Rosário e, a Festa de Santo Antônio em Barbalha¹³; e, a Capela de Nossa Senhora do Perpétuo Socorro, Santuário de São Francisco das Chagas, Santuário do Sagrado Coração de Jesus, Casarão do Horto, Museu Memorial Padre Cícero, e, Estátua do Padre Cícero no município de Juazeiro do Norte (Secult/CE, 2020).

¹³ Convém registrar que à época do lançamento da rota, o município de Barbalha ainda não contava com o monumento de Santo Antônio, que foi inaugurado em março de 2022.

A Rota Cariri não pôde ser efetivamente implementada, uma vez que poucos dias após seu lançamento, em março de 2020, a pandemia da Covid-19 impôs medidas de isolamento social que inviabilizaram o programa. Além disso, sua própria concepção abrangendo 55 pontos turísticos distribuídos em cinco municípios, revela fragilidades estruturais, especialmente no que se refere à coordenação e à articulação entre os diferentes atores envolvidos. Esses desafios evidenciam lacunas no planejamento e na execução de políticas públicas voltadas ao turismo regional cearense, indicando a necessidade de estratégias mais integradas e eficientes para a promoção sustentável do setor.

Em 2021, como parte das ações de planejamento voltadas à consolidação de uma política estadual de turismo, a Secretaria de Turismo do Ceará realizou uma pesquisa com o objetivo de mapear a demanda turística no território cearense, identificando os destinos e segmentos mais procurados pelos visitantes, conforme demonstrado no quadro 7. No entanto, apesar da relevância dos dados apresentados, não se verificou a formulação de diretrizes específicas ou estratégias direcionadas ao segmento do turismo religioso.

Quadro 7 - Segmentação e destinos turísticos do Ceará

SEGMENTOS			DESTINOS
CULTURAL	Sol e Praia	COMPRAS	Fortaleza Canoa Quebrada Jericoacoara e Camocim Outros
	Eventos e Negócios		Fortaleza Crato e Juazeiro Iguatu Polos Agrícolas e Industriais Interior Guaramiranga Outros
	Visita Parentes/Amigos		Litoral Serras Sertão
	Religioso		Canindé Juazeiro do Norte Outros
	Outros		Santana do Cariri: Arqueológico Ubajara: Espeleologia Litoral, Serras e Sertão: Esportes/Aventuras e Ecológicos/Rural

Fonte: Secretaria de Turismo do Ceará, 2021.

Uma outra política de turismo do estado do Ceará foi a instituição do Decreto 34.310 de 20 de outubro de 2021 que regulamentou a lei complementar nº158, de 14 de janeiro de 2016 que diz respeito ao Fundo Estadual de Desenvolvimento do Turismo, o Fundetur. Esta regulamentação determina em seu artigo 3º que um percentual dos recursos do fundo seja destinado para as cidades não litorâneas.

Conforme descreve o decreto, o Fundetur se configura como a reunião de recursos captados para o financiamento de planos, programas, atividades e projetos turísticos, além do custeio de ações voltadas para aquisição, manutenção, construção e conservação das instalações e equipamentos que compõem a estrutura turística e de eventos do estado do Ceará. Além disso, também podem ser destinados à divulgação e promoção do potencial turístico cearense; à construção, restauração ou manutenção de equipamentos turísticos e de lazer; à capacitação e treinamento profissional nos serviços turísticos; ao pagamento devido a participações em eventos nacionais e internacionais.

A principal fonte dos recursos do Fundetur se constitui de dotações orçamentárias e créditos adicionais do Tesouro do Estado; de receitas oriundas dos equipamentos turísticos, e, será administrado por comitê gestor vinculado à Secretaria Estadual de turismo, o qual semestralmente deverá prestar contas à assembleia legislativa sobre o montante dos recursos arrecadados. O decreto apresenta as diretrizes sobre a formação do Comitê gestor orientando quanto à quantidade dos membros, os prazos de mandato e obrigações destes membros.

O inciso 4º do artigo 3º assegura a destinação, em cada exercício fiscal, de percentual não inferior a 20% dos recursos do Fundetur a investimentos nas regiões turísticas não litorâneas do Ceará. Essa normativa foi uma reivindicação do Conselho de Desenvolvimento do Turismo do Cariri (Condetur Cariri) que convocou alguns deputados para legislarem em favor desta causa, uma vez que havia uma priorização de políticas públicas de turismo voltadas para as cidades do litoral do estado.

No entanto, conforme relatado em reuniões do Condetur não há um acompanhamento sobre este repasse, nem uma prestação de contas sobre como foi destinado este investimento, também não há um planejamento sobre a destinação deste percentual, pois um ponto relevante a ser considerado é que o estado possui várias microrregiões não litorâneas, desse modo, não se garante que a região do Cariri seja beneficiada.

O Conselho de Desenvolvimento do Turismo do Cariri foi formalmente constituído em 2019, a partir da articulação entre os municípios de Crato, Juazeiro do Norte, Barbalha e Missão Velha, que, com o apoio do SEBRAE, fundaram o Fórum Regional de Turismo e Cultura. Essa iniciativa visava fortalecer a governança turística regional, com base na compreensão de que o turismo demanda uma abordagem territorial integrada, onde as ofertas turísticas dos municípios se complementam.

Essa articulação teve início nos anos 2000, quando os municípios de Crato, Juazeiro do Norte, Barbalha e Missão Velha passaram a promover encontros periódicos, organizados sob a

denominação de Fórum de Cultura e Turismo¹⁴:

O fórum começou com quatro municípios: Crato, Juazeiro, Barbalha e Missão Velha, e mensalmente a gente começou a se reunir, a tratar de assuntos em comum, e ampliar essa rota pra cultura. Era o fórum de turismo e cultura, até que no seu ápice dessa realização dessas reuniões a gente chegou a ter participação ativa de vinte e um municípios, de vinte e oito que a região possui, então assim, era bom porque ali a gente discutia temas importantes, deixava todos os gestores públicos atualizados com relação às políticas públicas estaduais e federais (AT01).

Em consonância com as diretrizes da Política Nacional de Desenvolvimento do Turismo, o Condetur Cariri passou a reunir diversos atores locais envolvidos com a atividade turística, como artesãos, guias de turismo, representantes do terceiro setor (a exemplo do Senac e Sebrae), o Geopark Araripe, associações comerciais e secretarias municipais de turismo. Sua principal função consistia em atuar como instância de articulação e diálogo entre os municípios do Cariri cearense e os governos estadual e federal, visando à formulação e implementação de políticas públicas voltadas ao desenvolvimento turístico da região.

O Condetur teve sua formação facilitada devido a existência de uma consciência regional, que remonta à figura do Padre Cícero e à tradição de articulação coletiva em torno de causas comuns. Esse sentimento de pertencimento e cooperação regional tem favorecido iniciativas como a criação de conselhos de turismo, que buscam estruturar uma governança turística de base regional. Moradores frequentemente se identificam como sendo "do Cariri" ou "da terra do Padim", o que revela um potencial simbólico de coesão que pode ser mobilizado para fins de gestão integrada do turismo.

A gente do Cariri já tem essa prática né? Desde a época do Padre Cícero, de tratar as questões regionalmente e de se entender como região. São poucas as regiões do Brasil em que o cidadão ou as pessoas que moram ali dizem: 'sou do Cariri, sou de uma determinada região', normalmente ela fala: 'sou do município a, b ou c' e aqui a gente tem esse hábito, 'sou da terra do padim' independente de onde morar" (AT02).

O Condetur tem sido muito importante no fomento do turismo na região, promovendo parcerias para participação em diversos eventos de divulgação turística, sendo sua realização mais importante, conforme mencionado anteriormente, a articulação junto à câmara legislativa estadual para assegurar a destinação do Fundetur para as regiões turísticas não litorâneas do

¹⁴ Apesar de não ser uma entidade constituída formalmente, as reuniões itinerantes que possibilitaram algumas articulações importantes, entre elas a criação de uma seccional da Associação de Bares e Restaurantes – ABRASEL, entidade que fomentou a criação do polo gastronômico em Juazeiro do Norte, um dos atrativos turísticos do município:

Foi através de um fórum que a gente provocou os empresários a criarem uma identidade e aí a alternativa foi 'ah não vamos criar uma nova não, uma local, vamos criar uma nacional', aí foi quando Júnior mais um grupo de dez empresários abraçaram a causa e criaram a ABRASEL Cariri, em 2010, dez pessoas e chegou a quase cem (AT01).

Estado do Ceará, mencionada no decreto 34.310/2021.

A gente achava muito injusto o Governo do Estado usar esse recurso somente para o litoral, somente para promover o que já é automaticamente muito fácil de promover, que são as praias. Então a gente buscou o apoio de um então deputado na época, sentamos com ele e olha, tem que a gente ver uma alternativa na lei para fixar um percentual para as regiões não litorâneas. E foi feito dessa forma, ficando assegurada a destinação, a cada exercício fiscal um percentual não inferior a 20% de recursos do FUNDETUR, que é o Fundo de Desenvolvimento do Turismo Estadual nas regiões turísticas não litorâneas (Relato realizado em reunião do Condetur Cariri em 2024).

Diante do exposto, verifica-se que a gestão pública do Ceará enfrenta múltiplos desafios para a implementação de políticas turísticas eficazes, fenômeno que se repete em diversos estados brasileiros. Esses desafios abrangem aspectos estruturais, técnicos, financeiros e de governança, os quais comprometem o desenvolvimento responsável e sustentável dos destinos turísticos.

Nesse contexto, a formulação de políticas públicas pode ser compreendida como um processo de coordenação das ações coletivas direcionadas para objetivos comuns, envolvendo a definição das regras e metas que orientam a atuação institucional (Nóbrega, 2012). Para a provisão eficiente dos serviços públicos, a gestão necessita considerar a alocação e o desempenho dos recursos disponíveis em relação ao setor privado, avaliando os resultados obtidos (Matias Pereira, 2009).

Apesar dos esforços realizados, permanece a desigualdade na distribuição dos recursos, com maior concentração de investimentos nas regiões litorâneas em detrimento do interior do estado, o que evidencia disparidades regionais no financiamento do setor, em que os principais obstáculos identificados incluem a centralização e descontinuidade administrativa, execução orçamentária insuficiente, ausência de capacitação técnica adequada, foco restrito a determinados segmentos turísticos e regiões, lentidão na implementação de programas, além da carência de planejamento integrado e participação social efetiva. A alternância política, decorrente da rotatividade de governantes, está associada à variação das prioridades e à divergência na definição do papel estatal no âmbito do turismo. Tais fatores contribuem para uma governança fragmentada e desarticulada.

2. A monumentalidade católica e centros de visitação religiosa: entre a fé a fidelidade política

Uma das estratégias da gestão pública para desenvolver o turismo religioso tem sido o fomento à monumentalidade católica, sendo esta, uma prática recorrente no Brasil. A construção de monumentos grandiosos tem feito parte das políticas públicas de muitos locais, sob o discurso de estar atendendo a um apelo da população católica. Aliado à ideia de fomentar a economia, gestores públicos estaduais e municipais têm estimulado uma competição entre destinos, procurando evidenciar qual monumento é mais imponente e quais apresentam detalhes que reforcem sua grandiosidade em comparação aos já existentes.

Como exemplo, o monumento de Santa Rita de Cássia, construído em Santa Cruz – RN, que circulou a divulgação com o comparativo entre os monumentos do Cristo Redentor e da Estátua da Liberdade. Outro exemplo sobre o marketing acerca do tamanho dos monumentos, o município de Encantado (RS) comemorou a construção de um Cristo Redentor de 38 metros (sem considerar o pedestal) ¹⁵. Uma das notícias veiculadas ilustra bem esse aspecto competitivo, utilizado como atrativo para os visitantes: “Rio Grande do Sul inaugura super imagem do Cristo, mas Santa Rita ainda é a maior do mundo”¹⁶”

Figura 5 - Imagens com divulgação sobre o comparativo do tamanho de monumentos



Fonte: Farias (2013)

A construção de monumentos, inclusive aqueles de caráter não religioso, revela um viés político que prioriza a visibilidade e o prestígio em detrimento da relevância devocional das

¹⁵ O diferencial deste monumento é o fato de ser um projeto que não foi planejado e executado pela gestão pública, mas, organizações religiosas e iniciativa privada. A ideia original surge com um pároco local que cria a Associação dos amigos de Cristo de Encantado.

¹⁶ Disponível em: <https://blog.tribunadonorte.com.br/territoriolivre/rio-grande-do-sul-inaugura-super-imagem-de-cristo-mas-santa-rita-ainda-e-a-maior-do-mundo/>

entidades representadas. Tanto em iniciativas estatais quanto privadas, a atenção se concentra na grandiosidade das obras, valorizando a capacidade de erguer estruturas maiores em vez de considerar a devoção ou a importância comunitária. Nesse contexto, a monumentalização torna-se um instrumento de competição simbólica, destacando poder e influência sobre o significado espiritual ou coletivo dos monumentos.

O planejamento do turismo religioso demonstra que os fatores endógenos de devoção local não constituem prioridade; ao contrário, enfatizam-se o tamanho do monumento, a divindade homenageada e a infraestrutura necessária para atrair muitos turistas. Dessa forma, a construção dessas obras está diretamente vinculada à capacidade de gerar fluxo de visitantes e, conseqüentemente, fomentar a economia local, muitas vezes beneficiando predominantemente investidores e gestores que promovem essa lógica simplista de valorização turística.

A construção do Cristo Redentor no município do Rio de Janeiro ilustra como monumentos religiosos podem ser articulados a interesses políticos e simbólicos, mais do que a devoção exclusiva. Inicialmente, a ideia de instalar a estátua no alto do Corcovado surgiu como homenagem à princesa Isabel, autora da Lei Áurea, e não a Cristo. Contudo, Isabel rejeitou a proposta, afirmando que o verdadeiro redentor dos homens seria o destinatário legítimo da homenagem. Apesar das transformações políticas decorrentes do fim do Império, o Círculo Católico do Rio de Janeiro conseguiu viabilizar a obra em 1930 por meio de doações, utilizando-a como estratégia para reafirmar a presença e a influência da Igreja Católica na então capital do Brasil (Lima, 2006; Giumbelli, 2011).

O episódio evidencia a articulação entre interesses religiosos e políticos, mostrando que a monumentalização envolve tanto questões simbólicas quanto a necessidade de visibilidade institucional em um contexto de disputas de poder. Contudo, essa construção não deve ser compreendida apenas como um gesto de prestígio a Cristo, mas como resultado de uma conciliação de interesses diversos. As homenagens implícitas e explícitas integraram múltiplas perspectivas: a republicana, voltada à legitimação simbólica do Estado; a religiosa, para reafirmar a influência da Igreja; e a política, ao demonstrar poder e prestígio institucional.

Dessa forma, o Cristo Redentor emerge como um exemplo paradigmático de como a monumentalização religiosa pode funcionar como instrumento de negociação simbólica e expressão de relações de poder, conciliando dimensões espirituais, políticas e sociais em uma mesma obra.

Estes símbolos religiosos têm desempenhado múltiplas funções, como objetos devocionais, atrações turísticas e símbolos de identidade territorial, havendo uma ambivalência de interesses religiosos, comerciais, comunitários e políticos. Nesse contexto, aspectos sagrados

e seculares atuam para o desenvolvimento destes atrativos turísticos, em que se busca manter o equilíbrio entre o caráter sagrado desses monumentos, o fomento à comercialização do patrimônio religioso, a demarcação territorial e a aceitação pela comunidade local.

Oliveira *et al.* (2020) definem a proliferação de grandes monumentos religiosos em paisagens urbanas brasileiras como "totemismo católico", fenômeno que compreende o funcionamento de estruturas religiosas enquanto símbolos que atendem a múltiplos propósitos: atrações devocionais para peregrinos, destinos turísticos e instrumentos de visibilidade geopolítica.

O conceito de totem católico, conforme discutido por Oliveira *et al.* (2020), abrange tanto os grandes monumentos religiosos quanto os pequenos artefatos presentes nos oratórios dos devotos. As grandes estátuas funcionam como totens coletivos, alterando a paisagem urbana e promovendo visibilidade simbólica, coletiva e territorial, enquanto os objetos menores operam como totens individuais, oferecendo uma relação íntima e cotidiana por meio do toque e da presença constante.

Além da materialidade e do contato físico, os totens se projetam para além do tangível, incorporando representações simbólicas multiplicadas em diversos artefatos, como imagens menores, chaveiros e roupas. Essa lógica permite que a intimidade devocional seja construída a partir de monumentos que funcionam como interlocutores do sagrado, integrando relações de devoção pessoal e visibilidade social dentro de um mesmo sistema simbólico (Oliveira et al. 2020).

O debate em torno dos monumentos ultrapassa a dimensão material das grandes estruturas físicas para adentrar o campo simbólico, onde se articulam memórias, identidades e poderes. Compreender o que é um monumento implica reconhecer sua função social e política, bem como as intenções que orientam sua construção e consagração no espaço público. No contexto do turismo religioso, essa noção ganha contornos específicos, pois os monumentos católicos se erguem não apenas como expressões de fé, mas também como dispositivos de visibilidade e prestígio, marcando territórios e narrativas que conectam devoção, cultura e estratégia de desenvolvimento local.

Diante dessa complexidade, esta tese reconhece a pluralidade de definições atribuídas ao conceito de monumento, acolhendo suas diferentes interpretações — sociais, históricas, políticas e religiosas — como parte essencial para compreender os sentidos e usos desses marcos na construção do turismo religioso contemporâneo.

2.1. Monumentos: definições e perspectivas

Monumentos¹⁷ possuem a finalidade de assumir um papel simbólico na construção da identidade histórica e cultural de um grupo social, o qual determinará, a partir de uma especulação da memória coletiva, aquilo que é digno de valorização, e por sua vez, preservação e conservação (Choay, 2017). No sentido original, o conceito de monumento refere-se a uma obra erigida com a finalidade de preservar na memória das gerações futuras eventos ou fatos humanos específicos, estando intrinsecamente associado à manutenção da memória coletiva de um povo, sociedade ou grupo (Riegl, 2014).

A palavra monumento se origina do latim *monumentum* que remete a *mens* - espírito ou ainda a *memini* que quer dizer memória. Também faz menção a *monere* que significa fazer recordar, avisar, iluminar, instruir. Dessa forma, *monumentum* remete a uma lembrança do passado, ou perpetuar no tempo a recordação (Le Goff, 2013). Choay complementa afirmando que o termo monumento vem do latim *monumentum*, que deriva de *monere*, significando advertir, lembrar, aquilo que traz à lembrança alguma coisa. Ou seja, não há uma neutralidade no monumento, mas sua presença tem a função de tocar, pela emoção, uma memória viva (Choay, 2017).

Riegl (2014) distingue dois tipos de monumentos: os intencionais e os não intencionais. Os primeiros são concebidos com propósito memorial explícito e função comemorativa desde sua criação; e os não-intencionais, cuja significação memorial se estabelece posteriormente. Enquanto os monumentos não-intencionais, observa-se uma transformação funcional ao longo do tempo, distinta da intenção original da obra, ressaltando a dimensão temporal que confere múltiplos sentidos de acordo com o contexto histórico, cultural e religioso em que são reinterpretados.

Dessa forma, o conceito de monumento deve ser compreendido de maneira flexível, considerando que, na prática social, as fronteiras entre o intencional e o não intencional se tornam permeáveis. A interação constante entre o natural e o construído, o religioso e o paisagístico, evidencia que os sentidos monumentais são continuamente atualizados pelas dinâmicas culturais e turísticas. Essa relação possibilita a emergência de novos significados e

¹⁷ No contexto deste trabalho podemos afirmar que monumento é diferente de estátua, apesar de em alguns casos encontrá-los como sinônimos, no entanto, de uma forma direta, o dicionário define estátua como sinônimo de escultura, ou no sentido figurado pessoa imóvel e sem ação, enquanto monumento é uma obra destinada a transmitir ou perpetuar a lembrança de um grande vulto ou acontecimento; escultura suntuosa, repleta de luxo. Dessa forma, neste estudo foi estabelecido o termo monumento, apesar de que em alguns trechos das falas dos entrevistados será possível que se refiram aos monumentos estudados como estátuas.

amplia o potencial simbólico dos lugares, fazendo dos monumentos importantes mediadores entre o sagrado, o social e o econômico.

Esta distinção corrobora com a concepção sobre os monumentos na perspectiva dos conceitos de patrimônio¹⁸ e tombamento¹⁹, sendo a Revolução Francesa um marco nesses fundamentos. Foi a partir dela que bens da realeza e do clero, considerados privados, passaram a ser bens públicos, deixando de ser bens individuais, mas coletivos. Percebeu-se a importância de manter os bens como forma de preservar a História, mesmo que a memória histórica de uma civilização não esteja apenas em seus bens, mas a sua existência permite sua manutenção (Choay, 2017).

Para Choay (2017) monumentos podem ser entendidos como sinônimos de patrimônio, no entanto, são distintos, o patrimônio é algo que a sociedade considera benéfico em ser preservado, e os monumentos são importantes devido o simbolismo que carregam consigo como parte de uma herança patrimonial, a qual não cessa de crescer, pois vão sendo incluídos novos bens com o passar do tempo.

Os monumentos não são considerados apenas edificações individuais, mas compreendem aglomerados de edificações, os quais preservar se torna um ato de responsabilidade que a sociedade tem que manter para com sua própria história. Assim sendo, ele se sobrepõe ao tempo e a história, uma vez que retrata as gerações que antecederam, preservando aquilo que se quer dar continuidade no desenvolvimento da sociedade (Choay, 2017).

Le Goff (2013) afirma que os monumentos são obras intencionais, construídas a partir de intenções políticas. Eles são produtos da sociedade que os idealizou, e suas características estão relacionadas à tentativa, voluntária ou involuntária, de uma classe social de se perpetuar no poder, situação na qual o monumento ressalta sua presença, tanto para si quanto para o grupo ao qual pertence. Nesse sentido, o monumento teria a intencionalidade de materializar a força de um grupo social.

Para os grupos que não participaram da criação do monumento, sua intencionalidade

¹⁸ O patrimônio é associado a aspectos histórico-arquitetônico, mas principalmente a um fator de memória da sociedade, em que remanescentes materiais de cultura são testemunhos de experiências vividas, coletiva e individualmente que retoma o sentimento de pertencimento a um determinado grupo ou espaço (Rodrigues, 2001).

¹⁹ Tombamento é a ação de inventariar, registrar e tornar sob guarda com a finalidade de conservar e proteger um bem de valor público. O ato de tomar se justifica uma vez que o poder público tem a responsabilidade em salvaguardar a memória coletiva, portanto, é salvaguardar objetos fadados à destruição para que cumpram sua função historiográfica. Sua ideia surge concomitante a de monumento histórico, e é defendida quando se percebe que muitos artefatos e bens conseguiam ser guardados por serem considerados patrimônios nacionais, e não posse apenas de uma elite, incluindo também os bens eclesiásticos, que pertencem a uma coletividade e não só à igreja (Choay, 2017).

pode ser percebida de forma subordinada ou reinterpretada. A não-intencionalidade não se limita à ausência de poder, mas também permite que outros grupos possam atribuir novos significados, mostrando que o valor de um monumento é continuamente renegociado e construído socialmente.

São utilizados na intenção de exercer influência sobre o povo, atuando em seus sentimentos, desempenhando impacto sobre o espírito da multidão. E, diferente de patrimônio que é representado por sua antiguidade e, tem a função de instruir a sociedade, os monumentos são construídos para lembrar os feitos realizados, como os feitos de guerra, o monumento do soldado desconhecido, entre outros, são frutos de decisões políticas, pela própria transformação da sociedade (Choay, 2017).

Portanto, os monumentos funcionam como alegorias do patrimônio, pois simbolizam sua totalidade (uma alegoria, ou um conjunto delas, se incorpora à ideia de patrimônio). Embora o patrimônio não se reduza aos monumentos, estes transmitem a noção de algo que o transcende e se integra a ele. Isso fica evidente quando monumentos são substituídos por versões maiores ou mais imponentes; mesmo transformados, continuam a representar e a valorizar o que se considera digno de preservação (Choay, 2017).

A instalação de monumentos com fins políticos, é ancorada nas escolhas de lideranças políticas que baseadas na vivência do grupo social tem o intuito de influenciar os grupos os quais lidera, utilizando estratégias simbólicas que possam conquistar a confiança dos indivíduos que formam o grupo e assim possam se manter na liderança (Chartier, 1991).

Um marco na história da conceituação sobre os monumentos é o surgimento dos museus, espaços públicos destinados a preservar monumentos móveis e reunir obras de arte e objetos diversos, com a finalidade de instruir a nação, ensinando civismo, história e competências artísticas e técnicas. Os museus passaram a concentrar obras que antes pertenciam a coleções privadas, permitindo que todos tivessem acesso a esse patrimônio e promovendo a democratização do saber (Choay, 2017).

Do mesmo modo, antigos castelos, abadias, monastérios e outros monumentos de maior tamanho, que não podiam ser guardados, iam sendo fragmentados para que as coleções dos museus pudessem ser alimentadas, servindo como representação de grandes acontecimentos da história. Por outro lado, algumas destas edificações, passam a receber outros usos, sob a influência a longo prazo do turismo, principalmente na conservação de prédios históricos, uma vez que a presença material dos edifícios é interessante para operação de práticas turísticas do que apenas se tornar uma compilação de antiguidades. Ressalte-se que na época do surgimento dos museus, a prática turística se configurava apenas como uma forma de lazer não sendo assim

denominada (Choay, 2017).

A memória coletiva é preservada por documentos e monumentos, instrumentos responsáveis pela sobrevivência do passado. Contudo, o que é selecionado para permanecer são recortes determinados por forças políticas dominantes, que escolhem aquilo que consideram importante para se manter no tempo. Essas escolhas não necessariamente representam a totalidade, mas refletem apenas uma parcela da sociedade (Le Goff, 2013).

A atividade turística, como assim a conhecemos contemporaneamente, é impulsionada por motivações diversas, entre elas o consumo de bens culturais, como forma de status ou de conhecimento (Rodrigues, 2001). E esta, tem fomentado uma cultura em que se busca manter vivo na memória social alguns fatos históricos. Isto se evidencia pela restauração de velhos centros urbanos; tombamento de cidades fomentando a reformulação de paisagens inteiras; restauro de empreendimentos patrimoniais e heranças nacionais; a adoção de uma nova arquitetura de museus; a valorização da moda vintage ou chamada retrô numa forma de comercialização da nostalgia numa busca utópica por uma representação histórica (Huyssen, 2000).

O turismo assume um papel de destaque no que diz respeito aos usos dos monumentos, pois é o principal fomentador de suas construções em toda parte do mundo, seja disseminando memórias de fatos históricos, seja no uso de ícones gigantes relacionadas a religião católica que se colocam a serviço de práticas do turismo religioso moderno (Oliveira, Rocha & Aragão, 2020).

A maioria dos monumentos que são instalados nas cidades, carregam em si mesmo a motivação para sua exposição, impulsionada pela história que ocasiona ou justifica sua existência, fazendo com que o seu entorno também passe a ser modificado e reconstruído, pois, o monumento não é um objeto isolado, mas que faz parte de um conjunto (Choay, 2017). Dessa forma, é possível afirmar que a construção de monumentos está atrelada a existência de um patrimônio que lhe confere sentido, seja político, cultural, religioso etc.

Símbolos e imagens fazem parte da sociedade sendo até anterior à linguagem. O *homo symbolicus* carece que em todas as suas atividades que o simbolismo esteja presente, mesmo que implicitamente, uma vez que estão presentes na psique humana, e tem como função apontar para uma realidade meta empírica, diferente do decalque do mundo, mas apontando para uma realidade mais profunda e essencial (Eliade, 2002).

Foi assim, que o cristianismo criou uma linguagem mitológica, comum às populações, de modo que a necessidade de mitologização do indivíduo pudesse ter continuidade, isso se deu quando lugares de culto passaram a ser associados a arquétipos cristãos (uma fonte antes

dedicada à divindade x, passa a ser consagrada à divindade cristã y). A mitologia popular vai se tornando ecumênica, e cada religião vai adotando seus critérios no intuito de corresponder às necessidades imagéticas dos indivíduos (Eliade, 2002).

Desse modo, o politeísmo grego, por exemplo, manifesta-se no cristianismo por meio das especializações atribuídas a cada santo, como o protetor dos animais ou o santo casamenteiro. De forma semelhante, essas associações estendem-se às cidades, como ocorre com São Francisco de Assis e São Francisco de Sales, que, no contexto do Nordeste brasileiro, se apresentam como São Francisco de Canindé; e com Santo Antônio de Pádua (ou de Lisboa), que se transforma em Santo Antônio de Barbalha. A imaginação humana permanece imersa no simbolismo dos mitos e das teologias, influenciando o comportamento social. Mesmo que o homem moderno carregue diversos preconceitos, religiosos, morais, sociais, estéticos, entre outros, capazes de alterar o conteúdo de sua vida espiritual, persiste um resíduo mitológico que sobrevive, ainda que laicizado e modernizado (Eliade, 2002).

Aspectos religiosos influenciam os indivíduos em suas escolhas políticas, atuando como uma bandeira ideológica, servindo de incentivo para que gestores públicos, utilizam de símbolos religiosos para conquistar o apoio da população. Fé e crenças passam do domínio privado para o domínio público para legitimar um discurso político e econômico. Em consonância, a religião passa por um processo de secularização mediada por valores monetários, em que, a edificação dos monumentos como representação de crenças religiosas tem sido ressignificados como atrativos da oferta turística, principalmente devido a visibilidade midiática que os monumentos têm adquirido com o passar do tempo.

Para Eliade (2016), o mito é uma narrativa que relata acontecimentos em um tempo primordial, conferindo-lhes caráter sagrado. Por meio das façanhas de seres sobrenaturais, explica a origem do mundo, do homem ou de instituições, orientando a experiência do sagrado. Ao mesmo tempo, pode ser compreendido como um fenômeno cultural que transcende o tempo histórico linear, estabelecendo relações entre o ser humano e o sagrado e expressando a realidade fundamental da existência.

Monumentos podem ser entendidos como manifestações materiais do sagrado, carregando significações associadas a seres sobrenaturais, heróis ou eventos míticos. Ao se materializarem em locais específicos, conferem a esses espaços um caráter simbólico e religioso, funcionando como expressões tangíveis da relação entre o humano e o sagrado, e orientando a experiência daqueles que interagem com eles.

O mercado turístico, por sua vez, passou a considerar a motivação religiosa (mitológica) como um produto a ser oferecido nos destinos, criando espaços atrativos para que os peregrinos

possam exercer sua fé, espalhando réplicas de monumentos e santuários com finalidade turística. Assim, as peregrinações passaram por adaptações, inserindo-se no processo turístico e utilizando novos equipamentos e serviços a seu favor (Oliveira, 2004).

Os monumentos não se expressam apenas como estruturas físicas; eles incorporam dimensões míticas, culturais e sociais. No contexto religioso, funcionam como mediadores entre o sagrado e a experiência humana, e seu valor é fruto de processos históricos e sociais. A partir dessa perspectiva, é possível analisar como esses elementos simbólicos são apropriados, reinterpretados e transformados em atrativos turísticos, evidenciando a construção social que os torna significativos para a visitação.

2.2.A construção social do atrativo turístico

O turismo configura-se como uma atividade de natureza sistêmica, fundamentada na interdependência entre diversos fatores, não sendo possível sua existência a partir de um único elemento isolado. Os destinos turísticos, portanto, dependem da presença de atrativos, os quais podem ser compreendidos como *“todo lugar, objeto ou acontecimento de interesse turístico que motiva o deslocamento de grupos humanos para conhecê-los”* (Beni, 2001, p. 297). Tais atrativos se originam de recursos locais que, para promoverem fluxos turísticos, demandam significados simbólicos e materialidade estrutural, apoiando-se em uma infraestrutura adequada e em uma gestão responsável que assegure a sustentabilidade e a permanência do destino no mercado turístico.

Os recursos turísticos são elementos passíveis de ser utilizados por um destino, sendo estratégico conhecer aquilo que é próprio de um lugar, identificando como que suas características podem afetar seu desenvolvimento, reagindo às possíveis influências, sobretudo de modo a mitigar aspectos negativos e aproveitar possíveis oportunidades, a fim de torná-las em atrativos turísticos.

A essência do comportamento turístico envolve a busca por experiências que se diferenciem do cotidiano, evidenciando uma procura por vivências pessoais que dependem das condições específicas de cada indivíduo. Essas condições são constituídas por atributos mentais, como valores, interesses e motivações, e por atributos não mentais, como idade, saúde e recursos disponíveis, que influenciam a percepção dos elementos centrais buscados em cada viagem. Em outras palavras, o motivo pessoal de cada turista determina o núcleo de sua experiência turística, ressaltando que suas necessidades podem ou não ser plenamente satisfeitas (Leiper, 1990).

A existência de um atrativo turístico, segundo Leiper (1990) e MacCannell (1999), depende da articulação de três elementos fundamentais que se inter-relacionam: o elemento humano (ou turístico), o núcleo (elemento central) e o marcador (elemento informativo). O elemento humano refere-se ao sujeito com desejo ou necessidade de realizar deslocamentos motivados pelo lazer, cultura ou espiritualidade. O núcleo corresponde a uma característica, objeto ou atributo específico de um local que possui potencial de atrair visitantes. Já o marcador é constituído pelas informações previamente acessadas pelo turista, capazes de despertar sua atenção e motivá-lo a experimentar o núcleo. Este marcador atua como mediador simbólico entre o desejo de viajar e a escolha do destino, reforçando a atratividade do núcleo ao responder positivamente às expectativas e interesses do visitante.

O turista pode receber informações sobre o ponto turístico antes de viajar, sentindo-se motivado a visitá-lo. Esse processo ocorre quando o atrativo possui um marcador gerador, mas também pode ocorrer por meio de um marcador de trânsito, quando a informação sobre o atrativo é obtida ao longo do itinerário. Assim, pontos turísticos bem marcados, ou seja, com valor simbólico definido, distinguem-se dos semelhantes “menos famosos” pelo significado e pela experiência que oferecem ao visitante (Leiper, 1990).

Assim, o valor de um atrativo turístico não depende apenas de suas informações ou marcadores, mas também das concepções dos visitantes e das intenções simbólicas e mercantis que moldam continuamente sua percepção e significado.

O significado ou o marcador de um atrativo pode também ser construído durante a visita e não necessariamente o motivo da viagem. Os turistas podem derivar um significado sobre um local a partir da experiência percebida lá (Leiper, 1990). Estes significados dependem de valores transmitidos por mensagens culturais locais, que são mutáveis, por isso, um significado já existente pode passar a não fazer mais sentido ou pode ser recriado.

Embora os atrativos turísticos possam motivar ou atrair visitantes, muitos lugares recebem grande número de turistas por abrigarem pontos significativos, enquanto outros são descobertos “por acaso” durante passeios acidentais. Dessa forma, os atrativos podem ou não determinar a viagem, mas desempenham papel central ao proporcionar uma experiência turística genuína, atuando como marcadores locais carregados de significado (Leiper, 1990).

Ao mesmo tempo, a ideia de “genuinidade” não deve ser tomada como absoluta, pois frequentemente é construída social e economicamente, servindo também a interesses comerciais que valorizam o produto turístico.

Os atrativos podem ser abordados pontuando alguns aspectos que resultarão numa maior ou menor atratividade dentro da atividade turística. A perspectiva ideográfica considera a

singularidade de um local como determinante na sua atratividade e está relacionada a oferta turística; a perspectiva organizacional concentra-se em características de natureza espacial, de capacidade e temporal (sazonal) na mensuração da atratividade considera possíveis interrelações dentro de um atrativo. Por fim, a perspectiva cognitiva que avalia a possibilidade de o indivíduo sentir-se turista ao experimentar a autenticidade de um lugar e está relacionada ao perfil da demanda turística e o que ela procura (Lew, 1987).

O núcleo é o elemento central de um sistema de atração turística composto pelo turista, pelo núcleo e pelo marcador. Ele representa a motivação principal ou o desejo específico que leva o viajante a viajar. Uma pessoa pode decidir viajar com o objetivo de realizar ou vivenciar algo específico, concentrando-se nessa experiência durante a viagem. Contudo, é comum que o turista possua múltiplas motivações (núcleos), organizadas de acordo com suas prioridades. Os núcleos primários são atributos que influenciam diretamente a decisão sobre o destino; os núcleos secundários são conhecidos pelo turista, mas têm importância menor na escolha do itinerário; e os núcleos terciários são inicialmente desconhecidos, sendo descobertos somente ao chegar ao destino (Leiper, 1990).

Embora o conceito de núcleo de Leiper (1990) ajude a entender a motivação central do turista, ele não contempla a variabilidade das decisões humanas. No turismo religioso, peregrinos oscilam entre desejos, crenças e hábitos, o que exige considerar múltiplas tipologias e comportamentos para compreender a experiência turística como dinâmica e construída socialmente.

Isso significa que apesar da segmentação turística ser importante para atrair determinados consumidores de acordo com suas preferências, cada turista traz consigo outras pequenas motivações que também estarão presentes nas localidades, incluindo atrações desconhecidas por esses visitantes, mas que poderão chamar sua atenção no momento de sua viagem.

Várias cidades do estado de Minas Gerais, por exemplo, abrigam diversos templos católicos históricos. O turista que se desloca para conhecer seus detalhes artísticos e culturais configura o núcleo principal, podendo, adicionalmente, deparar-se com templos nos quais se realizam práticas devocionais ativas, correspondentes a núcleos secundários. As mesmas cidades podem também surpreender pelo oferecimento de uma gastronomia regional diversificada ou de uma variedade de artesanato produzido a partir de matérias-primas locais pouco divulgadas nos materiais turísticos, caracterizando núcleos terciários. Observa-se, portanto, que o destino apresenta um núcleo múltiplo, que não permite classificá-lo exclusivamente como turístico-cultural, turístico-religioso ou turístico-gastronômico.

Para exemplificar o conceito dos núcleos turísticos de Leiper (1990) na região do CRAJUBAR, que abrange Juazeiro do Norte, Crato e Barbalha, pode-se classificar como núcleo primário o Monumento do Padre Cícero e a região do Horto, ambos em Juazeiro do Norte, pois constituem os principais atrativos que motivam a visita, sendo símbolos icônicos e pontos centrais de peregrinação. No núcleo secundário, incluem-se atrações conhecidas pelo turista, mas que não determinam a escolha do destino, como os museus, a Igreja Bom Jesus do Horto, o teleférico, os balneários, as trilhas ecológicas e o Monumento de Nossa Senhora de Fátima no Crato. Esses elementos complementam a experiência do visitante e enriquecem o roteiro, sem constituírem motivo central de deslocamento. Por fim, os núcleos terciários correspondem a atrativos descobertos ao chegar ao destino, como o artesanato local, restaurantes típicos, recantos históricos e o Monumento de Santo Antônio em Barbalha, cuja existência é pouco conhecida pelos turistas e raramente incluída nos roteiros planejados, mas que contribui significativamente para a ampliação e enriquecimento da experiência turística.

O valor atribuído a um atrativo turístico está diretamente relacionado à qualidade e à diversidade de experiências que ele é capaz de proporcionar. Quanto maior o número de núcleos presentes em um destino, compreendidos como elementos centrais dotados de potencial atrativo, mais ampla será sua capacidade de atender às demandas de distintos perfis de visitantes, aumentando, conseqüentemente, sua aceitação no campo do turismo (Leiper, 1990; MacCannell, 1999).

Essa multiplicidade de núcleos reforça o entendimento de que uma viagem raramente se limita a uma única modalidade. Mesmo em destinos classificados predominantemente como religiosos, por exemplo, é comum que coexistam outras formas de atratividade, como o turismo cultural, gastronômico ou de natureza, o que amplia as possibilidades de experiência e fruição para o visitante.

O turismo é um movimento que reconfigura o olhar e a maneira como o indivíduo se relaciona com o espaço, promovendo processos de mobilização interna que podem levar à ressignificação de suas práticas cotidianas, e deve ser compreendido não apenas como deslocamento físico, mas como uma experiência subjetiva que envolve o contato com o novo, o diferente e o inesperado. Deste modo, o estranhamento provocado pela experiência turística não está necessariamente vinculado à extensão da distância percorrida, mas sim às transformações simbólicas que ocorrem quando o sujeito se afasta temporária e espacialmente de sua rotina (Gastal & Moesch, 2007).

MacCannell (1999) ao tratar das experiências turísticas culturais, define que são modelos idealizados da vida social que estão presentes e compartilhados no cotidiano, por meio

do cinema, das conversas, espetáculos e é composta de duas partes: a representação (modelo) de um aspecto da vida concebida no palco, cinema, etc. como se sugerisse um modelo a ser almejado; e, a crença ou sentimento intensificado que se baseia no modelo representado, sendo as mídias de comunicação as principais influenciadores de modelos de experiência cultural.

Nesse sentido, passeios turísticos vão sendo incluídos em um senso coletivo de que certos atrativos devem ser vistos, tornando-se uma agenda cerimonial que envolve ritos obrigatórios – se alguém vai à Paris, tem que ir a Torre Eiffel, se vai a Manhattan, tem que visitar a Estátua da Liberdade, se vai ao Rio de Janeiro, tem que ir ao Cristo Redentor e assim por diante. Quando um atrativo aparece em um roteiro, passa a ter uma reivindicação moral sobre o turista.

Na perspectiva de funcionar como atrativo turístico, diversas instituições, a exemplo de tribunais, universidades, bibliotecas, fábricas, mercados entre outros, têm destinado plataformas, arenas e espaços ao uso dos turistas. Do mesmo modo, as instituições religiosas também vão acomodando estes movimentos convertendo suas funções religiosas para turísticas, cedendo espaços à visitantes ocasionais que estão de passagem e desejam conhecer a história e o cotidiano sem ter que realizar práticas devocionais (MacCannell, 1999).

Museus são edifícios consagrados a objetos sociais, históricos, culturais e naturais que abrigam coleções de objetos para inspeção, estudo e apreciação. A maneira como os objetos são mostrados é determinante na impressão de cada espectador que terá uma reapresentação de objetos, uma reconstrução de uma situação total, em que um corte arbitrário do que teria sido cercado de um contexto original será exposto dentro de uma nova moldura, esteticamente agradável para quem o vê (MacCannell, 1999).

Há um “apetite por relíquias da vida pré-industrial” que reduz estilos de vida anteriores, casas antigas e até mesmo nações à objetos de arte que são comercializados para visitantes sob um fundo romântico cultural que ao mesmo tempo que expõe elementos tradicionais, o incorpora ao mundo moderno (MacCannell, 1999). Ao definir atrativo turístico, o autor destaca o papel do marcador que não é o ponto turístico por si só, mas o significado dele para as pessoas que o visitam, o simbolismo que esse objeto possui e que passa a representar o lugar onde se encontra. Quando se vê a imagem de um Cristo com braços abertos em um monte, imediatamente a lembrança de quem o vê remete a capital carioca pois, este tipo de monumento é um elemento em um conjunto chamado Rio de Janeiro.

O significado da realidade social depende de um sistema de transformações de coisas em ideias (MacCannell, 1999) sendo assim, o ponto turístico só se torna um marcador turístico quando tem algum significado para o turista. Os guias desempenham um papel importante na

construção dos marcadores dos pontos turísticos pois são eles que antecipam um significado aos pontos visitados de modo que a experiência turística seja memorável.

MacCannell (1999) reflete sobre como o mercado cria um aspecto simbólico ou fetichista que tem a capacidade de organizar o significado nos fazendo querer coisas por razões que vão além de nossas necessidades materiais. O imaginário do turista precisa ser atraído por marcadores que o levem a acreditar que este não é apenas mais um monumento, mas o monumento.

Um monumento, por si só, permanece apenas como um objeto físico e não desperta interesse turístico automaticamente. O que transforma esse espaço em um atrativo é o marcador, ou seja, a informação e o discurso que lhe atribuem significado, consolidando o vínculo entre o visitante e a atração. Esse processo eleva o conhecimento do turista a um status privilegiado, conferindo valor simbólico à experiência. Por essa razão, é comum que visitas guiadas incluam histórias de bastidores e curiosidades, que enriquecem o imaginário turístico e tornam o local mais distintivo ou especial em relação a outros monumentos.

O atrativo turístico pode passar por um processo de sacralização, em que o primeiro estágio é a fase da nomeação, quando este ponto é separado de objetos semelhantes sendo indicado como digno de preservação. Essa escolha vai ser devido a alguma característica que lhe foi conferida a ponto de ser considerado distinto dos demais. Esta fase ocorre após uma autenticação realizada por meio de valores estéticos, históricos, monetários, recreativos e sociais que lhe são conferidos.

A segunda fase é a de enquadramento e elevação em que este ponto é evidenciado, sendo colocado holofotes que indiquem ser necessário um maior cuidado. É o caso do uso de pedestais e até mesmo limites oficiais ao redor do objeto impedindo que as pessoas possam tocá-lo ou ter um contato mais próximo. A terceira e última fase é a etapa da sacralização em si, que corresponde a reprodução do objeto com a criação de gravuras, sendo o estágio final, a reprodução social em que outros locais começam a se nomear da mesma forma (MacCannell, 1999).

A ideia de sacralização tem uma forte relação com uma cristalização da imagem do atrativo turístico como algo autêntico e simbólico, mas não se limita apenas à devoção religiosa. No caso de locais religiosos essa sacralização pode combinar aspectos de devoção e uma legitimação do monumento como patrimônio e símbolo cultural.

A estrutura de características de atração de MacCannell (1999) enfatiza o papel dos marcadores, que são sinais, símbolos e designações capazes de posicionar um local como atração turística. Por meio do olhar do visitante, esse processo passa pela chamada “sacralização

da visão”, referindo-se à transformação do espaço em algo significativo.

