

Turismo e Modernização dos Santuários Cearenses: *A Lógica Mítica do Espetáculo*

Prof. Dr. Christian Dennys Monteiro de Oliveira
Alexandre Sabino Nascimento
Ana Karina Cavalcante Holanda
Bruna Delfino Cabral
Ilaina Damasceno Pereira
Mariana Fernandes Mendes

Resumo

O presente artigo estabelece uma reflexão sobre a dinâmica moderna dos santuários Católicos no Ceará, tendo em vista sua organização estética para atração um diversificado contingente de fiéis. Trata-se de interpretar uma tendência turística de desenvolvimento, não restrita ao turismo religioso; mas devidamente combinada com a capacidade da igreja católica de responder, via a urbanização e as redes de intercâmbio, à lógica mítica da sociedade de espetáculo. O lugar metropolitano (de Fortaleza) e interiorano (de Quixadá) da fé são tomados como estratégicos para o debate de uma nova racionalidade na investigação de espaços simbólicos; e conseqüentemente novas maneira de apreensão de equipamentos religiosos no turismo cultural no Ceará.

Palavras chave: Santuário, Espetáculo, Turismo Religioso, Modernização

1. Introdução

Os estudos geográficos do turismo buscam entender as transformações ocorridas no espaço a partir de ações e construções que implementam essa prática social contemporânea. Desenvolvem-se quando o lazer passa a ser um dos serviços mais ofertados e procurados pela sociedade. Tradicionalmente, foram destacados espaços valorizados por atividades de recreação, como as paisagens das praias ensolaradas, oferecendo aos seus visitantes misto de exotismo e acesso ao paraíso imaginado.

A prática do lazer, ao deixar de restringir-se ao ócio e representar uma atividade desenvolvida com o consumo e a mobilização de pessoas e de capitais, diversifica-se a fim de ampliar a oferta de modalidades de entretenimento. A organização espacial do turismo expressa uma dessas diversificações. Pesquisas geográficas que abordam o

fenômeno do turismo têm atentado recentemente para a peculiaridade que os fluxos populacionais produzidos pela religião desencadeiam, porquanto se observa cada vez mais a valorização de espaços sagrados e a inserção destes em roteiros turísticos. Desde os templos antigos, até aqueles com tradição recente.

Este artigo tem por objetivo avaliar a criação / inserção de espaços sagrados na lógica do turismo. Os templos e seus arredores a serem analisados localizam-se em contextos espaciais diferentes a fim de demonstrar que *santuários turísticos* são frutos de um processo de renovação e adaptação da igreja católica às necessidades da vida moderna. Tanto para tradicionais fiéis quanto para os integrantes de movimentos juvenis os processos de renovação católicos – notadamente de vertente carismática – desdobram uma nova onda de valorização desses espaços santificados.

Destacam-se, assim, templos e santuários no contexto metropolitano e interiorano a fim de demonstrar um processo que afeta toda a igreja Católica e a utilização de seus arredores e vias de acesso como forma de dinamização dos novos santuários. Dá-se, ainda atenção especial às estruturas temporais de criação de templos ou santuários periódicos, originados da manifestação e organização de eventos cristãos.

Uma análise contextualizada do campo religioso em função das transformações contemporâneas das práticas massivas de fé e devoção também será efetuada. Afinal, a compreensão desses estudos e da maneira de interpretá-los diante da efervescência da religiosidade no Ceará, nos trás a baila o debate sobre a lógica religiosa do show popular, do grande evento para as massas. Uma resposta polêmica e publicitária de que a igreja resiste com toda capacidade instrumental das grandes tecnologias sociais. O turismo é uma delas e assim deve ser discutido na perspectiva desses espaços especiais.

2. Os extremismos cristãos como um ponto de partida

A concepção cristã sobre Deus (*Javé*) é de caráter duplo. Nela se conflitam duas extremidades: o bem e o mal. A condição divina possui o papel de julgar o homem de acordo com suas atitudes, sendo estas, previamente circunscritas em termos bíblicos como certas ou erradas, conforme a vontade de Deus. Todavia, essas “leis” ficam sujeitas às alterações humanas, adaptando-se à dinâmica da realidade.

A mobilidade da “ordem moral” cristã é fruto da concepção de “livre arbítrio” que Deus atribuiu a humanidade. No entanto, o “poder” e a “vontade” divina foram submetidos aos caprichos dos homens de acordo com suas aspirações, que podem ser: a paz ou a guerra, a vida ou a morte, o amor ou o ódio, o sagrado ou o profano, etc. A verdade e a falsidade fazem parte de um processo de validação da sociedade.

O Velho e o Novo Testamento estão embasados em concepções e contextos históricos distintos. No entanto, complementam-se em certos aspectos essenciais: o pecado e a salvação, a graça e o castigo, a punição e a misericórdia. Deus que pode ajudar e prejudicar; ser amigo e inimigo; é a divindade maior onipresente nos ensinamentos trazidos por Cristo, através das “boas novas”. Esta concepção constitui a coluna central do judaísmo que fundamentou o cristianismo ocidental em suas práticas políticas”. Edgar Morin sintetiza que *a cultura religiosa se baseia na identificação com o deus que salva, e com a grande comunidade maternal-paternal que constitui a Igreja* (1997, p.15). Para o filósofo Nietzsche *“A igreja cristã nada poupou a sua corrupção: de cada valor fez um não-valor, de cada verdade uma mentira, de cada integridade uma baixeza de alma.* (2005, p. 106)

Modificações teóricas dos ensinamentos divinos, por meio de interpretações seletivas, são marcas de diferentes ideologias, religiões e escolas filosóficas. A Igreja como clero e estado multinacional, não fugiu a regra mediante sua expansão histórica

inicial de conquista de todo um império. Mesmo o mais esclarecido de seus fiéis não escapa destes processos de “desvirtuamento”. Sendo assim, alguns elementos até então considerados profanos foram se incorporando em diversas práticas rituais do catolicismo, mais especificamente. Em outras confissões cristãs, mais ortodoxas e dogmáticas, isto é se deu e se dá também; embora em intensidade relativamente inferior.

Todavia, em maior ou menos grau de sincretismo, este movimento “sacro-profano”, exposto exemplarmente pelos rituais festivos, adquire uma nova roupagem. As mais remotas informações sobre diversos povos e civilizações registram momentos festivos de celebração aos deuses, a natureza, a vida, etc. Estas celebrações variam de acordo com as culturas, com os períodos, mas enfim, todas em sua plenitude consistiam em valor de uso. Na antiguidade e no período medieval europeu, a presença desses rituais tendia a ser menos conflituosa do que se tornou diante da modernização dos Estados contemporâneos. Conforme Lefebvre, era na cidade, enquanto *obra*, que os monumentos e as festas forjavam seu sentido, *inclusive às significações oriundas do campo, da vida imediata, da religião e da ideologia política* (2001,p.56). Na contemporaneidade, a festa continua a ter valor de uso; mas passou a incorporar as variáveis da soberba, da competição e do espetáculo.

Dentro desse contexto, as festas religiosas cristãs em homenagem aos santos católicos (oficiais ou não), às paróquias e aos santuários, bem como as festas de louvor e adoração fora dos templos constituem o diversificado campo dos santuários rituais ou festivos, na compreensão de Oliveira (2004), cuja abrangência sacro-profana pode alcançar até manifestações menos controladas pelo clero, como as festas juninas e carnavalescas. Não escondem, entretanto, a polarização dos enquadramentos que opõe festas religiosas e profanas como manifestações coletivas do bem e do mal. Muito embora, nos dois casos, não se foge à lógica do mercado, uma vez que seus

organizadores (promotores ou patrocinadores) utilizam os meios de comunicação de massa para divulgar e vendê-la como grande evento.