Os monumentos religiosos são particularmente suscetíveis a esse processo devido ao seu significado espiritual inerente, e a criação de marcadores no turismo religioso envolve, muitas vezes, a mercantilização de locais sagrados, nos quais o patrimônio histórico, cultural e religioso é organizado e apresentado para consumo turístico.

A sacralização turística de um monumento religioso é um processo complexo e multifacetado, resultante da intersecção entre valor simbólico, interesses econômicos, estratégicos e institucionais, frequentemente articulados com a atuação de agentes políticos progressivamente engajados nesse processo. Nesse contexto, pode-se falar em uma verdadeira “sacralização das negociações múltiplas”, na qual a significação espiritual, a valorização cultural e os interesses econômicos se entrelaçam, consolidando o espaço como atrativo turístico de maneira estratégica e complexa.

É o caso dos monumentos do eixo Crajubar podemos considerar que o monumento do Padre Cícero, em Juazeiro do Norte, já alcançou a fase de sacralização, sendo um ícone profundamente enraizado na cultura e religiosidade regional, constituindo-se como destino de peregrinação e oferecendo uma experiência turística carregada de significado simbólico e autêntico para os visitantes.

O monumento de Nossa Senhora de Fátima, no Crato, provavelmente encontra-se na fase de enquadramento e elevação, constituindo um símbolo relevante para a religiosidade local e já reconhecido como importante para visitantes religiosos, embora ainda possua potencial para expandir sua visibilidade e significado turístico. Por sua vez, o monumento de Santo Antônio, em Barbalha, pode situar-se entre as fases de nomeação e enquadramento, sendo identificado como atração, mas ainda consolidando seu papel e reconhecimento mais amplo no contexto turístico regional.

O turismo tem utilizado isso nos pacotes comercializados, usando como atrativo centros de memória - cidades históricas, locais com arquitetura que retomam características do passado, entre outros. E, muitos destes centros históricos têm sido reconstruídos ou reproduzidos no intuito de atender essa demanda turística. Por exemplo nas festas juninas no Nordeste brasileiro, há uma predominância da reprodução dos pequenos centros urbanos, com a representação de um barracão, uma igrejinha e outros locais que estão cada vez mais raros de encontrar, mas que estão presentes na memória da população.

A prática turística permite ao visitante conhecer novas culturas e lugares e por isso, estimula a criação de atrativos com o propósito de estimular o recebimento de turistas. Com isso, destinos turísticos têm se adaptado às mudanças do mercado investindo em

profissionalização e nos denominados novos segmentos turísticos, ampliando a oferta de atrativos turísticos que impacta principalmente a vivência dos residentes, pois dependendo das relações estabelecidas nesse processo de formatação de destinos, pode fortalecer ou enfraquecer identidades locais, e esse contexto também pode acarretar resistências por parte dos moradores, a depender de como a atividade será conduzida e organizada.

Do mesmo modo, em menção ao passado e a memória tem surgido monumentos em homenagem a datas, pessoas ou entidades importantes para determinados grupos sociais, permitindo aos visitantes conhecerem novas culturas e lugares por meio da prática turística que estimula a criação de atrativos com o propósito de motivar a vinda de turistas. Nesse contexto, o turismo religioso, por meio de uma estrutura devocional composta de traços culturais próprios, remonta a tradição de devoções e peregrinações agregada a uma estrutura turística montada por empresários e poder público.

2.3. Investimentos e representações do turismo religioso no Ceará

Os investimentos no turismo religioso no Ceará têm se constituído como um campo estratégico em que convergem dimensões econômicas, culturais e políticas, evidenciando a complexa relação entre fé e instrumentalização do espaço público. A proliferação de monumentos e a revitalização de espaços sagrados não apenas reforçam a experiência devocional, mas também operam como mecanismos de promoção territorial e consolidação de fluxos turísticos, configurando uma forma de “economia da sacralidade”.

A multiplicação de espaços de fé, com o propósito de fomentar a atividade turística, tem contribuído para a sacralização de atrativos. Dessa forma, o turismo atua em uma espécie de caminho inverso, impulsionando o surgimento de monumentos e dinamizando os destinos, tornando-os materialmente religiosos. As paisagens religiosas têm se expandido, estimuladas pela prática turística, que utiliza o componente simbólico da fé como motivação para os deslocamentos dos romeiros e visitantes (Oliveira, 2004).

O monumento do Padre Cícero, em Juazeiro do Norte, é o pioneiro no estado e exemplifica essa articulação: embora simbolize a memória e devoção popular, sua edificação revela motivações políticas explícitas, voltadas à manutenção da peregrinação e à sustentação de uma centralidade urbana construída a partir de estratégias de poder local. Sua construção tem um viés político peculiar, manter uma peregrinação já existente uma vez que, com a morte do Padre surgiu a preocupação dos peregrinos não mais frequentarem a cidade. Conforme cita Oliveira *et al.* (2020), isso fica bem estampado na canção interpretada pelo Luiz Gonzaga “*Olha*

lá no alto do Horto, o padre está vivo, ele não está morto”.

A movimentação que a chegada dos romeiros ocasiona à Juazeiro faz com que municípios ao seu redor também queiram se beneficiar, com isso, muitos municípios cearenses têm edificado monumentos em homenagem à alguma devoção católica. E, a Igreja católica percebe esse movimento da construção de monumentos como uma prática governamental, mas entende seu papel de gestora desses locais, uma vez que a maioria das pessoas que irão visitá-los, tem o interesse nas práticas devocionais:

É um fenômeno do momento, os monumentos religiosos tem sido uma prática nem tanto por parte da igreja, é uma prática governamental que depois passa a titularidade da igreja né, porque querer quer não, se torna um ponto turístico, um ponto de visita aqui na nossa região, nós temos grandes monumentos é, Campos Sales, Nossa Senhora da Penha, nós temos agora sendo construído também uma muito grande que é a Benigna, a Beata Benigna, primeira santa beata aqui no Ceará, da nossa região, nós temos o Crato, a Nossa Senhora de Fátima, nós temos Barbalha com Santo Antônio, nós temos Canindé, com São Francisco, e também outros não tão relevantes, e tem a pioneira da região que foi Padre Cícero, são espaços que as pessoas buscam nessa experiência, nesse encontro com o sagrado nesses espaços (AR02).

Evidencia-se na fala do entrevistado que os monumentos têm sido construídos a partir da iniciativa da gestão pública, e na maioria das vezes, a igreja só é convidada a participar quando tais monumentos já estão prontos, o que reforça a constatação da influência política à frente das manifestações religiosas. O governo estadual tem investido na construção de monumentos de caráter religioso, o que coloca em questão o princípio da laicidade do Estado. Essas ações costumam privilegiar a Igreja Católica, especialmente por meio de obras de grande porte, sob a justificativa de promover o turismo e estimular a economia local. No entanto, apesar desse argumento econômico, observa-se que raramente há o mesmo empenho de recursos e políticas públicas voltadas a outras tradições religiosas, o que revela um desequilíbrio no tratamento dado às diferentes crenças:

A Nossa Senhora de Fátima não é uma questão de prestigiar aquela parte da religião católica, mas o impacto financeiro no nosso turismo, que iniciou com o Padre Cícero e precisava os outros municípios, é tanto que Barbalha hoje já tem o turismo religioso através de Santo Antônio, porque é o padroeiro da cidade, um sempre é escolhido. Vê um terreno numa parte alta, que tem visibilidade, tanto na parte da imagem como pra quem tá visitando, que é pra de lá ter uma noção da cidade ao redor da imagem, já estamos com a terceira imagem que é da Menina Benigna em Santana do Cariri (AP07).

Observa-se a inexistência de um levantamento sistemático, por parte da Secretaria de Turismo do Estado ou do Ministério do Turismo, que identifique e quantifique com precisão os atrativos associados ao turismo religioso no Ceará. Essa omissão revela uma fragilidade estrutural nas políticas públicas voltadas ao segmento, que se manifestam na ausência de

monitoramento contínuo, na precariedade da manutenção das edificações já inauguradas e na descontinuidade de projetos inacabados, frequentemente interrompidos por mudanças na gestão municipal ou estadual.

Muitas dessas obras resultam de iniciativas isoladas de agentes políticos, desconectadas de uma política estratégica mais ampla, que embora estejam vinculados a práticas religiosas legítimas e representem a vocação espiritual de determinadas comunidades, o que se observa é a recorrência de ações desarticuladas e marcadas por interesses político-eleitorais. A ausência de planejamento integrado, que contemple não apenas a edificação, mas também sua gestão e integração a roteiros turísticos, compromete a consolidação do turismo religioso como uma política pública efetiva e sustentável, conforme menciona o seguinte relato:

Realmente são projetos que vêm de cima pra baixo, ou por uma iniciativa de algum político né? um deputado, um senador, o próprio governador ou por uma demanda que vem do prefeito, mas assim, a vocação existe, também não é uma obra que aparece do nada né? ela tá sempre conectada com a prática religiosa de determinado culto, normalmente ligado à igreja católica, daquele município, existe, vamos dizer, uma motivação, mas o que falta realmente é um pouco mais de planejamento (AT01).

A localização dos monumentos é determinada de maneira estratégica, garantindo visibilidade e acessibilidade para que sua capacidade de comunicar aquilo que se espera dela seja atendida, seja atributos políticos ou religiosos. O monumento pode incorporar significados já atribuídos à sua localização, assim como pode ampliar o potencial simbólico do lugar, por isso, integra desde sua concepção e planejamento (Corrêa, 2005).

Entre os monumentos que a região do Cariri cearense possui, aquele que tem recebido grande investimento é o Monumento a Menina Benigna, situado no município de Santana do Cariri, distante cerca de 63 km de Juazeiro do Norte. Em junho de 2019 foi instituída uma lei estadual que inclui a Romaria da Menina Benigna na cidade de Santana do Cariri no calendário oficial de eventos do Estado do Ceará (*Lei 16.906*, de 18.06.19).

A devoção a Beata Menina Benigna, que é a primeira beata do Ceará e quarta mártir do Brasil, começou no ano de 1941, quando tinha 13 anos e foi assassinada após uma tentativa de estupro, a qual ela resistiu e morreu. Devido seu ato de coragem e ao mesmo tempo martírio, passou a ser considerada santa por pessoas da região, que pouco a pouco passaram a divulgar graças alcançadas por meio de sua intercessão. Em 2003, começou a acontecer a primeira romaria em honra a Menina Benigna, no entanto, eram manifestações religiosas orientadas pelo catolicismo popular, uma vez que não havia nenhuma autorização ou reconhecimento da Igreja católica sobre a santidade da Benigna. Em 2011, a Diocese do Crato iniciou o processo de

beatificação, que em 2019, foi reconhecida como mártir, e, em 2022 ela alcançou a beatificação (Silva, 2023).

Apesar de sua forte vocação para o turismo científico e paleontológico, uma vez que abriga o Geossítio Parque dos Pterossauros, onde já foram encontrados fósseis do período cretáceo (há 65 milhões de anos), o governo do estado direcionou um investimento de R\$ 15 milhões para a construção do Complexo turístico do Monumento da Menina Benigna. A movimentação religiosa em torno da devoção popular pela Menina Benigna, é impulsionada pela grande religiosidade presente na região do Cariri pelos romeiros do Padre Cícero que fazem da região um solo fértil em tradições populares.

Aqui a gente tem por exemplo a possibilidade de ter um parque com a temática de dinossauros porque cientificamente falando, o Cariri, Santana do Cariri, é conhecido mundialmente, até pela questão do Geopark Araripe e sua relevância no meio acadêmico da área paleontológica, a gente tem a possibilidade de ter atrativos internacionais, agora precisa ter incentivos e precisa ter uma campanha de marketing que garanta esse fluxo (AT01).

Figura 6 - Monumento da Menina Benigna em Santana do Cariri



Fonte: <https://g1.globo.com/ce/ceara/cariri/noticia/2024/07/08/estatua-da-menina-benigna-e-finalizada-no-cariri-lembre-historia-da-primeira-beata-do-ceara.ghtml>

O complexo construído possui uma área de 48 mil metros² e além do monumento em memória a futura santa, também conta com uma capela área para celebração de missas campais, estacionamento para carros, ônibus e motocicletas, jardins arborizados e uma trilha pavimentada, denominada ‘Caminhos do martírio’ com uma extensão de aproximadamente 500 metros (Ceará, 2022). Esse não chegou a ser inaugurado oficialmente, pois após a entrega do monumento se iniciou um movimento de insatisfação da população uma vez que o rosto reproduzido na obra condizia com uma pessoa adulta, sendo que a santa se refere a uma menina de 13 anos, não estando, portanto, de acordo com a imagem que a população já conhecia da

referida santa, desse modo, foi solicitado a reconstrução de sua face, e por isso está em processo de requalificação sem uma data definida para inauguração.

Figura 7 - *Imagem da Menina Benigna no Santuário em Santana do Cariri (CE)*



Fonte: Acervo Pessoal (abril/2024)

O episódio envolvendo o monumento à Menina Benigna, em Santana do Cariri (CE), evidencia as fragilidades das políticas públicas de turismo religioso no estado, que frequentemente carecem de uma lógica planejada. As falhas técnicas e a necessidade de reconstrução da obra refletem inadequações que poderiam ter sido evitadas com um planejamento mais rigoroso, demonstrando descuido tanto com a aplicação de recursos públicos quanto com a dimensão simbólica e estética do monumento. A representação inadequada de símbolos religiosos compromete a legitimidade da homenagem e evidencia a ausência de diálogo efetivo entre as políticas públicas e as expectativas culturais e devocionais da população.

De maneira mais ampla, os investimentos em turismo religioso no Ceará revelam uma atuação fragmentada, marcada por interesses políticos e simbólicos, mas desprovida de coordenação estratégica. Embora tais intervenções busquem dinamizar o espaço urbano e turístico e promover a sacralização de territórios, a ausência de planejamento estruturado compromete a consolidação dos atrativos, tornando o turismo religioso um campo em que a governança simbólica e econômica se dá de forma reativa e improvisada, ao invés de orientada por uma visão integrada e sustentável.

Saindo da região do Cariri, outro monumento de destaque no estado do Ceará é o Monumento de São Francisco das Chagas, localizado em Canindé. O município, situado a aproximadamente 110 km de Fortaleza, compartilha com Juazeiro do Norte a posição de maior centro de turismo religioso do estado. A devoção a São Francisco em Canindé remonta ao

período entre 1758 e 1796, quando foi erguida a primeira capela no local, cenário de um milagre que impulsionou a realização de romarias, as quais se concentravam na Basílica Menor de São Francisco e no Complexo São Damião (Silva & Oliveira, 2020).

O Santuário de Canindé é reconhecido como o maior santuário franciscano das Américas, ficando atrás apenas de Assis, na Itália. O município é frequentemente descrito como uma cidade-santuário, cujo espaço urbano se encontra carregado de simbolismo religioso, além de possuir significativo valor cultural e social. A romaria dedicada a São Francisco das Chagas em Canindé apresenta grande expressão no contexto estadual, sendo considerada a segunda maior do Ceará, congregando milhares de fiéis, sobretudo no dia 4 de outubro, data em que se celebra o santo padroeiro.

Em 2005, houve a inauguração do Monumento de São Francisco medindo pouco mais de 31 metros de altura, possui um revestimento com pastilhas vitrificadas, que o diferencia da maioria dos outros monumentos. Também possui em seu interior uma escada com 125 degraus, que conduz até um mirante com capacidade para 15 pessoas.

Figura 8 - *Monumento de São Francisco e seu entorno em Canindé (CE)*



Fonte: Arquivo Pessoal, 2023.

Apesar da relevância do município para o turismo religioso, a infraestrutura urbana ainda apresenta condições precárias, exigindo investimentos voltados à sua melhoria. Em 2022, foi anunciado pelo Governo do Estado, uma obra de revitalização do entorno na estátua, que possui uma infraestrutura de apoio precária, com estacionamentos e lojas improvisadas. O projeto contempla ações de recuperação das vias de acesso, estacionamento para carros de grande porte, rampas de acesso, paisagismo, iluminação, centro cultural e administrativo, um

corredor para instalação de lojas e lanchonetes e uma Capela de Nossa Senhora dos Anjos (Governo do Ceará, 2022).

Figura 9 - *Imagem do Complexo monumental de São Francisco em Canindé (CE)*



Fonte: Governo do Ceará (2024) - <https://www.sop.ce.gov.br/2024/09/18/em-caninde-moradores-e-visitantes-ja-podem-aproveitar-novo-espaco-com-vista-para-estatua-de-sao-francisco/>

De maneira análoga, observa-se que alguns monumentos em outros municípios ainda permanecem inconclusos, em grande parte devido à paralisação das obras provocada por mudanças na gestão pública, seja municipal ou estadual. Frequentemente, essas interrupções decorrem da alegação de que o orçamento inicialmente previsto é insuficiente, exigindo a abertura de novo processo licitatório e reavaliações técnicas antes da retomada das obras.

Entre os casos mais representativos destaca-se o município de Caridade, situado a aproximadamente 100 km de Fortaleza e 20 km de Canindé, onde está em desenvolvimento um projeto financiado pelo governo estadual para a construção de um complexo religioso, que incluirá uma estátua de Santo Antônio, padroeiro do município. A devoção a Santo Antônio remonta a 1880, quando foi erguida a primeira capela em sua homenagem, ainda no período em que Caridade funcionava como distrito de Canindé, sendo emancipada apenas em 1958.

Em 1984, foi iniciada pela gestão municipal da época, a construção de um monumento de Santo Antônio, medindo 19 metros de altura, sob a alegação de tornar o município um destino turístico religioso. Esta obra, no entanto, não foi concluída, faltando instalar a parte referente à cabeça do santo, que ficou abandonada em uma rua da cidade. Esta primeira obra foi paralisada em 1986 devido à falta de orçamento para sua continuidade (G1 Ceará, 2023).

Figura 10 - *Cabeça de Santo Antônio e ruínas do monumento no município de Caridade (CE)*



Fonte: Diário do Nordeste – jun./2022 <https://diariodonordeste.verdesmares.com.br/verso/santo-antonio-sem-cabeca-no-interior-do-ceara-desperta-atencao-inspirando-livro-e-filme-1.3242373>

Em 2021, o governo estadual implantou um novo projeto que além do monumento de 36 metros, serão construídos santuário, mirante, capela, pontos comerciais, estacionamento, pátio, calçadão arborizado e um museu que irá expor partes do monumento que não foi concluído (Governo do Ceará, 2022).

Figura 11 - *Imagem da obra em andamento no complexo religioso em Caridade (CE)*



Fonte: Governo do Ceará, 2022

As políticas públicas de turismo no Ceará evidenciam a distância entre o planejamento teórico e sua implementação prática. Mesmo com propostas de interiorização, que visam descentralizar a atividade e promover pólos turísticos no interior do estado, sua execução revela-se fragmentada e ineficaz, marcada pela falta de articulação institucional e pela insuficiência de recursos.

Do mesmo modo, o município de Jucás, que fica a 397 km de Fortaleza, possui um monumento a Nossa Senhora do Carmo medindo 37,5 metros de altura, que teve sua conclusão no início de 2021. A estátua faz parte do complexo religioso que conta com santuário, lojas, restaurantes, banheiros e capela, no entanto, a obra dos demais equipamentos foi paralisada e por isso não houve inauguração, tampouco programação religiosa. Como não há restrições ao acesso, muitos visitantes se dirigem até o local para realizar cultos, porém não há celebrações oficiais da igreja ou outro tipo de gestão eclesial.

Figura 12 - *Santuário de Nossa Senhora do Carmo em Jucás (CE)*



Fonte: <https://jucas.ce.gov.br/santuario-de-nossa-senhora-do-carmo/>

Em maio de 2022, foi proposto na Assembleia legislativa do Ceará, que a festa de Nossa Senhora do Carmo em Jucás fosse considerada Patrimônio Imaterial do estado. A alegação do parlamentar é de que há registros que a festa, que acontece anualmente, entre os dias 07 e 16 de julho, exista desde 1755 sendo, portanto, uma das mais antigas do país (Alece, 2022b).

Percebe-se que a falta de infraestrutura é um dos principais motivos para que estes monumentos não possuam um fluxo de visitantes capaz de movimentá-los e isso tem a ver diretamente com a inexistência de uma devoção que motive romeiros/peregrinos a visitarem o monumento independente de possuir áreas de estacionamento coberto, restaurantes e outros serviços turísticos.

A infraestrutura devocional como capelas, anfiteatros para celebrações, espaços para acendimento de velas e para expor os ex-votos não são determinantes para a existência de um fluxo de devotos, basta analisar o monumento de São Francisco em Canindé, pois há quase vinte anos de sua edificação a pouca infraestrutura foi criada espontaneamente por ambulantes. Paradoxalmente, o próprio Padre Cícero foi construído em um local de difícil acesso, mas desde os primeiros anos já foi capaz de atrair milhares de visitantes.

Por outro lado, percebe-se que o monumento por si só não é capaz de desenvolver o turismo ou a devoção, sendo esta fomentada por uma logística eclesial com frequência de celebrações e eventos capazes de trazer um público devocional a estes espaços, que serão considerados sagrados a partir de sua utilização pelas religiões como locais de culto e cerimônias. Isso é parte da formação histórica e cultural da sociedade que vai construindo uma sacralidade a partir da relação dos fiéis com seus rituais de devoção e o espaço em que eles são praticados.

A construção de monumentos católicos, santuários e outros templos religiosos, majoritariamente vinculados ao catolicismo, tem sido justificada pela promessa de fomento ao turismo religioso. No entanto, muitos desses projetos assumem um caráter marcadamente eleitoreiro, uma vez que, em diversos casos, são apressadamente inaugurados ainda inacabados ou abandonados no decorrer da edificação devido à proximidade do término dos mandatos políticos. Tal cenário evidencia a falta de comprometimento da gestão pública com a efetivação e sustentabilidade dessas iniciativas.

Nos casos em que os territórios já possuem práticas consolidadas de peregrinação, a persistência das manifestações de fé, articuladas por lideranças religiosas locais, pode atuar como vetor de pressão para a retomada de investimentos públicos voltados à requalificação dos espaços. O município de Canindé constitui um exemplo emblemático: após quase duas décadas de interrupção, os projetos de urbanização no entorno do monumento de São Francisco foram retomados, evidenciando a força da religiosidade popular como elemento impulsionador de ações estatais.

Em contraste, municípios como Caridade apresentam um padrão de descontinuidade: a obra, cuja execução foi iniciada anteriormente, foi abandonada e, mesmo após o anúncio de uma nova construção, permanece inacabada, evidenciando a recorrência de políticas públicas fragmentadas e desarticuladas em relação ao planejamento de longo prazo.

O Governo do Estado do Ceará tem iniciado, ainda que de forma incipiente, investimentos na promoção de seus atrativos turísticos em eventos nacionais e internacionais. Em agosto de 2024, por exemplo, foi realizado no Rio de Janeiro o Salão Nacional do Turismo, promovido pelo Ministério do Turismo, com o objetivo de evidenciar as principais tendências do turismo no país e oferecer aos estados brasileiros a oportunidade de divulgar seus destinos. Na ocasião, o Governo do Ceará apresentou além do turismo ecológico, cultural e de sol e mar, o segmento do turismo religioso, por meio da exposição de imagens dos monumentos dedicados ao Padre Cícero, a São Francisco e à Menina Benigna.

A iniciativa do governo estadual na divulgação dos monumentos religiosos se traduz em

um caráter limitado e seletivo, que exclui outros monumentos já existentes, incluindo aqueles analisados neste estudo, como os dedicados à Nossa Senhora de Fátima e a Santo Antônio no Cariri. Essa exclusão evidencia falhas na articulação dos próprios municípios, que poderiam ter promovido a inclusão de seus patrimônios, assim como na atuação da Secretaria Estadual de Turismo, que não assegurou uma abordagem abrangente e representativa.

Tal seletividade apresenta implicações significativas para o turismo religioso e para a valorização simbólica dos monumentos. Ao privilegiar apenas alguns locais, a ação governamental restringe a visibilidade de patrimônios de igual relevância cultural e religiosa, contribuindo para a marginalização de determinados territórios e para a percepção desigual do patrimônio religioso estadual.

Figura 13 - *Stand da Secretaria de Turismo no Salão Nacional do Turismo em 2024*



Fonte: Acervo Pessoal (2024).

A ausência de divulgação de outros atrativos sugere limitações na sua utilização turística, apontando uma função predominantemente simbólica ou eleitoral dessas obras, muitas vezes construídas com objetivos de curto prazo, sem planejamento para uso contínuo ou aproveitamento efetivo, refletindo a fragilidade das políticas públicas de turismo.

Apesar do potencial do turismo religioso no interior do Estado, especialmente na região do Cariri, a promoção turística do Ceará ainda é marcada por uma concentração no litoral. Em eventos e feiras nacionais, observa-se a recorrente priorização de destinos de sol e praia, enquanto iniciativas voltadas ao turismo religioso permanecem pontuais e secundárias. Mesmo em estandes instalados em espaços públicos pelo país, como o exposto no Shopping Recife (figura 14), predominam imagens do litoral cearense, evidenciando a continuidade de uma estratégia promocional centralizada e pouco sensível à diversidade regional e às novas demandas do setor.

Figura 14 - *Stand de divulgação do Ceará nos corredores de um shopping em Recife (PE)*



Fonte: Arquivo pessoal – dezembro 2024

Nesse contexto, o papel das políticas públicas de turismo é fundamental, tanto na democratização da visibilidade de diferentes territórios quanto na promoção de iniciativas que associem infraestrutura, cultura e religiosidade. A ausência de planejamento integrado e de investimentos estruturantes contribui para a marginalização de regiões com elevado valor simbólico e potencial turístico, como o Cariri, comprometendo não apenas o alcance das ações de turismo religioso, mas também a sua sustentabilidade a longo prazo.

3. A política do monumento religioso nos municípios de Crato e Barbalha

A região do Cariri cearense é influenciada por Juazeiro do Norte, tendo no município não apenas um ponto logístico comercial e político, mas referência para dinamizar as atividades de suas localidades, principalmente Crato e Barbalha devido à proximidade formam uma conurbação, que é um processo de união contínua entre municípios, constituindo uma única malha urbana caracterizada pelo compartilhamento de infraestrutura, serviços e vínculos econômicos e sociais. Juntos são conhecidos como o triângulo CRAJUBAR e compõem o núcleo da região metropolitana do Cariri.

Tal influência é a justificativa para explicar o fomento ao turismo religioso e a edificação dos monumentos em ambos os municípios. O investimento no turismo religioso parte da necessidade de posicionar turisticamente em relação a Juazeiro do Norte, pois sendo ele um município capaz de captar muitos turistas, se percebeu a necessidade de investir no mesmo segmento, como forma de atrair a atenção desses visitantes. Mesmo que a princípio eles estejam ali por causa do Padre Cícero, podendo posteriormente, tornar o Crato um destino consolidado neste segmento. São decisões políticas sem o planejamento conjunto com a igreja, acreditando que apenas a instalação de um monumento é capaz de satisfazer os anseios dos turistas religiosos:

Essas estátuas são construídas pra atrair o romeiro, porque vê que o romeiro dá dinheiro, o romeiro é lucrativo então se Juazeiro é o que é, é por conta da figura do Padrinho Cícero, aí começaram a querer também pegar uma parcela desse bolo aí, uma fatia, eu acho que a ideia maior é essa (AT03).

Essa cobrança é mais do anseio da parte política, a gente via, nós do município do Crato, perdendo muita coisa pro município de Juazeiro, o Padre Cícero nasceu no Crato, foi pra Juazeiro, o comércio de Juazeiro né, tava sugando o comércio do Crato, o turismo do Crato tava se perdendo de vários turismos ecológicos, as serras as trilhas e tudo mais, o que tava ficando era o turismo religioso, por causa do Padre Cícero, e o político tem que atrair essas coisas pro seu município, senão ele não consegue arrecadar imposto, fica uma cidade dormitório, o Crato estava ficando uma cidade dormitório, então o político tem que fazer isso, tem que ir atrás de movimentar sua cidade (AP07)

Com isso, em 2014 é inaugurado o monumento de Nossa Senhora de Fátima, no município do Crato e, em 2022, o monumento de Santo Antônio no município de Barbalha. A seguir será apresentado um panorama histórico, político e turístico destes municípios, contextualizando o processo de edificação destes monumentos.

3.1. A (Re)invenção do Sagrado no Crato: Entre Fé, Política e Turismo

O município de Crato possui uma área de 1.138 km² e tem uma população de 131.000 habitantes, distante 507 km da capital Fortaleza (IBGE, 2025). A classificação no mapa do turismo enquadra-o na categoria ‘município com oferta turística complementar’ a qual engloba os municípios que possuem atrativos e serviços turísticos que complementam a oferta e o fluxo de turistas dos denominados ‘municípios turísticos’ (Ministério do Turismo, 2024).

A região do território cratense era povoada pelos índios cariris, recebendo os primeiros colonizadores portugueses em 1714, oriundos das regiões onde hoje são território dos estados da Bahia e Pernambuco. Devido ao processo de aldeamento coordenado pela Igreja Católica, é reconhecido em 1743 o território como Missão do Miranda. Nessa época, a pecuária era o principal motor da economia, sendo substituída pela produção de cana-de-açúcar, principalmente a partir de 1750, com a instalação de engenhos pernambucanos. Em 1762, torna-se Vila Real do Crato, sendo a primeira vila do chamado Vale do Cariri (Della Cava, 2014).

Foi promovida a cidade em 1853 quando a agricultura era a principal atividade econômica, com as plantações de algodão e principalmente da cana-de-açúcar, em especial para a produção de rapadura, que vai estabelecendo relações políticas e de poder formando a hierarquia social local. A religião católica desenvolve um papel importante na formação da cidade desde sua fundação, atuando por meio da catequese e aldeamento expandindo seu domínio com o desenvolvimento dos espaços urbanos, trazendo para a cidade congregações com seus seminários e colégios (Della Cava, 2014).

Politicamente, Crato era o município de maior destaque da região conhecido como “Pérola do Cariri”, pois funcionava como um eixo das atividades comerciais do sertão, se configurando como centro de produção e fornecimento de alimentos, além de ponto de distribuição do interior de manufaturas europeias. Tanto que, em 1856, líderes políticos manifestaram interesse em criar a Província do Cariri que teria o município de Crato como capital, compreendendo não só a região sul do Ceará, mas áreas vizinhas do Piauí, Paraíba e Pernambuco (Della Cava, 2014).

A rivalidade entre Crato e Juazeiro foi iniciada após o fenômeno do milagre, em 1889, que concedeu ao Padre Cícero uma maior notoriedade, Juazeiro do Norte que era então distrito, passou a receber centenas de romeiros em busca de receber bênçãos; aumentando sua população consideravelmente pois muitos deles fixaram lá sua residência, acreditando ser um lugar santo, tanto que passou a ser considerada a ‘Nova Jerusalém’. Posteriormente, a oposição foi intensificada pela luta de Juazeiro por sua autonomia como cidade, no período de 1908 a 1911

(Della Cava, 2014).

Daí por diante continuou entre as duas cidades uma espécie de competição envolvendo diversos serviços públicos, sendo um dos casos emblemáticos a oferta de serviços aeroportuários da região. O município de Crato, a partir da iniciativa de uma elite econômica e política, construiu e inaugurou um aeroporto de pequeno porte em 1953 bem meio da Chapada do Araripe, a 13km do centro da cidade, que de imediato recebeu a alcunha de Aeroporto da Floresta do Araripe, chegando a receber voos comerciais da Real Aerovias e da Varig.

Em junho de 1968, o local recebeu uma reforma onde foi inaugurada uma praça que também funcionava como salão de espera de passageiros, e ao centro foi edificado um monumento em homenagem a Nossa Senhora de Fátima (Diocese do Crato, 2017). Devido à passagem da pequena santa pelo Crato, também foi inaugurado um pequeno monumento no jardim da catedral (figura 15), e outro no seu interior, ao lado direito da Sé. Pois, a diocese foi presenteada por uma réplica da imagem, esculpida pelo mesmo artista que havia produzido a original.

Figura 15 - *Monumento de Nossa Senhora de Fátima no antigo aeroporto do Crato (CE)*



Fonte: Acervo pessoal – maio/2024

Em dezembro do mesmo ano ocorreu uma homenagem em Fortaleza, capital do estado, a celebração do tríduo nacional de Fátima, comemorando a inauguração de um santuário em sua homenagem. A diocese do Crato chegou a fretar um trem para levar os peregrinos e nessa viagem a réplica da peregrina mundial também foi levada para que recebesse uma benção especial (Diocese do Crato, 2017).

O antigo aeroporto do município foi desativado em 1971, após apresentar sérios desgastes estruturais decorrentes da ausência de manutenção. A via de acesso ao local era

precária e frequentemente envolta por neblina, típica da região serrana, o que ocasionava acidentes devido à baixa visibilidade. Na mesma época, o município vizinho de Juazeiro do Norte já contava com um aeroporto em melhores condições operacionais, inaugurado em 1954. Que, em razão disso, em 1971, foi oficialmente reconhecido como o Aeroporto Regional do Cariri, atualmente denominado Aeroporto Orlando Bezerra de Menezes e administrado pela empresa espanhola Aena.

Com a desativação do aeroporto do Crato, o espaço foi gradualmente abandonado, restando hoje apenas ruínas da pista de pouso, do antigo terminal e da praça. Ao lado do monumento ali instalado, foi construído um pequeno altar para celebrações religiosas. Segundo relatos de guias turísticos entrevistados, missas chegaram a ser realizadas no local até o período anterior à pandemia, embora não fizessem parte do calendário oficial de eventos do município. Durante a visita de campo realizada para esta pesquisa, em maio de 2024, observou-se uma ação pontual de revitalização do espaço (figura 16), promovida voluntariamente pelo grupo cratense de cavalgada União e Tradição, que realizou a limpeza da vegetação e a pintura dos canteiros e da imagem.

Figura 16 - *Entorno do monumento na área do antigo aeroporto no Crato (CE)*



Fonte: Acervo pessoal – maio/2024

A área que fica dentro da Chapada do Araripe é administrada pelo Instituto Chico Mendes de Conservação da Biodiversidade - ICMBio, não sendo permitida a entrada de veículos. No caminho é possível ver algumas plaquinhas sinalizando uma trilha chamada ‘Trilha de Nossa Senhora de Fátima’, inicialmente criada pelo órgão. A atividade é realizada por alguns guias de turismo da região, no entanto, nem sempre o caminho está adequado para

caminhada sendo tomado pelo mato, do mesmo modo a praça e o monumento católico.

Figura 17 - Sinalização indicando a trilha de Nossa Senhora de Fátima



Fonte: Acervo pessoal – maio/2024

A história do aeroporto do Crato é aqui destacada pois, conforme discurso da gestão pública municipal, é uma das principais razões para a construção do monumento em homenagem à Nossa Senhora de Fátima. A conexão simbólica remonta ao dia 13 de novembro de 1953, data de inauguração do aeroporto, quando o município do Crato, então sede diocesana, recebeu a visita de uma imagem peregrina de Nossa Senhora de Fátima, vinda de Portugal. Essas imagens eram enviadas a diversos países como gesto de gratidão pelo término da Segunda Guerra Mundial. Em decorrência desse evento, o aeroporto passou a ser denominado Aeroporto Nossa Senhora de Fátima.

A devoção a Nossa Senhora de Fátima é compreendida como um instrumento da política de romanização, que reforçou a presença e o domínio da Igreja Romana ao integrar culturas locais e práticas religiosas em uma hegemonia institucional. Originárias de Portugal, essas narrativas repercutiram na América Latina como parte do processo de consolidação política e social do catolicismo. Nesse contexto, a romanização constituiu um projeto de restauração católica voltado ao fortalecimento da identidade e da autoridade da Igreja oficial, em que práticas devocionais como a de Fátima atuaram como símbolos estratégicos de controle social e político (Oliveira, 1985).

O município do Crato é sede diocesana desde 1914, e a principal devoção mariana cultivada historicamente na região é dedicada à Nossa Senhora da Penha, cuja invocação faz referência a uma suposta aparição na região espanhola de Penha de França, também difundida em Portugal e posteriormente trazida ao Brasil durante o processo de colonização. Essa devoção

está profundamente enraizada na identidade religiosa e cultural da cidade, sendo a padroeira oficial do município e alvo de uma tradicional festa religiosa, inclusive mencionada pelos entrevistados.

Por outro lado, embora o título de Nossa Senhora de Fátima não possua o mesmo grau de enraizamento histórico na cidade do Crato, observa-se sua crescente disseminação no território diocesano. Atualmente, cinco paróquias da Diocese do Crato são consagradas à sua invocação, além da presença de pequenas imagens em diversas igrejas do município, o que revela uma expansão devocional vinculada não apenas à espiritualidade, mas também a dinâmicas eclesiais mais recentes, influenciadas pela popularidade global das aparições de Fátima em Portugal, reconhecidas oficialmente pela Igreja Católica. Esse processo evidencia como certas devoções marianas podem se expandir para além de suas origens locais, ganhando espaço em novos territórios por meio da ação pastoral, de construções simbólicas e, em alguns casos, de interesses que articulam fé, cultura e política.

Em relação à oferta turística do Crato há uma diversidade de atrativos assim como de recursos que precisam ser qualificados para serem considerados efetivamente atrativos, e que podem ser classificados nos segmentos de natureza, histórico, cultural, religioso, gastronômico e de eventos. Grande parte destes locais são considerados como recursos, pois não há um uso turístico efetivo ou contínuo, uma vez que muitos deles não estão abertos à visitação ou não possuem infraestrutura adequada (sinalização, segurança, informação turística, acesso, entre outros) para receber visitas.

Além do Monumento de Nossa Senhora de Fátima, evidenciado neste trabalho, os atrativos turísticos que se destacam são o Geoparque Araripe e o Geossítio Batateiras; Cascata do Lameiro; Chapada do Araripe; Museu de Arte Vicente Leite ou Museu histórico do Crato; Catedral de Nossa Senhora da Penha e Praça da Sé; o Seminário Diocesano de São José; e o Centro Cultural do Cariri, inaugurado em 2022 (figura 18).

O Centro Cultural do Cariri que é um equipamento construído pelo Governo do Estado e gerido pelo Instituto Dragão do Mar, caracteriza-se como um local de promoção das tradições culturais locais com espaços para realização de exposições, oficinas, palcos e salas para apresentações artísticas (teatro, cinema, música, dança, entre outros). O centro funciona no prédio histórico em que funcionou o antigo Seminário da Ordem da Sagrada Família, construído na década de 1940 e que posteriormente abrigou o Hospital Manoel de Abreu e estava desativado desde 2014. Sua área externa conta com espaços esportivos como pistas de skate, quadras de areia, e uma área verde expressiva que tem atraído centenas de pessoas para realização de piqueniques, caminhadas e outros momentos de lazer, sendo um atrativo para

moradores e para turistas.

Figura 18 - Centro Cultural do Cariri no Crato (CE)



Fonte: <https://www.ceara.gov.br/2024/06/07/centro-cultural-do-cariri>

A Catedral de Sé teve o início da construção em 1745 sendo concluída em 1817. O templo é dedicado à Nossa Senhora da Penha, que é a padroeira do Crato e consequentemente da diocese. Configura-se como um atrativo turístico importante, principalmente porque foi o local onde o Padre Cícero foi batizado e celebrou sua primeira missa. Muitos guias e atores do campo do turismo reivindicam que deveria ser um ponto de visitação obrigatório dos romeiros, fomentando assim a atividade turística local, mas não há nenhuma divulgação sobre isso.

O segmento considerado mais importante no município de Crato é o turismo de eventos, pois um dos pontos altos de divulgação do Crato se deve a Expocrato, feira agropecuária que acontece no mês de julho, município desde 1944. O evento é sediado no Parque de Exposição Felício Cavalcanti, uma grande área que com parque de diversões, quiosques com venda de artesanato, espaços de leilões que contemplam pecuaristas de todos os tipos; praça de alimentação; casa de farinha; stands comerciais; pequenos palcos destinados a apresentações artísticas culturais e uma grande área destinada a shows.

Apesar do evento ter se originado como feira agropecuária, as últimas edições têm chamado atenção pelo festival de música que ocorre, geralmente com grandes nomes do sertanejo e forró eletrônico ou da música pop nacional. Durante o evento, a rede hoteleira das cidades do eixo Crajubar (Crato, Juazeiro do Norte e Barbalha) alcança entre 90% e 95% de sua ocupação: *A Expocrato é o nosso carro chefe, não adianta dizer que não, porque quando tá chegando a Expocrato não tem um quarto pra ninguém, a turma sai de casa, aluga a casa porque acaba vaga nas pousadas e assim vai* (AP04).

Além da Expocrato, há outras comemorações que movimentam o calendário de eventos

da cidade. Principalmente eventos religiosos também católicos como a Romaria da Santa Cruz da Baixa Rasa que ocorre na zona rural do Crato, festa reconhecida como patrimônio material e imaterial do município do Crato. Na data do festejo é realizada uma caminhada em lembrança de um vaqueiro que se perdeu na Floresta Nacional do Araripe, morrendo de sede e fome, e, no local onde encontraram seu corpo, a comunidade rural da Baixa Rasa, o enterraram colocando uma cruz, que sinaliza o lugar de visitação. Uma moradora do sítio Luanda, zona rural da cidade de Barbalha - CE, fez um pedido a Deus, que se alcançada, faria uma peregrinação ao espaço onde a cruz está fincada, e, em 1914, quando obteve a graça, realizou a caminhada junto com sua família, mandando celebrar uma missa. A celebração passou a se repetir todos os anos, estando em 2023 na 109^a romaria da Festa da Santa Cruz da Baixa Rasa (Sales, 2014).

A festa   comemorada a cada 25 de janeiro, quando centenas de pessoas, em sua maioria usando vestes de vaqueiro, seguem em romaria, a p  ou montados em seus cavalos, até o local onde foi erguida a cruz. Com o passar dos anos a festa foi adquirindo um lado profano, em que na noite anterior, parte dos vaqueiros já se reúnem, consome bebidas alcoólicas e cantam músicas de aboio. No dia da festa é realizada uma caminhada em que se continua momentos lúdicos de compartilhamento de bebidas e comidas levadas pelos participantes como pagamento às graças alcançadas, tudo isso animado pela apresentação de grupos culturais locais como as bandas cabaçais e reisados (Sales, 2014).

Outro evento de referência religiosa no município é a Romaria ao Caldeirão da Santa Cruz do Deserto, propriedade que pertenceu ao Padre Cícero e foi por ele doada, em 1926, ao Beato José Lourenço, que durante 10 anos, desempenhou um importante papel coordenando uma experiência de reforma agrária de tendência popular, dispersada em 1936 (02 anos após a morte do Padre Cícero), por forças militares estaduais (Della Cava, 2014).

Devido a religiosidade do Beato José Lourenço, a comunidade é considerada como um emblema ou local do movimento messiânico, em que um líder religioso se constitui como alguém responsável em possibilitar o paraíso na terra, oferecendo melhores condições de vida às pessoas, trazendo a vitória do bem sobre o mal. Com esse discurso, o local se tornou uma referência para os retirantes da seca de 1932, chegando a abrigar cerca de 1700 pessoas. Até hoje há fiéis que o consideram santo, tanto quanto o Padre Cícero (Araújo Gomes, 2009).

No local existe uma pequena igreja conhecida como a Capela Branca, que tem como padroeiro Santo In cio de Loyola, fundada pelos jesuítas; um cruzeiro, ruínas da antiga casa do beato, e um pequeno cemitério. Em 2022 foi criado o Parque Estadual Caldeirão de Santa Cruz. Desde o ano 2000, a cada 23 de setembro é realizada uma romaria em memória das vítimas que morreram quando as forças militares destr iram a comunidade com a acusação de estarem

praticando o comunismo (G1 Ceará, 2022).

O Caldeirão de Santa Cruz faz parte da história do Crato e está intimamente relacionado à figura do Padre Cícero, sendo mais um dos locais e situações que remetem o município ao padre. No entanto, há uma espécie de resistência que impede o Crato de utilizar sua ligação com o padre Cícero enquanto atrativo turístico ou referência histórica importante para a cidade. Muito se fala sobre ele ter sido expulso, ou até mesmo ter renegado suas origens criando e desenvolvendo Juazeiro mais do que sua cidade natal.

Além das datas de comemoração oficial do calendário litúrgico católico, como Dia de Reis, Semana Santa, Natal, também é festejado no Crato, a Festa da padroeira Nossa Senhora da Penha, a cada 01 de setembro e a Festa de São José, que ocorre dias 19 de março, organizada pelo Seminário Diocesano São José, fundado em 1875, ambas datas são consideradas feriados municipais. Ressalte-se que, dia 13 de maio, data em que se festeja o título de Nossa Senhora de Fátima e que foi incluída no calendário de eventos oficiais do Estado, não é feriado no município de Crato.

Evidencia-se que a gestão pública na verdade sente dificuldade de estabelecer uma identidade buscando desenvolver vários segmentos turísticos ao mesmo tempo. Conforme exposto anteriormente, os segmentos turísticos possuem uma interdependência em que não se pode falar que a prática turística se limite dentro de algumas características e impeça o turista usufruir de motivações diversas em um destino, no entanto é necessário um planejamento capaz de articular esse potencial convergindo em uma experiência única para o visitante.