2.1. Peregrinações e sincretismos: espetáculos de conciliação

A religiosidade, sistematizada ou não pelas grandes religiões universais, se apresenta como um fenômeno desencadeador de deslocamentos populacionais, através das peregrinações. Responsável pela mobilidade territorial de milhões de fiéis e simpatizantes de uma determinada crença, tal força religiosa vem sendo combinada aos fatores mais profanos para condicionar a movimentação, ainda que num primeiro momento, imaginária, dos que “devem” se locomover em virtude da fé. A expressão popular *se Maomé não vai até a montanha, a montanha vai a Maomé*, nunca foi tão efetiva como nos dias atuais.

No entanto, esse fenômeno de “ida” (dos fiéis) e volta das “imagens” não se circunscreve ao islamismo (tão marcante pelo pilar da *hajj* – a peregrinação à Meca) do. No Brasil, a fé católica em questão, dinamiza essa mobilização devocional em diferentes escalas turismo religioso, podendo ser manifesta em grandes mobilizações massivas e coletivas – uma *turismonumentalidade* – até em deslocamentos de pequenos grupos individualizados por ritos muito particulares, como se imitasse uma mística em formação – uma *fétur*. Oliveira (2004) estabelece essas expressões associadas a “monumentos” e “fetos” para constituir a simbologia dois extremos possíveis da racionalidade religiosa, na ocupação turística dos espaços santuários.

As religiões existentes no Brasil sofreram alterações consideráveis em virtude da hibridação de etnias e da conquista dos povos nativos que foram “disciplinados” sob os moldes da cultura européia. Sendo assim, formataram-se religiosidades euro-africanas,

contendo o catolicismo na base do sincretismo religioso. Fenômeno de certa forma generalizado por toda América Latina. Visto que seus rituais consistem em cerimônias de cunho religioso, podendo ou não ocorrer junto aos templos cristãos. Alguns destes ritos contem em práticas tradicionais da cultura, envolvendo lendas, mitos e crenças não promovidos oficialmente pela religião.

No entanto, existem rituais que foram incorporados pelas igrejas como práticas expansivas da “fé” e apropriação dos meios de comunicação de massa. A realização de mega-eventos em estádios de futebol, ginásios esportivos e praças. Ou mesmo a introdução das mensagens religiosas no mundo da música contemporânea, através da proliferação de bandas de música gospel, são diversos exemplos dessa força espetacular da fé na contemporaneidade, cada vez mais alimentada pela veiculação dos sites, revistas e jornais que lidam com as temáticas religiosas. Todos esses elementos não são tipicamente rituais, mas fazem parte da reconstrução “espetacular” da cultura religiosa.

Na atualidade o conceito de espetáculo ganha prestígio à medida que seu discurso permanece atual, uma vez que sua elaboração não é recente. Para Guy Debord *o espetáculo domina os homens vivos quando a economia já os dominou totalmente. Ele nada mais é que a economia desenvolvendo-se por si mesma. É o reflexo fiel da produção das coisas, e a objetivação infiel dos produtores* (1999, p.17). Para o autor, a vida humana se submeteu aos caprichos da lógica do capital de tal forma que fez do homem uma relação *sem sujeito* para com a mercadoria. Nessas circunstâncias, Ana Fani Carlo discorre que

a multiplicação das igrejas revela que a religião, tornada mercadoria consumível, produz uma norma para a vida recriando ao mesmo tempo a religião enquanto negócio impregnando a paisagem da cidade com a proliferação de *novos templos* de oração onde o culto transforma-se em espetáculo despojado de um tipo particular de arquitetura, (mas sempre monumental) no entorno das quais floresce um novo tipo particular de atividade comercial. (Carlo, 2004, p. 142)

Contudo, as religiões, sobretudo as igrejas cristãs contemporâneas, assumem um papel “espetacular”, pouco ligada ao *fantástico*, reconhecido pelo no senso comum. O *espetáculo* não é uma contemplação apreciativa, e sim depreciativa da vida, pois banalizou o valor de uso em virtude da dinâmica das trocas e do reino da “contemplação” passiva de imagens. Para Debord, *o espetáculo não é o conjunto de imagens, mas uma relação social entre as pessoas, mediada por imagens* (1999, p.14). Os rituais religiosos já exemplificados não fogem a regra da mercadoria, da imagem e da mídia. A forte articulação: igrejas ⇔ meios de comunicação de massa atualiza tendências previstas por Edgar Morin em *Cultura de Massas no Século XX – neurose*.

A cultura de massa integra e se integra ao mesmo tempo numa relação policultural; faz-se conter, controlar, censurar e, simultaneamente, tende a corroer, desagregar as outras culturas (...) ela pode embeber-se de uma cultura nacional, religiosa ou humanista e, por sua vez, ela embebe as culturas nacional, religiosa ou humanista”. (MORIN, 1997, p.16)

O autor faz um apanhado sobre a problematização cultural e suas crises no mundo ocidental da segunda metade do séc. XX. Ratifica a subordinação desta à indústria cultural como meio e fim. Enquanto Debord trabalha no materialismo histórico, Morin utiliza o pensamento complexo na teoria no caos. Mas ambos os métodos cooperam no confronto à abordagem convencional de teor positivista. Muito alicerçado nas idéias de: ordem, separação, redução e racionalismo; e tão insuficientes para enfrentar as densas ligações entre mito, espetáculos e religiosidade.

3. O Espetáculo: mito e marketing contemporâneo

De acordo com o abordado no capítulo anterior sobre a relação intrínseca, hoje, da religiosidade com essa nova sociedade pós-moderna que mesmo com todo o desenvolvimento do pensamento técnico-racional, este ainda se vê parasitado pelo pensamento mítico e simbólico como afirma Morin (1967). Sendo que esse pensamento mítico e simbólico trata-se, hoje, de um significante descontextualizado que é aproveitado na contemporaneidade, por se tratar, a mesma, de uma época de incertezas e da complexidade.

Sobre isso Morin (1967) afirma que *no século XX ocorre a segunda industrialização, que passa a ser a do espírito, e a segunda colonização que passa a dizer respeito à alma, ambas progredindo neste século*. Desta forma a sociedade passa cada vez mais a conviver com símbolos, mitos, ideologias procurando uma resposta, mas não se sabe de quê. Adentra-se, então, no mundo das mercadorias que, hoje, são diversas incluindo os corpos, almas, sentimentos, paz, deuses etc. A cultura passa a ser uma das principais mercadorias, entrando de uma vez no circuito comercial e industrial. A *espetacularização* desse processo advém num movimento aglutinador de elementos materiais e imateriais. O que constitui força decisiva para a re-configuração dos como lócus de sociedades do espetáculo, em sintonia com a definição dada por Debord.

Desta forma lugares que antes eram territórios comuns do convívio cotidiano, tornam-se santuários de celebração e exaltação dos espetáculos modernos (Aparecida, Quixadá, Canindé). Esses lugares situam-se como paradoxos de um sagrado – profano, contendo os avanços de um meio-técnico-científico-informacional segundo a caracterização de Milton Santos.

Cidades como Fortaleza (Igreja de Fátima) e Quixadá (Rainha do Sertão), ainda, não podem ser consideradas como *hierópolis* ou cidades-santuários, pois não possuem uma ordem espiritual predominantemente marcada pela prática religiosa da