Tem a parte de artesanal que é muito grande, os maiores xilógrafos da região do cariri é cratense (...) tem uns em Juazeiro, que ganha um título assim, além do que vale, e outros ficam esquecidos. Outro exemplo, os mestres do couro, tem muitos aqui, não reconhecido, mas tem muitos, com todo respeito, mas tem muitos aqui no Crato principalmente, são grandes artesãos e não são reconhecidos. O Ecoturismo, e em algumas áreas o histórico, a maioria dos visitantes que vem pra cá, nunca ouviu falar em Bárbara de Alencar, e não sabia da importância de Bárbara de Alencar, não sabia de nada e ela morou muitos anos aqui, casou e teve filhos (AT05).

O Centro Cultural do Cariri, ali é Crato, ali é o início de um incentivo pra cultura nossa que antes tava se perdendo, nossa cultura, então o Governo do Estado criou esse grande equipamento, que é o Centro Cultural (...) A natureza nossa, a gente tem muito turismo na parte de natureza, de trilha, a Chapada do Araripe, nós temos as nossas nascentes, existem muitas nascentes no nosso município, outra coisa também, a parte de cultura, os reisados, a gente tem muita coisa aqui. O Juazeiro é só Padre Cícero, ele não tem outra riqueza de turismo pesado, vamos explorar um turismo em Juazeiro, ele só tem o Padre Cícero (AP07).

É muito presente a influência de Juazeiro do Norte no discurso dos atores do Crato, havendo um tom de rivalidade em se assumir o potencial turístico do município, no entanto, não

se busca desenvolver ações que desenvolvam esse potencial, preferindo buscar atrair o fluxo que chega à cidade vizinha do que fomentar seu próprio fluxo a partir de seus atrativos.

Outro ponto relevante diz respeito ao desencontro de políticas que a gestão pública, iniciativa privada e a gestão eclesial sobre o fomento do turismo religioso no município de Crato. Há um sentimento de insatisfação da gestão pública e dos atores da iniciativa privada em relação ao possível desinteresse da gestão eclesial em auxiliar na divulgação do Crato enquanto local de nascimento do Padre Cícero, tornando-a assim destino dos romeiros:

A igreja não faz esforço aqui que isso aconteça, por exemplo, o Padre Cícero foi batizado no Crato e a pia batismal que ele foi batizado tá lá na igreja, alguém chegou pra mim e disse: ‘tem um projeto aí de uma diretora de uma escola municipal que quer fazer a reconstituição do batismo do Padre Cícero teatral, vamos pra cima, vamos bancar isso aí, vamos fazer um projeto’, aí fomos lá falar com a diocese: ‘Faça por escrito que eu vou avaliar’ até hoje não deu resposta (AP 02).

Tem muitos romeiros, mas muitos mesmos, e a grande maioria não tem o conhecimento da história do Crato, da ligação do Crato com o Padre Cícero, acha que ele só nasceu no Crato e foi pro Juazeiro e acabou teve todo um processo dele aqui, ele batizou-se aqui, a pia batismal tá lá, primeira comunhão, primeira missa, tudo dele foi lá e assim tem uma grande ligação (AT05).

Há o entendimento de que o empenho da igreja em desenvolver o turismo religioso se resume em torno do monumento de Fátima, uma vez que outros atrativos que poderiam ser trabalhados na mesma temática são esquecidos a exemplo do Seminário de São José e da catedral da Sé, local que marcou o início da formação pastoral do Padre Cícero, causando a impressão que não se quer evidenciar essa ligação.

Por outro lado, há reclamações que a própria gestão pública municipal não se esforça para utilizar a ligação do município do Crato com o Padre Cícero como um aspecto a ser trabalhado, uma vez que esta imagem seria uma construção demorada, sendo mais efetivo a criação de um novo atrativo, capaz de competir com Juazeiro do Norte:

A gestão não sabe aproveitar o próprio Padre Cícero que é nosso, aqui tem a pia batismal, mas não se sabe aproveitar, tentam, mas teria que gastar muito dinheiro pra ver o retorno lá na frente, desenvolver um sentimento de pertença do cratense (AP04).

Diante das limitações na consolidação de sua atividade turística, especialmente frente ao protagonismo de Juazeiro do Norte, a construção do monumento a Nossa Senhora de Fátima emerge como estratégia para fortalecer o turismo religioso, ampliando a oferta de atrativos turísticos locais, conforme relatado a seguir.

3.1.1. A construção do monumento de Nossa Senhora de Fátima

O Monumento de Nossa Senhora de Fátima foi inaugurado no bairro do Morro Branco, região considerada periférica do município, em junho de 2014, em comemoração aos 250 anos de criação da cidade, medindo 45 metros de altura e, até sua construção era considerado o maior do país²⁰. A obra (figura 19), iniciada em 2009, foi financiada pelo governo do Estado, e idealizada pelo então deputado estadual, Ely Aguiar, argumentando que o monumento seria um incremento ao turismo religioso regional.

Ele (deputado Ely Aguiar) lançou a proposta na assembleia, não tinha o terreno, o terreno foi escolhido pelo município e doado ao governo do estado, ele está localizado hoje no bairro Barro Branco, hoje é denominado como Bairro Nossa Senhora de Fátima. A primeira campanha foi construída a parte de urbanização da praça e a construção da estátua e após essa primeira etapa teve uma segunda que foi a construção dos quiosques, os feirantes, os artesanatos, para dar um apoio lá pros turistas que visitam o monumento, e depois foi construída aquela parte do oratório (AP07).

Figura 19 - *Monumento de Nossa Senhora de Fátima no Crato (CE)*



Fonte: Governo do Estado do Ceará

Na época, o Ministério Público estadual embargou sua construção, alegando que o município do Crato não teria aderência ao segmento religioso e, portanto, estaria ferindo o princípio laico da gestão pública privilegiando uma religião específica. No entanto, houve a autorização de retomada da obra, que em seguida foi abandonada devido à falência da empresa

²⁰ O título de maior monumento católico é o Monumento de Santa Rita de Cássia, medindo 56 metros de altura, inaugurado em 2010, na cidade de Santa Cruz, estado do Rio Grande do Norte, a 117 km da capital Natal.

contratada. Só em 2013, após novo processo licitatório, a construção teve continuidade (Blog Coisa de Cearense, 2017). Outras questões são apontadas para a construção do monumento, mesmo que tenha ocorrido devido à indicação de um parlamentar, há uma ideia que de fato a comunidade pedia por essa obra.

Acho que a ideia da construção da santa teve essa questão de trazer mais pra cá o turismo religioso, mas eu penso também que no fundo teve o enfrentamento, assim... da questão de que até um tempo atrás existia uma relutância do Crato com Padre Cícero, das pessoas do Crato com Padre Cícero então, é... alguém entendia que o Padre Cícero não fazia parte do campo religioso, e aí essa parte católica do Crato começou a pedir a nossa Senhora de Fátima, que ela seria mais forte (AP02).

A padroeira do Crato é Nossa Senhora da Penha, é porque Nossa Senhora de Fátima ela nacionalmente ela é maior, dá mais visibilidade, só Nossa Senhora da Penha não ia conseguir ir tão longe, deve ter sido por isso, Nossa Senhora de Fátima é a padroeira do Brasil” (AP04).

Conta-se que como o pessoal do Cariri é muito devoto de Nossa Senhora de Fátima aí ele teve a ideia (...) E eu acredito que é a devoção de Nossa Senhora de Fátima da região, tanto é que na catedral tem uma imagem uma réplica da imagem peregrina mundial, que tem aqui no aeroporto que tem também uma imagem de Nossa Senhora de Fátima lá (AP03).

Eu acho que aqui no Crato é Nossa Senhora não propriamente, eu acho que sendo qualquer Nossa Senhora, aqui é muito forte, a Nossa Senhora da Penha e São José, é forte que chama atenção (AR01).

Com estas falas se percebe a necessidade de apelar para um monumento capaz de competir com Juazeiro do Norte, tanto pela força que o Padre Cícero exerce uma vez que é por conta dele que o romeiro chega ao Cariri. Era necessário ofertar uma devoção que fosse tão forte ou maior que aquela ao ‘padim’. Os trechos das entrevistas revelam a competitividade que ainda há em relação ao Padre Cícero assim como ao desenvolvimento da cidade de Juazeiro do Norte.

Há um mimetismo cultural na ideia de que imitar o “mais forte” concede algum poder ou representatividade dentro do jogo de forças políticas que constituem a sociedade. E esse processo de imitação pode ser entendido como uma tradução - a criação de um novo entendimento, adaptado ao novo contexto que está sendo inserido. A reprodução de uma cultura, é uma tradução, ou seja, uma construção que produz novos sentidos e novos significados (Bhabha, 1998).

Ao mesmo tempo ocorre um processo de hibridismo cultural resultando em novas formas de organização oriundas de novas práticas e relações. A apropriação de bens simbólicos e práticas culturais de um grupo social depende das experiências individuais, da sua

historicidade. Por isso, não é possível afirmar previamente que um determinado grupo social assumirá determinado comportamento cultural, baseado em um outro grupo. Cada localidade poderá reagir de uma maneira distinta em que cada prática social e cultural é única e vai influenciar a sociedade de maneira diversa (Chartier, 1991).

Tradições são criadas e reinventadas, frutos das transformações culturais e da organização da sociedade uma vez que a realidade é dinâmica, sendo construída a todo tempo, muitas vezes para legitimar o poder político e social atuando como instrumento para criar uma continuidade histórica, construindo uma identidade, que em paralelo fortalece a autoridade do Estado ou de grupos dominantes (Hobsbawm & Ranger, 2012).

O monumento foi inaugurado sem nenhuma infraestrutura que garantisse o acesso dos visitantes. Mesmo assim, alguns ônibus com os romeiros que chegavam até Juazeiro começaram a visitar o local, que contava apenas com algumas atividades comerciais, de modo informal, praticadas por moradores do bairro (Diário do Nordeste, 2014).

Em 2018, o local que passou a receber a denominação de Horto de Nossa Senhora de Fátima, a área com cerca de 19 mil m², recebeu obras de urbanização com acessibilidade, iluminação, construção de estacionamento, uma réplica da capela de Fátima, lembrando a existente na cidade de Fátima em Portugal, e quiosques de apoio a infraestrutura turística para comercialização de souvenirs e alimentação. Na época chegou a ser anunciado também o projeto da construção de um teleférico que pudesse facilitar o acesso (Governo do Ceará, 2018).

Figura 20 - Imagem aérea do entorno do monumento de Nossa Senhora de Fátima no Crato



Fonte: Instagram @jrdrone – setembro/2023

Dando continuidade à implementação de obras em torno da estátua instalada no Crato,

em maio de 2022, foi inaugurada uma avenida asfaltada, com extensão de 02 km, possibilitando um maior acesso ao monumento, que até então era realizado por vias locais, que apesar de pavimentadas, eram estreitas e dificultavam a passagem de dois veículos de maior porte como os ônibus que traziam os romeiros (Crato, 2022). Todos os investimentos que têm sido direcionados ao entorno da estátua são oriundos do governo estadual.

A partir de maio de 2022, com a conclusão das obras prometidas, e a entrega do acesso ao Monumento, que era uma reclamação dos barraqueiros e guias de turismo que tinham dificuldade de chegar até o local com os ônibus, e as intervenções em relação a infraestrutura, assim como a gestão eclesial que passa a inserir mais horários de celebração tem iniciado um processo de consolidação do monumento de Nossa Senhora de Fátima enquanto atrativo turístico:

Antigamente, quando a gente chegava era aquele sol quente e não tinha nada, mal o pessoal descia, tinha gente que nem descia do ônibus, agora não, você tem que puxar pelo braço, por que? hoje você encontra lá restaurante, tem um bendito de um caldo de cana que o pessoal diz: ‘ah vou lembrar da minha infância’ e tem as barraquinhas pra fazer compra, tem uma sombrazinha, a questão do banheiro que foi primordial, falta aquela acolhida ainda da igreja, de segunda a segunda, ter alguém do pessoal pra tá recebendo, mas já melhorou muito (AT03).

Contudo, mesmo com as melhorias realizadas, há ainda muitas queixas em relação à falta de abrigos, como também à aspectos de segurança pública. E essa falta de infraestrutura tem dificultado o próprio desenvolvimento enquanto atrativo pois não é um espaço confortável para os turistas:

Ainda hoje eu vejo que faltam as coisas, uma é... arborização, paisagismo, por quê? porque o romeiro chega e o fato da imagem já não ser tão bem acabada ela não tem muito atrativo ali, então não tem sequer uma sombra, não vou dizer romeiro porque senão vai fazer muito do Juazeiro, mas o peregrino Nossa Senhora de Fátima, chega ali não tem um atrativo, não tem uma sombra pra eles ficarem (AR01).

A visita lá é entre 30 e 40 minutos, porque eu faço questão, eu faço questão de ajudar o artesão que tá lá, o pessoal das barraquinhas, aí lá tem um banheirinho, tem um rapaz que vende caldo de cana, muito bem feito, não bota água, só caldo de cana mesmo (...) A principal reclamação é sombra, só a parte da sombra, porque tem uns banquinhos só que os banquinhos lamentavelmente ficam no sol, só no horário finalzinho da tarde que fica na sombra ou no comecinho da manhã, o resto é tudo no sol (AT05).

Lá em Nossa Senhora de Fátima demora em torno de 01 hora, chega a passar disso, por conta desses atrativos que tem, tem esse caldo de cana, o pessoal já vai falando e já associaram, eu vou pra Nossa Senhora de Fátima, vou tomar um caldo de cana lá e o rapaz que frita o pastel na hora (AT03).

No dia que não tem sol eu cansei de sair lá de 3 horas da tarde com 3 mil conto no bolso, que o restaurante tem self service, mas quando tá o sol quente o povo sai, quando tá ali

na sombra o povo fica ali, andando, termina entrando no restaurante, mas no sol quente ninguém fica (AT06).

Há, portanto, uma insatisfação a respeito da infraestrutura ao redor do monumento, em relação a hospitalidade para com os visitantes resultando numa permanência muito curta dos visitantes no local. A questão da segurança também é um aspecto que fica a desejar, pois são realizadas rondas noturnas apenas durante os momentos de celebrações, e isso tem impactado no desenvolvimento do comércio na região e na própria estrutura religiosa.

Olhe, arrombaram minha parede, arrombaram a parede, ninguém ouviu, vi nas câmara, abriram um buraco, dois cabrinhas, eu tinha mais ou menos sete mil reais de panela, panela de pressão tinha umas 20, aí eles amassaram pra vender no ferro velho, a televisão não passou pelo buraco, uma televisão de setenta polegadas que eu tinha comprado por doze mil reais, que hoje não custa mais esse preço, baixou, mas na época foi onze mil, eles quebraram ela no chão, porque não passou pelo buraco, quebraram pra fazer o mal (AT06).

A parte onde a gente celebra que é a réplica da capelinha das aparições também, lá o pessoal bebia, se drogava, relações sexuais, muita coisa existia ali, a gente tem procurado criar esse tipo de pertença, esse zelo pelo sagrado (AR01).

Em fevereiro de 2024, a gestão municipal de Crato anunciou a reconstrução do monumento de Fátima, que passará a ser 5 metros mais alto, alegando que a nova imagem estará mais de acordo com o monumento que veio da cidade portuguesa de Fátima para o Crato. Em seu pronunciamento afirmou que a Diocese do Crato estava de acordo com a modificação (Crato, 2024).

Nossa Senhora de Fátima, a gente sempre fala de Nossa Senhora de Fátima, fala de Nossa Senhora já lembra de uma mulher singela, uma mulher, é... embora humilde, uma mulher, assim que é atraente, né, pela beleza interior e exterior, e aí, naquela realidade daquela imagem, ela é totalmente digamos, fora daquilo que a gente pensa da imagem de nossa senhora, né? sem contar o desgaste do tempo (...) você já pensa numa imagem muito bonita, na realidade ela saiu daquele jeito, então tá desgastada, já não é tão atraente assim aos olhos das pessoas, as pessoas não viam (AR01).

Ao nosso ver de gestão, houve um erro na construção né? que a primeira coisa que a gente visualiza numa imagem de um santo é a face dela, o rosto, e ele não se apegou muito a face, ficou muito irregular a face de Nossa Senhora de Fátima, não ficou uma face bem definida, pra gente chegar e botar aquela lembrança dela, e devido a doze anos de construção, tem o desgaste, porque ela foi construída em fibra, aí tem o desgaste, a manutenção, aí vai fazer outra imagem por cima dela, pra corrigir os erros que teve no início da primeira construção dela (AP07).

Você sabe que vão fazer uma reforma agora, por pressão, porque realmente ficou feia, com todo respeito, mas ficou feia, toda torta, toda mal feita, é tanto que ela vai ser todinha de cima abaixo né? Alguns turistas, poucos, falava mal, alguns ficava assim meio com receio, aí quando eu falava, eu não digo pro romeiro que ficou feia, mas eu

digo: ‘ó gente, não ficou tão perfeitinha, mas ela vai ser restaurada’ aí todos eles já criam coragem e diz: ‘É, eu realmente percebi que ficou um pouquinho diferente’ (AT05).

A decisão sobre a reforma foi unânime entre todas as esferas do campo do turismo tanto por motivos estruturais e principalmente por questões estéticas uma vez que o monumento não correspondia a imagem que comumente é divulgada de Nossa Senhora de Fátima. Na época de sua construção em 2014 foi investido quase R\$947 mil reais, monumento que desde outubro de 2023 vem sendo desmontado para dar lugar a um novo orçado em R\$3,2 milhões de reais.

Surgiu uma outra reclamação da população e dos romeiros que frequentam este local, à imagem de Nossa Senhora de Fátima, E aí, após muita discussão e pedidos a nossa diocese, a sociedade de uma maneira geral, conseguimos um artista, um escultor de Petrolina, que está reconstruindo a imagem de Nossa senhora de Fátima, onde vai ficar uma belíssima imagem para que os devotos de Nossa Senhora de Fátima, nós que somos católicos tenha essa referência e esse amor a nossa mãe. Então já estamos iniciando a construção dessa nova imagem para que em breve a gente possa substituir essa imagem por uma outra que vai trazer a verdadeira face de Nossa Senhora de Fátima (Prefeito da época em vídeo institucional).

O monumento assume valores passando a ser caracterizado por grupos que o modulam e classificam, manipulando seu valor de acordo com interesses específicos, utilizando o discurso de que ele faz parte do patrimônio coletivo e por isso transcende barreiras particulares, independente do gosto, das ideologias, passando a fazer parte da formação de uma história (Choay, 2017).

Nesta perspectiva, a gestão pública assume o patrimônio como uma mercadoria cultural e entende que este carece de valorização, no entanto, muitas das ações realizadas, o tem tornado cenários teatralizados ou mal conservados, deixando de atentar para políticas que de fato favoreçam a solução de problemas sociais como moradia, ou que fomentem a atividade turística, tal qual está presente no discurso político (Rodrigues, 2001).

No discurso veiculado em vídeo institucional elaborado pela prefeitura municipal, e, do mesmo modo, durante o evento de lançamento do projeto, fica evidente a intenção em prestigiar a religião católica, demonstrando a parcialidade nos investimentos da gestão municipal. No mesmo vídeo, o artista contratado ressalta a importância para o turismo local:

Crato contará com a uma nova escultura de Nossa Senhora de Fátima para movimentar a economia, o turismo religioso e a fé do povo brasileiro, cada detalhe dessa obra que será esculpida com a beleza que o povo merece para renovar sua fé a devoção e a esperança em seus corações (Escultor em vídeo institucional).

Durante a festa de lançamento da maquete da nova imagem, foi possível perceber, em diferentes diálogos, a falta de identificação da população com o monumento. Algumas pessoas perguntavam onde poderiam acender velas, mas a equipe de organização não sabia indicar o

local, o que evidenciou o desconhecimento da própria equipe paroquial responsável pela gestão do espaço. Observou-se, ainda, que a movimentação do público se devia mais ao caráter festivo do evento de lançamento do que a uma celebração de cunho devocional. Após a exibição do vídeo institucional e a apresentação da maquete, grande parte dos presentes deixou o local, desconsiderando o momento de coroação da imagem e a bênção final.

Essas observações indicam um desequilíbrio na configuração do espaço, cuja proposta é funcionar como atrativo turístico-religioso. A infraestrutura turística revela-se precária, assim como a ambiência devocional, que ainda se encontra em processo de construção. Trata-se, portanto, de um local que permanece como novidade até mesmo para os moradores do município, não estando ainda consolidado entre os principais atrativos turísticos da cidade.

Gestão Eclesial Nossa Senhora de Fátima

A entrega do monumento ocorreu em junho de 2014, mas a gestão por parte das organizações religiosas não começou de imediato. Fato compreensível devido à falta de infraestrutura no local, a exemplo da pavimentação ao redor do monumento, pois conforme relatos, qualquer ventania resultava numa nuvem de poeira. E, no turismo religioso, essa infraestrutura não diz respeito apenas aos serviços de apoio ao turismo como praças, meios de alimentação, banheiros, mas a própria identidade devocional em que se torna preciso a instalação de equipamentos que remetem a ideia de sagrado.

Na ocasião da inauguração do monumento em 2014 foi celebrada uma missa pelo bispo da Diocese do Crato, ficando subentendido que a administração do local ficaria a cargo da Diocese, que iria decidir como proceder a partir daquela data. Segundo discurso publicado no site da própria diocese proferido pelo deputado autor do projeto de construção do monumento: *“Entendemos que é um projeto que tem que ser da Diocese, foi feito com este objetivo. Ninguém entende mais de religião do que a Diocese, por isso estamos repassando este espaço para ela”*. (Diocese do Crato, 2014).

A Diocese também confeccionou uma faixa indicando que aquela seria primeira romaria de Nossa Senhora de Fátima (figura 21), na intenção de desenvolver um evento que pudesse se estabelecer dentro do calendário de romarias da região: *“Se enquadrando agora aos espaços devocionais da Diocese de Crato, junto com as romarias ao Pe. Cícero, em Juazeiro, e a Serva de Deus Benigna Cardoso, em Santana do Cariri”*.

Figura 21 - *Devotos no dia da inauguração do monumento no Crato*



Fonte: <https://diocesedecrato.org/cerca-de-15-mil-pessoas-participam-de-bencao-e-inauguracao-da-imagem-de-nossa-senhora-de-fatima-a-maior-do-brasil-que-esta-localizada-em-crato-ce/>

Diante da necessidade de os barraqueiros se estabelecerem no entorno, eles passaram a organizar, por iniciativa própria, uma programação religiosa, compreendendo que essa movimentação poderia impulsionar a visibilidade do monumento e contribuir para sua consolidação como atrativo turístico. Contudo, devido às condições limitadas oferecidas, as celebrações atraíam apenas um número reduzido de participantes.

Após um ano da inauguração, iniciou-se uma rotina de missas celebradas pela comunidade católica Missão Resgate. Essa organização, de ampla presença nas redes sociais²¹ e em eventos religiosos da região, já naquela época cogitava, em parceria com a Prefeitura do Crato, a possibilidade de reformar a imagem do monumento, chegando, em 2017, a convidar um artesão para avaliar a requalificação da santa. A partir de 2018, com a inauguração da pavimentação, da área de estacionamento e da capela, estabeleceu-se uma rotina mais intensa de celebrações, com missas não apenas no dia 13 de cada mês, mas também aos sábados e domingos.

A partir de março de 2020, em função da determinação de isolamento social decorrente da pandemia da Covid-19, as celebrações religiosas foram suspensas, sendo retomadas apenas em outubro do mesmo ano sob a supervisão da Paróquia São Francisco de Assis, responsável pelo bairro onde o monumento está situado.

²¹ Endereço eletrônico da rede social da Missão Resgate: <https://www.instagram.com/comunidade.missaoregate/>

Além da intensificação das celebrações litúrgicas, a administração passou a promover a criação de uma capela interna destinada ao resguardo do Santíssimo Sacramento, bem como a instituição de uma secretaria (figura 22) que gerencia a comercialização de artigos religiosos e a disponibilização de um espaço reservado para o acendimento de velas pelos fiéis, o chamado velário (figura 23), configurando, assim, uma gestão integrada que articula dimensões religiosas, econômicas e sociais.

Figura 22 - *Entrada para o interior do monumento de Nossa Senhora de Fátima*



Fonte: Arquivo pessoal – abril/2024

Figura 23 - *Velário instalado pela gestão eclesial no entorno do monumento*



Fonte: Arquivo pessoal – abril/2024

Essa mudança na gestão impulsionou a implementação de ações direcionadas ao

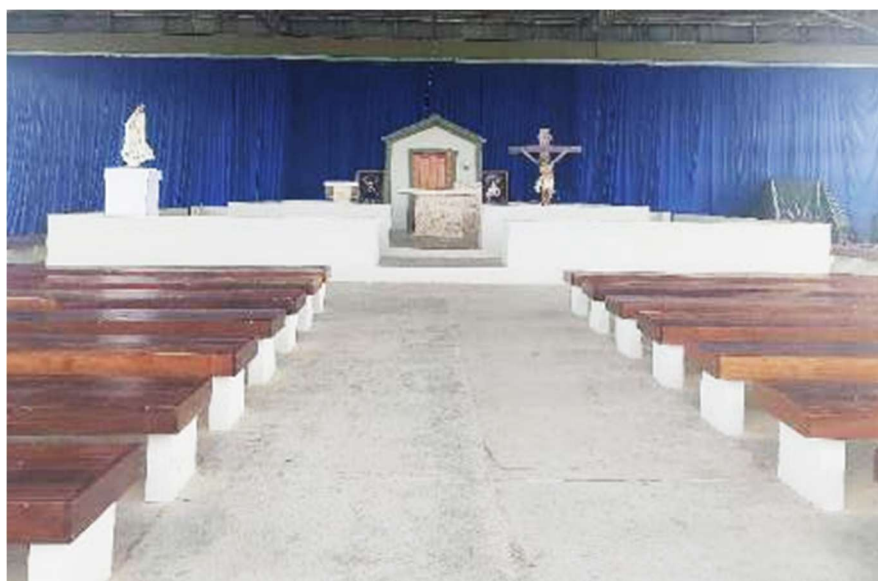
fortalecimento da religiosidade no local, buscando fomentar um sentido de pertencimento e acolhimento para os fiéis. Conforme relatado em entrevista:

É algo que tá começando, esse sentido de pertença, de você trabalhar o dízimo pra poder manter, nós precisamos é fazer com que esse espaço fique aberto, com que o peregrino seja bem recebido, que você tenha uma pessoa aqui para acolher, e aí as pessoas iriam, quem é do Crato, ajudaria mais se puder manter o espaço sempre aberto (AR01).

A alteração na gestão religiosa foi bem recebida pelos comerciantes da região, que reconhecem a proximidade e o modelo participativo adotado como fatores que têm contribuído para melhores resultados.

Outra intervenção significativa foi a reforma da capela onde ocorrem as celebrações das missas. Inicialmente concebido como um espaço aberto, esse local passou por diversas modificações, motivadas, segundo a gestão eclesial, primordialmente por questões de segurança, além do propósito de conferir ao ambiente características similares às da capela original situada em Fátima, Portugal (figura 24).

Figura 24 - *Interior da capelinha no monumento de Nossa Senhora de Fátima no Crato (CE)*



Fonte: Acervo pessoal – maio/2024

Nesse sentido, o entrevistado ressalta:

A ideia é que aquele espaço seja semelhante a capelinha das aparições em Fátima, em Portugal. Se você pesquisar Fátima Portugal, Capelinha das aparições, e olhar nossa réplica, ela é uma réplica, da réplica, da réplica, genérica e a ideia é tentar fazer que aquele espaço seja parecido, porque muitas pessoas não vão á Fátima, o nosso povo humilde simples, mas pelo menos ter uma oportunidade de ter Fátima pertinho de si, ali (AR01).

Assim, a reformulação do espaço não apenas atende a demandas práticas de segurança, mas também se configura como uma estratégia simbólica para aproximar a experiência religiosa

da comunidade local, sobretudo daqueles que, por limitações econômicas ou geográficas, não têm acesso direto ao santuário original. A réplica da Capela das Aparições, no Crato, conta com 20 bancos de alvenaria revestidos em madeira, cada um com capacidade para aproximadamente 10 pessoas, além de um espaço destinado à disposição de cadeiras de plástico, comportando cerca de 60 assentos. Essa configuração permite acomodar os visitantes de forma relativamente confortável, embora não haja informações precisas sobre a capacidade máxima da capela.

A data emblemática para o monumento dedicado à Nossa Senhora de Fátima corresponde à celebração anual do aniversário das aparições marianas ocorridas na cidade de Fátima em Portugal, evento que é reverenciado mundialmente a cada 13 de maio. Em consonância com essa tradição, a paróquia local promove uma programação denominada trezena, que se inicia no dia 1º de maio com a realização da Caminhada da Fraternidade Mariana. Essa atividade tem início às 5 horas da manhã, partindo da Paróquia São Francisco de Assis e seguindo em direção ao monumento, se traduzindo como um instrumento de mobilização e engajamento da comunidade local ao longo do trajeto entre os dois pontos.

Durante o período da trezena, são celebradas missas diárias, ministradas por sacerdotes convidados, o que reforça o caráter religioso e ecumênico da festividade. Paralelamente, a programação contempla uma quermesse com apresentações musicais e a presença de parque de diversões, promovendo uma integração entre aspectos festivos e religiosos. A culminância do evento ocorre no último dia da trezena, com a realização da procissão luminosa, rito que reproduz a celebração realizada na capela original em Fátima, estabelecendo assim uma conexão simbólica e entre o espaço local e o santuário original.

Figura 25 - Celebração de encerramento da trezena no ano de 2024



Fonte: Acervo Pessoal – maio/2024

Estas ações tiveram o objetivo de desenvolver uma rotina de celebrações e um sentimento de pertencimento da comunidade com o local. Percebe-se inclusive uma preocupação em atrair os moradores do Crato mais do que os turistas e romeiros:

Somos muito ousados, no sentido de que, se a gente fosse manter monumento, por exemplo, celebrações do dia 13, o padre vai lá, a gente tem que contribuir com a espórtula que seria como se fosse a taxa que se dá ao padre, as missas que a gente tem pela manhã não arrecada nem pra poder dar ao padre, que é muito inferior, mas tem que ter alguém que comece. Tem missa à tarde, às cinco da tarde, sete da noite, mas tem que ter realmente o investimento para que as pessoas comecem a ver, comecem a dar atenção e assumir como algo seu (AR01).

A igreja entende que precisa criar uma rotina de celebrações para atrair os visitantes, mesmo que não haja público nessas celebrações. Desse modo, as missas são eventos que funcionam como uma atração capaz de mobilizar os visitantes – aquilo que seria um ritual de devoção, funciona de modo estratégico a fim de desenvolver um calendário que busca se estabelecer no imaginário do devoto

Entretanto, uma das dificuldades encontradas é a falta de identificação do morador do Crato com o monumento. Apesar de haver alguma tradição de devoção ao título de Nossa Senhora de Fátima, não se percebe como algo que faz parte da identidade local:

Ainda é constrangedor que pessoas vem de tão longe pra o monumento, pessoas que vem pro exemplo do Brejo Santo, de Caririaçu, Juazeiro, Barbalha, as vezes de distritos aqui do Crato, cidadezinhas próximas, participar de uma missa que os cratenses não conhecem, tanto é que agora para abertura do mês de maio, vamos levar a imagem de Nossa Senhora, fazer uma volta aqui na rua, tentar convidar (AR01).

Muitos momentos quando não tem romaria em Juazeiro, também não tem movimento no Crato (...) E aqui no Crato, por incrível que pareça, tem muitas pessoas, muitas pessoas, daqui da cidade, que não conhece o monumento, que não conhece, então assim, como fazer com que as pessoas pudessem dar uma credibilidade, até porque assim, por lá não foi feito investimentos (AR05).

Pra ser franco com você, o pessoal daqui, se você chegar ali no Crato e perguntar: ‘Tu já foi ali na estátua de Nossa Senhora de Fátima?’ eles vão dizer: ‘Nunca fui’ porque a festa religiosa mais forte aqui é da padroeira do Crato, Nossa Senhora da Penha e a de São José. (AT02).

A fala dos entrevistados evidenciam o distanciamento da população local em relação ao monumento, revelando que a presença de fiéis oriundos de outras cidades contrasta com a baixa participação dos próprios cratenses. Essa ausência de vínculo simbólico reforça a percepção de que o espaço sagrado foi apropriado mais como um projeto institucional do que como expressão espontânea da religiosidade popular. Tal contexto permite questionar se o fenômeno observado não se traduz como uma forma de “turismo artificialmente religioso”, em que se reproduz, de

modo superficial, a devoção a Nossa Senhora de Fátima, originalmente enraizada em Portugal e difundida globalmente a partir da década de 1950.

Outra razão que pode explicar a baixa frequência da população do Crato ao monumento localizado no bairro Barro Branco é a existência de outras paróquias na cidade que já cultivam a devoção a Nossa Senhora de Fátima. Conforme aponta o entrevistado, há uma igreja dedicada à santa situada no bairro Pimenta, um dos mais tradicionais e de forte presença das famílias historicamente influentes do município.

Existe uma igreja muito forte e ela fica num dos bairros mais tradicionais do Crato que é o Pimenta, o Crato é uma cidade muito tradicional de famílias tradicionais, dominado por algumas famílias mais tradicionais e Juazeiro não, Juazeiro é um polo rotativo de gente, pessoas que vem de fora, que vem pro comércio, aí nesse polo tradicional do Crato tem essa igreja de Nossa Senhora de Fátima que detém os devotos (AP02).

Essa configuração religiosa e social contribui para a centralização das práticas devocionais nesse espaço consolidado, limitando a expansão da devoção ao novo monumento. Assim, o apego a estruturas paroquiais tradicionais, somado à forte identidade comunitária já existente, tende a reter os fiéis locais e a reduzir o engajamento da população com o santuário mais recente, que permanece, portanto, como um espaço ainda periférico no imaginário religioso cratense.

Observa-se que a devoção em torno do monumento de Nossa Senhora de Fátima no Crato não emerge de um processo orgânico de religiosidade popular, mas de uma tentativa institucional de produzir novos símbolos de fé e pertencimento. A iniciativa de erguer o monumento no bairro Barro Branco se insere em uma lógica de construção social da religião, na qual práticas e espaços são reconfigurados para atender a projetos de visibilidade e legitimação política.

Diferentemente das devoções tradicionais que se consolidam pela vivência comunitária e pela transmissão intergeracional de valores simbólicos, o culto no monumento parece responder a uma religiosidade planejada, que busca criar vínculos espirituais em um território onde tais vínculos ainda não se formaram de modo espontâneo. Trata-se, portanto, de uma expressão de fé mediada por interesses institucionais, na qual o sagrado é mobilizado como instrumento de ordenação simbólica e de produção de identidade coletiva.

Ações da Iniciativa privada

A atuação dos comerciantes ambulantes no monumento de Nossa Senhora de Fátima no Crato (CE) começou logo após a festa de inauguração em junho de 2014. Dos inúmeros ambulantes que estavam presentes, permaneceram atuando vinte e seis barracas improvisadas

de lona e papelão que se instalaram no entorno para comercializar artigos religiosos, água e lanches: *“No dia da inauguração a gente veio pra cá, aqui era um monte de barraca da inauguração, depois que passou a inauguração ficou no máximo 30 pessoas que conseguiu ficar e tamos até hoje”* (AT02). Atualmente existem 30 permissionários ocupando os quiosques construídos no entorno do monumento.

Na inauguração houve a entrega do monumento à Diocese do Crato, que designou a Comunidade católica Missão Resgate, sediada no município do Crato, para fazer a gestão do monumento. No entanto, durante o primeiro ano quem protagonizou a gestão do local foram os barraqueiros. A área com cerca de 53 m² não tinha nenhuma estrutura, nem ao menos era pavimentada, existia apenas o monumento, e em seu pedestal havia um pequeno salão. Esse espaço possuía uma chave, a qual foi entregue a uma das pessoas que possuíam uma barraca na área, que se tornou uma espécie de zelador da santa:

Nós que tomava de conta. Era nós que tomava de conta dela, tinha chave e tudo, ficou um rapaz que trabalhava na estátua, ele tinha barraquinha também, ele pediu a Ely Aguiar pra ficar tomando conta, nem a prefeitura tomou de conta, nem a diocese e nem nada, ficou 3 a 4 anos nessa brincadeira. Aí ele conseguiu ficar com a chave (AT02).

O pessoal da associação dos barraqueiros, né, eles ficaram como responsáveis por lá, e ia um padre pra celebrar só tinha isso, vamos dizer, tá sujo aquela parte do monumento precisa pintar, eles pediam ao município, o município mandava uma pessoa passava um super cal, ok, essa parte aí sempre houve, essa atenção, não vou nem dizer uma assistência, mas uma atenção (...) eu tiro o chapéu praquele pessoal ali dos quiosques, não é fácil, lutavam pra ter hoje o monumento como tá lá (AR01).

Mesmo com a falta de infraestrutura, os comerciantes permaneceram no local (figura 26), e passaram a realizar a limpeza do mato. A energia elétrica chegou a ser cortada e após dois meses (outubro e novembro/2014) às escuras, inclusive da lâmpada de segurança que foi instalada no topo do monumento, eles se mobilizaram para realizar o religamento e a manutenção do fornecimento.

Em março de 2015, fundaram a Associação dos Barraqueiros do Bairro de Nossa Senhora de Fátima, pensando em assegurar a permanência no lugar, uma vez que havia a promessa da construção de quiosques no entorno; e, esse protagonismo é reconhecido pelos atores do turismo local:

Quando eu comecei a fazer visita lá, tinhas as barraquinhas, tinha de papelão, parecia uma favela, aquelas favelas antigas, que as favelas agora são bonitas, aí era um monte de papelão, lona, era bem..., mas assim, eu achei muito bonito, porque eles se reuniram e criaram a associação antes do governo fazer calçamento e fazer os quiosques, era eles lá, e já criaram a associação, eles sabiam da força da associação, alguém incentivou, eles pagaram direitinho e hoje tá lá muito bonitinho e arrumadinho (AT05).

Figura 26 - Barracas improvisadas no entorno do monumento do Crato em 2014



Fonte: Imagens cedidas pela Associação dos barraqueiros (2024)

Foi também iniciativa deles divulgar o monumento para os romeiros que chegavam a Juazeiro do Norte, convidando-os para irem conhecer o local. Para isso, se organizaram em grupos que iam durante a noite ao Centro de Juazeiro, na Praça Padre Cícero e no Santuário da Mãe das Dores onde ocorre as principais celebrações durante as romarias e distribuíram panfletos falando sobre o monumento e convidando para que os romeiros do Padre Cícero fossem até lá. Tal estratégia garantiu a vinda dos primeiros visitantes que no dia seguinte lotavam o Monumento de Fátima:

Nós saía daqui 05h da tarde final do dia, nós ia pro Juazeiro, tempo de romaria, no Juazeiro, nós que fundamos a passagem de romeiro pra cá, nós que fomos atrás deles, nós ia, nós fazia panfletagem de 05h nós tomava banho e ia uma turma, e ia pro Juazeiro panfletar no Juazeiro, passava a noite todinha quase, tinha vez de tempo de romaria, nós passar, nós vim de meia noite ou uma hora da manhã. Nesse tempo não tinha ajuda de ninguém, era nós mesmo atrás daqui melhorar. Aí nós ia atrás deles, botava nos ônibus, botava nos cantos, nos romeiros, entregava nos romeiros, quando era no outro dia nós tinha o resultado, aí começamos, ia atrás, todo ano, todo mês que tinha romaria, no tempo de romaria a de setembro, a de novembro, a de fevereiro que é de Nossa Senhora das Candeias, e essas três romarias nós ia atrás, aí passamos bem eu acho uns dois anos nessa brincadeira (AT02).

Para assegurar a ida de pessoas ao monumento nos períodos em que não havia romaria em Juazeiro do Norte, os barraqueiros planejaram a realização de missas votivas²² a cada dia 13, em referência ao dia de homenagem de Nossa Senhora de Fátima, que é a cada 13 de maio. Com isso, convidaram um padre que atuava no município de Crato que passou a realizar as celebrações. Nessa época, a infraestrutura para a realização das missas era organizada pelos barraqueiros:

Aí a gente começou a arrumar dinheiro com os romeiros mesmo, eles fazia doação na

²² Missa votiva se refere a uma celebração devocional popular, realizada em homenagem a alguma devoção da igreja católica, fora da sua data oficial de comemoração (Missal Romano, 2020).

época de romaria, conseguimos religar a energia e ficamos pagando. Todo mês a gente pagava a energia dela, e todo mês, dia 13, a gente arrumou um padre, porque tinha que ter a romaria, que no tempo que não tinha romaria no Juazeiro aqui ficava morto, não tinha nada, aí a única coisa que nós podemos fazer pra ver se tem um movimentinho pro pessoal vender é a gente mesmo, é fazer uma missa. Aí foi Padre Lindomar, ele era do Coração de Jesus, aí nós procuramos ele, ele veio, conversou com a gente e cobrou 100 reais nesse tempo pra rezar a missa todo dia 13, mas ele terminava a missa e ia embora (AT02).

O relato evidencia a atuação autônoma dos comerciantes informais na dinamização de um território devocional associado ao Monumento de Nossa Senhora de Fátima. Em um contexto de ausência ou descontinuidade do poder público e das instituições religiosas formais, observa-se o protagonismo dos agentes locais na manutenção e revitalização da prática devocional. A organização coletiva para arrecadação de recursos junto aos romeiros, a religação da energia elétrica e a contratação de um sacerdote para a celebração mensal de missas demonstram estratégias de mobilização comunitária voltadas à reativação do fluxo de fiéis e, consequentemente, à dinamização econômica do espaço.

Figura 27 - *Ônibus estacionados no entorno do monumento após a inauguração (2015)*



Fonte: Imagem cedida pela Associação dos barraqueiros

Tal iniciativa revela não apenas a dimensão simbólica da fé como elemento estruturante do território, mas também a articulação entre religiosidade popular, economia informal e gestão comunitária do espaço sagrado. A celebração da missa mensal, promovida pelos próprios barraqueiros, configura-se como uma forma de resistência frente à marginalização institucional, além de reforçar a centralidade da devoção como mecanismo de sustentação material e simbólica do território religioso.

Portanto, em certa medida, o turismo que acontece no entorno do monumento pode ser interpretado como uma conquista da resistência dos pequenos barraqueiros, cuja atuação autônoma não apenas assegurou a continuidade da prática devocional, mas também fortaleceu a presença econômica e simbólica da comunidade local no território. Essa apropriação do espaço evidencia como a religiosidade popular se articula com estratégias de gestão comunitária, consolidando o monumento como resultado da iniciativa coletiva frente à fragilidade das instituições formais.

Havia o entendimento que para que fosse estabelecida uma romaria era preciso haver uma vivência religiosa, assim como uma rotina de devoção por meio de um calendário de eventos, com isso estabeleceram as missas a cada dia 13, como forma de consolidar no local os ritos devocionais.

De acordo com Cordeiro (2010), locais religiosos turísticos tendem a fomentar a criação de um cenário capaz de acender o imaginário do visitante, seja turista ou peregrino, provocando o encantamento, e, com o passar do tempo, os devotos vão instituindo um calendário de rituais e programação religiosa, produzindo novos significados simbólicos e assim instituindo uma identidade local de que ali agora é um lugar sagrado, possibilitando um aumento no fluxo turístico

A institucionalização de um calendário de eventos caracteriza-se como uma estratégia fundamental para o planejamento e a organização da atividade turística, especialmente no que diz respeito à indução de fluxos regulares de visitantes em datas previamente definidas. Essa prática contribui para uma consolidação se tornando atrativos permanentes do destino, estimulando o interesse dos turistas em vivenciar a localidade durante períodos festivos específicos.

No contexto do turismo religioso, tal dinâmica assume um papel ainda mais relevante, uma vez que a periodicidade das celebrações fortalece os vínculos afetivos e simbólicos entre os fiéis e a figura sagrada a quem a devoção é dirigida. Dessa forma, estabelece-se uma rotina ritualística que, ao mesmo tempo em que reforça a identidade religiosa dos participantes, amplia o potencial turístico do território por meio da sacralização do tempo e do espaço (Cordeiro, 2010).

Um exemplo de apropriação simbólica é a celebração do aniversário do monumento de Nossa Senhora de Fátima, inspirada nas práticas devocionais consolidadas em Juazeiro do Norte. Na cidade vizinha, o aniversário natalício do Padre Cícero, celebrado em 23 de março, integra a Semana Padre Cícero, promovida pela Secretaria de Turismo e Romarias, que organiza a partilha do bolo comemorativo e apresentações de cantores locais e nacionais no Largo da

Capela do Socorro. No Crato, buscou-se reproduzir esse modelo, adaptando-o à nova devoção: “*Todo ano tem o bolo do Padre Cícero, aí a gente foi, e começou a fazer o bolo dela aqui também, aqui começou foi no dia do aniversário dela de quatro anos*” (AT02).

Essa prática evidencia uma tentativa deliberada de imitar rituais consolidados em outro polo religioso, utilizando elementos de festividade e mobilização comunitária para conferir legitimidade ao monumento e inserir o novo espaço na experiência devocional da população.

Figura 28 - *Bolo comemorativo pelo aniversário de inauguração do monumento no Crato*



Fonte: Arquivo da Associação de barraqueiros

Figura 29 - *Bolo comemorativo de Nossa Senhora de Fátima em 2024*



Fonte: Arquivo pessoal - maio/2024

Em junho de 2015, no primeiro ano do monumento, a Missão Resgate organizou uma missa festiva que contou com a presença do então governador Camilo Santana, que mais uma

vez reafirmou o compromisso na construção do espaço em torno do monumento, assim como de sua pavimentação.

Figura 30 - *Primeiras celebrações realizadas pela Missão Resgate no entorno do monumento*



Fonte: Facebook - Missão Resgate (2015)

Figura 31 - *Imagem dos visitantes no interior do monumento*



Fonte: Facebook da Missão Resgate – agosto/2015

A partir de agosto de 2015, a Missão Resgate deu continuidade a realização das missas no complexo de Nossa Senhora de Fátima, utilizando a área construída anexa ao monumento para encontros de oração. Devido à representatividade que a comunidade católica possuía, conseguia atrair um número significativo de devotos para o espaço. Contudo, as celebrações seguiam a própria agenda da Missão Resgate, sem um calendário regular voltado aos romeiros

e turistas, ocorrendo apenas em dias específicos definidos pelos missionários. Esse contexto evidencia a construção gradual de uma religiosidade local em torno de um espaço ainda não plenamente incorporado à rotina dos fiéis e ao circuito de turismo religioso.

Figura 32 - *Celebração das primeiras missas realizadas pela Missão Resgate no monumento*



Fonte: Facebook da Missão Resgate – agosto/2015

Durante o dia, devido a temperatura e o sol forte, não eram disponibilizadas cadeiras, no entanto os visitantes podiam ter acesso ao interior do pedestal do monumento para realizar orações. No fim da tarde, já com o pôr do sol, eram colocadas cadeiras em frente a varanda localizada no pedestal do monumento, local onde eram dispostos o altar para as celebrações das missas.

Figura 33 – *Imagem das barracas nas primeiras celebrações no monumento*



Fonte: Facebook da Missão Resgate – agosto/2015

Mesmo com a presença da gestão eclesial, os barraqueiros continuaram a se organizar de forma independente (Figura 33), embora confinados em área periférica ao monumento.

Nesse espaço, estruturaram seus próprios serviços para atender aos romeiros que visitavam o local. Entre essas iniciativas, destacou-se a instalação de banheiros próximos às barracas (Figura 34). Um dos entrevistados explicou: *Nós fizemos também os banheiros pra poder acolher os romeiros porque quando chegava não tinha local pra urinar nem nada, ia tudo pra dentro dos mato. Aí nós fizemos o banheiro esses dois conjuntos de banheiro aqui atrás* (AT02).

Figura 34 - Banheiros construídos pela Associação dos Barraqueiros



Fonte: Acervo pessoal – maio/2024

Essa atuação revela que a consolidação do espaço devocional não dependia apenas da gestão religiosa, mas também da capacidade de iniciativa e organização da comunidade local. A autonomia dos barraqueiros evidencia como práticas econômicas e sociais se entrelaçam com a religiosidade popular, configurando o monumento como um espaço construído coletivamente, no qual a experiência espiritual é inseparável das práticas materiais que garantem a sua funcionalidade e a permanência dos romeiros. O protagonismo da associação de barraqueiros é reconhecido por todo o campo turístico da região, sendo considerada a principal articuladora para o desenvolvimento da atividade turística no entorno do monumento:

Eu acho que foi os próprios, é... a própria comunidade católica e principalmente partindo dos barraqueiros, eu assim, eu vejo, que eu acho que foi os próprios permissionários e também de alguns guias que levam e que divulga, porque eu já levei dezenas de grupos pra lá de romeiros que sabia que existia, mas não tinha aquele incentivo e assim nem tava no roteiro das agências, os fretantes, mas eu levava (AT05).

A prática turística se desenvolve por si mesma, criando uma rede de contatos, ainda que informal, superando a falta de infraestrutura e abrindo novas possibilidades de crescimento. Nesse contexto, paralelamente à atuação dos barraqueiros, os próprios guias também passam a se envolver no processo de divulgação:

Eu lembro na construção dessa imagem quando a gente começa a levar os primeiros

romeiros, de formiguinha, porque o que eu quero é apresentar meu produto, quanto mais pessoas estejam ali, então a gente ia guiando o povo, ninguém conhecia o percurso pra ir pra estátua, aí eu vou levando, começo a apresentar a um fretante, a outro fretante, naquela situação tira uma foto, manda pra num sei quem e começa essa visitação (AT03).

Do mesmo modo, a associação dos barraqueiros continuou vigilante para estabelecer novas parcerias, contando com o apoio de alguns vereadores, e reivindicando melhorias. Foi o que aconteceu com a continuação do projeto de pavimentação ao redor do monumento, pois, apesar da atuação destes comerciantes e guias, o governo do Estado não contemplava originalmente a construção dos quiosques, fato que levou mais uma vez a articulação destes atores para reivindicar a instalação desse espaço:

Nós soubemos que o governo já tinha o projeto pra fazer a praça, aí nós fomos atrás do prefeito, pra saber se tinha box, aí a primeira coisa que nós soubemos lá é que não tinha box nenhum, aí a gente disse: ‘oxe nós vamos trabalhar como? vamos ficar do mesmo jeito que nós tamos?’ aí ele disse: ‘não posso fazer nada, é o projeto do governador’, aí nós conseguimos um carro com o prefeito, ajeitamos, aí nós fomos pra Fortaleza, um vereador deu uma doação de 500 reais (...) saímos daqui era 08h, nós chegamos umas 6, 7 horas em Fortaleza, passamos a noite todinha viajando, nós fomos lá pra secretaria das cidades (...) nós não conversamos com o governador, mas com o secretário dele. Aí ele disse: ‘Ó, tem projeto pra box mesmo não, vou conversar com o governador pra gente fazer o projeto de vocês, pra botar junto na praça o box de vocês’ (AT02).

A partir do relato contado pelos comerciantes pode-se perceber a falta de entendimento a respeito da prática turística, uma vez que é incompreensível imaginar um local de visitação, seja religioso ou não, que não tenha banheiros ou que possa ofertar a comercialização ao menos de água. Outro aspecto é a dificuldade da população, principalmente das regiões localizadas no interior do país, em ter acesso aos representantes políticos, levando um grupo de 4 pessoas a se deslocar com poucos recursos, para a capital do estado, distante cerca de 600 km. A falta de comunicação entre a gestão pública municipal e estadual, seja do executivo como do legislativo também chama atenção, uma vez que se faz questão em não se perceber responsável por uma reivindicação ou ao menos pela articulação entre os atores políticos e a população.

A instalação dos quiosques ainda teve um segundo momento de tensão, pois quando se iniciou a construção, os barraqueiros perceberam a inviabilidade dos equipamentos que estavam sendo construídos, pois eram lojas de 1m². Mais uma vez houve a solicitação dos barraqueiros, junto ao governador, para a reformulação do projeto. O pedido ocorreu em uma das visitas realizadas pelo poder executivo estadual para fiscalizar as obras:

Nós soubemos que um box ia ser pra quatro pessoas, um conjunto desse ia ficar muito pequeno pra gente que trabalha com artigo religioso e principalmente com comida (...) quando o governador veio visitar a obra a gente falou com ele: “A gente pediu o box e o senhor autorizou, mas a situação é que o que vai se fazer aqui não tem condição não,

o box é muito pequeno, a mercadoria que a gente tem vai ficar toda de fora, não vai ter possibilidade de botar pra dentro (...) no lugar de ser um box pra 4 pessoas por que o senhor não manda o engenheiro dividir no meio e dividir pra ser pra duas pessoas cada conjunto desse?’ E aí ele olhou pra gente achando graça, e pro secretário que tava perto dele e disse: ‘É... Faça do jeito que eles tão pedindo’, e aí pronto (AT02).

Um aspecto importante a ser pontuado nessa situação diz respeito aos projetos turísticos em geral, em que se tem a impressão da falta de percepção dos responsáveis pelos projetos de como a obra irá funcionar na prática. Projetos sem banheiros, ou com número reduzido, quiosques em tamanho inadequado, áreas sem cobertura para abrigar do sol ou da chuva.

No monumento de Nossa Senhora de Fátima, os quiosques foram registrados em nome da associação que fica responsável pelo controle de quem são os permissionários que irão administrar os quiosques. Foi convencionado o pagamento de uma taxa de manutenção de R\$25,00 além disso, cada um é responsável por seu consumo de energia e água. Eles possuem um estatuto que regulamenta a concessão:

Aqui, dos 30 que começou lá atrás, tem alguns que já desistiram, só que os que foram desistindo foram botando outras pessoas, mas aí tem uma regra desde o começo, quem for dos permissionários que tiver um familiar ou uma pessoa que esteja engajado na associação, a gente vai passar para diretoria, e depois passa pra uma comissão geral, pra aquela pessoa entrar (...) tem que ter uma reunião com a diretoria e com o pessoal, pra poder o pessoal chegar e dizer: todo mundo aceitou aquela pessoa (AT02).

Em junho de 2018 com a entrega da urbanização (quiosques, estacionamento, pavimentação e capela), o monumento passa a ter uma melhor estrutura para receber os visitantes, no entanto, não há uma programação religiosa continua, apenas a presença dos quiosques, o que já é um serviço a ser ofertado aos romeiros.

Figura 35 - Imagem dos quiosques na ocasião da inauguração em 2018



Fonte: <https://www.ceara.gov.br/2018/07/01/crato-horto-de-nossa-senhora-de-fatima-recebe->

milhares-de-fieis-em-inauguracao-de-novo-espaco/

A atuação dos barraqueiros, principalmente pela criação da associação foi decisivo para o desenvolvimento do turismo no monumento, desde as ações para nomeação enquanto atrativo turístico, a articulação com a igreja para construção de uma rotina devocional, a construção dos quiosques com condições mínimas de funcionamento, são situações que apontam uma governança protagonizada pela iniciativa privada informal.

Figura 36 - Placa indicativa do nome da associação dos barraqueiros



Fonte: Arquivo pessoal, 2024.

A fala abaixo destaca o protagonismo dos vendedores ambulantes na consolidação das visitas ao Monumento de Nossa Senhora de Fátima, sugerindo que a mobilização desses agentes antecedeu e até confrontou a atuação institucional da Igreja. Tal perspectiva evidencia a atuação autônoma de sujeitos populares na dinamização do turismo religioso e revela conflitos em torno da gestão simbólica e territorial do espaço sagrado:

Pra lhe ser muito sincera e honesta, eu acho que a visita de Nossa Senhora de Fátima começou através desses vendedores ambulantes porque eles tinham a necessidade de levar as pessoas pra lá. eu não via igreja mesmo envolvida com isso, ao contrário, pelo que a gente escuta a igreja tinha era a intenção de atrapalhar essa excursão, e tinha até uma briga interna entre grupos religiosos ali (AT03).

Embora se observe um envolvimento ativo tanto da gestão eclesial quanto do setor turístico local, especialmente por meio da colaboração entre membros da associação de barraqueiros e guias de turismo, permanece a necessidade de ações estruturantes contínuas para consolidar a identidade turística do local.

Essa carência de estrutura tem sido um obstáculo à formação de uma romaria permanente, limitando o pleno aproveitamento do potencial devocional e turístico do local,

conforme trecho de entrevista:

Os romeiros reclamam quando falta espaço para estacionamento e que em torno da imagem não tem uma infraestrutura para acolher bem, que o romeiro sinta vontade de voltar, por isso que ainda não se desenvolveu uma romaria permanente, porque não basta só erigir a estátua, é necessário oferecer condições de que o romeiro queira voltar, seja no tocante ao comércio, seja no tocante de infraestrutura de banheiros, espaços para estacionamento, equipes de trabalho permanente, então assim, o que falta ainda é isso (AR02).

Figura 37 - *Área dos quiosques com arborização e área coberta para atendimento*



Fonte: Arquivo pessoal – abril/2024

Essa consolidação requer não apenas investimentos em infraestrutura, mas também o fortalecimento de processos de construção social e simbólica, que ainda se encontram em desenvolvimento e são fundamentais para legitimar o espaço como atrativo turístico reconhecido. A integração efetiva do espaço ao roteiro do turismo religioso depende de uma articulação contínua entre atores institucionais e comunitários, com vistas à qualificação da experiência do visitante.

Apesar das limitações estruturais e simbólicas previamente discutidas, o monumento de Nossa Senhora de Fátima tem sido progressivamente incorporado a algumas excursões religiosas que têm Juazeiro do Norte como destino central. Nesse contexto, o espaço do Crato funciona como um atrativo periférico, evidenciando a hierarquia dentro do circuito devocional regional.

A análise de alguns materiais promocionais (figura 38) divulgados em redes sociais indica que diversas caravanas incluem o monumento como ponto de parada em seus roteiros, evidenciando um reconhecimento gradual do espaço como componente significativo da paisagem de peregrinação regional.

Figura 38 - Divulgações de caravanas para Juazeiro do Norte com a inclusão da visita ao monumento do Crato no roteiro



Fonte: Instagram @viaturismo e @amandatur

Contudo, esse reconhecimento ainda se constrói de forma incipiente, refletindo tanto o potencial quanto às fragilidades do monumento em consolidar-se como um atrativo turístico relevante. De modo geral, observa-se que a ausência de infraestrutura adequada, aliada à carência de elementos identitários capazes de conferir autenticidade e singularidade ao monumento, tem dificultado seu reconhecimento como atrativo religioso de destaque.

A inexistência de uma tradição devocional consolidada, bem como a falta de planejamento integrado entre os diferentes níveis de governo, compromete sua inserção efetiva no circuito do turismo religioso regional. A consolidação do espaço como destino de peregrinação exige, portanto, políticas públicas articuladas que considerem não apenas aspectos estruturais, mas também a valorização da cultura local e a promoção de experiências significativas de fé.

A análise no tópico seguinte, sobre o monumento dedicado a Santo Antônio, no município de Barbalha, amplia a reflexão proposta e oferece uma base comparativa que permite compreender como diferentes contextos socioculturais e modelos de gestão influenciam diretamente a apropriação simbólica e o aproveitamento turístico de espaços religiosos.

3.2. Barbalha - entre Fé, Festa e Monumento

A origem do município de Barbalha remonta ao período colonial, quando a região era ocupada por fazendas que serviam de ponto de passagem para tropeiros oriundos de

Pernambuco, especialmente durante os períodos de estiagem. Esses viajantes atravessavam a área em direção à Chapada do Araripe, em busca de melhores condições para o pastoreio do gado. Em 1778, a localidade passou a ser conhecida como Freguesia de Santo Antônio de Barbalha, após a construção de uma capela dedicada a Santo Antônio em terras pertencentes a Francisco Magalhães Barreto e Sá, devoção que se consolidou entre os moradores, tornando-se o padroeiro da comunidade.

Ao longo do século XIX, Barbalha desenvolveu-se significativamente, chegando a rivalizar economicamente com a cidade vizinha do Crato, da qual era distrito desde 1838. Em 1846, alcançou sua emancipação política, passando a se chamar simplesmente Barbalha.

O nome do município, segundo a tradição oral, é atribuído a uma moradora conhecida como "Barbalha", que teria se destacado por sua hospitalidade. Ela transformou sua residência em um ponto de acolhimento para os viajantes que por ali transitavam, tornando-se uma figura emblemática da região. Em reconhecimento à sua generosidade, a localidade passou a ser identificada pelo seu nome, que mais tarde foi adotado oficialmente. Atualmente, o município possui 75 mil habitantes, distribuídos em seus 608 km, e está localizado a 504 km de distância da capital Fortaleza. Sua classificação no Mapa do turismo brasileiro é igual à do Crato se enquadrando como um município de oferta turística complementar.

Entre os anos de 1903 e 1904, Barbalha vivenciou um expressivo crescimento na produção e beneficiamento da cana-de-açúcar, consolidando-se como um importante polo produtor de rapadura na região do Cariri. Esse ciclo açucareiro foi impulsionado pela instalação de diversos engenhos, que dinamizaram a economia local e fortaleceram a atividade agrícola. No entanto, com a chegada da ferrovia em 1950, a cidade passou a diversificar sua base econômica, ampliando as atividades comerciais e agrícolas. Esse processo de reconfiguração econômica culminou no declínio gradual da produção de açúcar, especialmente a partir da década de 1970 (Della Cava, 2014).

Outro marco relevante para o desenvolvimento socioeconômico do município foi a construção do Hospital Maternidade São Vicente de Paulo, cuja obra foi iniciada em 1946, fruto da mobilização da Sociedade Santo Antônio de Barbalha, com apoio da Paróquia de Santo Antônio. O hospital foi oficialmente fundado em 1970, passando então a ser administrado pelas Irmãs Beneditinas, que contribuíram significativamente para o fortalecimento da instituição como referência em atendimento médico. Esse protagonismo na área da saúde foi reforçado com a implantação do curso de Medicina da Universidade Federal do Cariri (UFCA), em 2013, o que consolidou Barbalha como um importante centro regional de serviços médicos e de formação em saúde.

A devoção a Santo Antônio²³, padroeiro do município, está profundamente entrelaçada à identidade de Barbalha e ao seu desenvolvimento histórico. À medida que a cidade se expandia, os festejos em honra ao santo também se fortaleciam, consolidando-se como um elemento central da vida comunitária e da memória coletiva da população. Com o progresso econômico gradual e a melhora nas condições de vida das camadas populares, observou-se uma ampliação da participação popular nas celebrações, o que contribuiu para a expansão e consolidação das festividades como uma das principais manifestações culturais e religiosas do município.

Na fé católica, os santos são considerados modelos de vida cristã, por terem vivido de forma exemplar os ensinamentos da Igreja. Com base nessa concepção, as missões jesuítas, durante o processo de catequização no Brasil, incorporaram o culto aos santos padroeiros como uma estratégia pedagógica. Essa prática não apenas reforçava a imagem dos santos como intercessores com poderes especiais capazes de realizar milagres, mas também difundia a tradição de consagrar cidades à proteção de um santo específico, em troca de seus favores espirituais (Macedo, 2008).

Essa devoção se manifesta, entre outras formas, nas festas religiosas dedicadas aos padroeiros, que assumem características próprias em cada localidade, que celebram as novenas, tríduos, missas, procissões e outras práticas devocionais, conforme o número de dias definido pela comunidade religiosa. Durante esses rituais, é comum que os fiéis compartilhem testemunhos de graças alcançadas, expressem seus pedidos e cumpram promessas, o calendário e a duração dos festejos variam conforme a tradição local, sendo definidos de acordo com os costumes e a organização da própria comunidade.

De modo geral, os festejos se estendem por vários dias e têm início com o hasteamento de uma bandeira com a imagem do santo, geralmente em frente à igreja, sinalizando o início das celebrações. Em Barbalha, a festa é organizada de modo que fique em torno dos 13 dias, coincidindo assim com o período entre 1º e 13 de junho, dia de Santo Antônio. No entanto, a fim de conciliar a data com a ocorrência do final de semana, possibilitando a participação de um público maior, há uma concordância que o cortejo ocorra no domingo mais próximo ao início da trezena realizada em homenagem ao santo, período que a cidade permanece em festa, com realização de quermesses, orações, shows musicais, entre outros.

A partir de 1928, o ritual do carregamento do pau da bandeira foi incorporado à

²³ Santo Antônio é considerado um dos santos católicos mais populares do país, sendo padroeiro de 10 municípios do Ceará - Antonina do Norte, Araripe, Barbalha, Barro, Caridade, Chaval, Quixeramobim, Itaitinga e Ocara (IPHAN, 2015).

programação oficial da festa em homenagem ao santo, e, a partir da década de 1940, este cortejo começa a ir além das atividades religiosas se caracterizando não apenas como uma manifestação de fé, assumindo um aspecto mais profano, devido ao consumo de bebidas alcoólicas como a cachaça, resultando um processo de carnavalização do festejo (IPHAN, 2015).

Já na década de 1970, observa-se uma mobilização da gestão pública municipal no sentido de dinamizar a economia local por meio da valorização do potencial turístico associado à festa religiosa, cuja realização já se configurava como uma relevante fonte de receitas para o município. Nesse contexto, são promovidas alterações na estrutura e na dinâmica do evento, com o intuito de ampliar seu alcance e atrair um público mais diversificado. Como parte desse processo de redimensionamento, passa-se a incorporar a participação de grupos de brincantes da cultura popular, que realizam apresentações nas imediações da Igreja Matriz. A inserção de elementos festivos e performáticos (figura 39) caracteriza um processo de folclorização da celebração, no qual a presença de visitantes e moradores não se dá exclusivamente por motivações devocionais, mas também em função do apelo estético e simbólico das manifestações culturais (IPHAN).

Figura 39 - *Grupos de reisado no cortejo cultural do pau da bandeira em Barbalha (CE)*



Fonte: Diário do Nordeste/2024

No dia do carregamento, é celebrada uma missa que marca a abertura da festa do cortejo do pau, na qual cantadores entoam emboladas agradecendo a colheita do ano. Enquanto isso, os brincantes adentram a igreja para receberem a bênção e, em seguida, partem em cortejo pelas principais ruas da cidade até a Igreja do Rosário, onde é erguido um palco para que autoridades políticas apreciem o desfile. Com o término do desfile cultural, a cidade fica na

expectativa para a chegada do cortejo do carregamento do pau, que se conclui no final da tarde com o hasteamento da bandeira. Após isso, se iniciam shows musicais em vários palcos espalhados pela cidade.

Figura 40 - *Imagem do cortejo do pau da bandeira de Santo Antônio em Barbalha (CE)*



Fonte: IPHAN (2015)

Em festas tradicionais de padroeiros, a missa costuma ser celebrada após a procissão e o hasteamento da bandeira em frente à matriz. Em Barbalha, evidencia-se que o mastro ocupa posição central. Embora a festa faça referência ao santo padroeiro, quem realmente passou a protagonizar a comemoração, atraindo milhares de turistas, é o carregamento do pau que será utilizado como mastro no hasteamento da bandeira. Essa celebração transcende a dimensão religiosa, tornando-se um símbolo de orgulho para os barbalhenses. Em reconhecimento a essa importância cultural, a festa foi inscrita em 2015 como patrimônio cultural imaterial do Brasil por decisão unânime do conselho consultivo do IPHAN.

A festa tem incorporado progressivamente aspectos profanos, mantendo, entretanto, sua origem no sagrado, uma vez que é a devoção a Santo Antônio que motivou os primeiros cortejos. Essa dinâmica evidencia que o evento não se reduz a uma dicotomia entre sagrado e profano. É importante destacar que os elementos profanos - danças, brincadeiras, comidas e outras expressões lúdicas - não negam a dimensão religiosa; ao contrário, funcionam como etapas preparatórias e experiências simbólicas que aproximam os participantes do sagrado.

O cortejo do Pau da Bandeira de Santo Antônio revela uma tensão constante entre as dimensões de fé e os elementos profanos, configurando-se como um campo complexo e contraditório, objeto de diversos estudos acadêmicos que tentam enquadrar tais práticas em conceitos distintivos ou tipologias rígidas. Contudo, a festa se apresenta como um espaço vivo

e inclusivo, no qual novas sacralidades e profanidades se articulam, evidenciando a complexidade da religiosidade popular e a impossibilidade de compreender a fé cristã apenas por meio dos elementos explicitamente devocionais.

O profano, longe de se opor ao sagrado, constitui uma dimensão essencial da fé cristã. Ignorar esses elementos e considerar apenas o que é explicitamente devocional resulta em uma compreensão limitada da religiosidade, desconsiderando a complexidade e a dinâmica das práticas populares. No entanto, essa dualidade gera certo estranhamento entre moradores e conhecedores da festa, que por vezes encontram dificuldade em discernir se a devoção recai, de fato, sobre Santo Antônio ou se se estende, de forma difusa, a todo o universo simbólico que envolve os festejos. Conforme expressa o trecho da entrevista:

Eu acho que há uma distância, tem o lado religioso que é o novenário, mas esse lado aí do pau da bandeira é mais de festa né? Porque é uma coisa espetacular de ver, é porque se junta reisado, é maracatu, tudo, bacamarteiros, tudo, e tudo isso pra homenagear o santo e aí tá todo o povo na rua, o povo sai das comunidades, e aí a tarde é o cortejo do pau da bandeira, mas eu acho que é muito gente de fora do Cariri. (...) Vem por conta da festa, eu vejo que é o atrativo da festa do reisado das danças, das comidas, da questão do casamenteiro, essa questão cultural do casamento, é por isso aí (AR03).

Figura 41 - *Devoto durante o cortejo do pau da bandeira de Santo Antônio*



Fonte: Acervo Pessoal, junho/2024

Durante o cortejo do pau da bandeira, são poucas as manifestações explícitas de devoção a Santo Antônio (figura 41), tanto pelos brincantes e pelo público que assiste ao cortejo. Uma exceção é a ornamentação das fachadas das casas, que, tradicionalmente, exibem fotos e faixas com a imagem não apenas do santo homenageado, mas também de outros santos celebrados

nos festejos juninos, predominando as expressões culturais locais, como a presença marcante do ‘mateu’²⁴, personagem central da tradição do reisado.

A participação da gestão eclesial atua diretamente em várias fases do ritual, desde a escolha e o corte da árvore até a bênção dos carregadores na abertura das celebrações. Existe inclusive, uma carroça com a chamada “cachaça do vigário” aguardente que é distribuído durante o cortejo. No entanto, alguns párocos são mais restritivos não vendo com bons olhos essa participação, essa interatividade acontece de acordo com o discernimento do pároco que estiver à frente da Paróquia de Santo Antônio.

A festa se afastou muito da ideia original, e se tornou também uma festa que assim, eles falam que é cultural, mas só pra ilustrar, um ano desses eles levantaram um pau aqui, o pau caiu, quase que havia uma grande acidente, então é uma festa que também traz riscos para vida em todos os momentos, agora aqui ninguém pode falar qualquer coisa sobre o pau da bandeira não, mas ainda não houve um debate uma discussão na câmara uma reflexão sobre os verdadeiros valores desse pau da bandeira como cultura né? Para não se tornar uma cultura de morte, porque a violência é muita né? e a bebedeira é muita né? Tudo isso a gente vê, ouve, né, mas as autoridades fecham os olhos pra isso, os políticos se apropriam dessa festa (AR03).

A presença de políticos no festejo evidencia sua dimensão estratégica e simbólica. Representantes influentes ocupam posições de destaque tanto no cortejo quanto na missa de abertura, inserindo-se junto aos celebrantes e assumindo visibilidade pública. Assim, o evento transcende a função devocional, funcionando simultaneamente como palco de prestígio social e político, no qual poder, cultura e religiosidade se articulam.

A participação na festa de Santo Antônio revela uma composição heterogênea do público, que varia conforme os horários e momentos específicos do evento. Pela manhã, no dia do carregamento, predominam indivíduos interessados em acompanhar o cortejo dos grupos folclóricos. Já no final da tarde, quando o mastro chega à cidade, observa-se a presença de um público mais jovem ou voltado a práticas festivas informais. Essa variação evidencia como a festa funciona simultaneamente como espaço de devoção e como palco de sociabilidade, integrando experiências religiosas e culturais de diferentes perfis de participantes:

A gente tem dois públicos, no mesmo local, na mesma época e mesmo horário, é o público de visitantes, as pessoas que vem de fora da cidade, eles são atraídos pela questão cultural, pelo evento, pela parte profana, mas também tem a população interna, então, as pessoas da Barbalha, eles participam, grande parte vai pela questão religiosa,

²⁴ No folclore, Mateu é uma figura tradicional do reisado, manifestação cultural popular do Nordeste, especialmente do Cariri cearense. Conhecido como o palhaço da brincadeira, com a face tingida de preto representando um homem negro e ex escravo, seu papel é trazer alegria, sátira e humor às encenações do nascimento do Menino Jesus. Mateu combina devoção e folia profana, sendo um exemplo de "profana sacralidade", com forte representação devocional e grande impacto popular (Silva, 2011).

alguns carregadores vão pela crença, pela fé pela devoção, estimulado pela devoção também eu sei que às vezes vão muito pela questão da profanidade (AP03).

Eles não vêm pela devoção, muita gente vem pela curiosidade de conhecer o carregamento do pau da bandeira, muita gente vem é mais pela história do santo casamenteiro, da questão do chá do pau, mais do que pela religião em si, isso é o que eu vejo! É a parte da cultura, pra se encontrar, ver os amigos, agora quem é da cidade, as pessoas amam a festa em si, né, de dizer que é de Barbalha, de falar do pau da bandeira, do carregamento, da maneira que os caras carregam, muitos que carregam ali, carrega com fé, porém as pessoas que vem, eu sinto que elas vem pra ver o carregamento, não pra ver a missa, as trezenas, pra ver mais essa parte cultural, é o que eu sinto (AP06).

No dia seguinte ao hasteamento da bandeira em frente à Igreja matriz, se inicia a programação religiosa propriamente dita, em que são realizadas as missas, quermesses e demais rituais católicos. O público que frequenta os demais dias de festa, que seguem até o dia de Santo Antônio, celebrado a cada 13 de junho, é muito menor daquele presente ao carregamento do pau, restrito em sua maioria à população da cidade.

Eu acho que tem aquele público pra ver o carregamento do pau da bandeira, tem aquele que vem de manhã pra prestigiar nossa cultura popular, e tem a tarde que é um público mais misto, muito jovem. Nos demais dias da quermesse, principalmente no dia 13 de junho, no dia da procissão de Santo Antônio é outro público, ali é a população da Barbalha, vem de outras cidades também né? mas eu acredito que 90% é Barbalha (AP03).

A Festa do carregamento do pau da bandeira é um dos principais atrativos turísticos, mas o município também conta com as festividades do calendário de eventos baseado nas datas comemorativas como carnaval, semana santa e festas juninas. Sendo que o orçamento é quase em sua totalidade voltado para a Festa do carregamento do pau da bandeira.

Barbalha que tem foco nas datas comemorativas do ano né? Festa de Santo Antônio é o auge da cidade então o foco por muitos anos, o foco todinho é trabalhar pra festa de Santo Antônio e alguns datas comemorativas no calendário, mas para o turismo mesmo não tem tanto foco, não existe um planejamento, mas a gente tá sempre procurando melhorar (AP03).

Devido à repercussão crescente do cortejo do pau de Santo Antônio, começou-se a especular sobre uma possível vocação turístico-religiosa também em Barbalha. No entanto, observa-se que o público presente durante o festejo não corresponde necessariamente a devotos do santo, tampouco transforma o evento em uma festa religiosa nos termos tradicionais. Em vez disso, atrai principalmente turistas interessados no cortejo em si e nos elementos culturais e festivos que o acompanham, sem envolvimento direto com a devoção a Santo Antônio.

A festa de Santo Antônio evidencia uma devoção intensa e ritualizada entre os moradores do município, especialmente os carregadores do pau, que combinam momentos de

oração com o consumo de bebidas alcoólicas ao longo do cortejo. Essa dualidade revela uma dimensão da religiosidade popular em que o sagrado e o profano se articulam, permitindo que práticas festivas e devocionais coexistam e se reforcem mutuamente.

Em contraste, os turistas que visitam o município não demonstram o mesmo engajamento, mesmo no dia mais importante da festa, 13 de junho, quando o público é majoritariamente composto por moradores da cidade, das áreas rurais e dos municípios vizinhos. Esse contraste evidencia que, apesar do crescente interesse turístico, a celebração mantém predominantemente um caráter comunitário, no qual a fé se expressa de maneira integrada à sociabilidade e à festa popular.

Além da Festa do Pau da bandeira, os demais eventos realizados em Barbalha têm como foco principal as datas comemorativas do calendário cultural como festas juninas ou carnaval e a divulgação é restrita à população local, em detrimento de estratégias voltadas à atração de visitantes, que costumam concentrar sua presença na cidade apenas durante a tradicional festa do cortejo.

Observa-se, assim, a ausência de políticas e ações capazes de mitigar a sazonalidade característica da atividade turística, por meio da implementação de alternativas que estimulem o fluxo de turistas também nos períodos de baixa temporada. Como destaca um dos participantes da pesquisa: *“Aqui em Barbalha, não tem continuidade, aí dá errado, você só vem de ano em ano, só conhece a festa, mas essa festa era pra tá passando documentário explicando o que a cidade tem”* (AP 06).

Além do calendário de eventos, Barbalha dispõe de uma variedade de atrativos turísticos que evidenciam seu potencial tanto natural, quanto cultural. Destacam-se, especialmente na zona rural, os balneários localizados nos distritos de Caldas e Arajara, tradicional ponto de parada dos romeiros que mantêm o costume de banhar-se nas águas da região.

O Balneário do Caldas pertence à Prefeitura Municipal e é administrado por meio de concessão de uso, responsável pelo gerenciamento do setor de hospedagem (hotel e chalés) e do restaurante principal. Além disso, alguns quiosques mantêm gestão própria, funcionando de forma independente. O parque conta com diversas piscinas e uma pequena capela em devoção ao Senhor dos Passos. Há também uma fonte de água natural à qual é atribuída curas de problemas às dores reumáticas. O distrito é marcado pela passagem do Padre Ibiapina, que seria o responsável em sugerir a uma beata o banho nas águas cálidas para curar dores na coluna.

Outro atrativo é o Complexo Ambiental Mirante do Caldas, recentemente criado no estado do Ceará, que constitui um conjunto de infraestrutura turística e educativa que integra natureza, lazer e educação ambiental. O complexo abriga um borboletário, uma lanchonete e

um teleférico que conecta a localidade a um mirante, proporcionando acesso à Floresta Nacional do Araripe. Gerido pelo Instituto Dragão do Mar, responsável pela administração de diversos equipamentos culturais no estado, o espaço amplia as possibilidades de visitação e de fruição cultural. O local oferece trilhas ecológicas e banhos em águas minerais, promovendo a valorização do patrimônio natural e geológico, bem como a conscientização ambiental da comunidade e dos visitantes.

Assim como os municípios de Crato e Juazeiro do Norte, o município de Barbalha está inserido no território do Geopark Araripe, abrigando dois geossítios de relevância geológica e ambiental: o Riacho do Meio e o Arajara. O Riacho do Meio, localizado no distrito do Caldas, destaca-se por suas fontes de água e trilhas ecológicas, além de abrigar espécies endêmicas, como o soldadinho-do-araripe. Já o geossítio Arajara compreende uma área de floresta de mata úmida com nascentes, integrando em seu espaço um parque aquático privado, que contribui para o turismo e a valorização ambiental da região.

Por parte dos aspectos culturais, o município possui um centro histórico bastante preservado, além de vários casarões espalhados pela cidade, o que conferiu ao município um processo de tombamento pelo IPHAN, que aguarda conclusão. Muitos destes prédios estão abertos à visitação como a antiga Casa de Câmara e Cadeia ou Palácio 03 de outubro que abriga atualmente a Escola de Saberes de Barbalha, equipamento que atua na salvaguarda dos mestres da cultura local; também tem o Casarão Hotel onde funciona a Secretaria municipal de cultura; a Igreja Matriz de santo Antônio; a Igreja do Rosário; o Cineteatro Neroly Filgueira; o Engenho Tupinambá, entre outros.

A Praça Filgueira Sampaio, ou Praça do Calçadão, é um outro ponto de destaque tanto pelos casarios ao seu redor, como o Sobrado Filgueira Sampaio e o prédio da cervejaria artesanal Porto, mas principalmente por ser caracterizada por se tornar ponto de encontro para música e eventos noturnos, costumando ser movimentada por apresentações de artistas locais.

Outro ponto turístico é o Parque das Cidades, requalificado em 2024, caracterizado como uma grande área de lazer e prática de atividades físicas, contando com quadras poliesportivas, pistas de atletismo e área para caminhada, também possui brinquedos recreativos e um estacionamento com capacidade para 450 carros. O local possui uma área para eventos, a qual é palco para os shows que ocorrem durante a festa de Santo Antônio e outras datas comemorativas do município.

Os grupos culturais localizados em sua maioria na zona rural de Barbalha, são recursos turísticos do município, que estão presentes em diversos eventos realizando apresentações. A Secretaria de Cultura iniciou um projeto de valorização das manifestações culturais existentes

em Barbalha, que prevê a instalação de esculturas ao longo de toda cidade, simbolizando os grupos culturais como reisado, maneiro pau, banda cabaçal, dança do coco, pau de sebo, entre outros. A primeira escultura representou o grupo de penitentes²⁵ e chegou a ser instalada na Praça Filgueira Sampaio, no entanto devido a depredação teve que ser realocada para a secretaria de cultura, no Casarão Hotel.

Evidencia-se, portanto, que os aspectos culturais e ecológicos são os atributos principais da identidade Barbalha:

O forte aqui são os atrativos ecológico e o cultural, os dois, e deve caminhar junto, a gente tem muita nascente, uma chapada bonita dessa, eu acho o cultural muito forte, você pegar aqueles grupos ali, mais de cem anos, passando de geração pra geração, qual a cidade que tem um grupo de penitente de mais de cem anos, as bandas cabaçal (AP06)

Barbalha tem diversos atrativos, na festa de Santo Antônio, o turista vem pra ver o pau da bandeira, só que nós temos outros atrativos, nós temos os terreiros de nossos mestres, nós temos os nossos casarios, né? Os engenhos, eles vêm em busca dos nossos engenhos, eles vêm pro nosso Balneário do Caldas, eles vêm pro Arajara Park, vem conhecer as nascentes, então eu vejo muito que eles vêm pra esses atrativos (AP05).

A gente tem o período de aumento da demanda do turismo aqui em alguns períodos do ano é mais pela questão da área ecológica e do lazer com os balneários, mas a festa de Santo Antônio ainda continua no ranking de atrair os visitantes pra cá, mas pela questão da cultura, a festa do pau da bandeira (AP03).

Outro aspecto relevante da atividade turística em Barbalha diz respeito à sua inserção nos itinerários percorridos por romeiros com destino a Juazeiro do Norte. Contudo, a motivação que leva os visitantes a incluírem o município em seus percursos não está associada à dimensão religiosa, mas sim à valorização dos seus recursos naturais, conforme destaca o entrevistado:

Em Barbalha, acho que 80% da frota de ônibus que vem pra romaria já faz parte do destino deles virem pro Balneário do Caldas, o turismo ecológico aqui é bem forte por conta das nascentes, das belezas culturais e da Chapada do Araripe. Até mesmo porque é período quente e Juazeiro por ser uma cidade mais quente, afastada um pouquinho da Chapada proporciona esse fator do pessoal subir a chapada e aproveitar o banho e também pela questão, por ser um espaço mais sociável pra eles, por conta que é permitido entrar com alimentos, só não é permitido entrar com bebidas, mas pode entrar com as redes e aí é um dos fatores que atrai também esse tipo de público (AP03).

Embora Barbalha seja reconhecida por romeiros e visitantes em razão de seus recursos naturais, especialmente na região do Caldas, o município ainda enfrenta limitações

²⁵ Os Penitentes de Barbalha são grupos religiosos que praticam rituais de autoflagelo como forma de se penitenciar por seus pecados, são ordens exclusivamente composta por homens e tem origem em tradições do catolicismo popular. Eles residem sobretudo nas comunidades rurais do município, como o Sítio Cabaceiras e o Sítio Lagoa. Todos os anos participam da procissão durante a Semana Santa e também no cortejo do pau da bandeira utilizando túnicas e capuz pois de acordo com a tradição não deveriam ser reconhecidos.

significativas quanto à sua capacidade de atratividade e à permanência turística. A ausência de infraestrutura adequada, incluindo sinalização, acessibilidade viária e equipamentos de apoio, compromete tanto a recepção dos visitantes quanto a vivência de uma experiência turística autêntica. Soma-se a isso a precariedade das condições urbanas, como vias estreitas e a falta de planejamento para transporte de maior porte, o que resulta em visitas breves e no deslocamento imediato para outros destinos da região, conforme relatam alguns atores entrevistados:

Acho assim, que as pessoas vêm aqui aleatório, tem uns pontos, mas não tem nada, você chega no centro histórico onde é que você vai recorrer? um ponto específico? Falta sinalização, falta uma série de coisa pra se vender melhor a cidade (AP06).

Barbalha ainda não se estruturou pra receber o turismo, as ruas de Barbalha são muito estreitas, eu não consigo levar, eu levei pouquíssimas vezes ônibus até a imagem, até a igreja de Santo Antônio porque se eu levo ali meu motorista vai reclamar, ele vai arrancar minha cabeça porque ele vai perder o para-choque, o carro para lá na esquina, tem uma ruazinha aí não tem como fazer a volta e fica uma situação bem complicada” (AT03).

Sabe o que é que tá chamando atenção em Barbalha? Os turistas que vem pra Juazeiro ou pro Crato? É o teleférico, e em Juazeiro também, mas o teleférico de Barbalha é diferente, é aberto, com mais aventura. Eles passam rapidinho na cidade, não demora e segue pro Caldas” (AT05).

Diante do contexto apresentado, o município se configura numa realidade marcada por significativo potencial cultural e natural, mas apresentando limitações estruturais que dificultam sua consolidação como destino turístico. Nesse contexto, o monumento a Santo Antônio surge como uma iniciativa da gestão pública para valorizar a identidade local e, ao mesmo tempo, representar um incremento à oferta turística.

3.2.1. A construção do monumento de Santo Antônio

Em 2021, com o propósito de impulsionar a atividade turística no município de Barbalha, o então governador do Estado do Ceará, natural da cidade, anunciou a construção de um monumento em homenagem ao santo padroeiro do município. A construção do monumento já figurava entre as promessas de campanha de um dos aliados políticos do governador, durante sua candidatura à Prefeitura de Barbalha no pleito eleitoral anterior. Tal iniciativa foi apresentada sob o argumento de que a obra funcionaria como um elemento estratégico de valorização da identidade religiosa local e de atração de visitantes, além de favorecer a inserção de Barbalha no circuito turístico já existente na região, considerando que as cidades vizinhas, Crato e Juazeiro do Norte, já integravam com destaque esse roteiro religioso-cultural.

Havia apenas o comentário dos políticos e da comunidade que haveria uma estátua de

Santo Antônio para incrementar o turismo na cidade, o turismo religioso, essa era a motivação, mas a motivação principal não era essa, era voto, porque a motivação era política, as lideranças políticas ligadas ao governo do estado criaram essa ideia de também Barbalha fazer parte do circuito de turismo religioso, já tinha Juazeiro, já tinha Crato agora faltava Barbalha, foi uma ideia muito boa (AR03).

O governador Camilo, ele sempre tinha o objetivo de tornar aqui a região, uma região forte do turismo, e ele levou a ideia a Fernando Santana deputado estadual hoje, pra ele apresentar no plano de governo, na época ele foi candidato à prefeito (...) e ele colocou no programa de governo que ia construir um monumento uma estátua em referência ao santo da Barbalha, Santo Antônio. Infelizmente ele não conseguiu êxito, perdeu a eleição, mas ficou a ideia, aí concorreu pra deputado dois anos depois, ganhou a eleição e colocou o projeto em prática junto com Camilo (AP06).

A construção do monumento foi percebida, por parte da população de Barbalha, como uma iniciativa articulada à valorização de elementos identitários locais, especialmente em relação à tradicional Festa do Pau da Bandeira. A obra passou a ser associada a expectativas quanto ao fortalecimento do turismo religioso e à inserção mais efetiva de Barbalha no circuito regional:

Aqui na Barbalha o povo é orgulhoso da festa de Santo Antônio, até as pessoas que não são especificamente católica, mas as pessoas tem orgulho da festa e orgulho do padroeiro, o santo casamenteiro, a estátua foi mais um motivo de orgulho, a gente sente isso, percebe que tá no dia a dia das pessoas, as pessoas vindo visitar, todo dia tinha gente lá, tava na reta final a multidão 200 a 500 pessoas; já próximo né de entregar aquele monumento, a gente sente que as pessoas estão felizes” (AP06).

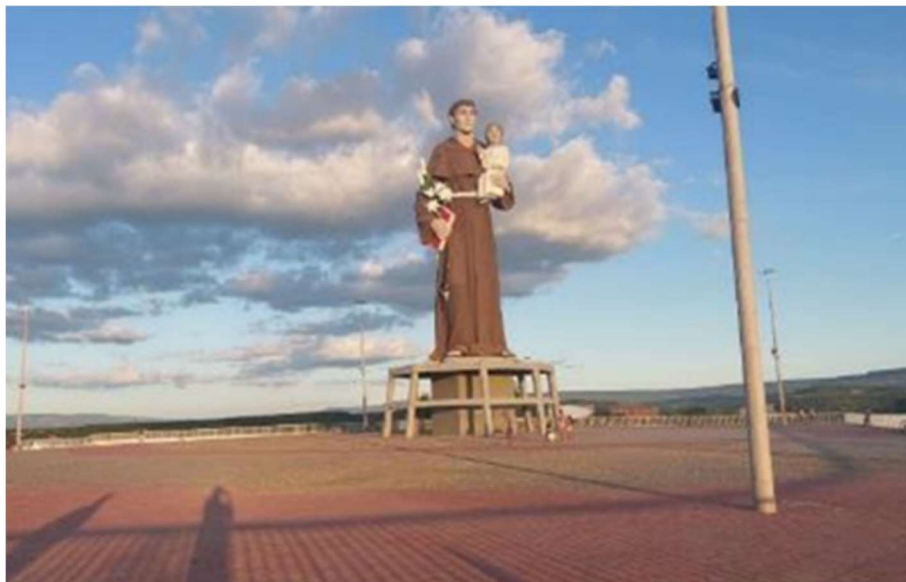
Pra gente como barbalhense eu me sinto assim, tão realizada dentro da minha cidade, aqui pertinho eu vejo o Padre Cícero, a gente não tem todo aquele potencial que a estátua, que a cidade de Juazeiro do Norte, com o turismo religioso tem, mas eu acredito que talvez daqui a dez quinze anos a gente possa conseguir sim, eu tenho um sentimento assim de orgulho de ter sido, beneficiada com uma obra tão grandiosa como é a estátua de Santo Antônio, e eu vejo isso em todos os barbalhenses, que tem esse sentimento (AP05).

Em abril de 2022, foi inaugurado o monumento em homenagem a Santo Antônio, com 26 metros de altura e implantado em uma área urbanizada de aproximadamente 10 mil m², localizada no Alto da Alegria, bairro periférico situado em uma das regiões mais elevadas do município de Barbalha.

A inauguração foi antecipada em função do processo de transição na gestão do governo estadual, uma vez que o então governador, prestes a se afastar do cargo para concorrer ao Senado Federal, buscou concluir e entregar a obra ainda durante o exercício de seu mandato. De acordo com reportagens veiculadas à época, o projeto original previa unicamente a construção do monumento, a pavimentação do entorno, estacionamentos com capacidade para

ônibus, veículos de pequeno porte e motocicletas, além de um mirante equipado com guarda-corpo (Barbalha, 2022).

Figura 42 - *Monumento de Santo Antônio em Barbalha (CE)*



Fonte: Acervo pessoal, 2023

Durante os discursos proferidos na cerimônia de inauguração não houve menção à construção de capela, igreja ou qualquer outro espaço destinado a práticas religiosas. Embora tenham sido anunciadas propostas futuras, a exemplo de um projeto²⁶ para a implantação de equipamentos no entorno, como quiosques e um possível museu ou memorial dos carregadores da festa, não foram incluídas, até então, iniciativas voltadas à vivência religiosa no local.

Alguns meses após a inauguração, foram concluídas as intervenções complementares previstas, como a implantação de uma segunda área de estacionamento destinada a ônibus e a finalização da estrada de acesso ao monumento. Embora não tenha ocorrido cerimônia formal de entrega, o acesso ao local foi liberado, apresentando, contudo, ausência de infraestrutura básica, como iluminação e sinalização adequadas.

Na primeira etapa do projeto eles concluíram a estátua e a pavimentação de pedra e aí depois seguiu continuando com a obra depois da inauguração da estátua porque o governador na época queria inaugurar o monumento pra deixar a marca dele, depois o estacionamento, mais uma obra de acesso à estátua, que foi a pista que sai lá na Cirolândia e nessa obra também da estátua foi incluída também a questão da drenagem, também das águas e outra parte seria a outra parte de instalação dos box da infraestrutura, banheiro, palco, vai ter um memorial lá, um espaço pra exposição, um

²⁶ Os projetos relativos à edificação prevista nas imediações do monumento em Barbalha constituem documentos de acesso restrito e difícil obtenção. Apesar das reiteradas solicitações dirigidas a órgãos públicos, secretários municipais e vereadores, nenhum dos responsáveis consultados pôde fornecer cópia dos referidos documentos para a presente pesquisa, alegando que não dispõe do arquivo, ainda que alguns tenham declarado ter tido acesso prévio a eles.

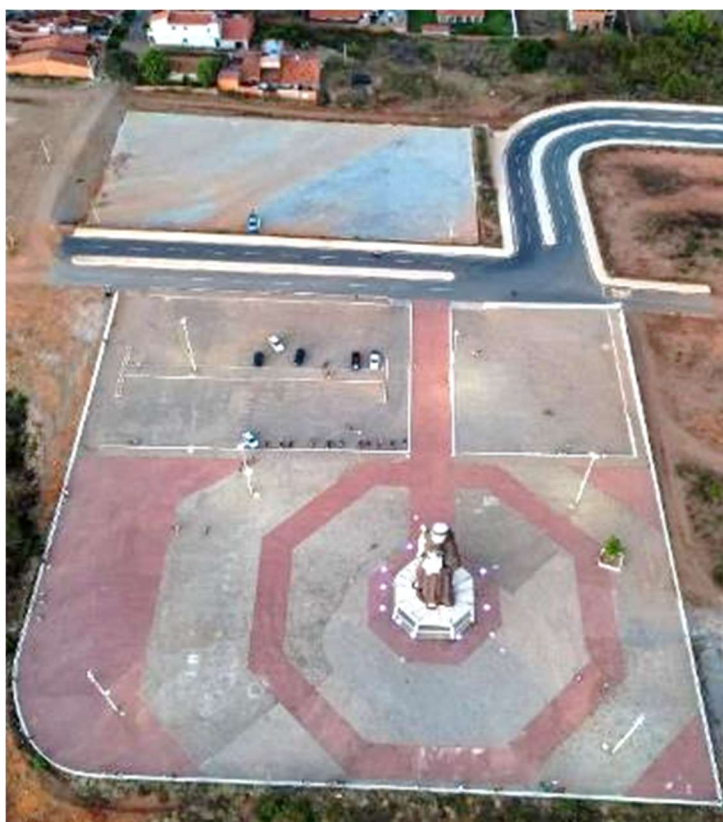
espaço de memória, vai ter toda essa estrutura lá (AP05).

Figura 43 - *Via de acesso ao Monumento de Santo Antônio em Barbalha (CE)*



Fonte: Arquivo Pessoal – março/2024

Figura 44 - *Imagem do entorno do monumento de Santo Antônio em Barbalha (CE)*



Fonte: Instagram Jr Drone – outubro/2023

Após o período inicial marcado por intensa visitação motivada pela curiosidade popular em torno do novo monumento dedicado a Santo Antônio, observou-se uma redução

significativa no fluxo de visitantes. Essa diminuição está associada, em grande parte, à ausência de infraestrutura adequada para o funcionamento do espaço e à inexistência de definições quanto à sua gestão eclesial.

Devido à carência de estrutura adequada, o monumento ainda não conseguiu se consolidar como um atrativo turístico. Uma das principais reclamações dos visitantes refere-se à ausência de elementos básicos, como bancos, banheiros, quiosques e até mesmo árvores que proporcionem sombra e conforto.

Lá em Santo Antônio quando você chega não tem uma sombra, não tem uma árvore, não tem nada, então alguns descem, outros nem descem, e aí quem desceu fez um Pai Nosso bem rapidinho e vai embora, não demora nem 15 minutos (AT03).

Lá em Santo Antônio é 15 minutos no máximo, a única coisa que tem lá na última vez que eu fui, que tá uns dois meses, a única coisa que tem lá é um senhorzinho vendendo água mineral, e meio que explorando, e ele fica embaixo do pedestal do Santo Antônio na sombra lá, aí ele fica lá, vende umas águas e só, não tem sombra nenhuma. O Crato pelo menos tem uma sombrinha nos quiosques, tem umas arvorezinhas ao redor, no Santo Antônio que não tem, não tem sombra de jeito nenhum, de jeito nenhum (AT05).

Além dos turistas, os moradores locais não reconhecem o monumento como um ponto turístico significativo. Durante observações de campo, um interlocutor comentou espontaneamente que não costuma levar as visitas de sua casa para conhecer o espaço. Ele explicou que o frequenta apenas para andar de bicicleta com seu filho, permanecendo por períodos curtos e apenas enquanto há iluminação natural, pois considera o local escuro e inseguro à noite. Essa percepção evidencia que, para a comunidade local, o monumento ainda não se consolidou como atrativo turístico nem como espaço de convivência segura, o que limita sua apropriação e circulação, apontando desafios para a construção de relevância turística e para a promoção de um ambiente acessível e seguro.

Ações da gestão eclesial

Após a entrega do monumento, não foi definida imediatamente uma programação religiosa devido a um conflito sobre a responsabilidade pela gestão eclesial do espaço. A ausência de clareza quanto à paróquia responsável por conduzir as práticas litúrgicas gerou incertezas institucionais, comprometendo a organização e a continuidade das atividades devocionais. Esse cenário deve ser compreendido considerando o contexto paroquial de Barbalha, que conta com duas paróquias: a Paróquia de Santo Antônio, que abrange duas igrejas principais: a Matriz de Santo Antônio e a Igreja de Nossa Senhora do Rosário, localizadas no centro da cidade; e, a Paróquia de São Vicente de Paulo, criada em 2007 no bairro Alto da

Alegria, após o desmembramento da paróquia central, e situada a aproximadamente 800 metros do monumento.

A indefinição sobre qual paróquia deveria assumir a responsabilidade pelas atividades eclesiais no monumento evidencia como a organização religiosa local pode influenciar diretamente a consolidação de novos espaços devocionais. Embora a comunidade da Paróquia de São Vicente de Paulo tenha iniciado as práticas religiosas no local, havia discordância quanto à atribuição dessa programação, uma vez que a Paróquia de Santo Antônio também reivindicava essa responsabilidade, respaldando-se na participação de seu pároco no processo decisório sobre a localização do monumento.

Outros fatores contribuíram para a dificuldade de definição imediata da gestão do espaço. A falta de infraestrutura no entorno comprometeu a operacionalização das atividades, enquanto a rotatividade clerical²⁷ introduziu instabilidade nas lideranças locais: entre a articulação da construção do monumento, em meados de 2020, e janeiro de 2024, passaram-se três padres pela Igreja de Santo Antônio, dificultando ainda mais a tomada de decisão sobre a paróquia responsável. Esse contexto evidencia a necessidade de arranjos institucionais claros para assegurar a continuidade das práticas devocionais e consolidar o monumento como um espaço religioso estável e legitimado junto à comunidade:

Quem participou dessa coisa, da origem, era o pároco de Santo Antônio. Era pra ter convidado os dois, a construção era no território de São Vicente de Paulo, não convidaram o pároco de São Vicente de Paulo, convidaram só o de Santo Antônio, então só ele participou desse estudo, participou das viagens da assembleia, do termo de serviço, houve a participação da paróquia de Santo Antônio, eu questioneei porque não foi o pároco de São Vicente de Paulo, porque a estátua está aqui, é essa igreja que é responsável pela assistência religiosa, o serviço religioso, é essa paróquia que tem que coordenar (AR03).

Ainda que não tenha participado diretamente do processo decisório acerca do monumento, a comunidade vinculada à Paróquia de São Vicente de Paulo expressava, no momento da inauguração, uma percepção tácita de incumbência pela gestão e condução do local, conforme evidenciado pela mobilização e divulgação do evento por meio de suas plataformas digitais (figura 45), demonstrando um protagonismo comunitário na apropriação simbólica e operacional do espaço.

²⁷ A troca de párocos é uma política organizacional comum na igreja católica, que após um período de cinco anos, a depender de cada diocese, costuma realizar um rodízio dos padres evidenciando que a igreja está em toda parte e que não deve ser associada aos indivíduos, mas a Cristo. Situação que influencia não só nos trabalhos eclesiais, mas também no próprio turismo religioso, uma vez que as práticas religiosas assim como o funcionamento de templos e santuários definirão as rotinas de visitas e o calendário de eventos que mobiliza a atividade turística.

Em função da proximidade geográfica com o monumento, a Paróquia de São Vicente de Paulo foi a primeira a assumir, de forma autônoma, a realização de atividades religiosas no espaço, iniciando missas votivas no dia 13 de cada mês, mesmo sem apoio da gestão pública ou infraestrutura adequada. Segundo relato de um membro da comunidade, a paróquia promoveu diversas celebrações, incluindo o terço dos homens, procissão na Semana Santa, encontros de grupos paroquiais e a Via Sacra, estabelecendo uma programação religiosa contínua que consolidou o uso devocional do monumento:

A comunidade religiosa paroquial, nós tomamos essa iniciativa e fomos ocupar o espaço, fomos celebrar as missas sem apoio da prefeitura, sem infraestrutura, sem nada, mas começamos, se espalhou que tinha missa todo dia 13, hoje quem está celebrando essa missa é outro padre, todo dia 13 ele vai pra lá, mas quem começou foi a paróquia de São Vicente, a gente fazia lá terço dos homens, procissão na semana santa, via sacra (...) tinha uma programação religiosa, onde os grupos da paróquia iam lá fazer encontros, fazer celebrações (AR03).

Figura 45 - *Divulgação da inauguração do Monumento de Santo Antônio realizada pela paróquia São Vicente de Paulo*



Fonte: Facebook – março/2022

A iniciativa demonstra que os paroquianos compreendem a devoção como algo que transcende a celebração eucarística, buscando criar momentos significativos nos quais os visitantes possam se conectar com o espaço e reconhecer o monumento como um ambiente propício à aproximação do santo de devoção. Essa movimentação durou por um período de

poucos meses, pois a população passou a ficar insatisfeita por causa de uma cobrança realizada indevidamente por algum funcionário que fazia a gestão local:

Não deu mais pra continuar porque havia uma administração que cobrava da gente uma taxa de cem reais, dizia que era por causa da energia, depois foi descoberto que não era a administração, era um funcionário que botou na cabeça que tinha que cobrar e isso também desgostou muito a comunidade, aí a gente saiu, aí veio o padre da outra paróquia e pediu pra ficar celebrando as missas no dia 13, aí nós cedemos (AR03).

Figura 46 - *Missa votiva realizada no monumento de Santo Antônio em Barbalha*



Fonte: Facebook Paróquia São Vicente de Paulo – abril/2022

Figura 47 - *Divulgação da missa votiva no monumento em Barbalha*



Fonte: Facebook – maio/2022

Em março de 2023, a Paróquia de Santo Antônio iniciou a realização de celebrações no

monumento, divulgando em suas redes sociais o registro da que foi apresentada como a “primeira missa” no local. A publicação (figura 48) desconsiderava as atividades anteriormente promovidas pela Paróquia de São Vicente de Paulo e informava que, a partir daquela data, as celebrações passariam a ocorrer mensalmente. A partir dessa data, passaram a ser celebradas missas mensais no monumento, sempre no dia 13, sob a coordenação da Paróquia de Santo Antônio. Para a realização dessas celebrações, a Prefeitura Municipal fornece uma infraestrutura básica, limitada, sobretudo, à iluminação do espaço.

Figura 48 - *Postagem realizada pela paróquia Santo Antônio divulgando a realização da missa votiva no monumento*



Fonte: Facebook – março/2023

Essa situação gerou uma insatisfação entre as duas paróquias, pois ambas se sentiam no direito de administrar o monumento:

Aqui é paróquia São Vicente de Paulo, lá é paróquia Santo Antônio, toda paróquia tem seu território geográfico, então se for aqui, nesse território geográfico, pertence a São Vicente de Paulo, e se for pra lá, pertence a Santo Antônio, então o que aconteceu é que eles escolheram, os políticos escolheram, as lideranças políticas (...) eles escolheram um local em Barbalha para fazer uma estátua de Santo Antônio para homenagear Barbalha, o padroeiro, o povo, essa ideia era a motivação dele, e colocar Barbalha dentro desse circuito de turismo religioso (AR03).

A gestão não tem essa noção de divisão, pra nós da paróquia, seria mais interessante que fosse ali no Alto do Retiro porque é território paroquial, mas eles queriam um lugar que fosse visto, que a cidade toda contemplasse, e assim, como eles não tem essa noção, eles associaram a estátua do Santo Antônio à Paróquia de Santo Antônio. Em hipótese alguma eles sabiam que lá era outro território, tudo foi feito aqui, mas aí quando ficou pronto o padre lá fez questão de celebrar e aí ficou aquelas questões (AR04).

Quando ficou concluída a estátua aí se pensou: ‘o que é que a gente vai fazer agora pra não ficar só um monumento parado?’ então vamos reunir o povo e foi pensado nas missas, só que como era território paroquial de São Vicente, o padre de lá conversou com a gestão e pediu a eles pra que ficasse fazendo as missas lá, mas aí depois, ficou naquela coisa, que a estátua é da cidade como um todo, mas a gestão não tem a visão da distribuição da cidade como paróquia, território paroquial, e aí ficou nessa questão porque a cidade é de Santo Antônio, o padre lá ficou enciumado e também a comunidade lá (AR04).

Quando a paróquia de São Vicente se afastou, que por direito, por razão e por tudo ali é da paróquia de São Vicente de Paula, mas aí quando a paróquia se afastou, a de Santo Antônio pediu, isso verbalmente, (...) então o padre falou comigo que estava desejando celebrar todo dia 13 com a equipe de Santo Antônio, por aquele momento da festa de Santo Antônio, preparatório pra festa (...) mas aí ele continuou, continuou, continuou, outro padre chegou não falou nada, continuou, continuou, mais na frente isso vai ter que ser sentado à mesa e ajeitar né? Não pode invadir o território do outro, tem que ter conversa, tem que ter diálogo, uma explicação (AR03).

A comunidade do Alto da Alegria encaminhou ao bispo da Diocese do Crato uma solicitação para dar continuidade às celebrações no monumento e desenvolver outras atividades pastorais em seu entorno. Para viabilizar essa iniciativa, o conselho paroquial designou uma equipe responsável pela Pastoral de Romaria da Paróquia de São Vicente de Paulo, que elaborou o projeto intitulado: “*Projeto Evangelizar pelo Turismo Religioso – Estátua de Santo Antônio em Barbalha – Ceará*”. O projeto estabeleceu como missão “*construir um espaço de evangelização para todos os visitantes, peregrinos e devotos de Santo Antônio, onde, por meio da boa acolhida, se pudessem desenvolver e promover vivências e experiências de fé, fortalecendo os valores de fraternidade e solidariedade*”.

Essa iniciativa evidencia o caráter proativo da comunidade paroquial na consolidação do monumento como espaço devocional e na articulação de práticas religiosas com o turismo religioso, mesmo diante da ausência de infraestrutura ou apoio institucional direto, reforçando a relevância da ação comunitária para a manutenção e promoção da fé no território local.

O documento detalhava diversas ações voltadas às questões pastorais, mas não mencionava especificamente parcerias com a iniciativa privada, nem abordava a comercialização de produtos religiosos ou de alimentação, tampouco a qualificação de atores comunitários para atuar nessas frentes. Dessa forma, o projeto configurou-se como uma

iniciativa voltada exclusivamente à promoção das práticas religiosas no monumento. Segundo o pároco local, a solicitação encaminhada à Diocese nunca recebeu resposta, e, posteriormente, foi a Paróquia de Santo Antônio que permaneceu responsável pela realização das celebrações mensais, garantindo a continuidade das atividades litúrgicas no espaço.

Essa mudança de gestão do monumento causou insatisfação para a população do bairro Alto da Alegria, assim como a comunidade da paróquia de São Vicente de Paulo.

A população cobrava que o equipamento devia ser entregue a São Vicente de Paulo e não a Santo Antônio, o deputado criou, gerou no povo essa divisão, então o povo daqui ficou muito inquieto, o povo de São Vicente, do Alto da Alegria, sentiu porque ele tá aqui na nossa porta, tá aqui na beira da paróquia (AR03).

Um dos entrevistados destacou que, a partir do momento em que a Paróquia de Santo Antônio passou a assumir a realização das missas mensais, houve um aumento na frequência de participantes nas celebrações. No entanto, essa ampliação da participação parece estar diretamente relacionada ao poder aquisitivo dos paroquianos:

Eu acho que a missa dessa outra tem mais estrutura que a daqui, e assim também, a paróquia daqui os paroquianos daqui, na parte financeira, as pessoas desse bairro não é um bairro de rico, é um pessoal normal, pobre, humilde, e lá da rua já é um pessoal já de uma classe mais alta, aí justamente, então sendo a paróquia de lá, eles vêm mais” (AT04).

Figura 49 - Imagem da realização da missa votiva no monumento em Barbalha (CE)



Fonte: Arquivo pessoal – abril/2024

Além das missas votivas (figura 49), ocasionalmente há a realização de alguns eventos, como encontro de casais, encontro da renovação carismática, mas não existe uma constância, são eventos esporádicos. Do mesmo modo em relação à missa votiva, há meses em que não há

celebração, a depender do calendário da paróquia, por exemplo em 13 de setembro de 2024, não houve a celebração no monumento pois estava sendo realizada a Festa de Nossa Senhora do Rosário no centro da cidade, do mesmo modo, no dia 13 de junho, dia em homenagem à Santo Antônio, em que a celebração ocorreu na Igreja Matriz.

Foi verificado que a missa votiva, não chega a receber ônibus de romeiros ou caravanas vindas de outras cidades, o público que vem para estas celebrações tem sido a população local. Essa presença majoritariamente de moradores reforça a noção de que os eventos ainda funcionam como acolhedores de uma intenção de visita restrita, mais ligada à comunidade imediata do que a peregrinações externas.

Assim, as celebrações se configuram como gestos de devoção discretos, e, embora possam contribuir para a sacralização do espaço e da imagem, esse processo tem ocorrido de forma lenta e discreta, sem grande visibilidade:

Pras missas ainda não vem ônibus de romeiro, mas assim, o desejo da gente como igreja é que a gente possa realmente um centro de evangelização, ali deveria ter umas barraquinhas com venda de artigo religioso, lanche, alguma coisa, porque vem durante o dia, tem ônibus que vem, por exemplo eu acho que eles tipo marcam, essas peregrinações vão no Juazeiro e vem pra cá (AR04).

Também se percebeu que não há uma articulação para desenvolver uma rotina de orações em torno do monumento, que até então tem funcionado em sua maioria como área de lazer em detrimento à devoção. Isso dificulta o desenvolvimento do monumento enquanto atrativo turístico religioso, pois o seu sentido, enquanto local de práticas devocionais não tem acontecido, desmotivando os romeiros a permanecerem no local:

O que é um problema hoje pra imagem de Santo Antônio é que o Santo Antônio tá lá, mas tá no meio do nada, pra gente fazer a visita, só tem a imagem, e aí não tem um pessoal da igreja, não tem uma igreja, feito como tem a capelinha lá em Nossa Senhora de Fátima que vai atrair o pessoal pra ter uma celebração, porque a imagem ela atrai, mas ela precisa ter alguém pra receber ali, os romeiros ficam feliz demais quando chega um grupo religioso que vai pra ali porque pra gente que é católico a gente sabe que a imagem é um pedaço de barro, um pedaço de gesso mas a gente tem uma lembrança daquela pessoa, quem foi aquela pessoa, segundo que a bíblia conta pra gente, então a gente quer mais que além da imagem, a gente quer alguém pra tá rezando e na imagem de Santo Antônio nós não temos (AT03).

Eles não demoram não, porque eles vêm, mas não tem nada pra sentar, muito sol, aí eles não aguentam aí quando eles vêm passa de passagem, parece que eles aproveitam na ida ao balneário, pronto é o caminho, continuando ela vai pro balneário, eles vêm na avenida direto aí passa por aqui não gasta nem gasolina. (...) Só teve um grupo uma vez, eu achei bonito, eles tiraram e vieram tudo com a mesma camisa tudo padronizado, esse grupo veio muito organizado tudo com a camisa padronizada aí chegou, chegou cantando,

rezaram, rezaram e foi embora, mas os outros vem mais pra tirar foto, justamente porque já vem do balneário, já vem cansado, vem só pra fazer a visita rapidíssima (AT04).

A trajetória de implantação e uso do Monumento de Santo Antônio em Barbalha evidencia a complexidade das disputas simbólicas e institucionais em torno da gestão de espaços religiosos. Após a inauguração do monumento, a ausência de uma definição clara quanto à paróquia responsável pela condução das atividades litúrgicas revelou não apenas uma lacuna organizacional, mas também um campo de tensões.

Essa disputa, embora não declarada de maneira formal, manifesta-se nas narrativas de lideranças e fiéis, que questionam a legitimidade da participação no processo decisório. A apropriação prática e simbólica da Paróquia de São Vicente de Paulo, que passou a realizar celebrações de maneira autônoma e sustentada pela comunidade, demonstra como as ações comunitárias, mesmo sem respaldo institucional formal ou apoio da gestão pública, foram capazes de ocupar e ressignificar o espaço, ainda que temporariamente.

Neste cenário, evidencia-se a influência de interesses políticos e institucionais que permeiam a monumentalização religiosa. Tal processo revela sua dimensão política, institucional e relacional, marcada por disputas de autoridade, busca por reconhecimento e estratégias de afirmação de legitimidade, inclusive no campo religioso local. Assim, a monumentalidade, longe de ser apenas expressão da fé, inscreve-se também em arenas de tensão institucional, política e simbólica.

Ações da Iniciativa privada

A inauguração do monumento em Barbalha provocou um interesse inicial expressivo, atraindo visitantes motivados pela curiosidade em conhecer a nova obra. Percebendo esse fluxo, alguns membros da comunidade local identificaram uma oportunidade de inserção econômica, oferecendo água e outros produtos nas proximidades do espaço. Contudo, a limitada atratividade do monumento revelou-se insuficiente para prolongar a permanência dos visitantes, e o contingente de curiosos declinou rapidamente:

No começo eu botava a carroça todo dia, só que antigamente tinha mais gente por conta que no começo é tudo novidade, curiosidade também, aí tinha mais gente aqui, no começo chamou muita gente, mas foram saindo, depois foi afacando, o pessoal foi saindo (...) tinha um rapazinho que ainda tava vindo, por exemplo, no tempo da romaria de Juazeiro, vem mais ônibus pra cá né, aí aumenta um pouquinho, ele tava vindo pra vender água, ficava ali perto da estátua, vendia água, mas depois quando afacou não perseverou (AT04).

Eu acho que precisava parecer mais com uma praça, ter mais banquinho, lá falta pelo menos uns banquinhos (...) dava também pra ser uma estrutura melhor pra ter tipo uma pracinha com lanche, o pessoal fica vindo e saindo, antes tava vendendo hamburguer. Tinha no começo, mas depois parou, porque no começo vinha muita gente, mas aí se tivesse, o pessoal vinha porque um clima desse aqui, quem ia deixar de lanchar num clima desse? um local pras crianças correr, ninguém queria ir pra outro local (AT07).

No período em que foi realizada a pesquisa, o entorno do monumento contava apenas com um único ponto de comercialização, mantido por uma moradora do bairro que identificou na atividade uma oportunidade de complementar a renda familiar, diante da baixa rentabilidade do comércio que realizava anteriormente. O ponto está situado fora da área pavimentada, junto ao início das grades que circundam o espaço e funcionam como parapeito. Consiste em uma pequena carrocinha equipada com um isopor e diversos itens de bomboniere. Relatos indicam que, no passado, outros ambulantes atuavam no local, mas não se mantiveram, evidenciando a instabilidade e a precariedade dessa atividade comercial no entorno do monumento:

Antes de eu vir pra cá eu trabalhava na feira de feirante, eu vendia confecção, meu marido tem o trabalho dele, aqui é um complemento, até porque eu moro aqui próximo e é mais conveniente pra mim, por isso que eu deixei a rua pra vir praqui, o horário é bom, mais próximo de casa. (...) aqui eu ganho menos, por conta que as coisas é mais em conta, que é bomboniere né, é tudo bem em conta, mas também lá na rua tava muito fraco, porque antigamente não tinha essas loja da rua de 10 reais né, tudo bem baratinho, porque quando não tinha elas, as vendas na rua era melhor, aí quando começou essas lojas, caiu minha venda, porque o pessoal da feira não tem como competir com essas lojas, elas compra muito, em grande quantidade, aí vende barato (AT04).

De acordo com seu ponto de vista, os ambulantes não permaneceram no local pela falta de infraestrutura, e que as ações para melhorar o movimento deveriam ser realizadas pela gestão pública:

É tão fraco aqui, por isso que desistiram, se fosse uma venda mais forte talvez tivesse perseverado, mas é fraca, é fraca, tá muito tímido, pra fortalecer aqui, eu acho que tinha que ter uma estrutura (...) eu vi uma vez comentando o povo da prefeitura, que vai ter uma escadaria aqui descendo, uma escadaria, aí assim deles mesmo eu escutei falando assim, mas tem um pessoal aí que tava vendo aí pra fazer a planta eu acho (AT04).

Além da falta de protagonismo em desenvolver o turismo local, também há uma visão sobre a especulação financeira, considerando os valores que devem ser cobrados quando o cliente é turista:

Aqui eu nem boto o preço muito alto por conta que a freguesia aqui é do dia a dia, o pessoal pensa que é turista, mas não é, é mais o pessoal do dia a dia. Eu cobro preço baratinho, mas em outros cantos tu vê como é, os canto turístico o preço é bem alto” (AT04).

A fala do participante evidenciou uma visão distorcida da hospitalidade e da ética no serviço turístico predominantemente voltada ao aspecto econômico, mencionando que são cobrados preços mais elevados aos turistas, do que aos moradores, o que demonstra a necessidade de qualificação profissional para o atendimento ao público.

Aqui precisa de estrutura, justamente uns quiosque, porque assim, se tivesse um quiosque, um local certo você poderia ter um sorvete, uma coisa assim, porque aqui é muito quente, a estrutura era melhor pra botar alguma coisa, ter um banco pra sentar, arborização ter umas árvores pra ter sombra, banheiro é essencial também, os romeiros chegam, os vinhos eu fico morrendo de pena, pede pra ir ao banheiro não tem onde eles ir (AT04).

Quando indagado sobre possíveis intervenções que poderiam tornar o monumento mais atrativo, o entrevistado não fez referência a elementos de caráter religioso, como a construção de uma capela, espaços de oração ou locais destinados ao cumprimento de promessas. Suas sugestões concentraram-se em melhorias de infraestrutura física e de apoio ao turismo, como a instalação de bancos, quiosques e pontos comerciais. Mesmo ao abordar a presença dos romeiros, o discurso manteve-se centrado no consumo e na oferta de serviços, evidenciando que o interesse predominante recai sobre o potencial econômico do turismo, em detrimento da dimensão devocional e espiritual que caracteriza as práticas religiosas locais.

Ações da Gestão pública

As intervenções da gestão pública municipal em torno do monumento foram, desde o início, pontuais e limitadas. Inicialmente, as ações concentraram-se apenas na inauguração, impulsionadas por interesses eleitorais, sem planejamento para a manutenção ou gestão das fases subsequentes do complexo. Embora o monumento esteja associado simbolicamente ao padroeiro central da localidade, a oportunidade não foi plenamente aproveitada para estruturar uma gestão contínua do espaço. Com o passar do tempo, essas intervenções se resumiram basicamente à capinação periódica da vegetação rasteira e à presença eventual de um funcionário, sem identificação ou horário fixo, evidenciando a persistente ausência de diretrizes consistentes para o uso e promoção do local.

Há a previsão de projetos para instalação de um parque temático, projeto esse que não foi divulgado oficialmente, mas que é do conhecimento informal de toda a população. Alguns membros da gestão pública municipal chegaram a mostrar fotos e relatar sobre os equipamentos que deverão ser instalados, no entanto, a informação é que por estar em processo de formulação não seria possível fornecer as fotos oficiais.

Conforme relatado nas entrevistas, o entorno do monumento passará a se chamar Parque da Alegria, em referência ao bairro em que está localizado (chamado Alto da Alegria), o espaço será uma área de lazer para recepcionar a população e os visitantes. O projeto conta com a criação de um jardim botânico em torno do morro onde haverá um labirinto verde para passeio; haverá também uma plataforma de vidro que as pessoas usarão como mirante para apreciar a cidade, passeando por cima deste jardim. Ao longo da subida será construída uma escadaria a qual serão instaladas paradas semelhantes a via sacra católica, contudo, os pontos farão referência a história da vida de Santo Antônio.

O projeto conta com uma área para comercialização de artesanato e alimentação; um anfiteatro; e um espaço chamado de ‘cachorrodromo’. A parte inferior do monumento será fechada e transformada em uma sala de pedidos, onde serão depositados os ex-votos referente às graças alcançadas pelos devotos, e, ao lado do monumento, será construído o Museu (memorial) da Festa do Pau da Bandeira.

Sobre o memorial, em março de 2024, o Governo Federal com verbas destinadas ao Novo PAC – Programa de Aceleração do Crescimento, contemplou o município de Barbalha, com o projeto do Restauro para a Criação do Museu da festa do Pau da Bandeira²⁸. Atualmente o protótipo deste memorial funciona na sede da Secretaria de Cultura do município, conhecida como Casarão, no entanto, o público ainda não tem acesso ao acervo. Todos os atores da gestão pública entrevistados não forneceram detalhes sobre como acontecerá o projeto.

Enquanto estes projetos continuam no papel ou no imaginário da gestão pública, o monumento segue sem infraestrutura turística:

Esse projeto, ele é lindo, maravilhoso, grandioso, mas ele vai demorar a sair do papel e as pessoas que já estão indo, se deslocando até lá, não tem um banheiro, não tem o que comer, não tem onde comprar (...) mas se alguém colocar uma barraca lá, quando vier um projeto macro não se consegue retirar as pessoas de lá, e a gente tá buscando a melhor forma de dar um conforto, e recepcionar essas pessoas, que possa estar amarrado com a parte jurídica para que o projeto maior não se torne inviabilizado por conta de algo que já esteja funcionando provisório (AP08).

O relato evidencia a tensão existente entre a necessidade imediata de oferecer condições mínimas de acolhimento aos visitantes e a preocupação da gestão pública em preservar a viabilidade de um projeto urbanístico de maior escala. Ao mesmo tempo, revela-se um problema recorrente na administração municipal: o sentimento de posse que alguns permissionários desenvolvem em relação aos equipamentos públicos, resistindo à

²⁸ Divulgado pela Portaria do IPHAN N° 156, de 07 de março de 2024 – Projeto 20411000336/2023 - Restauro para a Criação do Museu da festa do Pau da Bandeira - Barbalha/CE.

regulamentação e comprometendo a impessoalidade da gestão. Essa experiência, exemplificada pelo caso do Centro de Apoio ao Romeiro em Juazeiro do Norte, explica a postura cautelosa da administração em autorizar usos provisórios no entorno do monumento de Santo Antônio, buscando evitar conflitos de apropriação e garantir a implementação futura do projeto de forma ordenada e juridicamente segura.

A informalidade tem sido de algum modo sustentada pela própria gestão pública que permite o uso de espaços públicos sem haver a devida cobrança no que concerne à regulamentação, que deveria ser um requisito mínimo para a permissão de uso.

A maioria não tem contrato, e aí passa anos, anos e trinta anos e aí já tem direito adquirido, e tem situação até que o permissionário que ele negocia o ponto, quando não quer mais, passa e vende pra outra pessoa sem a mínima autorização do poder público. Aqui no Cariri, a maioria não tem contrato, e aí passa anos e anos e aí já tem direito adquirido, e tem situação até do permissionário que negocia o ponto quando não quer mais, passa e vende pra outra pessoa sem a mínima autorização do poder público (AT01).

A omissão da gestão pública, seja no âmbito municipal ou do Ministério Público, ao não coibir permissões concedidas a empreendedores que insistem em atuar na informalidade evidencia um apadrinhamento político, que evita a implementação de políticas públicas consideradas impopulares, mesmo quando voltadas à proteção do bem público e do interesse coletivo. Ainda que essas iniciativas impulsionem a economia local, o fato de estarem na informalidade reduz a arrecadação de impostos e impede que a gestão municipal disponha de recursos alternativos para novos investimentos.

A gestão pública sustenta o argumento de que é necessário um planejamento mais elaborado para, somente então, implementar melhorias no entorno do monumento, tanto com o objetivo de garantir um resultado esteticamente satisfatório, quanto de evitar possíveis conflitos com os permissionários que atuam na área. No entanto, essa postura evidencia uma negligência com o espaço, que acaba não sendo consolidado como um dispositivo estratégico de fomento ao turismo no município.

Tem que ter outro atrativo, o monumento é importante, mas tem que ter outras coisas pra se oferecer também, a gente tem o forte da festa de Santo Antônio, o carregamento do pau da bandeira, mas em relação a estátua é preciso ser feita ainda toda essa dinâmica de organização lá em cima, pra que a gente possa receber esse público que vem visitar, eu acredito quando o museu estiver pronto, comecem a colocar os quiosquezinhos, um suporte pra que a gente possa ter uma visibilidade melhor (AP05).

Mais do que a simples inclusão simbólica do monumento de Santo Antônio na programação da Festa do Pau da Bandeira, é necessário promover uma articulação efetiva entre o espaço monumental e a comunidade que o circunda. A apropriação comunitária é o que pode

conferir ao monumento vitalidade social e sentido simbólico duradouro, transformando-o de marco isolado em espaço de encontro, fé e memória. Assim, mais do que um recurso estético ou turístico, o monumento pode tornar-se um símbolo partilhado, expressão concreta da relação entre religiosidade, território e identidade cultural local.

O turismo religioso envolve um forte componente emocional, que frequentemente se sobrepõe a uma abordagem racional, o que tem implicações significativas para o planejamento e a gestão da atividade turística e do território como um todo. A experiência turística religiosa é um fenômeno complexo e multifacetado, profundamente influenciado por elementos simbólicos, culturais, sociais e econômicos presentes no local visitado, e envolve a interação entre visitantes e comunidade anfitriã, inserida em um contexto de valorização mútua que harmoniza os aspectos religioso, cultural e social. A busca por um grande fluxo turístico, característica do turismo de massa, pode comprometer essa autenticidade e a sensibilidade cultural (Almeida & Pinto, 2017).

A valorização do monumento depende não apenas de melhorias estruturais como a criação de quiosques, museu e serviços de apoio, mas, sobretudo, do reconhecimento do protagonismo dos moradores do Alto da Alegria na construção de práticas e significados que vinculem o monumento à devoção e à cultura local. Incorporá-lo à dinâmica festiva implica compreender a festa como expressão viva da religiosidade popular, que só se sustenta por meio da mobilização coletiva e do sentimento de pertencimento. No entanto, essa integração deve emergir de processos participativos e dialógicos, e não de iniciativas institucionais orientadas por interesses político-turísticos.

Algumas ações, aparentemente simples, poderiam ser implementadas de forma imediata, como a inclusão do monumento de Santo Antônio na programação da Festa do Pau da Bandeira. Considerando que o mastro tem a função simbólica de homenagear o santo, sustentando durante todo o ano uma bandeira com sua imagem, seria natural que o monumento também fosse incorporado às celebrações, todavia, percebe-se que ele permanece à margem da dinâmica festiva.

Há uma desvalorização que se manifesta na negligência em relação ao espaço (figura 50), tanto por parte da gestão pública quanto da própria Igreja, especialmente durante o período das festividades. Não são promovidas celebrações religiosas ou atos simbólicos em seu entorno, tampouco há qualquer tipo de ornamentação, como bandeirinhas ou outros elementos visuais, que o insira no circuito da festa e o relacione simbolicamente às demais expressões do evento.

Tal ausência revela a fragilidade do vínculo entre o monumento e a vivência comunitária da fé, evidenciando que o espaço, embora dotado de forte carga simbólica, permanece

marginalizado dentro da lógica festiva e institucional, sem reconhecimento efetivo como parte integrante do patrimônio devocional local. A ausência de protagonismo do monumento nesse contexto causa estranhamento, inclusive entre os próprios moradores:

Eu tava pensando ontem, a Barbalha tá toda enfeitada tem coisa em todo canto, bandeirinha por todo canto, tudo, aí eu digo, mas o povo não bota uma bandeira no Santo Antônio, eu digo o bichinho merecia ao menos uma bandeirinha, não sobrou nem a dele? (AT04).

Figura 50 - *Imagem do monumento na noite de 13 de junho de 2024*



Fonte: Acervo pessoal, junho/2024

Figura 51 - *Centro de Barbalha decorado para os festejos do pau da bandeira*



Fonte: Acervo Pessoal, junho/2024

Nesse sentido, ao não integrar o monumento à Festa do Pau da Bandeira, principal

manifestação cultural do município, perde-se a oportunidade de consolidá-lo como elemento estruturante da imagem turística local, e essa ausência de articulação revela a fragilidade da construção simbólica do monumento enquanto atrativo turístico, que conforme afirma MacCannell (1999) devem estar inseridos em uma rede de significados compartilhados com a finalidade de conferir autenticidade à experiência do visitante.

O monumento de Santo Antônio chega a ser excluído até mesmo da programação religiosa oficial, não havendo qualquer ação simbólica ou celebração que faça referência à data comemorativa do santo no próprio local. Em 2024, chegou a ser divulgada informalmente a realização de um show religioso de encerramento da festa, com a participação da banda católica Rosa de Saron. No entanto, o evento foi transferido para acontecer no Parque da Cidade, espaço que concentrou a maior parte das apresentações festivas devido à sua reinauguração. A missa de abertura da festa também ocorreu na Igreja Matriz de Santo Antônio, mantendo-se distante do monumento, tanto fisicamente quanto simbolicamente.

Quando o monumento é descolado das práticas culturais e religiosas do território, sua função como marcador simbólico se esvazia, dificultando sua valorização enquanto atrativo, pois a atratividade turística está vinculada à capacidade de gerar significados e experiências que se conectem com as expectativas dos turistas. No contexto do município de Barbalha, o monumento permanece marginalizado tanto na dinâmica da festa quanto nas rotas de visitação turística, limitando seu potencial de mobilização simbólica e econômica.

Os próprios ambulantes que costumam comercializar no monumento, preferem fazer ponto nos festejos que acontecem no cortejo do pau.

No domingo dia do pau da bandeira eu venho de manhã sempre todo ano eu venho de manhã, eu venho vender água de manhã eu venho umas 08h, 09h30 e 10h eu vou pra cá, o tempo começa esquentar, esse ano eu não venho porque minha menina vai botar uma barraquinha na rua aí eu vou ajudar ela. Aqui é por dia, a gente não sabe nem dizer, tem dia que tem muita gente tem dia que não tem, é assim (AT04).

Não há um objetivo claro, por parte da gestão pública, de consolidar o monumento de Santo Antônio como um elemento de turismo religioso. Embora o espaço possua potencial simbólico, ele não está sendo utilizado de forma planejada para estruturar uma identidade turística própria. Em projetos municipais, observa-se, no entanto, a proposta de revitalizar os engenhos locais como forma de atrair romeiros habituados às visitas, o que indica uma tentativa de aproveitar o fluxo religioso existente de maneira instrumental, sem necessariamente consolidar o monumento como um atrativo central ou promover o turismo religioso de forma consistente:

O turismo religioso tá mais próximo de Juazeiro, por isso que a gente tá resgatando o

projeto dos engenhos porque o romeiro que visita Juazeiro ele perpassa nos engenhos, então a gente quer fazer um trabalho para que os engenhos estejam preparados pra receber, parece uma penitência mais de cento e cinquenta anos e não tem a mínima estrutura (AP08).

O turismo religioso é bem pontual, e eu acho que a estátua ela vem pra agregar e fortalecer essa rota que ainda não se concretizou em relação ao turismo religioso (AP05).

Barbalha não só tem o santo, Barbalha tem essa festa, tem o centro histórico, Barbalha tem os engenhos de cana de açúcar, Barbalha tem os balneários, Barbalha tem uma série de coisa pra se vender que não é só a estátua, a estátua tem ponto positivo porque interligou, agrega valor com a festa, entendeu? agrega valor pra festa (AP06).

A gente percebe que a região é bem classificada, romeiro de Juazeiro é romeiro do Padre Cícero, romeiro da gente não existe, não existe um romeiro de Santo Antônio, existe alguns devotos principalmente no município, os munícipes aqui são os devotos de Santo Antônio, e aonde faz toda a questão da religiosidade acontecer, então aflora a religiosidade. Os festejos a Santo Antônio nesse período a gente não tem romeiros, nem devotos, e as vezes vem poucos, timidamente que poderia ser trabalhado fortalecido, porque a gente sabe que lá em Lisboa onde Santo Antônio prevalece, mas umas das maiores a nível mundial (AP03).

Há o entendimento, por parte da gestão pública, que o visitante de Juazeiro do Norte não tem interesse em visitar Barbalha, a não ser devido a questão dos balneários. O monumento é praticamente um local sem atratividade para estes visitantes. Essa situação evidencia a lacuna entre potencial simbólico e planejamento estratégico: embora o monumento possua significado religioso, sua utilização como atrativo turístico reflete uma abordagem reativa e improvisada, na qual a monumentalidade e a visibilidade política se sobrepõem à efetiva integração com práticas devocionais e ao desenvolvimento de uma oferta turística estruturada.

O romeiro ou turista que chega a Juazeiro do Norte, nem sempre está interessado em incluir a visita ao monumento de Santo Antônio no seu roteiro. Ou por desconhecimento ou devido à falta de infraestrutura.

Até levo turista lá, mas poucos, não é tanto não, Santo Antônio a devoção é menor, já Nossa Senhora de Fátima tem mais e Padre Cícero não tem comparação, Santo Antônio é menor, e muitas vezes o roteiro deles mesmo só tá Crato, não tem Barbalha e até tem, mas sabe o que tem em Barbalha? O Caldas, o que tem em Barbalha é o Caldas, o teleférico (AT05).

Geralmente a gente tá indo pro banho ou então quando a gente tá voltando do banho. Se for quando a gente tá voltando do banho o pessoal já tem bebido e não tá mais interessado em rezar, e aí quando vai, que a gente tá indo pro banho, o pessoal ainda não bebeu, mas tá na euforia de beber então eles também não tão preocupado com a reza e como lá não tem nada pra oferecer, não tem uma estrutura, não tem um padre ou alguém da religião pra tá ali recebendo aquele pessoal, eles não se interessam (AT03).

O turismo em Barbalha a gente lembra da festa de Santo Antônio, mas pra o que eu vejo no meu público, o romeiro dificilmente fala de ver a imagem, embora que já foi divulgada em rede nacional, eu acho que eles têm sim o conhecimento que tem a imagem de Santo Antônio, mas quando eu falo na cidade de Barbalha a primeira coisa que eles lembram é o banho, a primeira coisa que vem na cabeça deles, eles não lembram da imagem de Santo Antônio em primeiro lugar (AT07).

Acho que se for muito é 10% do que vem pra Juazeiro que quer ver a estátua, na maioria das vezes é a gente quem oferece, porém quando vem a questão da distância, por ser um pouco mais afastado eles desiste, eu tava com um grupo esse final de semana, aí a gente ia pro banho, então eu disse: ‘Vamos logo passar por Santo Antônio’, aí por conta do horário eles disseram: ‘Não, a gente quer ir pra se divertir’, aí na volta eles disseram: ‘não vamos passar não, eu já vi daqui’, as pessoas imaginam, viu a foto mas na hora quando chega não quer descer nem do ônibus porque não tem uma estrutura ainda (AT03).

Observa-se que tanto a gestão pública local quanto a iniciativa privada demonstram ceticismo em relação ao potencial do turismo religioso como vetor de desenvolvimento da atividade turística em Barbalha. Predomina a percepção de que outros atrativos vinculados à natureza ou à cultura popular seriam mais eficazes para fomentar o fluxo turístico no município. Argumenta-se, nesse sentido, que não há uma devoção institucionalizada a Santo Antônio suficientemente consolidada para mobilizar os romeiros que se dirigem a Juazeiro do Norte em direção ao monumento localizado em Barbalha.

A baixa mobilização de romeiros em torno do monumento de Santo Antônio constitui um problema local de Barbalha, e não de Juazeiro do Norte. Transferir essa responsabilidade para a cidade vizinha revela uma fuga de atribuição por parte da gestão pública. Cabe exclusivamente a Barbalha desenvolver estratégias que fortaleçam a devoção, promovam o espaço e consolidem sua vocação turística. Apesar de essa percepção estar presente entre os atores locais, evidencia-se a ausência de planejamento estratégico, capaz de orientar de forma articulada e sustentável os investimentos em comunicação e promoção dos elementos que efetivamente expressam o potencial turístico do território:

Não tão sabendo vender, ali em cima era pra ter as pessoas recepcionando pra vender o resto da cidade, vender nosso centro histórico, morreu cangaceiro aqui, teve os cangaceiros Marcelino foram enterrado ali; tem engenho de cana de açúcar; tem isso, tem aquilo, a festa, ‘vamos conhecer a festa do pau da bandeira’ que era pra ta fixado ali, pra pessoas vir gastar dinheiro aqui, tirar um pouco em Juazeiro, no lugar dessas pessoas gastar em Juazeiro, gastar aqui, elas até gasta nos balneários mas não gasta no centro (AP06).

Uma pessoa que nunca veio a Barbalha, mas soube do carregamento do pau da bandeira, uma festa que junta trezentas mil pessoas, fica querendo entender: ‘vou querer saber como é isso’, então vender o pau da bandeira é muito mais fácil que se vender o Santo

Antônio, o Santo Antônio tem em todo canto, mas se você for vender a festa do pau, o carregamento do pau ele é muito mais forte, não adianta dizer que não (AP05).

Eu acho que o destino religioso na verdade da nossa região do Cariri é Juazeiro do Norte, as romarias que têm em Juazeiro do Norte, como ainda é bem recente, a estátua de Santo Antônio, ainda é todo um trabalho a ser feito para construir essa peregrinação e atrair o turista religioso, geralmente quando a gente recebe grupo de turismo religioso é pra atuar na cidade de Juazeiro (AT07).

Monumentos não são capazes, por si só, de fomentar o turismo, a menos que possuam o estímulo de um marcador que lhes conceda um sentido capaz de motivar o fluxo de visitantes. Nesse sentido, evidencia-se que uma devoção local não é suficiente para gerar peregrinação ou fluxo turístico religioso sem a presença de um marcador que demonstre uma identidade própria, com características centrais, temporais e distintivas.

A simples monumentalização não garante efetividade turística ou religiosa. Sem uma base cultural e devocional consolidada, o monumento torna-se um símbolo isolado, dependente de um contexto já estabelecido para gerar engajamento. Assim, investir primeiro na estátua, sem articular previamente os elementos que estruturam a vivência coletiva, como celebrações, tradições e infraestrutura de acolhimento, compromete o potencial de atração e participação. A construção do patrimônio simbólico precisa estar subordinada à consolidação prévia do cenário cultural e religioso, garantindo que o monumento funcione como culminância e não como ponto de partida.

Mesmo que exista uma devoção local não é suficiente para desenvolver um fluxo turístico, havendo a necessidade de práticas devocionais ritualizadas que fomentem o exercício da fé, ou ao menos uma infraestrutura que possa apoiar a prática ali realizada, seja infraestrutura básica como banheiros, estrada, estacionamento, seja de apoio à religião, fato percebido em Barbalha, com um monumento de Santo Antônio ainda esquecido pelos devotos.

3.3.“Devagar com o monumento que o santo é de barro”

Tanto no monumento de Nossa Senhora de Fátima no Crato, como no Santo Antônio em Barbalha destaca-se a falta de infraestrutura, seja relacionada ao acesso, no que se refere principalmente a sinalização, como aspectos logísticos, a exemplo de abrigos do sol, arborização, locais para descanso, banheiros que ou são inexistentes como em Barbalha ou são insuficientes como no Crato, que só possui um banheiro feminino e outro masculino.

Em Barbalha, a ausência de uma rotina devocional impede a formação de um fluxo regular de visitantes, especialmente de romeiros e peregrinos. Devido à pouca movimentação,

a gestão pública não se sente motivada a implementar políticas estruturais a curto prazo. Paralelamente, a iniciativa privada, bem como a sociedade civil em articulação com organizações religiosas, também não se mobiliza para fomentar o incremento das visitas locais.

Deixa eu ver qual foi o dia que teve... semana passada, teve um dia que chegou um aqui. Mas o dia que eles sempre vêm é quando tem romaria forte mesmo, aqui vem algum perdido, é difícil, agora na festa do pau acho que não vem não, porque praqui é mais turista que vem de Juazeiro, romaria de ônibus é quando é festa de Juazeiro, pra festa da Barbalha aqui de Santo Antônio não tem ônibus não (AT04).

Já no Crato, mesmo não havendo uma prática devocional local, a sociedade civil junto à iniciativa privada buscou fomentar a visita divulgando o monumento junto aos romeiros que chegavam a Juazeiro, articulando as celebrações com a igreja, e fazendo solicitações à gestão pública municipal e estadual, sendo possível indicar uma governança em rede, em que organizações não governamentais, como a associação dos barraqueiros e, posteriormente a paróquia de São Francisco, passaram a juntar forças para continuar promovendo o monumento, no sentido de criar rotinas devocionais e oferecer uma infraestrutura turística.

Se tomarmos o exemplo de Juazeiro do Norte, destino de referência para Crato e Barbalha, antes mesmo de existir o monumento do Padre Cícero (figura 52), o local já era considerado um espaço sagrado e atraía visitantes, principalmente motivados pela fé, pois se queria conhecer o casarão que pertenceu ao padre e era utilizado por ele como um local de descanso e retiro.

Figura 52 - *Imagens da época da construção (1969) e movimentação no monumento do Padre Cícero à época da inauguração (1971)*



Fonte: Cariri das Antigas (2021). <https://cariridasantigas.com.br/a-epopeia-da-construcao-da-estatua-do-padre-cicero/>

A decisão política de se edificar um monumento capaz de manter viva a presença do padre é bem acolhida pelos moradores e seguidores, e a falta de infraestrutura não foi empecilho para que milhares de devotos fossem até o monumento, mesmo com as condições não favoráveis. Deste modo, o monumento e a devoção foram capazes de dinamizar o local, motivando os atores públicos, privados e eclesiais a investirem em melhorias. Nesse sentido, se percebe o papel da autenticidade e do simbolismo para que um monumento seja considerado um atrativo, e, em sendo um atrativo religioso, este significado envolve principalmente a devoção.

Monumentos são edificados enquanto representações dos costumes religiosos locais, contudo, em alguns casos, são frutos da imposição de um grupo social específico, ocorrendo um jogo conflituoso, em que a memória destes segmentos sociais dominantes se sobressai; dando a entender como sendo a de toda sociedade (Rodrigues, 2001).

O monumento não designa um edifício isolado, separado do contexto o qual está inserido. Isolar ou destacar um monumento é como mutilá-lo, pois seu entorno mantém com ele uma relação essencial. A instalação de um monumento permite que o passado receba um peso maior do que ele possui, trazendo para si novos olhares, homenageando o que passou. Assim, a ideologia que está por trás da construção de um monumento o torna maior do que ele é de fato; o referencial histórico que lhe for atribuído é que vai garantir sua relevância dentro do contexto social que for inserido, e do mesmo modo, a sua conservação (Choay, 2017).

Da mesma forma, o monumento ao Padre Cícero que tem o propósito de manter viva sua memória e assim fortalecer a economia de Juazeiro com a vinda dos romeiros para a cidade, idealizado e construído enquanto representação política local, também se vislumbrava a criação de um atrativo turístico religioso, mas principalmente por já existir uma perspectiva enquanto elemento devocional devido à cultura social religiosa local (Oliveira; Rocha & Aragão, 2020). A comercialização de memórias tem impulsionado essa supervalorização do passado e assim memórias têm sido insistentemente cultuadas para se manter viva (Huyssen, 2000).

Portanto, monumentos são capazes de reconstruir uma multiplicidade de histórias, porque representam uma memória que poderá se manter viva a partir do uso que os indivíduos farão dela. O valor artístico de um patrimônio está em último lugar, o que está em jogo não é a arte em si, mas o simbolismo que existe nele, assim, valores patrimoniais são testados pela sua continuidade no tempo e na história (Choay, 2017).

Alguns monumentos religiosos apresentam precariedade em sua infraestrutura turística, especialmente no que se refere a serviços e equipamentos de apoio aos visitantes. Todavia, quando mantêm espaços de devoção nos quais os fiéis podem cumprir promessas e participar

de rituais e momentos de oração, esses locais são capazes de proporcionar experiências espirituais autênticas. Nesses casos, o monumento transcende sua dimensão física ou estética, funcionando como um veículo de imersão simbólica e religiosa

Em contrapartida, para o público que associa a experiência turística a condições de conforto, lazer e consumo, tais monumentos revelam limitações, uma vez que o seu valor simbólico, entendido sob a lógica de mercadoria cultural, não é suficiente para suprir a carência de serviços básicos. Entre esses elementos destacam-se banheiros, áreas de sombra e descanso, comércio de lembranças, oferta gastronômica e os denominados ambientes instagramáveis, todos considerados indispensáveis no turismo contemporâneo.

A ausência desses recursos torna-se ainda mais problemática quando não se observa uma prática religiosa local efetiva que proporcione vivência espiritual significativa. Nesse cenário, a insatisfação pode alcançar tanto os visitantes interessados em devoção quanto aqueles orientados pelo conforto, evidenciando a fragilidade do monumento enquanto atrativo turístico. Tal constatação reforça a necessidade de compreender esses espaços não apenas como patrimônios simbólicos, mas como produtos inseridos na dinâmica do mercado turístico, em que a articulação entre espiritualidade e infraestrutura se torna condição fundamental para a sustentabilidade da visitação.

O complexo monumental de Nossa Senhora de Fátima tem registrado um aumento expressivo no fluxo de visitantes, resultado de diferentes fatores. Por um lado, observa-se a intensificação da prática devocional, evidenciada pelo crescimento no número de peregrinos e romeiros atraídos pela ampliação dos horários de culto. Por outro, intervenções estruturais como a reforma da capela e, mais recentemente, a substituição da imagem original por outra de maior estatura e valor estético²⁹, têm ampliado a atratividade do local. Tais mudanças não apenas reforçam a dimensão simbólico-religiosa do espaço, mas despertam o interesse de turistas cujo deslocamento não está necessariamente motivado pela fé, mas pela busca de experiências culturais e estéticas.

Em várias cidades brasileiras, monumentos foram erguidos em homenagem a Nossa Senhora de Fátima, evidenciando a presença e a difusão da devoção em contextos culturais distintos. Exemplos podem ser encontrados em cidades como Baturité (CE), Petrópolis (RJ), São Paulo (SP) e Belo Horizonte (MG), o que evidencia a dimensão transnacional do culto.

²⁹ Em outubro de 2024 iniciou a obra de requalificação do monumento de Nossa Senhora de Fátima, que foi desmontado para dar lugar a uma nova construção, desta vez, medindo 54 metros e com características idênticas à imagem de Portugal - <https://g1.globo.com/ce/ceara/cariri/noticia/2025/10/18/video-com-54-metros-monumento-a-nossa-senhora-de-fatima-sera-inaugurado-no-crato-veja-detalhes.ghtml>

Nesse cenário, emerge a necessidade de diferenciação simbólica entre os espaços devocionais, de modo a singularizar cada monumento diante da multiplicidade de representações existentes. No caso do monumento situado no município do Crato (CE), observa-se uma estratégia identitária voltada para a legitimação da devoção local: a narrativa de que a imagem ali instalada é uma réplica direta da que se encontra em Fátima, Portugal.

Tal recurso simbólico busca conferir ao monumento um caráter de autenticidade e proximidade com o espaço original das aparições de Fátima, ainda que a imagem não seja genuína. Dessa forma, a cidade se projeta no cenário do turismo religioso utilizando uma narrativa que apresenta o local como detentor de valor devocional singular, reforçando sua relevância cultural e atratividade como destino de peregrinação. No entanto, essa estratégia constrói legitimidade por meio de uma devoção simbólica e importada, quando seria mais adequado valorizar a devoção histórica e autêntica à Padroeira Nossa Senhora da Penha, patrona local. A base devocional genuína do Crato e de outras localidades não articuladas ao marianismo de Fátima revela que o fortalecimento da fé e da identidade religiosa poderia se apoiar em tradições próprias, e não apenas em narrativas construídas para justificar a edificação de monumentos.

Nesse sentido, a simples presença de um monumento religioso não garante, por si só, a consolidação de um fluxo turístico significativo. É imprescindível que esse espaço seja investido de práticas simbólicas e devocionais que lhe atribuam valor cultural e espiritual, transformando-o em um verdadeiro marcador de identidade. Como destacam Leiper (1990) e MacCannell (1999), o monumento somente adquire relevância turística quando articulado a significados que ultrapassam sua materialidade, permitindo que se converta em referência para a vivência religiosa e para a experiência do visitante.

Por sua vez, o monumento de Santo Antônio não tem motivado os grupos a irem visitá-lo, nem os turistas, nem os devotos, enquanto o monumento de Nossa Senhora de Fátima já está presente em alguns roteiros comercializados, mesmo que ela não seja ainda um núcleo primário, capaz de motivar a vinda de turistas, mas está entre os núcleos secundários, que ocorrem como complemento da viagem principal (MacCannell, 1999).

O monumento de Santo Antônio não conseguiu consolidar-se como um marcador simbólico capaz de fomentar o fluxo turístico, permanecendo, portanto, na fase do enquadramento, conforme a classificação de MacCannell (1999) sobre as etapas de constituição dos atrativos turísticos. Nessa fase, o bem material existe fisicamente e pode ser visitado, mas ainda carece de significados culturais e sociais que o legitimem como ponto de referência para a experiência turística.

Embora o município receba milhares de visitantes durante a tradicional Festa do Pau da Bandeira, observa-se que esse ritual poderia ser associado a qualquer outro santo, o que evidencia uma dissociação entre a prática festiva e a devoção específica a Santo Antônio. Nesse caso, o elemento sagrado, a suposta motivação devocional que justificaria a construção do monumento, parece emergir a partir do profano, e não o contrário, revelando a fragilidade do monumento enquanto expressão de religiosidade e atrativo turístico.

Um aspecto relevante na análise dos monumentos diz respeito à informalidade na prestação de serviços, característica recorrente em destinos de turismo religioso e igualmente observada no comércio turístico do Crajubar. Nesse contexto, a oferta de serviços relacionados à visitação tem se estruturado, em grande medida, a partir da iniciativa de residentes e da própria gestão eclesial responsável pela coordenação das práticas religiosas nos monumentos, templos e santuários, resultando na baixa qualificação e diversificação dos serviços ofertados.

No caso do monumento de Fátima, a associação assume esse papel formal, de coordenar, mas os vendedores continuam sem um registro de MEI ou microempresa, mesmo havendo orientações a respeito da importância de formalizar a atividade: *“eles são muito resistentes em sair da informalidade e procurar se qualificar porque eles têm aquela visão antiga de que tudo é burocrático, que tudo é só exigência que tudo é só imposto”* (AT01).

Essa é uma realidade em muitos destinos do turismo religioso que são estruturados a partir das devoções que ali se desenvolvem, sustentadas pela economia gerada pela peregrinação, sobretudo por meio de atividades informais, marcadas pela espontaneidade e pela adaptação das práticas locais à demanda dos fiéis e visitantes. A própria Igreja desempenha papel central na dinamização do turismo religioso ao organizar serviços de apoio, como alimentação e hospedagem, frequentemente legitimados pelas autoridades eclesiais e administrados por representantes religiosos. Esses agentes, ao mobilizarem as comunidades anfitriãs para a oferta de serviços turísticos, contribuem para estruturar a economia local e, gradualmente, articulam-se com a gestão pública e com operadoras de turismo, visando à consolidação desse segmento (Shinde, 2024).

A formulação de políticas públicas de turismo não tem considerado as especificidades locais nem promovido um diálogo efetivo entre os diferentes atores envolvidos. Esse problema se evidencia na construção de monumentos religiosos, como a imagem de Nossa Senhora de Fátima no Crato (CE) e de Santo Antônio em Barbalha (CE), realizados por projetos estaduais com consulta limitada aos municípios. Como consequência, observa-se um descompasso entre o planejamento turístico e as práticas de apropriação do espaço pelos atores locais, dificultando tanto a consolidação desses atrativos quanto o desenvolvimento integrado e sustentável dos

destinos.

Essas obras, embora representem uma tentativa de valorização política e simbólica dos municípios e reforcem o papel de lideranças locais e regionais, não têm se mostrado suficientes, por si só, para consolidá-los como destinos religiosos. O principal desafio reside na criação de marcadores turísticos significativos, capazes de atribuir valor e sentido aos atrativos, estimulando tanto a visita de devotos quanto de turistas e, conseqüentemente, fortalecendo a economia local.

Nesse contexto, destaca-se a importância da identificação do monumento com a cidade, especialmente no que se refere à relação do santo homenageado com o território em que a obra foi edificada. Quanto mais forte for o vínculo histórico e simbólico entre o santo e o local, maior será o potencial de atração turística, já que é essa conexão que legitima o monumento como marcador e lhe confere sentido dentro da dinâmica do turismo religioso, abrindo possibilidades tanto para o planejamento turístico, quanto para a gestão do patrimônio e atividades eclesiais que corroborem para a identidade local.

Ao analisar as manifestações religiosas na região do Cariri cearense, observa-se uma distinção relevante entre figuras devocionais de alcance local e aquelas de caráter mais amplo. Nesse contexto, a devoção ao Padre Cícero constitui um fenômeno fortemente territorializado³⁰, cuja centralidade está vinculada ao município de Juazeiro do Norte. Sua identidade encontra-se profundamente enraizada na história, na cultura e na religiosidade da região, conferindo-lhe um papel simbólico e social de grande relevância.

Esses dois exemplos contrastam com cultos como o de Santo Antônio ou o de Nossa Senhora de Fátima, que, apesar de possuírem forte apelo popular, não estão circunscritos a um único território. Nossa Senhora, por exemplo, está vinculada às aparições na cidade de Fátima em Portugal, enquanto Santo Antônio possui uma trajetória histórica vinculada tanto a Lisboa, onde nasceu, quanto a Pádua, na Itália, onde viveu boa parte de sua vida e veio a falecer. O fato de ser padroeiro de diversos municípios, dispersa sua centralidade e enfraquece a exclusividade simbólica de qualquer uma dessas localidades, embora Barbalha promova uma das festas mais tradicionais em sua homenagem³¹:

Quem vem a Barbalha ele vem pra festa, ele não vem pra santo, tem a tradição, mas Santo Antônio não é só Barbalha principalmente o Crato, a Nossa Senhora não é do Crato, foi construído, inclusive há correntes que indicam que não tinha nenhum vínculo

³⁰ Situação semelhante ocorre com a Menina Benigna, cuja devoção é eminentemente associada ao município de Santana do Cariri que apesar de não fazer parte do campo de estudo também faz parte do conjunto de políticas monumentais do Estado do Ceará.

³¹ Nesse sentido, a experiência de Barbalha oferece um modelo mais autêntico e eficaz para a articulação local e regional do turismo religioso.

pra colocar Nossa Senhora de Fátima ali (AP08).

O governo do Estado quando construiu aqui, também construiu a Nossa Senhora de Fátima e agora tá fazendo a Menina Benigna. A ideia do Governo do Estado é criar uma rota religiosa na região do Cariri com esses monumentos, mas cada um é específico, Juazeiro é Padre Cícero, mas a Menina Benigna já consegue também fazer esse turismo religioso para ver o Santuário da Benigna porque é uma coisa muito local, eu acho que quando o santo é de casa, já Barbalha é Santo Antônio, a gente sabe que a gente não tem o romeiro, o Santo de casa obra milagre, o daqui ainda não obra milagre (AP03).

Padre Cícero é do Juazeiro do Norte aí tem esse sentimento de pertença, as pessoas vão muito porque ali é o local, o lugar onde a pessoa morou, vão encontrar a cama onde a pessoa dormia, tem muito essa questão (AP01).

Dessa forma, observa-se que a territorialização da fé é um componente que confere centralidade na construção de identidades religiosas locais. As comunidades se apropriam dessas figuras como símbolos identitários e patrimoniais, reforçando sua coesão social e sua distinção cultural no âmbito regional. Contudo, é importante destacar que embora elementos biográficos possam contribuir significativamente para a ancoragem simbólica de uma devoção, também as festas, práticas comunitárias e os saberes sustentam a construção territorial do sagrado (Oliveira, Cavalcante & Souza, 2020).

Nesse contexto, os monumentos religiosos são espaços onde essa autenticidade se manifesta por meio das práticas religiosas cotidianas e festivas, que continuamente produzem e ressignificam o lugar, reforçando os vínculos entre a figura devocional e a comunidade local. Essas práticas conferem ao monumento um papel ativo na construção da identidade religiosa e do sentimento de pertencimento coletivo, tornando-o um atrativo turístico que não é apenas um objeto estático, mas um local vivo de experiência cultural e espiritual.

MacCannell (1999) o turismo envolve a busca por experiências autênticas, nas quais o visitante deseja se conectar profundamente com a cultura e a sociedade que visita. Sendo assim, os monumentos, podem ser considerados atrativos turísticos que refletem a vivência religiosa local porque funcionam como símbolos culturais carregados de significado, que vão além de sua materialidade física. Assim, o monumento atrai turistas pela autenticidade das vivências religiosas que ali ocorrem, alinhando-se à ideia de que os atrativos turísticos são locais que oferecem um marcador que possibilitam envolvimento com a cultura visitada.

O monumento de Santo Antônio ou de Nossa Senhora de Fátima, a princípio, não motiva a visitação turística por si só. No entanto, marcadores que os distinguem como “a segunda maior estátua”, “o ponto mais alto da cidade”, “o maior cortejo do Pau da Bandeira” ou “o melhor pastel com caldo de cana”, podem proporcionar ao visitante um grau de envolvimento maior,

tornando o local mais atraente e justificando a visita. Esses significados são construídos gradualmente no imaginário turístico e definidos pelo engajamento do visitante com aquilo que o atrativo representa. Nesse sentido, possuir um monumento com mais de 30 metros de altura ou uma imagem de divindade que detenha maior prestígio dentro da comunidade religiosa pode conferir à localidade um status simbólico de poder e representatividade.

Um elemento central a ser considerado, diz respeito à postura dos municípios de Crato e Barbalha, que demonstram uma constante tentativa de captar os fluxos turísticos direcionados a Juazeiro do Norte, apostando predominantemente na divulgação de seus atrativos como estratégia central para atraí-los. De modo geral, há uma consciência acerca dos impactos econômicos positivos gerados pela atividade turística, o que incentiva a realização de diversas ações voltadas à captura dos gastos dos visitantes. No entanto, esse enfoque frequentemente se restringe à promoção dos destinos, sem articular de forma integrada a necessidade de planejamento e a qualificação da infraestrutura de recepção turística.

Essa dinâmica ocorre em um contexto marcado por rivalidades locais. Ao mesmo tempo em que existe um sentimento de unidade na região, o chamado bairrismo se torna um empecilho para o desenvolvimento conjunto. Como ressaltou um entrevistado:

O próprio povo tem uma grande parcela de culpa nisso porque é um povo extremamente bairrista, mas o bairrismo é bom até certo ponto, ele também pode atrapalhar porque a comunidade muito bairrista não quer unir forças pra dividir, por exemplo, pra juntar Crato e Juazeiro e fazer uma divulgação só, mas aqui um quer fazer o seu, a minha é melhor, a minha é maior, aí fica essa briguinha besta de Crato, Juazeiro e Barbalha e não cresce, e não desenvolve (AT05).

O Crato quer dizer que lá tem o melhor Expocrato aí fica tirando onda com Barbalha, diz que tem a maior festa, que lota mais, que tem mais gente e Juazeiro fica dizendo que lota com Padre Cícero no dia religioso, existe uma disputa, muita gente enxerga que essa disputa existe entre cidades, de querer ser mais forte (AP06).

Esse sentimento de competitividade entre os municípios, principalmente no eixo Crajubar se dá pelas conquistas que Juazeiro conseguiu ao longo de sua história, passando de um pequeno distrito que fazia parte do Crato (que dividia com Barbalha o título de grande produtor de açúcar e outros bens para a região do sertão) a um município de grande representação, sendo uma liderança no Cariri.

Nesse contexto, a monumentalidade dos santos pode ser compreendida como um sintoma visível desse provincianismo resistente, evidenciando a sobreposição de estratégias simbólicas e competitivas à cooperação regional, dificultando a construção de um sistema de governança madura e integrada no turismo religioso.

Há ainda uma dimensão identitária regional muito presente no Cariri cearense,

especialmente no eixo CRAJUBAR (Crato, Juazeiro do Norte e Barbalha), marcada por bairrismo e disputas simbólicas e políticas entre os municípios. Isso se manifesta na competição por investimentos estatais e obras turísticas, como anéis viários e teleféricos, reforçando dinâmicas locais de rivalidade e pertencimento. Como aponta um dos entrevistados, cada conquista em um município desperta reações nos demais, numa lógica de comparação constante:

É uma questão muito do Cariri, principalmente do CRAJUBAR, o bairrismo, é um bairrismo muito forte até porque Juazeiro pertencia a cidade de Crato, e foi extinto do Crato, o padre Cícero nasceu no Crato, foi expulso do Crato né? (...) nessa questão do bairrismo o que a gente vê? Se o Governo do Estado investe alguma coisa em Juazeiro, e Crato cobra, é como se dissesse: ‘Não, não pode fazer lá e não fazer aqui’, construiu-se um anel viário aqui no Juazeiro, já tinha construído um no Crato, foi uma cobrança do Crato, depois começaram a construir o teleférico em Barbalha, depois em Juazeiro, o Crato já tá atrás de um teleférico, e assim vai (AP01).

A construção destes monumentos por si só não tem sido capaz de posicionar estes municípios como promissores, nem no cenário político como um todo, tão pouco no turismo religioso que é o principal motivo elencado pelos gestores públicos quando tomam a decisão de presentear suas localidades com estes monumentos. E isso se deve principalmente pela necessidade de se criar um marcador turístico para estes atrativos, ou seja, um sentido, uma motivação, que possa fomentar a chegada de visitantes, sejam turistas ou devotos, e assim conseguir fomentar a economia local.

Não há um trabalho articulado entre os municípios para o desenvolvimento integrado da atividade turística. Cada cidade busca se firmar como destino final, para isso, investe recursos de forma isolada, desconsiderando que a infraestrutura turística das três localidades é complementar. Guias de turismo e materiais promocionais dos roteiros evidenciam que a maioria dos visitantes se hospeda em Juazeiro do Norte, mesmo quando o principal interesse é participar de eventos ou visitar atrativos situados no Crato ou em Barbalha. Da mesma forma, quando Juazeiro é o destino principal, os turistas frequentemente reservam um ou dois dias para conhecer trilhas ecológicas, balneários e outros atrativos histórico-culturais das cidades vizinhas.

Além da ausência de articulação intermunicipal, não há uma definição clara sobre qual identidade turística deve ser adotada. A gestão pública revela um certo conflito quanto à forma de investir no setor, que na maioria das vezes concentra esforços em um único segmento. E, diante da diversidade de atrativos existentes na região, torna-se difícil estabelecer metas e objetivos consistentes, tendo como resultado investimentos distribuídos de maneira dispersa, sem foco estratégico, comprometendo o retorno esperado.

Quando eu olho para o Crato eu penso muito na cultura, confesso que não me vem a imagem da peregrinação de Nossa Senhora de Fátima, e quando olho pra Barbalha é os balneários, então assim, o turismo religioso ele vem agregar a essas duas realidades, Crato é pra morar, Juazeiro pra trabalhar, Crato, berço da cultura, da poesia, da expressão de valorização da cultura, não que isso não tenha em Juazeiro, mas é que Juazeiro vai se estruturando a partir das romarias, ela já nasce a partir da acolhida do Padre Cícero, ela se estrutura e quando você olha pra Juazeiro vem as romarias (AR02).

A gente sempre diz que Crato tem a Chapada, os grupos de cultura e Barbalha é a terra dos verdes canaviais, mas pra fazer referência a religiosidade a gente sempre cita Juazeiro do Padre Cícero (AR04).

Há uma tentativa de conciliar a exploração dos recursos culturais com o aproveitamento do turismo religioso em Juazeiro do Norte. No entanto, essa dualidade revela um impasse estratégico: embora o fluxo de romeiros seja expressivo em termos quantitativos, ele é frequentemente percebido como economicamente pouco vantajoso. Muitos desses visitantes não são considerados turistas no sentido tradicional, pois permanecem por períodos curtos, consomem pouco e raramente utilizam serviços estruturados de hospedagem ou lazer.

Essa condição desafia as políticas públicas de turismo, que oscilam entre reconhecer a relevância simbólica e cultural desse público e buscar alternativas que atraiam visitantes com maior capacidade de consumo. Assim, evidencia-se a ausência de um planejamento integrado que considere tanto o valor sociocultural dos romeiros quanto a necessidade de desenvolver um turismo economicamente sustentável para a região.

Do mesmo modo, os atores do turismo local reconhecem que, embora a região conte com uma diversidade de atrativos, o segmento religioso se apresenta como a forma mais rápida de captar visitantes, devido à força já consolidada desta modalidade:

A região do Cariri, ela é muito diversificada né? Ela tem muitas possibilidades de aproveitamento do turismo, do turismo ecológico, do turismo cultural, científico, o próprio turismo corporativo de negócios, então existem várias possibilidades, turismo de eventos, né? Então quando há muitas possibilidades as vezes isso dificulta o gestor escolher um caminho, em torno dessas discussões, há possibilidades do Cariri se apresentar em todos esses segmentos, né? Mas o turismo que gera mais fluxo e pode dar um retorno mais imediato sem sombra de dúvida é o religioso (AT01).

Evidencia-se que, para alguns atores, o turismo religioso atua como porta de entrada estratégica para o desenvolvimento turístico do Cariri, atraindo visitantes interessados em consumir, que, ao chegarem, podem conhecer outros atrativos e gerar renda local. Contudo, para que esse potencial seja plenamente aproveitado, é fundamental que os municípios implementem planejamento e rotas estruturadas para orientar os turistas:

Eu acho que o turismo religioso é o início, né? Porque o pessoal tá vindo, quer gastar, mas as vezes quer gastar, e não sabe onde, aí eles têm aquilo na concepção deles que só

tem o Caldas como clube, o Caldas no começo tinha um receptivo pra isso, montou e deu certo e eu acho que os municípios têm que estabelecer essa rota pra esse pessoal vir fazer turismo aqui também (AP02).

Para que a atividade turística aconteça é preciso que haja uma oferta que inclui serviços e infraestrutura e conseqüentemente, uma demanda que consuma aquilo que é oferecido. O turismo religioso requer algumas especificidades em sua oferta que envolvam características devocionais que não necessariamente precisam ser grandes santuários e monumentos, pois a fé é algo subjetivo em que cada indivíduo pode manifestá-la de acordo com sua crença, e essa subjetividade está imbricada em mitos e rituais que se fortalecem à medida que um grupo social repete esses mesmos atos, e, nesse sentido, o papel da organização religiosa na gestão de um atrativo turístico religioso faz toda a diferença, pois ela norteará os fiéis e devotos que chegam.

A simples existência de diferenciais ou atrativos singulares não garante, por si só, o interesse do turista por um destino. É necessário que esses elementos estejam inseridos em um ambiente estruturado, acessível e capaz de proporcionar experiências significativas, atendendo aos parâmetros de qualidade da oferta turística, essenciais para a competitividade dos destinos. Partindo do contexto do campo estudado, torna-se possível realizar um mapeamento dos principais obstáculos à consolidação do turismo na região, entre eles: deficiências na infraestrutura de recepção, ausência de planejamento integrado e coordenação regional, rivalidades municipais e bairrismo, limitação de investimentos da iniciativa privada e carência de experiências turísticas coerentes e integradas.

A infraestrutura turística se configura como um dos pilares fundamentais para a consolidação de um destino, uma vez que influencia diretamente na experiência do visitante e na sua decisão de retorno ou recomendação. A atratividade de um local não depende apenas da existência de recursos turísticos, mas da presença de condições adequadas para acessibilidade, mobilidade, hospedagem, alimentação, segurança e informação, a ausência ou precariedade desses elementos compromete a qualidade da experiência turística e limita o tempo de permanência e o gasto médio do visitante no destino.

Uma alternativa para melhor aproveitamento destes monumentos é a partir da existência de uma governança que envolva uma gestão coordenada, abrangendo a participação dos diversos atores que compõem o campo turístico, desde a gestão pública, a iniciativa privada e a sociedade civil, na tomada de decisões desses atrativos. No caso do turismo religioso, as organizações religiosas constituem outro ator essencial nesse processo de gestão, uma vez que a vivência devocional, por meio de ritos e artefatos que fazem parte da atratividade religiosa, será responsável pela mobilização do segmento turístico.

A governança está relacionada com a coordenação de esforços visando a estruturação, sustentação e regulação de normas e ações dentro de um contexto específico, que no caso do turismo tem a ver com a competitividade e sustentabilidade da atividade. Portanto, a superação das limitações enfrentadas pela gestão pública demanda a construção de mecanismos de governança mais integrados, capazes de promover o planejamento estratégico contínuo e a inclusão da participação social, visando à sustentabilidade e à equidade no desenvolvimento turístico regional.

A análise do Crajubar evidencia que, apesar do reconhecimento do valor econômico e cultural do turismo, a fragmentação municipal, as rivalidades locais e a ausência de mecanismos formais de coordenação comprometem a governança regional. No Cariri cearense, essas dinâmicas se articulam em torno de disputas territoriais, sentidos atribuídos aos espaços e práticas religiosas, moldando a gestão do turismo. A seção seguinte examina como essas inter-relações influenciam a governança turística na região, revelando tanto oportunidades quanto desafios para a integração e sustentabilidade do setor.

4. A governança turística no contexto do Cariri cearense: disputas, sentidos e práticas religiosas

4.1. Governança turística

A governança é uma forma de gestão cuja estrutura é pautada na adoção de mecanismos de tomada de decisão com participação democrática de diferentes atores. Apesar de ser uma prática realizada implicitamente em algumas sociedades, ela passou a ser institucionalizada nas organizações privadas a partir de 1930, quando empresários viram a governança como uma forma de delegar as decisões à gestores (acionistas) que passariam a prestar contas sobre as ações realizadas, a partir disso, a governança passa a ser uma ferramenta em que se discute informações sobre as organizações levando a tomada de decisões coletivas. Pouco a pouco foi ocorrendo uma adesão da gestão pública às práticas de governança, possibilitando que a sociedade civil participasse de alguma forma na construção das políticas públicas, a partir dos processos de elaboração, implementação e avaliação, representando um novo modelo de administração pública (Almeida, Emmendoerfer, Knupp & Marques, 2025).

No campo do turismo, a governança torna-se especialmente relevante porque a atividade turística depende de uma série de atores interdependentes, como o poder público, a iniciativa privada, comunidades locais, organizações religiosas (no caso do turismo religioso) e demais setores da sociedade. Nenhum desses elementos isoladamente é capaz de garantir o funcionamento pleno do turismo, que se comporta como uma engrenagem coletiva.

Com isso, a ideia de governança é enfatizada quando uma comunidade tem como objetivo promover o desenvolvimento turístico, uma vez que ela pressupõe o estabelecimento de relações de cooperação entre a sociedade civil e o Estado, se caracterizando como um modelo descentralizado de gestão dos assuntos públicos, em que a gestão pública deixa de ocupar um lugar central no processo político tradicional e passa a desenvolver formas de cooperação política, abrindo o diálogo sobre determinados temas com outros atores envolvidos: organizações privadas, não governamentais, e demais grupos de interesse (Matos & Dias, 2013).

O principal enfoque da governança turística manifesta-se na conformação de redes que integram um determinado território. Tais redes são compostas por atores sociais, públicos e privados, que, embora mantenham autonomia operacional, revelam-se interdependentes na busca por objetivos comuns. Essa dinâmica baseia-se em uma articulação horizontal, caracterizada pela cooperação e pela coordenação das ações voltadas ao planejamento e ao

desenvolvimento sustentável da atividade. Essas relações ocorrem dentro de um padrão de normas, regras e percepções comuns que a legitimem, e, sobretudo que não estejam submetidas a comandos hierárquicos, nem às leis de mercado, mas priorizando a utilização e distribuição dos recursos, contribuindo assim, para a produção da finalidade pública (Velasco Gonzales; Trentin, 2014).

Governança turística envolve atores governamentais e não governamentais que trabalham juntos coletivamente para assegurar uma meta coletiva ou ordem social. Devem ser construídas redes que contemplem a interdependência, a cooperação e a relação/vínculo nos âmbitos privado, público e terceiro setor, tendo como desafios organizacionais a inclusão desses atores, o consenso, o envolvimento, e o poder de representação que cada um exerce (Coutinho; Nóbrega, 2019).

Não existe um modelo universal de governança turística, uma vez que sua implementação deve ser sensível às especificidades de cada território. Conforme enfatizam Wan e Bramwell (2015), os arranjos de governança precisam considerar o contexto geográfico, político, social e econômico em que estão inseridos, adotando uma leitura territorializada dos desafios e oportunidades. Nesse sentido, a governança deve ser adaptada às características locais, reconhecendo a diversidade de situações e demandas.

Paralelamente, Hall (2011) evidencia que os modelos de governança refletem escolhas políticas, concepções de democracia e os papéis atribuídos aos diferentes grupos sociais, o que implica que tais modelos não são neutros. Pelo contrário, eles incorporam valores, prioridades e relações de poder que moldam tanto sua estrutura quanto seu funcionamento, tornando a análise da governança turística um exercício que envolve simultaneamente dimensões territoriais, políticas e sociais.

A ampliação das parcerias no âmbito do planejamento turístico, especialmente no que se refere às políticas públicas, tem promovido uma participação mais ampla da sociedade civil em processos que, historicamente, eram conduzidos exclusivamente pelo Estado. Essa transformação decorre, em grande medida, das pressões exercidas pela própria sociedade, que, ao evidenciar limitações fiscais, apresentar críticas à atuação estatal e acompanhar as dinâmicas impostas pela globalização econômica, contribui para a reconfiguração do modelo de gestão. Nesse contexto, observa-se um movimento de descentralização das decisões, no qual responsabilidades e espaços de deliberação são compartilhados entre diversos atores sociais, fortalecendo, assim, a governança democrática e a efetividade das políticas de turismo (Bramwell, 2004).

Há o entendimento, influenciado pelas agendas de desenvolvimento sustentável, sobre

a necessidade de expansão da participação de grupos comunitários locais, na formulação das políticas que afetam diretamente suas vidas. Denominada de “boa governança” é uma forma de gestão que requer uma participação mais ampla da comunidade empoderando grupos e indivíduos na tomada de decisão do turismo (Murphy, 1988; Bramwell, 2004).

A diversidade de participantes constitui um fator de eficácia para a governança turística, pois, por meio das parcerias estabelecidas, é possível atender a diferentes interesses. Parte-se do pressuposto de que a consideração das demandas de todos os envolvidos influencia de forma significativa o processo de tomada de decisão. Ademais, a avaliação contínua da participação das partes interessadas possibilita identificar quais atores necessitam ampliar seu engajamento e desenvolver capacidades estratégicas, prevenindo polarizações e promovendo negociações mais colaborativas e equilibradas (Bramwell, 2004).

As parcerias acontecem por meio de arranjos colaborativos em que partes interessadas dos setores públicos, privados e comunitários possam se reunir e discutir a tomada de decisões políticas no que tange à gestão e desenvolvimento do turismo. Esses arranjos estimulam um processo democrático e encorajam uma melhor coordenação entre as políticas uma vez que são negociadas e construídas mutuamente.

Espera-se, portanto, um incremento da governabilidade em que demandas sociais são alcançadas, viabilizando o processo de elaboração de políticas públicas que alcancem problemas de interesse geral. É criada uma rede de políticas em que organizações públicas, privadas e do terceiro setor interagem entre si com o objetivo de gerenciar problemas públicos (Matos & Dias, 2013).

Há uma predominância nos debates a respeito da atividade turística, principalmente por parte dos setores econômicos cobrando da gestão pública investimentos na infraestrutura turística e de apoio para tornar as cidades cada vez mais atrativas e promissoras para o turismo. No entanto, o turismo é uma atividade que funciona de forma articulada, tal qual uma engrenagem, em que todas as peças ou atores envolvidos precisam estar articulados em uma mesma finalidade.

Direcionar esforços para tornar as relações de colaboração mais inclusivas; incentivar as capacidades institucionais e de autoconfiança de partes que não estão desenvolvendo seus papéis na parceria; ou ainda, consultar atores não engajados a transmitirem seus pontos de vista sobre as propostas, são estratégias que podem auxiliar para que as parcerias obtenham melhores resultados (Bramwell, 2004).

A governança não é constituída por um grupo de pessoas simplesmente, mas por organizações formais evitando que algumas ações ou atividades se sobreponham, seja em

termos de competências ou de alocação de recursos, e está na maioria das vezes representada pelos conselhos, podendo estar representada por associações, organizações da sociedade civil, fóruns, comitês, entre outros.

4.2. Tipos de governança

A governança é uma construção social que se desenvolve por meio da articulação entre diversos atores, embora, geralmente, exista um agente central responsável por direcionar as pautas locais. Guiados por esse protagonismo, Hall (2011) identificou quatro modelos distintos de governança: hierárquica, comunitária, em rede e mercadológica (privada), concebidos como formas de orientar a gestão de políticas públicas.

Esses modelos têm como função principal evidenciar quais atores ocupam posições centrais nos processos de gestão. Ainda que não capturem toda a complexidade das interações e negociações entre os diversos agentes, podem, em alguma medida, auxiliar na compreensão da dinâmica relacional e do caráter processual da construção da governança.

A governança hierárquica é aquela em que a gestão pública coordena as diretrizes da atividade turística de uma localidade, conduzida por meio de ações regulatórias e de modo verticalizado. É um modelo cada vez mais enfraquecido, visto que a sociedade civil tem cada vez mais se posicionado em busca de reivindicar soluções às questões não apenas turísticas, mas sociais como um todo. No entanto, nem todas as localidades entendem o papel que devem exercer e permanecem num estado de acomodação, aguardando políticas públicas que possam fomentar o desenvolvimento turístico (Hall, 2011).

O modelo hierárquico de governança se compõe de modo racional, de forma que uma autoridade central, respaldada legalmente, seja capaz de subordinar outros atores, realizando a coordenação por meio do estabelecimento das decisões e regras de modo unilateral. As políticas e estratégias são determinadas de cima para baixo (Bevir, 2012).

É esperado que a gestão pública coordene os objetivos conflitantes evitando contradições, em relação aos interesses individuais dos atores, em que, por exemplo, empresários com o objetivo de lucro e crescimento de seus empreendimentos nem sempre estão interessados na preservação ou manutenção de reservas naturais. Cabendo a imposição de limites por meio de regulações e fiscalizações que busquem tornar a sociedade um espaço mais igualitário, gerenciando crises, coordenando e supervisionando atores; realizando liderança social, assumindo assim uma representação simbólica (Velasco González, 2016).

A governança mercadológica direciona as políticas do turismo a partir de seus próprios

interesses sem muitas vezes pensar na comunidade e até mesmo nos concorrentes e diz respeito a privatização de funções que seriam de domínio do Estado. Nesse modelo, a intervenção da gestão pública acontece por meio de incentivos financeiros e o uso de mecanismos regulatórios (Hall, 2011). Pode impactar negativamente devido a criação de monopólios, em que grupos privados acabam determinando a política de preços e controlando o acesso a bens públicos que deveriam estar disponíveis a todos (Bevir, 2012).

A governança comunitária é aquela em que os cidadãos assumem a responsabilidade da atividade turística, coordenando os processos de sua gestão, havendo um envolvimento mais direto dos cidadãos, que por meio de conselhos e associações passam a tomar as decisões a respeito do turismo local (Hall, 2011). Contudo, esse tipo de governança pode apresentar aspectos negativos devido à baixa capacidade técnica da população local, o que resulta na dificuldade no acesso a recursos e à qualificação dos serviços oferecidas. A adoção de uma gestão participativa pode acarretar maior lentidão nos processos decisórios, o que torna essencial o estabelecimento de um equilíbrio que assegure a participação sem comprometer a efetividade na implementação dos projetos (Pinto; Martins; Leonel; Ckagnazaroff, 2018).

A governança em rede é concebida como uma abordagem que privilegia a colaboração entre múltiplos atores organizacionais, caracterizando-se por interdependência mútua, compartilhamento de poder e fluxo contínuo de informações (Erkuş-Öztürk & Eraydın, 2010). Ela permite articular stakeholders diversos, aprimorar o planejamento e facilitar a resolução de problemas complexos em destinos turísticos (Dredge, 2006; Beaumont & Dredge, 2010).

Trata-se de uma abordagem mais participativa, envolvendo todos os atores no processo, com o objetivo de facilitar a coordenação de interesses públicos e privados na utilização de recursos, potencializando a eficiência na implementação de políticas. Baseia-se em redes auto-organizadas, nas quais organizações autônomas trabalham conjuntamente para alcançar objetivos coletivos que seriam difíceis de atingir individualmente.

Contudo, um dos principais desafios da governança em rede é a inclusão de todos os atores no processo de planejamento, de forma a garantir que interesses particulares não se sobreponham a interesses coletivos mais amplos, especialmente em questões ambientais, que não devem ser subordinadas a aspectos meramente econômicos (Dredge, 2006; Beaumont & Dredge, 2010; Hall, 2011).

O quadro 8 sintetiza os diferentes tipos de governança turística, destacando suas características essenciais e os instrumentos de política primária correspondentes. Os tipos de governança indicam quem protagoniza o processo de envolvimento dos atores; no entanto, espera-se que haja uma participação coletiva no desenvolvimento da atividade turística. Essa

organização permite uma visão comparativa clara, facilitando a análise das distinções estruturais e funcionais entre os modelos e sua aplicação em contextos específicos.

Quadro 8 - Tipos de governança

	Características do tipo classificatório	Instrumentos de política primária
Hierárquico	- Modelo idealizado de governo democrático e administração pública; - Distingue entre espaço de política pública e privada; - Foco no bem público ou comum; - Comando e controle (ou seja, tomada de decisão "de cima para baixo"); - Relações hierárquicas entre diferentes níveis do Estado	- Lei e Regulamentação; - Alocação clara e transferências de poder entre os diferentes níveis do Estado; - Desenvolvimento de um conjunto claro de arranjos institucionais; - Licenciamento, autorizações, consentimentos e padrões; - Remoção de direitos de propriedade
Mercadológica	- Crença no mercado como o mecanismo de alocação de recursos mais eficiente e justo; - Crença na capacitação dos cidadãos por meio de seu papel como consumidores; - Emprego de critérios monetários para medir a eficiência; - Arena política para os atores econômicos onde cooperam para resolver problemas comuns	- Corporativismo e / ou privatização de órgãos do Estado; - Uso de preços, subsídios e incentivos fiscais para encorajar comportamentos desejados; - Uso de instrumentos regulatórios e legais para estimular a eficiência do mercado; - Instrumentos voluntários; - Não há intervenção
Comunitário	- Noção de que as comunidades devem resolver seus problemas comuns com o mínimo de envolvimento do Estado; - Baseia-se em uma imagem consensual da comunidade e no envolvimento positivo de seus membros nas preocupações coletivas; - Governança sem governo; - Fomento do espírito cívico	- Autorregulação; - Reuniões públicas e municipais; - Participação pública; - Não intervenção; - Instrumentos voluntários; - Informação e educação; - Associações de voluntários
Redes	- Facilitar a coordenação de interesses públicos e privados e alocação de recursos e, portanto, aumentar a eficiência da implementação de políticas; - Varia de comunidades de políticas coerentes / triângulos de políticas até coalizões de questões únicas; - Regular e coordenar áreas de política de acordo com as preferências dos atores da rede do que considerações de política pública; - Dependência mútua entre rede e Estado	- Autorregulação; - Esquemas de acreditação; - Códigos de prática; - Associações da indústria; - Organizações Não Governamentais

Fonte: Hall (2011)

Sendo assim, o que se verifica no município de Barbalha é que, entre as práticas de governança, apenas o aspecto do planejamento é contemplado, pois não tem sido executada nenhuma política no entorno do monumento que tenha como objetivo o desenvolvimento turístico. Ao observar as ações dos atores envolvidos na construção e gestão dos monumentos

de Nossa Senhora de Fátima, no Crato; e o Monumento de Santo Antônio em Barbalha, é possível evidenciar os tipos de governança, ainda que de modo incipiente, na gestão de cada atrativo.

O Monumento de Nossa Senhora de Fátima, no Crato, é caracterizado por um processo de governança que se aproxima do modelo comunitário, no qual a comunidade passou a lidar com os problemas comuns no entorno do monumento por meio de ações voluntárias, da criação de uma associação local, de um sistema de autorregulação com regras para o funcionamento das barracas e da realização de reuniões públicas para a tomada de decisão. Por algumas vezes foi solicitada a participação do Estado uma vez que cabe a este a implementação de políticas públicas, no entanto, houve uma participação ativa e efetiva da comunidade no processo decisório a respeito das políticas implementadas.

Ao mesmo tempo, é possível identificar aspectos de uma governança em rede, principalmente a partir das ações das organizações religiosas que passa a facilitar a coordenação de interesses públicos e privados na alocação e recursos, visando melhorias no local, é evidenciado na campanha em torno da reforma do monumento em que as decisões foram tomadas em conjunto com todos os atores.

Depois que esse padre mudou, ele fez até uma missa aqui, aqui também nas barracas (...) Mesmo antes, de vez em quando ele vinha aqui, porque ele é do São Francisco aqui, ele acompanhou muito a gente aqui também, passou um bocado de tempo, ele acompanhou a gente (...) depois que ele veio tomar de conta, ele veio pediu que queria ter uma reunião com a gente, a gente se reuniu com ele, ele disse: ‘Ó, a partir de hoje a gente vai fazer diferente’ aí ele foi organizando, aí começamos trabalhando com ele, ele ajudava a gente e a gente ajudava ele também (AT02).

Não se observa, no contexto do monumento de Santo Antônio em Barbalha, uma articulação efetiva entre os diversos atores do campo turístico que evidencie a existência de um processo estruturado de governança. Ao contrário, percebe-se que a condução das poucas políticas relacionadas ao espaço, tem sido centralizada pela gestão pública, com baixa participação ou protagonismo por parte dos demais segmentos, como a iniciativa privada, a Igreja e a comunidade local. A dinâmica decisória revela um modelo verticalizado, nas quais as decisões são tomadas unilateralmente pelo poder público, a exemplo da proibição do exercício de atividades comerciais no entorno do monumento, sem a construção de consensos ou o envolvimento dos demais agentes interessados:

Tem ambulante, um ou outro, mas assim, não tá permitido a comercialização na parte do monumento, da estrutura, mas aí os ambulantes já tão ficando na parte ao redor da estrutura sem poder ficar comercializando na parte interna, mas na parte externa, tem ambulante comercializando. Já teve uma procura, inclusive logo no início eles começaram a botar meio que desordenado lá, aí foi preciso frear, porque quando eles

colocam um quiosque, uma coisa, eles ficam com aquele sentimento de posse, aí já diz que abriu aquele espaço, que botou e agora ali é dele, aí pra evitar esse tipo de coisa, como não está concluído ainda, aí a prefeitura barrou pra poder fazer uma coisa mais organizada (AP05).

Diferentemente do que ocorreu no município vizinho do Crato, onde membros da comunidade se organizaram em torno da identificação de um problema comum e buscaram ativamente sua inserção nos processos decisórios, em Barbalha observa-se uma fragmentação social e uma postura predominantemente passiva por parte da população local, que tende a aguardar a atuação da gestão pública. Esse padrão de dependência também se manifesta nas organizações religiosas, cuja atuação no monumento de Santo Antônio está condicionada à autorização e ao suporte do poder público, revelando uma limitação da autonomia dessas instituições na condução de suas práticas e ações no espaço.

A prefeitura cede, eles todo mês se comprometeram, o prefeito se comprometeu de dar o suporte, de dar palco, o som, mas cadeira não (...) eles têm na agenda, mas você sabe como é prefeitura né? tem na agenda, tudo certo, liberado todo dia 13, mas precisa lembrar, até fica aquela coisa, porque se eles não derem esse suporte não tem como fazer, a igreja em si não tem estrutura (AR04).

A falta de instâncias deliberativas, de mecanismos de escuta e de parcerias intersetoriais evidencia um modelo de governança limitado, que ainda não incorpora práticas colaborativas e reflexivas. Com isso, torna-se difícil consolidar o monumento como parte estratégica do desenvolvimento turístico local, enfraquecendo seu potencial simbólico e econômico no território.

Em suma, a comparação entre os municípios de Crato e Barbalha evidencia diferenças significativas quanto aos modelos de governança turística adotados em relação aos monumentos religiosos. À luz da tipologia proposta por Hall (2011), observa-se que o Crato apresenta elementos mais próximos de uma governança em rede, caracterizada pela articulação entre atores públicos, organizações religiosas, sociedade civil e representantes da comunidade, que se mobilizam em torno de interesses comuns e participam ativamente dos processos decisórios.

Já em Barbalha, prevalece um modelo de governança hierárquica, centrado na atuação da gestão pública, com baixa participação dos demais atores e uma tomada de decisão predominantemente verticalizada. Essa assimetria compromete a construção de políticas públicas mais inclusivas e a consolidação de estratégias sustentáveis de valorização do patrimônio religioso como atrativo turístico. A ausência de mecanismos de corresponsabilidade e diálogo intersetorial em Barbalha limita o potencial de apropriação simbólica dos espaços religiosos e enfraquece sua integração às dinâmicas do turismo.

4.3.Dimensões da governança turística

A perspectiva de governança inseriu no contexto das políticas públicas uma compreensão sobre as estruturas e processos de governo em que os papéis dos atores públicos e privados são revistos havendo um realce na responsabilidade da ação política de cada um deles. Com base nisso, Hall (2011) aponta as características dos modos de governança em que incluem atores públicos, privados e da sociedade civil na elaboração de políticas de turismo.

A governança, especialmente no contexto das políticas públicas voltadas ao turismo, é composta por um conjunto de princípios que orientam práticas mais democráticas, flexíveis e participativas. Entre seus elementos fundamentais destaca-se, em primeiro lugar, a participação e o compartilhamento de poder, que pressupõem a superação de modelos centralizados em que a formulação de políticas é exclusiva dos entes reguladores. Nesse modelo, atores públicos e privados em diferentes níveis devem ser incorporados ao processo decisório por meio de parcerias intersetoriais e mecanismos de cooperação.

Em segundo lugar, a integração multinível torna-se indispensável, uma vez que a coordenação entre os diversos níveis de governo (municipal, estadual e federal) deve ocorrer de forma articulada, tanto horizontal quanto verticalmente, envolvendo também o setor privado e a sociedade civil organizada. Outro princípio importante é o da diversidade e descentralização, que incentiva a adoção de abordagens múltiplas e adaptativas em detrimento de soluções legislativas uniformes e padronizadas, promovendo a adequação das políticas às realidades locais.

A deliberação entre as partes interessadas, sejam elas públicas, privadas ou comunitárias, constitui um componente central, contribuindo para a legitimação democrática dos processos e fortalecendo a transparência e a corresponsabilidade. Além disso, a flexibilidade normativa permite que diretrizes, normas e padrões sejam revistos e ajustados conforme as circunstâncias e necessidades evoluam ao longo do tempo, garantindo maior aderência às dinâmicas territoriais. Por fim, a governança moderna também contempla o estímulo à experimentação e à produção compartilhada de conhecimento, favorecendo um ambiente de monitoramento colaborativo, troca de experiências e aprimoramento contínuo das práticas adotadas.

Quadro 9 - Características da governança turística

Elementos	Características
-----------	-----------------

Participação e compartilhamento de poder	A formulação de políticas não é considerada domínio exclusivo dos reguladores, mas as partes interessadas, de diferentes níveis, devem participar do processo político.
Integração multinível	A coordenação entre os diferentes níveis de governo deve ocorrer tanto horizontal quanto verticalmente, inclusive envolvendo atores privados.
Diversidade e descentralização	Incentivo a abordagens coordenadas em detrimento a uma abordagem legislativa ou regulatória padrão.
Deliberação	Legitimação democrática dos processos de formulação de políticas por meio do incentivo a uma maior deliberação entre as partes interessadas
Flexibilidade e revisabilidade	Implementação de leis, diretrizes e padrões flexíveis que podem ser revisados conforme as circunstâncias da política mudam.
Experimentação e criação de conhecimento	Incentivo à experimentação local com a criação e compartilhamento de conhecimento em conexão com a vigilância multilateral e intercâmbio de resultados e melhores práticas.

Fonte: Hall, 2011

Em consonância a isso, Velasco González (2016) aponta quatro dimensões que permitem observar a governança turística de um destino: a) a existência de um plano estratégico de desenvolvimento local que aponte de modo consensual, demonstrando os interesses de todos os atores envolvidos, os objetivos para o desenvolvimento da atividade turística; b) as relações de cooperação e coordenação entre os atores que estão envolvidos na gestão do turismo local, incluindo a confiança nas instituições, e o apoio nos processos empreendidos para o desenvolvimento local; c) a participação e inclusão dos atores no processo; e, d) as capacidades institucionais efetivas que possam garantir a eficácia das políticas e projetos de turismo implementados (Velasco González, 2008; 2016).

Por sua vez, Trentin (2016) afirma que a governança se dá pelo envolvimento conjunto do Estado, mercado e sociedade civil na tomada de decisão, utilizando mecanismos de controle e capacidade de coordenação que permitem a troca de recursos e interação visando um objetivo comum. Desse modo, é possível visualizar uma abordagem de coordenação, colaboração e cooperação dos atores em seu processo de envolvimento na governança turística. Tendo a coordenação como um alinhamento de esforços para atingir metas, a colaboração como um processo de negociação formal e informal entre os atores que criam regras e estruturas que irão reger as relações e formas de agir e decidir, e, a cooperação como resultado comportamental em que a informação é compartilhada, não havendo uma hierarquia, mas um envolvimento conjunto de cada ente no processo.

Nesse contexto, é possível verificar estratégias de ação dos atores que atuam visando: a) capacidade de mobilização de recursos, dependendo tanto dos recursos que cada um controla

quanto da sua representação que está diretamente relacionado ao entendimento acerca do papel de cada ator dentro do campo turístico; b) consenso nas decisões resultando em um entendimento comum mesmo que um dos atores possa ter maior controle dentro do campo; e, c) empoderamento para resolver questões relevantes demonstrando o envolvimento dentro da rede de governança (Coutinho & Nóbrega, 2019).

Com base nos aportes teóricos de Velasco González (2008; 2010), Hall (2011), Trentin (2016) e Coutinho & Nóbrega (2019), foram definidas as categorias analíticas utilizadas para examinar o grau de envolvimento dos diferentes atores no campo do turismo. Tais categorias são operacionalizadas a partir de práticas relacionadas à governança turística, sistematizadas em quatro eixos estruturantes, conforme apresentado no quadro 10, a seguir.

Quadro 10 - Dimensões da governança turística - categorias analisadas

Categoria	Conceito	Indicadores
Planejamento estratégico	Diretrizes estruturadas que orientam o desenvolvimento turístico, com ênfase na definição clara de objetivos, metas e estratégias integradas, alinhadas às especificidades territoriais e às demandas dos atores do campo turístico	Existência de planos de turismo com clareza na definição de objetivos, metas e ações estratégicas e inclusão de diretrizes específicas para desenvolvimento sustentável e integração territorial.
Participação e inclusão dos atores	Papel e representatividade dos diversos atores envolvidos, abrangendo sua inclusão nos processos decisórios e a consideração de interesses plurais, assegurando a legitimidade e a diversidade no âmbito da governança turística	Diversidade de atores envolvidos nos processos decisórios, existência de espaços institucionais formais para participação e presença de políticas de inclusão de grupos minoritários
Cooperação e coordenação	Dinâmicas de articulação e negociação entre os atores, orientadas para a construção de consensos e o compartilhamento de decisões, promovendo sinergias que potencializem a governança colaborativa e a eficácia das políticas públicas.	Existência de acordos formais entre os diferentes atores e níveis governamentais; mecanismos de comunicação efetiva; e grau de consenso alcançado em decisões estratégicas, medido pela percepção dos atores
Capacidade institucional e empoderamento	Autonomia, recursos e competências dos atores para resolução de conflitos e gestão de demandas no âmbito da rede de governança, incluindo a habilidade para mobilizar recursos e influenciar processos políticos e administrativos por meio do estabelecimento de normas e procedimentos que permitam o trabalho conjunto entre uma pluralidade de atores	Quantidade e qualificação dos recursos humanos, disponibilidade de recursos financeiros, infraestrutura e tecnologias disponíveis e o nível de autonomia das instituições.

Fonte: Elaborado pela autora baseado em Velasco González 2008; Hall, 2011; Coutinho & Nóbrega, 2019

Nas categorias analíticas delineadas no quadro 10, procedeu-se à análise crítica das ações desenvolvidas no campo turístico pelos diferentes atores institucionais, gestão pública, gestão eclesial e iniciativa privada, nos municípios de Crato e Barbalha. O estudo focalizou o

grau e a natureza do envolvimento desses agentes na articulação e gestão dos monumentos de Nossa Senhora de Fátima e Santo Antônio, respectivamente, com vistas à sua consolidação enquanto atrativos turístico religiosos. A partir dos indicadores definidos, serão discutidos aspectos relativos ao planejamento estratégico, à participação social, à cooperação interinstitucional e à capacidade institucional, buscando evidenciar as dinâmicas, desafios e oportunidades que permeiam a governança turística nesses contextos.

Planejamento Estratégico

Foi evidenciado que ambas as cidades não apresentam um planejamento estratégico para o desenvolvimento do turismo religioso local, o que se percebe são ações individuais em que o legislativo e executivo estadual tem desenvolvido propostas para o fomento ao segmento religioso sem realizar a viabilidade de tais projetos nos municípios, ocasionando em obras incompletas, sem a exequibilidade de se configurar como atrativos turísticos.

Planos públicos de turismo têm o papel de orientar a atividade, desenhando e definindo qual tipo de turismo se quer, por isso, sua elaboração deve observar algumas questões como a importância política, social, econômica, cultural e ambiental da atividade turística nas localidades. Aspectos que são reconhecidos por meio do conhecimento da realidade local, identificando problemas, entraves e potencialidades, que devem ser apontadas por lideranças comunitárias, dirigentes municipais e outros entes locais.

Entende-se por política pública de turismo o conjunto de ações dos atores públicos que em colaboração com outros setores, tem a intenção de alcançar objetivos diversos relacionados com o fenômeno turístico, formando assim, a espinha dorsal do seu processo de desenvolvimento (Beni, 2006; Coutinho, Nóbrega, 2019). Todavia, o planejamento turístico, em alguns destinos, tem desconsiderado as implicações oriundas de um planejamento urbano amplo apoiado em características endógenas ou nas reais necessidades dos destinos, sendo esquecidas maneiras de pensar sobre os problemas e questões do turismo (Dredge & Jenkins, 2011).

O planejamento se finda na edificação do atrativo, não selecionando meios e técnicas para alcançá-los, tão pouco indica a participação de outros atores no processo, seja na fase do próprio planejamento como na execução e continuidade do equipamento instalado. As melhorias realizadas no entorno dos monumentos foram sendo realizadas à medida que as necessidades iam surgindo. Nota-se que não há um planejamento sobre ações futuras, e as coisas vão sendo pensadas diante das demandas. É possível observar que a gestão pública constrói um

monumento turístico e espera ver o que acontece para poder planejar e implementar uma continuidade, como a infraestrutura de apoio e equipamentos básicos necessários para viabilizar a visitação local como espaços apropriados para realização de práticas devocionais, além de banheiros e vias de acesso.

Um dos exemplos da falta de planejamento é visto no Plano de Governo municipal do Crato, referente ao planejamento das ações municipais no período de 2017 – 2020, a única alusão ao turismo refere-se ao Geoparque Araripe, contando ainda com a indicação de ações de estímulo à cultura e festivais de música, teatro e espetáculos que promovem o turismo cultural, religioso, científico e de negócios (Crato, 2016). Sendo que o monumento de Nossa Senhora de Fátima havia sido inaugurado desde 2014.

Não apenas a gestão pública, mas as instituições religiosas demonstram não conseguir construir um planejamento sobre a gestão dos monumentos, pelo menos não de imediato. A inexistência de um plano que determine objetivos e metas adia o desenvolvimento dos monumentos enquanto atrativos, uma vez que sem uma vivência espiritual não é possível estabelecer um fluxo turístico religioso.

Eu acho assim que a gestão, o governo, pensou assim ‘vamos fazer uma estátua pra o povo’ e fez, e na minha visão não se pensou como seria depois, né? Mas a gente que é da igreja, a gente que tá nessa questão da administração também, a gente pensa no povo porque o povo quer a estátua, mas o povo também quer viver o monumento ali, a espiritualidade, oração além da missa (AR04).

Do mesmo modo, o Monumento de Santo Antônio, em Barbalha, inaugurado em 2022, ainda não conta com planejamento efetivo para a instalação de infraestrutura turística. Existe a previsão de um projeto, porém não há qualquer registro oficial, o que resulta em uma área atualmente ociosa:

Já existe um fluxo em torno da estátua de santo Antônio, mas nossa ideia é tentar colocar de alguma forma, algo que não pareça um puxadinho, mas que a gente pudesse trabalhar, ver a melhor forma, pudesse colocar os banheiros colocar alguma coisa pra quem visita lá, enquanto se trabalha o projeto macro, o projeto maior do jardim botânico (AP08).

Outro aspecto verificado é a falta de percepção da gestão pública para implantação de políticas de longo prazo, havendo um imediatismo sobre o possível retorno positivo que o turismo pode proporcionar, e isso acaba impedindo um desenvolvimento efetivo do turismo:

Infelizmente, não sei por que, os gestores da região pensa: ‘vou fazer um calçamento ou uma obra e ter resultado rápido, calcei todo mundo tá satisfeito comigo’ (...) um produto turístico, o gestor quer fazer aqui e já colher no outro dia, e isso é um trabalho que tem que ser feito aos poucos, tem que enxergar que o turismo requer muito investimento’ (AP04).

Embora projetos de curto prazo sejam comuns e necessários, a gestão pública deve apresentar um planejamento estratégico de longo prazo com projetos estruturadores que possibilitem alcançar metas imediatas e resultados tangíveis, mas sem prejudicar um planejamento maior e contínuo que tenha como objetivo o desenvolvimento sustentável a partir da continuidade e manutenção da atividade turística (Soares, Emmendoerfer & Monteiro, 2013).

Participação e Inclusão dos atores

Em relação ao nível de envolvimento dos diversos atores e à composição dos participantes no processo de tomada de decisão, verificou-se a ausência da iniciativa privada e da sociedade em geral, uma vez que as decisões têm partido predominantemente da gestão pública.

Esse atributo está imbricado no processo de cooperação e coordenação; entretanto, neste contexto, o foco recai sobre os aspectos decisórios, buscando garantir a inclusão e a participação efetiva de todos os agentes. Desse modo, reconhece-se que os processos decisórios têm se submetido a princípios hierárquicos, nos quais aqueles que detêm maior poder se sobressaem.

As tomadas de decisão política sofrem a influência de poucos atores sociais, geralmente entre indivíduos e políticos que barganham favores e apoios, favorecendo uns em detrimento da coletividade, com isso, o processo democrático das parcerias fica prejudicado. Alguns grupos sociais, devido um histórico de exclusão, sentem-se desencorajados a se engajar no planejamento de políticas públicas do turismo por um entendimento ou aceitação cultural de que tais decisões são realizadas por um grupo seleto de pessoas, geralmente líderes políticos (Bramwell, 2004).

No entanto, é preciso verificar se as parcerias acontecem de fato, uma vez que grupos dominantes podem utilizar as parcerias apenas de forma cerimonial, não considerando de fato os interesses coletivos. As parcerias do setor público-privado devem priorizar a transformação da natureza burocrática dos órgãos públicos tornando-os mais acessíveis e inclusivos.

Mudanças nas paisagens ideológicas e sociopolíticas determinam as abordagens do planejamento das políticas públicas que serão adotadas. O poder financeiro de grandes corporações exerce grande influência no direcionamento e conteúdo das políticas públicas, desenvolvendo um estreitamento de relações em que seus interesses acabam se confundindo com o Estado (Dredge & Jenkins, 2011). Há disputas no campo turístico em que espaços multidimensionais são formados por atores que se relacionam por meio de hierarquias.

O campo turístico se constitui como um espaço de tensões dinâmicas, marcado simultaneamente por relações de cooperação e competição. Embora haja interação entre os diversos atores que o compõem, é ingênuo presumir que todos compartilhem os mesmos interesses e oportunidades. Na realidade, esses interesses muitas vezes são conflitantes, gerando disputas por espaço, influência e recursos, que ocorrem em múltiplos níveis e não excluem a possibilidade de ações coletivas. A análise do período estudado revelou que os atores frequentemente competem, por exemplo, pela atração de turistas, considerados uma importante fonte de receitas para destinos e empreendimentos.

Essa tensão evidencia a complexidade da governança turística, demonstrando que, sem planejamento estratégico efetivo, os interesses divergentes dos diferentes atores podem comprometer a coordenação e o desenvolvimento equilibrado do território.

Esse ponto de análise demonstra uma distinção na maneira como o processo de consolidação dos monumentos enquanto atrativos turísticos têm ocorrido, pois mesmo que os municípios de Crato e Barbalha possuam características de formação histórica, política e social muito semelhantes, é possível verificar que a participação e inclusão dos atores no processo de governança turística não é igual.

No município do Crato, mesmo com a interferência direta da gestão pública e em sequência da gestão eclesial, a iniciativa privada conseguiu se posicionar, se incluindo no processo de desenvolvimento turístico no entorno do monumento de Nossa Senhora de Fátima, garantindo assim a diversidade de agentes envolvidos, por meio de mecanismos de participação e a inclusão de grupos minoritários:

Aí começaram a construção do entorno, daquela praça que hoje a gente tem e aí por debaixo dos panos começa uma confusão entre a diocese e os políticos, em quem que vai administrar, como é que a coisa vai acontecer; e não queriam que aquelas barraquinhas, que era bem simplezinhas, ficasse, queriam dizer um vai timbora quando as coisas tava começando a fluir, o turismo começando a vir, só que eles não observam que foram aquelas barraquinhas que também atraí pessoas pra comercialização daqueles produtos. Você chega não vai ter uma água, não vai ter um lanche, fica complicado, até que com muita luta, eles começaram a se organizar, fizeram uma associação começam a ir na prefeitura e vai no governo do Estado até que eles permitiram, porque não havia no projeto aquelas barraquinhas, até quando eles permitiram que aquelas barraquinhas fossem construídas (AT03).

Cooperação e Coordenação

Esta categoria de análise verificou como as ações e esforços dos atores estão coordenadas identificando as colaborações existentes entre os setores público, privado, e organizações religiosas, por meio da cooperação entre os diferentes níveis e a formação de redes que facilitam a colaboração e troca de informações entre eles. Essa é uma característica importante da governança turística uma vez que o turismo depende da multiplicidade de atores, ações e fatores diferentes, não podendo ser produzido ou conduzido por um único agente isoladamente, seja ele empresa, entidade ou órgão.

No âmbito da governança turística, observa-se que a cooperação e a coordenação entre os atores envolvidos ainda ocorrem de forma limitada e informal. As parcerias existentes geralmente dependem de iniciativas pontuais e individuais, sem a consolidação de instâncias permanentes de articulação, como conselhos ativos ou agendas regulares de reuniões voltadas ao planejamento integrado do turismo nos monumentos religiosos.

No monumento de Nossa Senhora de Fátima, eventualmente, acontecem encontros para definição de ações relacionadas a eventos específicos, contudo esses momentos não configuram um processo sistemático. Ainda assim, apesar dessas limitações, o fomento ao turismo no cenário do Crato, revela sinais de mobilização coletiva, com a participação de diferentes atores, como os romeiros, a Igreja, a iniciativa privada e a gestão pública, que tem atuado como elo entre as esferas municipal e estadual, favorecendo certa articulação institucional, conforme o relato que segue:

Por causa da construção da santa ela já se incluiu dentro do roteiro do Padre Cícero, tem vários romeiros que vem visitar o padre Cícero, alguns já vem de Canindé do São Francisco, né? E tava aumentando a demanda, começou a chegar os barraqueiros, eles começaram a construir ali barraca em lona, em madeira e não tinha nenhuma infraestrutura, banheiro, nem nada pra atender os visitantes que tavam ali pra fazer a suas orações pra Nossa Senhora de Fátima, com isso a prefeitura solicitou a parceria e o Estado começou executando (AP07).

Essa coordenação acontece também dentro de um mesmo segmento de atuação em que por exemplo, o próprio trade se articula para promover o atrativo, os guias de turismo, os fretantes, os barraqueiros, entre outros:

Eu lembro na construção dessa imagem quando a gente começa a levar os primeiros romeiros, de formiguinha, mas eu quero apresentar meu produto, quanto mais pessoas estejam ali, então a gente vai guiando o povo, ninguém conhecia o percurso pra ir pra estatua, aí eu ia levando, comecei a apresentar a um fretante, a outro fretante, naquela situação um tira uma foto, manda pra outro e começa essa visitação (AT03).

Outro aspecto importante relacionado a gestão pública se deve à falta de reconhecimento da esfera estadual da existência dos entes de governança locais, resultando em decisões de cima

pra baixo que correspondem à interesses de pequenos grupos e não da maioria:

Essas obras todas recentes, o teleférico, o bondinho, elas foram frutos de uma decisão política, não foi fruto de uma discussão mais aprofundada com o fórum de turismo, com os conselhos, com a representatividade desses empreendedores que existe aqui na região pra decidir, olhe, o que é prioritário pra nós é isso, isso, isso, o que foi investido nessas obras poderia ser investido em outras obras mais necessárias para o momento então assim, se a gente for levar em consideração isso ne? essas decisões de cima pra baixo, realmente a gente poderia tá avançando mais se houvesse um reconhecimento dessas governanças regionais para tomada de decisão, dos investimentos (AT01).

Há o entendimento por parte de alguns agentes sobre a necessidade dessa coordenação entre eles, pois esta interação permite superar desafios e aumentar a competitividade do destino como um todo.

A gente está falando hoje do mesmo público, pois aqui, essa região quando ela se consolidar e a gente tá trabalhando pra isso, o turista ele não vai todos os dias só no teu estabelecimento, ele vá almoçar em um estabelecimento, vai jantar no outro, vai tomar café, vai lanchar, vai no Crato, vai em Barbalha, em Juazeiro, e assim a gente não pode ter um ou dois atrativos preparados e o restante não, nós precisamos ter realmente um setor estruturado, pra que cada vez mais, a gente atraia mais visitantes (AP08).

Agentes políticos têm realizado a proposição de legislações estaduais de forma aleatória, institucionalizando festividades católicas que, muitas vezes, não chegam a ser mencionadas nos calendários oficiais de eventos dos municípios. É o caso do dia de Nossa Senhora de Fátima, que, em 2021, por meio de legislação própria (*Lei 17.631*, de 24/08/2021), passou a fazer parte do calendário cearense de eventos. Porém, no município do Crato, a festividade não é sequer mencionada no calendário municipal (Alece, 2021).

Observa-se uma multiplicidade, volatilidade e inconstância nos arranjos institucionais e nos processos políticos relacionados à negociação setorial, o que dificulta sua consolidação e leva a práticas generalizadas. Os vínculos entre os órgãos oficiais de turismo são inconsistentes, há desatenção por parte dos três níveis de governo (municipal, estadual e federal) e falta de articulação com a iniciativa privada e com as instituições religiosas. Essa desarticulação entre as escalas estatais é agravada pela municipalidade, que não demonstra consistência nem atua com o profissionalismo esperado de um poder público efetivo. Como consequência, inexistem diretrizes ou orientações claras para o desenvolvimento do setor.

Um ponto de maior diferença entre os municípios é a mobilização da iniciativa privada em ser protagonista no desenvolvimento do monumento. Enquanto no Crato se percebe a mobilização dos barraqueiros e outros comerciantes em começar a oferecer serviços no entorno, no município de Barbalha ainda há uma espera da gestão pública e da gestão eclesial.

Eu acho que pra ajudar aqui no monumento para as coisas melhorar tem que ser os dois né? porque é um lugar religioso tem que ter a parte religiosa, mas também bem tem que

ter ajuda do poder público pra dar estrutura pra sair do canto (AT04).

A comunidade local desempenha um papel de provedor e produtor do turismo religioso, não apenas pelo viés devocional, em que é a fonte primária de devoção, mas também pela necessidade de se apropriar do desenvolvimento econômico local, reivindicando e assumindo seu papel na construção da infraestrutura turística. No entanto, muitos atores religiosos e comunidade local, principais beneficiários da atividade, esperam e dependem do desenvolvimento de infraestrutura a ser feito por agências governamentais (Alipour, Olya, & Forouzan, 2017).

Observa-se uma fragmentação nas responsabilidades atribuídas aos diferentes atores envolvidos, uma vez que representantes da gestão pública e da esfera eclesial frequentemente transferem entre si a responsabilidade pela ausência de iniciativas e ações efetivas. Enquanto a gestão municipal argumenta que a liderança deveria partir da Igreja, por se tratar de um segmento voltado ao turismo religioso, a Igreja e a iniciativa privada, por sua vez, alegam que a ausência de infraestrutura básica inviabiliza qualquer atuação mais efetiva. Esse cenário evidencia a carência de mecanismos de governança colaborativa, nos quais são definidos papéis, responsabilidades e estratégias comuns. A inexistência de acordos interinstitucionais compromete o fortalecimento da atratividade turística e limita o potencial de desenvolvimento do território.

Capacidade Institucional e empoderamento

Um aspecto importante na atividade turística diz respeito à capacidade institucional dos agentes envolvidos no processo de governança, característica que está relacionada com conhecimento técnico para executar de forma eficaz as políticas e ações relacionadas à atividade turística. Não apenas relacionada à formação profissional, mas aos recursos financeiros, infraestrutura e tecnologias disponíveis, além da autonomia das instituições que possam efetivar o planejamento realizado. A capacidade institucional também se refere ao estabelecimento de normas e procedimentos que permitam o trabalho conjunto entre uma pluralidade de atores e o desenho de novos processos de gestão e desenvolvimento do público e coletivo.

Constatou-se a ausência de qualificação técnica específica por parte dos profissionais que compõem a gestão pública municipal no que se refere à área do turismo. As secretarias responsáveis por esse segmento, em geral, são ocupadas por indivíduos que não possuem

formação acadêmica nem experiência prática no campo, o que compromete a formulação e a implementação de políticas públicas eficazes voltadas ao desenvolvimento do setor turístico:

Nesses vinte e tantos anos nós tivemos vários secretários de turismo, alguns com perfil pra trabalhar nessa área, outros com perfil totalmente diferente, inclusive formação, qualificação, não tinha qualificação, né? Advogados, professores, de outras áreas, né? E aí, eles em um determinado momento tentam imprimir a visão que eles têm do turismo, mas que não necessariamente é uma visão que predomina no setor né? (AT01).

Conforme relata o entrevistado, a falta de conhecimento técnico sobre o turismo impede a interpretação adequada do cenário existente nos municípios, deixando de possibilitar o desenvolvimento adequado da atividade turística. Isso não é uma realidade apenas de Crato e Barbalha, mas da maioria dos destinos brasileiros, que não contam com pessoas qualificadas no que diz respeito a formação dos profissionais. Essa limitação de qualificação compromete a capacidade dos gestores públicos de compreender uma dimensão fundamental da atividade turística: sua natureza estruturalmente dependente do planejamento estratégico e de investimentos sustentados em médio e longo prazo.

Trata-se de um campo cujos resultados não são imediatos, exigindo a maturação de ações que, muitas vezes, só poderão ser avaliadas de forma efetiva após dois a três anos de sua implementação. Isso se deve à complexidade das transformações sociais, econômicas e ambientais envolvidas e à necessidade de tempo para que novos fluxos turísticos, infraestruturas e dinâmicas econômicas se consolidem.

Agora o gestor público ele tem muito o sentido de urgência de gerar resultado imediato e a gente sabe que pro turismo esse resultado ele não aparece de uma hora pra outra, tem que haver uma sensibilidade de aproveitar todo o potencial, planejar (AT01).

A ausência dessa visão de temporalidade compromete a continuidade das políticas públicas e coloca em risco a consolidação de estratégias estruturadas, muitas vezes interrompidas por mudanças de gestão ou por expectativas equivocadas de retorno imediato.

Um aspecto importante da capacidade institucional na governança turística refere-se à habilidade das instituições de gerir adequadamente os recursos financeiros, aplicando-os de forma eficaz, transparente e estratégica. Isso envolve planejar orçamentos realistas, controlar gastos, evitar desperdícios e priorizar investimentos com maior impacto social e econômico. Instituições com boa capacidade também conseguem captar recursos externos e garantir transparência, fortalecendo a confiança da sociedade e dos parceiros.

A gestão religiosa do Crato tem se articulado visando a captação de recursos, os quais são revertidos para melhorias na própria estrutura eclesial a fim de tornar o ambiente devocional mais atrativo para os visitantes:

O que se tem lá hoje foi feito só com campanhas, nós temos 1500 cadeiras, um benfeitor doou mais da metade das cadeiras, nós temos o sistema de som que não tinha, nós temos todo um conjunto de objetos sacros que não tinha nada, o monumento recebe algumas entradas, as intenções de missas, ofertas, o grupo dos pastorzinhos, que é semelhante os grupos de dizimista, e doações, pessoas que fazem doações (AR01).

Em relação à captação e destinação de recursos públicos, embora os orçamentos totais dos municípios de Crato e Barbalha estejam disponíveis nos portais digitais das respectivas prefeituras, as Leis Orçamentárias Anuais (LOA) não discriminam de forma clara a alocação de recursos específicos para a área do turismo. Os orçamentos municipais não apresentam valores detalhados, porém é possível identificar investimentos em eventos tradicionais, como o Festival Expocrato, em Crato, e a Festa de Santo Antônio, em Barbalha, que em 2024 receberam, respectivamente, R\$ 16 milhões e R\$ 3,5 milhões.

Em 2024, foram mencionados recursos para a ampliação da iluminação no monumento de Santo Antônio, em Barbalha, enquanto, no Crato, foi realizada a destinação de verbas para a requalificação do monumento de Nossa Senhora de Fátima, cuja entrega está prevista para o final de 2025. No entanto, tais recursos são destinados de forma geral, sem transparência quanto aos aspectos específicos de melhoria, manutenção ou promoção contínua dos monumentos.

Dessa maneira, observa-se que a categoria da capacidade institucional no processo de governança turística ainda apresenta fragilidades em ambos os municípios, com destaque para a gestão eclesial do Crato, que tem conseguido alguma articulação. A ausência de detalhamento nos orçamentos públicos quanto a aplicação dos recursos destinados a ações de turismo religioso evidencia fragilidades na gestão técnica e estratégica. Essas lacunas ressaltam a necessidade de aprimorar as estruturas institucionais, especialmente no que se refere ao planejamento, à execução e ao monitoramento de políticas públicas, de modo a garantir o desenvolvimento sustentável efetivo do setor.

O levantamento das dimensões de governança turística em Crato e Barbalha é apresentado no Quadro 11, revelando contrastes significativos entre os municípios. Enquanto o Crato apresenta uma participação mais horizontal e colaborativa, envolvendo atores públicos, privados e eclesiais, Barbalha mantém uma estrutura verticalizada, com protagonismo exclusivo da gestão pública e limitada cooperação interinstitucional. Ambos os municípios, contudo, demonstram fragilidades em planejamento estratégico e capacidade institucional, refletidas na ausência de planos articulados e de ações formativas voltadas ao fortalecimento dos agentes locais. A eficácia da governança turística não depende apenas da presença de atores múltiplos, mas da qualidade das interações, da inclusão nos processos decisórios e da articulação estratégica entre os setores, dimensões ainda insuficientemente desenvolvidas em

ambos os contextos.

Quadro 11 - *Dimensões da governança turística dos monumentos religiosos em Crato e Barbalha*

Categoria	Critério de verificação	Crato	Barbalha
Planejamento Estratégico	Plano de ação em conjunto (planejamento participativo)	Ações pontuais e centralizadas Planejamento unilateral	Ações pontuais e centralizadas Planejamento unilateral
Participação e Inclusão dos atores	Caracterização das relações	Horizontal	Vertical
	Reconhecimento do papel de cada ator	Existe	Inexistente
	Participação no processo de tomada de decisão	Com alguma frequência	Inexistente
Cooperação e coordenação	Composições dos atores	Atores eclesiais Gestão pública Iniciativa privada representada por guias de turismo e associação de barraqueiros	Atores eclesiais Gestão pública
	Ações que demonstrem o envolvimento dos participantes no planejamento	Frequentes	Inexistentes
	Ações colaborativas entre os atores	Igreja e associação se reúnem para decidir juntos e chamar a gestão pública para auxiliar	Predomínio da gestão pública nas decisões
Capacidade institucional	Cursos, palestras ou outras ações para desenvolver habilidades dos atores	Inexistente	Inexistente
	Regulamentos normativos que regem as relações	Apenas por parte da associação de barraqueiros	Inexistente
	Captação de recursos	Ações da Gestão pública e eclesial	Inexistente

Fonte: Elaborado pela autora, 2025

O levantamento das dimensões relacionadas à governança turística nos municípios de Crato e Barbalha evidencia diferenças significativas quanto à participação dos atores e à capacidade institucional, conforme apresentado no Quadro 11. No que se refere ao planejamento estratégico, ambos os municípios carecem de um plano de ação articulado e participativo. Observam-se atuações pontuais, centralizadas e unilaterais, sem diálogo interinstitucional, nas quais cada ator define objetivos e planos a serem implementados. Destaca-se, entretanto, que no Crato, além dos planos de ação da gestão pública e da Igreja, existem iniciativas pontuais da Associação de Barraqueiros.

No tocante à participação e inclusão dos atores, verifica-se, no Crato, uma configuração

relacional mais horizontal, com reconhecimento do papel dos diversos agentes e alguma frequência de participação nas tomadas de decisão. Em contraposição, Barbalha apresenta uma estrutura verticalizada, com ausência de reconhecimento dos papéis e exclusão dos atores dos processos decisórios.

A dimensão de cooperação e coordenação também evidencia contrastes importantes. No Crato, observa-se uma composição mais ampla de atores, incluindo agentes eclesiais, gestão pública e setores da iniciativa privada, como guias de turismo e associações de barraqueiros. São identificadas ações colaborativas, como reuniões entre a Igreja e a associação, com vistas a envolver a gestão pública. Em Barbalha, por sua vez, predomina o protagonismo da gestão pública, com pouca evidência de iniciativas colaborativas e uma rede de atores mais restrita.

No que diz respeito à capacidade institucional, ambos os municípios apresentam fragilidades. Não foram identificadas ações formativas, como cursos ou palestras, voltadas ao fortalecimento das competências dos agentes envolvidos. No Crato, observa-se a existência de regulamentos normativos apenas por parte da Associação de Barraqueiros, bem como ações de captação de recursos realizadas conjuntamente pela gestão pública e por instituições eclesiais. Em Barbalha, tais dimensões são praticamente ausentes.

4.4. “Santo de casa faz milagre?”

Apesar da expressiva devoção a Santo Antônio evidenciada na tradicional festa de Barbalha, verifica-se que o monumento dedicado ao santo enfrenta dificuldades para se consolidar como atrativo turístico e centro de devoção local. Tal resistência pode ser compreendida à luz do ditado popular “santo de casa não faz milagre”, o qual evidencia tensões inerentes à construção da monumentalidade religiosa, indicando que a mera materialização física do monumento não assegura sua aceitação, apropriação ou centralidade no imaginário coletivo e nas práticas devocionais locais, mesmo que esteja presente em uma comunidade por mais de cem anos.

A festa do pau da bandeira de Santo Antônio é reverenciada como uma das maiores manifestações populares do município, fato constatado pela grande multidão que invade a cidade no dia do festejo. Conforme observado, seja pelas entrevistas como no campo, ainda que os moradores locais demonstrem uma devoção a Santo Antônio, esta não tem sido direcionada ao grande monumento edificado em sua homenagem. O monumento, portanto, não tem conseguido mobilizar nem devotos, nem turistas, ainda que esteja ‘protegendo’ a comunidade desde 1778, simbolizando que é preciso mais que um monumento para que este se torne um

atrativo turístico.

Em contraponto, o Monumento de Nossa Senhora de Fátima, localizado no Crato, apresenta uma dinâmica diferenciada em relação à constituição da devoção e ao seu desenvolvimento enquanto atrativo turístico. Embora seu processo de consolidação seja ainda gradual, observa-se que, por meio de uma governança turística articulada, há uma maior integração entre os atores envolvidos, o que tem favorecido o fortalecimento progressivo de sua visibilidade e significado simbólico.

Notavelmente, diferente da premissa contida no referido ditado popular, a devoção construída em torno de uma santa que não constituía a referência religiosa principal da cidade tem ampliado seu espaço no cenário local. Este fato indica que a introdução de novos símbolos devocionais pode desafiar as tradições vigentes, promovendo uma reconfiguração dos imaginários e das práticas religiosas. Dessa forma, o monumento se traduz não apenas como um marco físico, mas também como um dispositivo narrativo capaz de expandir as identidades religiosas no Crato, dialogando com as demandas sociais, políticas e turísticas contemporâneas.

A expressão popular “santo de casa não faz milagre”, de origem bíblica, em que Jesus Cristo teria enfrentado descrença e resistência em sua própria cidade, adquire ressignificação no campo do turismo religioso. Nesse contexto, evidencia-se que a consolidação de um atrativo religioso não decorre apenas de atributos centrais, distintivos e temporais a sua identidade simbólica, histórica ou espiritual, mas da existência de estratégias consistentes de valorização, difusão e integração às políticas públicas e privadas de turismo.

O “santo de casa”, nesse sentido, deixa de “fazer milagres” porque encontra barreiras estruturais: precariedade de infraestrutura turística e eclesial, ausência de investimentos públicos contínuos e políticas desarticuladas que não estimulam a circulação simbólica e econômica desses espaços. A falta de estratégias que evidenciem e promovam o valor simbólico e espiritual desses monumentos contribui para que permaneçam invisíveis ao olhar externo.

Assim, a governança turística assume papel crucial na promoção da atratividade dos monumentos religiosos, garantindo um processo de valorização que articule atores eclesiais, públicos e privados, e que seja capaz de construir narrativas devocionais legitimadas pela comunidade. Desse modo, seja um “santo de casa” ou um “santo de fora”, a consolidação desses espaços dependerá da capacidade de ação e negociação desses atores na definição de sentidos, usos e significados do patrimônio religioso, aliada a uma infraestrutura turística adequada.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este trabalho se propôs a analisar a articulação entre os setores público, privado e eclesial na governança na construção social dos monumentos católicos enquanto atrativo para o turismo religioso, por meio de um estudo comparativo dos municípios de Crato e Barbalha. Observou-se que a monumentalidade religiosa, para além de sua dimensão devocional, tem sido mobilizada como estratégia de promoção turística, mas também como recurso simbólico e político, gerando impactos nas identidades locais e sendo, em alguns casos, instrumentalizada em disputas eleitorais e de poder. A investigação permitiu compreender como essas relações se configuram de forma assimétrica e fragmentada, revelando diferentes graus de participação, cooperação e coordenação entre os atores, bem como distintos arranjos institucionais.

Foram discutidas as distinções conceituais entre turismo religioso, romaria e peregrinação, situando essas práticas no contexto do Cariri cearense e nas diretrizes das políticas públicas de turismo adotadas no estado do Ceará. Ao investigar o processo histórico e social de construção dos monumentos nos dois municípios, identificando os principais atores envolvidos foram analisadas as ações voltadas à monumentalidade católica e seus efeitos sociopolíticos; considerando a articulação entre os setores público, privado e eclesial na governança dos monumentos, evidenciando os desafios, limites e potencialidades desses arranjos no âmbito do turismo religioso regional.

O trabalho revela problemáticas e inicia um processo de reflexão para ações que possam direcionar resultados mais positivos, ou seja, benéficos para a sociedade. Nessa perspectiva evidenciou-se duas interfaces, a primeira consiste no discurso de impulsionar o turismo religioso aproveitando o fluxo presente na região devido a devoção ao Padre Cícero, e, por outro lado, o desejo de desenvolver novos atrativos turísticos nas cidades de Barbalha e Crato incrementando sua oferta turística já existente, e consolidando dentro do roteiro turístico religioso do Cariri cearense.

É verificado que há uma questão midiática da visibilidade eclesial e patrimonialista, numa região interiorana, ainda que metropolitana, forjada em densas rivalidades históricas locais. A todo momento se percebe uma espécie de reação do oligopólio Crato-Barbalha para responder a hegemonia econômica de Juazeiro do Norte, sendo a construção de monumentos católicos, enquanto dispositivos de atração turística, apenas a ponta de um iceberg que envolve disputa de um campo social, cultural, político e religioso.

A construção de monumentos religiosos católicos de grande porte tem se intensificado nas últimas décadas como uma estratégia para promoção do turismo religioso, transformando

paisagens urbanas e rurais, e reposicionando determinados territórios no cenário turístico nacional. Tais edificações passam a integrar o imaginário social como símbolos de fé, mas também como marcos identitários e atrativos turísticos que mobilizam fluxos de peregrinos e visitantes em busca de experiências de espiritualidade, devoção ou contemplação estética. No entanto, por trás dessas iniciativas, observa-se uma complexa rede de relações entre fé, poder público e interesses mercadológicos.

Os monumentos analisados, embora aparentem ser apenas expressões da religiosidade popular, revelam-se também como dispositivos políticos econômicos. Sua construção envolve agentes estatais, religiosos e comunitários que buscam, por diferentes vias, reforçar identidades locais, dinamizar a economia e atrair visitantes. Contudo, a ausência de planejamento estratégico, gestão integrada e estudos de viabilidade econômica tem levantado questionamentos sobre a real efetividade desses empreendimentos, além de provocar debates em torno da laicidade do Estado, da patrimonialização da fé e da mercantilização da religiosidade.

De modo geral, os monumentos religiosos há muito tempo integram paisagens culturais e espirituais, e a transformação desses espaços em atrações turísticas constitui um processo complexo, influenciado por diversos fatores. Um dos principais desafios está na discrepância de interesses entre os diferentes atores envolvidos, como poder público, iniciativa privada, instituições religiosas e comunidades locais. Embora todos compartilhem o objetivo de usufruir dos benefícios do turismo, suas lógicas e prioridades nem sempre coincidem, o que dificulta a coordenação e a gestão eficiente dessas atrações.

O turismo religioso não se restringe a si mesmo, assim como nenhum outro segmento, pois o visitante tende a aproveitar o destino explorando todas as suas possibilidades, incluindo atrativos e equipamentos variados. Embora a segmentação defina a motivação principal, ela não impede que o turista explore outros elementos do território. Os atores do Crato e de Barbalha reconhecem essa dinâmica, entendendo que os monumentos religiosos representam um incremento ao turismo de forma geral.

Nesse sentido, o turismo religioso funciona como ponto de partida para que os visitantes conheçam outros atrativos locais. Além disso, é importante considerar que o turismo deve ser compreendido como um serviço em constante processo, no qual fatores menos evidentes, que não possuem destaque estético ou reconhecimento formal, também podem influenciar a visitação e a experiência turística, demonstrando que a dinâmica dos deslocamentos e escolhas dos visitantes vai além das tipologias de segmentação clássicas.

Foi verificado que cada destino turístico reage de forma distinta diante dos recursos

disponíveis, mesmo quando apresentam aspectos históricos, sociais, políticos e culturais semelhantes. Em Barbalha, a devoção a Santo Antônio está intimamente relacionada ao mastro da bandeira, que motiva milhares de pessoas a acompanharem o cortejo até o momento de sua elevação em frente à igreja matriz.

No Crato, a devoção a Nossa Senhora de Fátima tem sido ritualizada por meio das missas e dos eventos realizados ao redor do monumento. À medida que as celebrações se repetem ao longo do tempo, as visitas se consolidam, tornando o local uma parada obrigatória nos roteiros turísticos e religiosos. Dessa forma, este estudo buscou compreender como os monumentos religiosos têm se encaminhado para se tornar atrações turísticas, evidenciando a importância das práticas de devoção na consolidação desses espaços.

Um atrativo turístico pode ser inserido em uma localidade, assim como pode ser construído um marcador que lhe atribua sentido. Para isso, é necessário o envolvimento efetivo de todos os atores do campo turístico, uma vez que a simples implantação de um equipamento não é suficiente para promover o fluxo turístico sem a participação da iniciativa privada e da sociedade civil. Isso é especialmente relevante no campo religioso, em que as organizações eclesiais desempenham um papel determinante na consolidação desses atrativos.

Nesse contexto, é importante considerar que o envolvimento efetivo não se resume à formação imediata de consensos. Os atores participam para tensionar, negociar e equilibrar interesses frequentemente díspares, demonstrando que a consolidação de atrativos turísticos depende tanto da capacidade de mediação entre os diferentes interesses quanto do alinhamento gradual de estratégias entre os diversos atores envolvidos.

A conversão de locais e monumentos religiosos em atrações turísticas constitui um processo multifacetado, que depende de planejamento e cooperação entre diversos atores, incluindo a gestão eclesial, o poder público, a iniciativa privada e as comunidades locais. O impacto dessa atividade sobre os valores culturais, devocionais e econômicos desses espaços está condicionado à consolidação de parcerias sólidas e à articulação eficaz entre os diferentes envolvidos, demonstrando que os efeitos do turismo não ocorrem de forma automática, mas resultam de processos estratégicos e colaborativos.

Nesse contexto, marcadores físicos, simbólicos e conceituais desempenham papel central ao promoverem a divulgação e a valorização dos locais para um público mais amplo, incluindo visitantes religiosos e não religiosos. Esses instrumentos de gestão turística permitem organizar os atrativos de modo a respeitar e fortalecer os valores culturais e devocionais dos espaços, garantindo coerência entre preservação e promoção.

Assim, a governança colaborativa e a utilização estratégica de marcadores articulam-

se para assegurar que a inserção dos monumentos no circuito turístico seja sustentável, equilibrando a preservação do patrimônio eclesial com a demanda por visibilidade e acesso. O processo evidencia que a consolidação dos atrativos turísticos resulta do alinhamento estratégico e da cooperação entre atores, e não de iniciativas isoladas ou espontâneas.

Como principais contribuições da tese podem-se destacar que a constituição de atrativos turísticos de natureza religiosa não se limita à sua origem endógena, mas é fruto de processos de construção social mediados por práticas simbólicas e culturais. E, para que esses atrativos adquiram legitimidade e reconhecimento é fundamental que estejam inseridos em uma dinâmica que incorpore elementos como rituais, práticas devocionais e a institucionalização de uma rotina simbólica que sustente a sua sacralidade percebida. A ritualização constante contribui para conferir sentido e funcionalidade à experiência turística, ancorando o atrativo em uma dimensão espiritual que o distingue de meras estruturas físicas.

Nesse contexto, é imprescindível que o atrativo religioso possua um valor simbólico claro, que lhe atribua identidade e autenticidade frente ao olhar do visitante. Atrativos oriundos de manifestações endógenas, enraizados nas tradições e valores da comunidade local, tendem a apresentar maior potencial de consolidação, desde que um atributo central, seja ele histórico, simbólico ou espiritual, atue como elemento estruturante do sentido do lugar. A ausência desse componente distintivo compromete a capacidade de o atrativo se sustentar como produto turístico legítimo e atrativo aos fluxos de visitação.

A gestão e promoção de atrativos turísticos religiosos demandam um modelo de governança colaborativa, que envolva múltiplos atores sociais em processos de articulação horizontal. A responsabilidade pela dinamização turística não pode ser concentrada em um único agente, ainda que a iniciativa de estruturação parta isoladamente de um ator. A lógica da governança deve operar como uma engrenagem, na qual a atuação coordenada entre poder público, iniciativa privada, comunidades religiosas e sociedade civil seja condição essencial para a viabilidade e continuidade das ações. A ausência dessa articulação, somada à expectativa passiva de que o Estado assumisse isoladamente a condução das iniciativas, tende a comprometer o desenvolvimento sustentável da atividade turística.

Limitações e desafios

No decorrer da pesquisa, evidenciaram-se limitações significativas no acesso a agentes estratégicos da gestão pública, da iniciativa privada e da esfera eclesial, em especial os escultores responsáveis pelos monumentos, que não atenderam às solicitações de entrevistas, impondo restrições à análise empírica e obrigando a investigação a se apoiar

predominantemente em postagens veiculadas em redes sociais. De maneira análoga, a indisponibilidade de documentos considerados centrais, como projetos contendo orçamentos e plantas, impediu a verificação da conformidade entre o planejamento originalmente concebido e a execução efetiva das obras.

Os projetos futuros não foram disponibilizados sob a justificativa de estarem em fase de conclusão, revelando uma limitação metodológica que comprometeu a avaliação prospectiva das iniciativas e expôs possíveis vieses na construção do conhecimento sobre a gestão do turismo religioso na região.

Sugestões para pesquisas futuras

Como desdobramento para pesquisas futuras, vislumbra-se a continuidade de investigações comparativas envolvendo outras cidades do entorno que adotam, de modo análogo, edificações e monumentos religiosos enquanto vetores estruturantes da atração turística, abrangendo inclusive possibilidades de análise interestadual e internacional, de modo a avaliar como diferentes contextos turísticos se articulam frente aos recursos disponíveis para o desenvolvimento turístico local.

Sugere-se também aprofundar o exame dos impactos do turismo sobre a religiosidade, com especial atenção à dimensão profana que permeia os espaços devocionais, intensificada pelo uso das redes sociais, tanto pelas instituições eclesiais quanto pelos fiéis, revelando novas formas de negociação entre sacralidade, consumo e circulação simbólica.

Uma outra possibilidade de continuidade da pesquisa, seria uma abordagem centrada na percepção da comunidade local acerca dos investimentos públicos na construção dos monumentos religiosos, de modo que fosse possível revelar tensões, apropriações simbólicas e consensos em torno do patrimônio devocional.

REFERÊNCIAS

- Abumanssur, E. S. (2003). *Turismo religioso: ensaios antropológicos sobre religião e turismo*. Papirus.
- Alipour, H., Olya, H. G., & Forouzan, I. (2017). Environmental impacts of mass religious tourism: From residents' perspectives. *Tourism Analysis*, 22(2), 167–183.
- Almeida, A. S. A. D., & Pinto, R. (2017). Religiosidade e turismo: o primado da experiência. *Boletim do Museu Paraense Emílio Goeldi. Ciências Humanas*, 12(2), 615–627.
- Almeida, T. C., Emmendoerfer, M. L., Knupp, M. E. C. G., & Marques, L. (2025). Potencialização do “interesse pela comunidade” pela participação de cooperativas do turismo de base comunitária na governança pública territorial: uma análise em Paraty/RJ. *Revista Turismo Estudos e Práticas-RTEP/GEPLAT/UERN*, 14(1).
- Alves, M. L. B. (2013). Turismo e religiosidade: uma tentativa de diálogo. *RITUR – Revista Iberoamericana de Turismo*, 3(1), 25–37.
- Assembleia Legislativa do Ceará. (2021). Lei nº 17.631, de 24.08.2021 (D.O. 25.08.21). Fica instituída, no calendário oficial de eventos do Estado do Ceará, a Festa de Nossa Senhora de Fátima no município de Crato. Recuperado em 23 de outubro de 2023, de <https://belt.al.ce.gov.br/index.php/legislacao-do-ceara/datas-comemorativas/itemlist/tag/FESTA%20DE%20NOSSA%20SENHORA%20DE%20F%C3%81TIMA>
- Assembleia Legislativa do Ceará. (2022a). Lei 18.085, de 31.05.2022 (D.O. 02.06.22). Institui a rota do turismo religioso no Estado do Ceará. Recuperado em 23 de maio de 2025, de <https://www2.al.ce.gov.br/legislativo/legislacao5/leis2022/18085.htm>
- Assembleia Legislativa do Ceará. (2022b). Projeto de lei nº 1.173, de 2022 (do Sr. Nelho Bezerra). Eleva a "Festa de Nossa Senhora do Carmo", que se realiza na cidade de Jucás, no Estado do Ceará, a patrimônio cultural imaterial do Brasil. Recuperado em 16 de fevereiro de 2024, de https://www.camara.leg.br/proposicoesWeb/prop_mostrarintegra?codteor=2172931#:~:text=A%20Festa%20de%20Nossa%20Senhora,sendo%20considerada%20hoje%20um%20dos
- Aragão, R. F. (2015). Um estudo geográfico sobre geopolítica da visibilidade, marcação espacial, conflitos e tensões do patrimônio religioso urbano: Estátua de Padre Cícero na cidade de Juazeiro do Norte–Ceará-Brasil. *Élisée – Revista de Geografia da UEG*, 4(2), 34–58.
- Aragão, R. F., & de Oliveira, C. D. M. (2013). Ascensão e decadência de um patrimônio turístico-religioso: o Luzeiro do Sertão. *Mercator – Revista de Geografia da UFC*, 12(29), 121–138.
- Araújo Gomes, A. M. (2009). A destruição da terra sem males: o conflito religioso do Caldeirão de Santa Cruz do Deserto. *Revista USP*, (82), 54–67.
- Barbalha. (2022, 21 de janeiro). Obras da estrada que dará acesso à Estátua de Santo Antônio

avancam em Barbalha. Prefeitura Municipal de Barbalha. Recuperado em 27 de outubro de 2023, de <https://barbalha.ce.gov.br/2022/01/27/obras-da-estrada-que-dara-acesso-a-estatua-de-santo-antonio-avancam-em-barbalha/>

Bardin, L. (2011). *Análise de conteúdo*. Lisboa: Edições 70.

Beaumont, N., & Dredge, D. (2010). Local tourism governance: A comparison of three network approaches. *Journal of Sustainable Tourism*, 18, 7–28.

Beni, M. C. (2001). *Análise estrutural do turismo*. São Paulo: SENAC.

Beni, M. C. (2006). *Política e planejamento de turismo no Brasil*. São Paulo: Aleph.

Berger, P. L., & Luckmann, T. (2003). *A construção social da realidade: tratado de sociologia do conhecimento*. Petrópolis: Editora Vozes.

Bevir, M. (2012). *Governance: A very short introduction*. Oxford: Oxford University Press.

Bhabha, H. K. (1998). *O local da cultura* (2ª ed.). Belo Horizonte: Editora UFMG.

Blog Coisa de Cearense. (2017, 20 de março). Estátua de Nossa Senhora de Fátima, no Crato. Recuperado em 23 de outubro de 2023, de <http://coisadecearense.com.br/estatua-de-nossa-senhora-de-fatima-no-crato/>

Bramwell, B. (2004). Partnerships, participation, and social science research in tourism planning. In A. A. C. Lew, C. M. Hall, & A. Williams (Eds.), *A companion to tourism* (pp. 541–554). USA: Blackwell Publishing.

Cariri das Antigas. (2021, 15 de fevereiro). A epopeia da construção da estátua do Padre Cícero. Recuperado em 10 de março de 2025, de <https://cariridasantigas.com.br/a-epopeia-da-construcao-da-estatua-do-padre-cicero/>

Chartier, R. (1991). O mundo como representação. *Estudos Avançados*, 5, 173–191.

Choay, F. (2017). *A alegoria do patrimônio*. São Paulo: Unesp.

Choe, J. (2024). Religious tourism. *Tourism Geographies*, 1–10.

Cipolini, P. C. (2010). A devoção mariana no Brasil. *Teocomunicação*, 40(1).

CNBB. (2009). *Pastoral do turismo: desafios e perspectivas* (1ª ed.). Brasília: Edições CNBB.

Collins-Kreiner, N. (2010). Researching pilgrimage: Continuity and transformations. *Annals of Tourism Research*, 37(2), 440–456.

Collins-Kreiner, N. (2020). A review of research into religion and tourism: Launching the Annals of Tourism Research Curated Collection on religion and tourism. *Annals of Tourism Research*, 82, 102892.

- Collis, J., & Hussey, R. (2005). *Pesquisa em administração: um guia prático para alunos de graduação e pós-graduação*. Porto Alegre: Bookman.
- Cordeiro, M. P. J. (2010). *Entre chegadas e partidas: dinâmicas das romarias em Juazeiro do Norte* [Tese, Universidade Federal do Ceará]. Repositório do Programa de Pós-Graduação em Sociologia.
- Corrêa, R. L. (2005). Monumentos, política e espaço. *Scripta Nova. Revista electrónica de geografía y ciencias sociales*, 9, 181–204.
- Coutinho, A. C. A., & Nóbrega, W. R. M. (2019). Governança em destinos turísticos: desafios na sociedade contemporânea. *Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo*, 13(3), 55–70.
- Crato. (2016). *Plano de Governo: “Um Tempo Novo com a Força do Povo”*. Prefeitura do Crato. Recuperado em 23 de outubro de 2023, de https://divulgacandcontas.tse.jus.br/dados/2016/CE/13854/2/60000014283/proposta_governo1471295214228.pdf
- Crato. (2022, 2 de maio). Av. do Monumento de Nossa Senhora de Fátima será inaugurada nesta quarta-feira, 04, em Crato. Prefeitura do Crato. Recuperado em 23 de outubro de 2023, de <https://crato.ce.gov.br/informa.php?id=2345>
- Crato. (2024, 6 de fevereiro). Prefeito do Crato anuncia reconstrução do monumento de Fátima, na abertura dos trabalhos no legislativo. Prefeitura do Crato. Recuperado em 15 de fevereiro de 2024, de <https://crato.ce.gov.br/informa.php?id=3888>
- Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2021). *Projeto de pesquisa: métodos qualitativo, quantitativo e misto*. Penso Editora.
- Della Cava, R. (2014). *Milagre em Joazeiro*. Editora Companhia das Letras.
- Diário do Nordeste. (2014, 28 de junho). Estátua de N Sra. de Fátima é atração turística no Crato. Recuperado em 23 de outubro de 2023, de <https://diariodonordeste.verdesmares.com.br/regiao/estatua-de-n-sra-de-fatima-e-atracao-turistica-no-crato-1.1046809>
- Diário do Nordeste. (2022). Ceará cria rota do turismo religioso em 12 cidades e inclui três locais em Fortaleza; veja quais são. Recuperado em 29 de janeiro de 2023, de <https://diariodonordeste.verdesmares.com.br/ceara/ceara-cria-rota-do-turismo-religioso-em-12-cidades-e-inclui-tres-locais-em-fortaleza-veja-quais-sao-1.3239292>
- Diocese do Crato. (2014, 21 de junho). Cerca de 15 mil pessoas participam de bênção e inauguração da imagem de Nossa Senhora de Fátima, a maior do Brasil, que está localizada em Crato-CE. Recuperado em 8 de novembro de 2024, de <https://diocesedecrato.org/cerca-de-15-mil-pessoas-participam-de-bencao-e-inauguracao-da-imagem-de-nossa-senhora-de-fatima-a-maior-do-brasil-que-esta-localizada-em-crato-ce/>
- Diocese do Crato. (2017, 13 de novembro). 64 anos da visita da Imagem de Nossa Senhora de

Fátima Peregrina Mundial à Diocese de Crato. Recuperado em 15 de fevereiro de 2024, de <https://diocesedecrato.org/64-anos-da-visita-da-imagem-de-nossa-senhora-de-fatima-peregrina-mundial-a-diocese-de-crato/>

- Dolnicar, S. (2020). Market segmentation analysis in tourism: a perspective paper. *Tourism Review*, 75(1), 45–48. <https://doi.org/10.1108/TR-02-2019-0041>
- Dredge, D. (2006). Policy networks and the local organisation of tourism. *Tourism Management*, 27, 269–280.
- Dredge, D., & Jenkins, J. (2011). New spaces of tourism planning and policy. In *Stories of practice: Tourism policy and planning* (pp. 23–34). Ashgate.
- Durán-Sánchez, A., Alvarez-Garcia, J., del Rio-Rama, M. d. l. C., & Oliveira, C. (2018). Religious tourism and pilgrimage: Bibliometric overview. *Religions*, 9(9), 249.
- Durkheim, E. (1996). *As formas elementares da vida religiosa*. São Paulo: Martins Fontes.
- Dye, T. R. (2013). *Understanding public policy*. Pearson.
- Eliade, M. (2002). *Imagens e símbolos: ensaio sobre o simbolismo mágico-religioso* (3ª ed.). Martins Fontes. (Trabalho original publicado em 1961)
- Eliade, M. (2016). *Mito e realidade* (6ª ed.). Perspectiva. (Trabalho original publicado em 1964)
- Erkus, Öztürk, H., & Eraydin, A. (2010). Environmental governance for sustainable tourism development: Collaborative networks and organisation building in the Antalya tourism region. *Tourism Management*, 31, 113–124.
- Farias, M. F. D. (2013). *Turismo religioso na Cidade da Santa: a percepção da comunidade sobre a construção do Complexo Turístico e Religioso Alto de Santa Rita, Santa Cruz/RN* [Dissertação, UFRN]. Repositório de dissertações UFRN.
- Gastal, S. A., & Moesch, M. M. (2007). *Turismo, políticas públicas e cidadania*. São Paulo: Aleph.
- G1 Ceará. (2022, 18 de dezembro). Caldeirão da Santa Cruz do Deserto torna-se parque estadual; outras 4 unidades de conservação estão em processo de criação, no Cariri. Recuperado de: <https://g1.globo.com/ce/ceara/cariri/noticia/2022/12/18/caldeirao-da-santa-cruz-do-deserto-torna-se-parque-estadual-outras-4-unidades-de-conservacao-estao-em-processo-de-criacao-no-cariri.ghtml>
- G1 Ceará. (2023, 17 de setembro). Cabeça gigante de Santo Antônio vai virar filme brasileiro; conheça a história. Recuperado de: <https://g1.globo.com/ce/ceara/noticia/2023/09/17/cabeca-gigante-de-santo-antonio-vai-virar-filme-brasileiro-conheca-a-historia.ghtml>
- Gil, A. C. (2008). *Métodos e técnicas de pesquisa social* (6ª ed.). São Paulo: Atlas.

- Godoy, A. S. (1995). Pesquisa qualitativa: tipos fundamentais. *Revista de Administração de Empresas*, 35, 20–29.
- Giumbelli, E. (2011). Brasileiro e europeu: a construção da nacionalidade em torno do monumento ao Cristo Redentor do Corcovado. *Cadernos de Antropologia e Imagem*, 24(1), 35–63.
- Giumbelli, E. A. (2020). Monumentos religiosos como um novo tipo de objeto: genealogia e atualidade de uma forma de presença católica no espaço público. *GIS-Gesto, Imagem e Som – Revista de Antropologia*, 5(1).
- Governo do Ceará. (2018, 1 de julho). Crato: Horto de Nossa Senhora de Fátima recebe milhares de fiéis em inauguração de novo espaço. Recuperado de: <https://www.ceara.gov.br/2018/07/01/crato-horto-de-nossa-senhora-de-fatima-recebe-milhares-de-fieis-em-inauguracao-de-novo-espaco/>
- Governo do Ceará. (2020, 3 de março). Rota Cariri é lançada e será divulgada no mercado nacional. Recuperado de: <https://www.ceara.gov.br/2020/03/03/rota-cariri-e-lancada-e-sera-divulgada-no-mercado-nacional/>
- Governo do Ceará. (2022, 5 de maio). Em Caridade, obras do Monumento de Santo Antônio avançam para 25%. Recuperado de: <https://www.ceara.gov.br/2022/05/05/em-caridade-obras-do-monumento-de-santo-antonio-avancam-para-25/>
- Hardy, A. (2003). An investigation into the key factors necessary for the development of iconic touring routes. *Journal of Vacation Marketing*, 9(4), 314–330.
- Hall, C. M. (2011). A typology of governance and its implications for tourism policy analysis. *Journal of Sustainable Tourism*, 19(4–5), 437–457.
- Hall, C. M., & Jenkins, J. (2004). Tourism and public policy. In A. A. C. Lew, C. M. Hall, & A. Williams (Eds.), *A companion to tourism* (pp. 525–540). Blackwell Publishing.
- Heidari, A., Yazdani, H. R., Saghafi, F., & Jalilvand, M. R. (2018). The perspective of religious and spiritual tourism research: a systematic mapping study. *Journal of Islamic Marketing*, 9(4), 747–798.
- Hobsbawm, E., & Ranger, T. (Orgs.). (2012). *A invenção das tradições*. Rio de Janeiro: Paz e Terra.
- Huyssen, A. (2000). *Seduzidos pela memória: arquitetura, monumentos, mídia* (2ª ed.). Rio de Janeiro: Aeroplano.
- IBGE. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. (2024). *Panorama do Censo 2022*. Recuperado de: <https://censo2022.ibge.gov.br/panorama/>
- Iliev, D. (2020). The evolution of religious tourism: Concept, segmentation and development of new identities. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 45, 131–140.
- IPECE. Instituto de Pesquisa e Estratégia Econômica do Ceará. (2015). *As regiões de*

planejamento do Estado do Ceará (Textos para discussão nº 111). Recuperado de: https://www.ipece.ce.gov.br/wp-content/uploads/sites/45/2014/02/TD_111.pdf

- IPHAN. Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional. (2015). *Dossiê de Registro – Festa do Pau da Bandeira de Santo Antônio de Barbalha*. Recuperado de: http://portal.iphan.gov.br/uploads/ckfinder/arquivos/Dossie_festa_pau_da_bandeira_santo_ant%C3%B4nio_barbalha.pdf
- Kim, B., Kim, S., & King, B. (2020). Religious tourism studies: Evolution, progress, and future prospects. *Tourism Recreation Research*, 45(2), 185–203.
- Kotler, P. (2000). *Administração de marketing*. São Paulo: Prentice Hall.
- Le Goff, J. (2013). *História e memória* (7ª ed.). Campinas: Unicamp.
- Leiper, N. (1990). Tourist attraction systems. *Annals of Tourism Research*, 17(3), 367–384.
- Lew, A. A. (1987). A framework of tourist attraction research. *Annals of Tourism Research*, 14(4), 553–575.
- Lima, M. C. (2006). *Cristo Redentor do Corcovado: mensagem religiosa e história*. Rio de Janeiro: Arquidiocese de São Sebastião do Rio de Janeiro.
- MacCannell, D. (1999). *The tourist: A new theory of the leisure class*. New York: Schocken Books.
- Macedo, E. U. (2008). Religiosidade popular brasileira colonial: um retrato sincrético. *Revista Ágora*, (7), 1–20.
- Matias-Pereira, J. (2009). *Curso de administração pública: foco nas instituições e ações governamentais* (p. 1–148). São Paulo: Atlas.
- Matos, F., & Dias, R. (2013). *Governança pública: novo arranjo de governo*. Campinas: Alínea.
- Minayo, M. C. S., Deslandes, S. F., & Gomes, R. (2016). *Pesquisa social: teoria, método e criatividade*. Petrópolis: Editora Vozes.
- Ministério do Turismo. (2021). *Segmentação do turismo – Marcos conceituais*. Brasília: Coordenação Geral de Segmentação. Recuperado de: <https://www.gov.br/turismo/pt-br/centrais-de-conteudo/publicacoes/segmentacao-do-turismo/segmentacao-do-turismo-marcos-conceituais.pdf>
- Ministério do Turismo. (2022). *Boletim de inteligência de mercado no turismo: Turismo religioso* (10ª ed.). Recuperado de: http://bibliotecarimt.turismo.gov.br/_layouts/15/start.aspx#/SitePages/BIMT%2010%C2%AA%20edi%C3%A7%C3%A3o%20-%20Turismo%20Religioso.aspx
- Ministério do Turismo. (2024). *Plano nacional de turismo 2024–2027: O turismo como protagonista do desenvolvimento sustentável e inclusivo*. Recuperado de:

<https://www.gov.br/turismo/pt-br/aceso-a-informacao/acoes-e-programas/planos/plano-nacional-do-turismo/PLANONACIONALDETURISMOV431.10PORTAL.pdf>

Ministério do Turismo. (2025). *Mapa do turismo brasileiro*. Recuperado de: <https://www.mapa.turismo.gov.br/mapa/init.html#/home>

Missal Romano. (2020). *Missas votivas* (23^a ed., pp. 939–961). Paulus.

Murphy, P. (1988). Community driven tourism planning. *Tourism Management*, 9(2), 96–104.

Nóbrega, W. R. (2012). *Turismo e políticas públicas na Amazônia brasileira: Instâncias de governança e desenvolvimento nos municípios de Santarém e Belterra, oeste do estado do Pará* (Tese de doutorado). Universidade Federal do Pará, Núcleo de Altos Estudos Amazônicos, Programa de Pós-Graduação em Desenvolvimento Sustentável do Trópico Úmido.

Nolan, M. L., & Nolan, S. (1989). *Christian pilgrimage in modern Western Europe*. The University of North Carolina Press.

Oliveira, P. A. R. (1985). *Religião e dominação de classe: Gênese, estrutura e função do catolicismo romanizado no Brasil* (Vol. 8). Vozes.

Oliveira, C. D. M. (2004). *Turismo religioso*. Aleph.

Oliveira, C. D. M. (2008). Política de interiorização do turismo: Revisão federativa na proposta de região bipolar. *Revista Avaliação de Políticas Públicas*, 2(2).

Oliveira, C. D. M., & Oliveira, L. C. (2009). Turismo e políticas públicas: Problemática urbana e mudanças do sagrado em Juazeiro do Norte (Ceará, Brasil). *Terra Livre*, 33(2).

Oliveira, C. D. M., Cavalcante, T. V., & Souza, J. A. X. D. (2020). *Geossantuários: Metodologias e dinâmicas festivas*. Imprensa Universitária.

Oliveira, C. D. M., Rocha, M. D. S., & Aragão, R. F. (2020). *Paisagem de gigantes: Totemismo, turismo e geopolítica da visibilidade* (Coleção Caminhos Simbólicos, v. 2). CRV.

Oliveira, C. D. M., Benatti, C., Machado, I. C. B., & Moraes, A. J. B. (2024). Turismo, religiosidades e limites da (in)tolerância cultural: Revendo a rota do turismo religioso no Ceará conforme a Lei nº 18.085/2022. In M. L. B. Alves, C. D. M. de Oliveira, & J. C. Brussio (Orgs.), *Visitando crenças e festas do Nordeste brasileiro* (pp. 123–169). EdUFRN.

Olsen, D. H., & Timothy, D. J. (2021). *The Routledge handbook of religious and spiritual tourism*. Routledge.

Pimentel, T. D. (2018). Uma perspectiva sociopolítica para os estudos em turismo. *Anais*

Brasileiros de Estudos Turísticos: ABET, 8(3), 26–31.

- Pimentel, M. P. C. (2014). A dimensão institucional das políticas públicas de turismo no Brasil. In T. D. Pimentel, M. L. Emmendoerfer, & E. L. Tomazzoni (Orgs.), *Gestão pública do turismo no Brasil: Teorias, metodologias e aplicações* (pp. 15–38). EDUCS.
- Pinto, T. R. G. S., Martins, S., Leonel, D. S., & Ckagnazaroff, I. B. (2018). Governança participativa: Possibilidades e desafios na gestão local. *Interações (Campo Grande)*, 19, 627–641.
- Poria, Y., Butler, R., & Airey, D. (2004). How tourists decide which heritage site to visit. *Tourism Review*, 59(2), 12–16.
- Queiroz, I. D. S. (2014). Região Metropolitana do Cariri cearense, a metrópole fora do eixo. *Mercator (Fortaleza)*, 13, 93–104.
- Ramos, F. R. L. (2012). *O meio do mundo: Território sagrado em Juazeiro do Padre Cícero*. UFC Edições.
- Riegl, A. (2014). *O culto moderno dos monumentos: Sua essência e sua origem* (Trabalho original publicado em 1903). Perspectiva.
- Rocha, M. S. (2018). *A paisagem religiosa dos totens católicos: Dinâmicas turístico-devocionais, simbólicas e virtuais (CE-PB-RN)* (Dissertação de mestrado). Universidade Federal do Ceará.
- Rocha, A. L. C. D., & Eckert, C. (2008). *Etnografia: Saberes e práticas*. Iluminuras.
- Rocha, M. S., & Barbosa, J. M. (2020). O Hipertotem Santa Rita de Cássia na dinâmica paisagística do turismo em Santa Cruz/RN. *Revista Eletrônica da Associação de Geógrafos Brasileiros, Seção Três Lagoas*, 1, 31.
- Rodrigues, C. C. L., & Gomes, A. M. A. (2013). Teorias clássicas da psicologia da religião. In J. D. Passos & F. Usarki (Orgs.), *Compêndio de ciência da religião* (pp. 333–346). Paulinas.
- Rodrigues, M. (2001). Preservar e consumir: O patrimônio histórico e o turismo. *Turismo e Patrimônio Cultural*, 15–24. Contexto.
- Sales, A. C. D. (2014). *Narrativas sobre o culto à Cruz da Baixa Rasa em Crato/CE: Sensibilidades mimetizadas* (Dissertação de mestrado, Universidade Federal de Campina Grande).
- Sanchis, P. (2006). Peregrinação e romaria: Um lugar para o turismo religioso. *Ciencias Sociales y Religión*, 8(8), 85–97.
- Sartori, A. (2022). A governança do turismo religioso na pandemia da Covid-19: O estudo de caso de Nova Trento/SC–Brasil. *Revista de Turismo Contemporâneo*, 10(1), 117–139.

- Schreier, M. (2014). Qualitative content analysis. In U. Flick (Ed.), *The SAGE handbook of qualitative data analysis* (pp. 170–183). Sage Publications.
- Secretaria de Cultura do Ceará (Secult/CE). (2020). *Mapa – Rota Cariri*. Recuperado em 25 de outubro de 2023, de <https://www.secult.ce.gov.br/2020/03/03/rotacariri-rota-cariri-e-lancada-nesta-manha-3-3-no-centro-de-eventos-do-cariri-e-visa-impulsionar-o-turismo-na-regiao/mapa-rota-cariri/>
- Secretaria de Turismo do Ceará (Setur/CE). (2021). *Estudos turísticos: Evolução recente do turismo no Ceará 2010/2019*. Recuperado em 26 de outubro de 2023, de <https://www.setur.ce.gov.br/wp-content/uploads/sites/59/2021/09/Evolucao-do-Turismo-no-Ceara-2010-2019.pdf>
- Shinde, K. A. (2024). Religious tourism: The journey so far. *A Research Agenda for Religious Tourism*, 1–20.
- Silva, I. L. O., & Oliveira, C. D. M. (2020). Turismo religioso e devoção nas caravanas do Santuário Metropolitano Sertanejo de Canindé, Brasil. *PatryTer – Revista Latinoamericana e Caribenha de Geografia e Humanidades*, 3(5), 84–97.
- Silva, K. C. D. (2023). *Resiliência romeira: A promoção do turismo religioso no Santuário de Santa Cruz dos Milagres (Piauí)* (Tese de doutorado, Universidade Federal do Rio Grande do Norte). Repositório de Teses UFRN.
- Silva, S. P. D. (2011). *Os sentidos da festa: (Re)significações simbólicas dos brincantes do Reisado de Congo em Barbalha CE (1960–1970)*. Repositório UFPB.
- Silveira, E. J. S. (2003). Turismo e consumo: A religião como lazer em Aparecida. In E. S. Abumanssur (Org.), *Turismo religioso: Ensaios antropológicos sobre religião e turismo* (pp. 29–52). Papirus.
- Soares, É. B. S., Emmendoerfer, M. L., & Monteiro, L. P. (2013). Gestão pública no turismo e o desenvolvimento de destinos turísticos em um estado da Federação Brasileira: Uma análise do planejamento estratégico do turismo em Minas Gerais (2007–2010). *Tourism & Management Studies*, 9(2), 50–56.
- Stake, R. E. (2005). Qualitative case studies. In N. K. Denzin & Y. S. Lincoln (Eds.), *The Sage handbook of qualitative research* (pp. 443–466). Sage Publications.
- Steil, C. A. (2003a). Peregrinação, romaria e turismo religioso: Raízes etimológicas e interpretações antropológicas. In E. S. Abumanssur (Org.), *Turismo religioso: Ensaios antropológicos sobre religião e turismo* (pp. 29–52). Papirus.
- Steil, C. A. (2003b). Romeiros e turistas no santuário de Bom Jesus da Lapa. *Horizontes Antropológicos*, 9, 249–261.
- Steil, C. A., & Carneiro, S. D. S. (2008). Peregrinação, turismo e nova era: Caminhos de Santiago de Compostela no Brasil. *Religião & Sociedade*, 28, 105–124.
- Trentin, F. (2016). Governança turística em destinos brasileiros: Comparação entre Armação

dos Búzios/RJ, Paraty/RJ e Bonito/MS. *PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 14(3), 645–658.

Turner, V. W., & Turner, E. L. (1978). *Image and pilgrimage in Christian culture*. Columbia University Press.

Vale, S. C. D. (2021). *Religiosidade e engajamento no trabalho voluntário* (Tese de doutorado, Programa de Pós-Graduação em Administração, UFPB).

Valiente, G. C., & Romero, A. B. (2011). Turismo religioso en España: ¿La gallina de los huevos de oro? Una vieja tradición versus un turismo emergente. *Cuadernos de Turismo*, 27, 115–131.

Velasco González, M. (2008). Gestión de destinos: ¿Gobernabilidad del turismo o gobernanza del destino? Ponencia presentada no XVII Simposio Internacional de Turismo y Ocio, España.

Velasco González, M. (2010). Gobernanza del turismo: Retos y estrategias de las redes de destinos turísticos. In *Proceedings of the XV Congreso AECIT Dinámicas de Transformación del Turismo en el Siglo XXI* (pp. 24–26). Tenerife, Islas Canarias, España.

Velasco González, M. (2016). Entre el poder y la racionalidad: Gobierno del turismo, política turística, planificación turística y gestión pública del turismo. *PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 14(3), 577–594.

Velasco González, M., & Trentin, F. (2014). Evolución de la política de turismo en Brasil y España: Enfoque en las redes de actores. In *V Congreso Internacional en Gobierno, Administración y Políticas Públicas*.

Vilela, G. J. P., & Costa, H. A. (2020). Políticas públicas de turismo: Uma análise crítica dos planos nacionais de turismo do Brasil (2003–2022). *Revista Turismo em Análise*, 31(1), 115–132. <https://doi.org/10.11606/issn.1984-4867.v31i1p115-132>

Wan, Y. K. P., & Bramwell, B. (2015). Political economy and the emergence of a hybrid mode of governance of tourism planning. *Tourism Management*, 50, 316–327.

APÊNDICES

Apêndice A - Roteiro de Entrevista³²

- 1) Onde você nasceu?
- 2) Qual é sua experiência profissional?
- 3) Há quanto tempo você trabalha nesta função?
- 4) Qual sua relação ou há quanto tempo você trabalha com turismo?
- 5) Como você descreveria os municípios de Crato e Barbalha para alguém que não conhece a região?
- 6) Quais são os projetos atuais para o turismo no município?
- 7) Qual o orçamento destinado para execução desses projetos?
- 8) Qual foi sua opinião quando soube que ia ser construído um monumento (Santo Antônio ou Nossa Senhora de Fátima, a depender do município do entrevistado) aqui na cidade?
- 9) Qual história você sabe sobre o porquê da escolha do monumento e como se deu o processo de escolha e do local de instalação?
- 10) Como foi a repercussão sobre a construção do monumento? Como você percebeu/ouviu sobre a opinião da população no geral?
- 11) Quais as principais dificuldades que existem atualmente no monumento e seu entorno?
- 12) Como você vê o envolvimento da igreja nesse processo da construção e na gestão do monumento?
- 13) Como acontece o envolvimento e interesse da iniciativa privada/gestão pública para atuar no monumento?
- 14) Quem é o público ou qual a origem das pessoas que visitam o monumento?
- 15) Você acha que muitos romeiros de Juazeiro do Norte visitam o monumento?
- 16) Qual a época que o monumento recebe mais visitantes?
- 17) Quais os atrativos turísticos da cidade?
- 18) Qual é o principal atrativo turístico visitado pelos turistas que chegam aqui?
- 19) Você considera que o município seja um destino de turismo religioso?
- 20) Qual sua opinião sobre os investimentos da gestão pública para o desenvolvimento turístico do município?
- 21) E os investimentos especificamente para o turismo religioso?
- 22) Como é a relação de vocês com a gestão dos outros municípios do eixo Crajubar?

³² As questões são adaptadas a depender do campo que o entrevistado pertence, seja gestão pública, iniciativa privada ou gestão religiosa.

- 23) Qual seria o cenário ideal para o monumento e a atividade turística do município?
- 24) Qual a festa religiosa mais forte do município?
- 25) Você percebe a vinda de pessoas que não sejam moradoras da cidade pagar promessas para o santo do monumento?
- 26) Qual o momento/dia da Festa de Santo Antônio que recebe o maior público? ^{33*}
- 27) Há diferença entre o público que frequenta o dia do cortejo no horário da manhã e no horário da tarde? E em relação aos demais dias da trezena, principalmente o dia 13 de junho? *
- 28) Você percebe a chegada de pessoas que não sejam moradoras de Barbalha, que vem pagar promessas pra Santo Antônio? *

³³ * Perguntas específicas para os atores do município de Barbalha.

Apêndice B – Termo de consentimento livre e esclarecido

Declaro, por meio deste termo, que concordei em ser entrevistado(a) participando da pesquisa de campo referente a pesquisa de doutorado intitulada provisoriamente "MONUMENTOS CATÓLICOS E A CRIAÇÃO DE DESTINOS TURÍSTICOS - a modernização dos equipamentos e serviços do turismo religioso"³⁴ desenvolvida pela aluna MARIENE CAVALCANTE BORBA DE ALBUQUERQUE, podendo contatar caso julgue necessário pelo telefone: (83) 99962-9635 ou e-mail: paramarienealbuquerque@gmail.com.

Fui informado(a) de que a pesquisa é orientada pela Professora Dra. MARIA LÚCIA BASTOS ALVES, a quem poderei contatar a qualquer momento que julgar necessário, no Programa de Pós-Graduação em Turismo do Centro de Ciências Sociais Aplicadas da Universidade Federal do Rio Grande do Norte ou através do e-mail: mluciabastos29@yahoo.com.br.

Afirmo que aceitei participar por minha própria vontade, sem receber qualquer incentivo financeiro ou ter qualquer ônus e, com a finalidade exclusiva de colaborar para o sucesso da pesquisa. Fui informado(a) dos objetivos estritamente acadêmicos do estudo, que, em linhas gerais é de analisar as políticas públicas municipais e ações eclesiais diante dos interesses sobre a monumentalidade católica enquanto dispositivo de incentivo na criação de destinos turísticos dos municípios cearenses de Crato e Barbalha.

Minha colaboração se fará de forma anônima, por meio de entrevista utilizando um roteiro semiestruturado, a ser gravada a partir da assinatura desta autorização. Permito que a pesquisadora obtenha ainda dados, fotografias, filmagens para fins de pesquisa científica. Tenho conhecimento sobre a pesquisa e seus procedimentos, autorizando que o material e informações obtidas possam ser publicados em trabalhos acadêmicos, aulas, seminários, congressos, palestras ou periódicos científicos, sendo que o acesso e a análise dos dados coletados se farão apenas pela pesquisadora e/ou seu orientador.

Fui ainda informado(a) de que posso me retirar dessa pesquisa a qualquer momento, sem qualquer prejuízo ou sofrer quaisquer sanções ou constrangimentos. Atesto recebimento de uma cópia assinada deste Termo de Consentimento Livre e Esclarecido, conforme recomendações da Comissão Nacional de Ética em Pesquisa (CONEP).

_____, ____ de _____ de _____

Assinatura do(a) participante: _____

Assinatura da pesquisadora: _____

³⁴ Tanto o título como os objetivos estavam de acordo com a versão defendida na qualificação, após a realização do campo ambos foram modificados para melhor se adequar ao contexto estudado.