peregrinação, como no caso internacional de Meca e Jerusalém, ou nacional, como Aparecida, Juazeiro do Norte e Canindé.. Mas é importante destacar que em muitos lugares a criação desses santuários já obedece a uma lógica mercantilista cultural, promovida pelo Estado e Igreja, sendo que esses espaços ora são frutos de intervenção direta de *sacralização* (santo, milagre), ora são concebidos pela simples prática religiosa de um grupo social, mediada aqui pela mercadoria. Podem, assim, fazer parte do inchaço cultural que dá às elites dirigentes condições de desbravar uma nova fronteira de acumulação de poder e dinheiro. A crítica marxista à nova alienação da civilização, na falsa cultura a alienação do homem não se restringe apenas ao trabalho, mas atinge o consumo e os lazeres, assim como a compreendiam os teóricos da Escola de Frankfurt. Sobre isso podemos concordar com Morin em sua crítica à cultura de massa e dizer que, os novos espaços religiosos do tendem ao público universal. Desta forma se dirigem a todos e a ninguém, as diferentes idades, aos dois sexos, às diversas classes sociais. Portanto, num mesmo espaço “religioso” podemos encontrar simultaneamente: espiritualidade, religião, esportes, política, festa, viagens, exploração, consumo dirigido, arte etc. Morin afirma que tudo isso leva a uma homogeneização. Torna euforicamente assimiláveis um homem médio ideal e os seus mais diferentes conteúdos. Esses espaços são cada vez mais idealizados com uma intencionalidade específica e são divulgados na *mass media* como as novas mercadorias da contemporaneidade. Sendo assim administradores de cidades ou a própria sociedade civil hegemônica de um lugar, preocupam-se com o seu planejamento estratégico, com técnicas de city marketing, para penetrarem cada vez mais nesse nicho de mercado das cidades santuários, e desta forma auferirem lucros com a venda dessas imagens que condensam o sagrado e o profano.

3.1 Poder simbólico no campo religioso urbano

Na análise geográfica, a relevância de alguns aspectos urbanos, com seus significados simbólicos e espirituais, torna-se a marca essencial da paisagem. Arranjos espaciais peculiares permitem a visualização, cada vez mais turísticas, de salas de ex-votos, vias sacras e outros. Sendo assim é necessário um estudo que implique em analisar o poder de atração ou escala de atuação que as cidades - santuários exercem. Como se dá o re-posicionamento de Quixadá ou de Fortaleza, diante dos roteiros turísticos específicos da religiosidade. Especialmente em áreas muito específicas de seu território, sem esquecer da combinação com outros atrativos e segmentos turísticos.

O conceito de *visitação religiosa*, adotado por Oliveira (2004b) auxilia na compreensão desse re-posicionamento, na medida em que descarta a frágil idéia de “vocação natural” para o turismo religioso. Tais espaços, especiais para a religiosidade, forjaram-se no processo de expansão da cultura cristã, hoje combinada a toda uma dinâmica de celebra o (espetáculo), bastante harm nica com a sociedade de consumo.

A aparência de um santuário e o modo como os seus espaços se organizam formam uma base material a partir da qual é possível pensar, avaliar e realizar uma gama de possíveis sensa es, representa es e práticas sociais (mítico-religiosas e de consumo). Os mesmos espaços possuem um *poder simbólico* que para Bourdieu se relacionam ao negócio das imagens (símbolos), isso levando ao que podemos chamar de *culturalismo* de mercado. Como a religião e suas práticas são expressões culturais complexas, a lógica de mercantil não se assenta tão imediatamente. A cultura religiosa antes aut noma frente aos valores do mercado, amplia sua lucratividade na intangibilidade de seus produtos. Tendência denominada por Castells de “*poder da identidade*”. Daí toda a produ o desses “*territórios simbólicos densos de manifesta o da religiosidade*”, identificados por Oliveira como meios urbanísticos de planejamento estratégico, com toda sua lógica empreendedora de comunica o e promo o.

Por analogia o “cultural” e o “econômico”, na contemporaneidade do espaço simbólico - religioso, versões explícitas do sagrado e do profano, muito mais conciliados do que divergentes. Quando envolvidos no processo de constituição dos espetáculos de fé, ganham a lógica mítica essencial para constituição de uma das dimensões do Turismo, enquanto bem cultural hodierno. A imagem do extraordinário sem os riscos do arrebatamento místico pré-moderno.

Esses novos espaços do espetáculo têm toda uma nova configuração para acolher essa complexidade dessa chamada por Lefébvre (2001) “*sociedade de consumo dirigido*” que para ele tem uma arquitetura, segue e traduz a nova concepção da cidade. O espaço urbano se torna o lugar do encontro das coisas e das pessoas. Portanto, lugar do intercâmbio, como meio e como fim.

Assim podemos encontrar nas expressões emblemáticas “cidades da paz e da fé”, “cidades do rock”, “cidade do cinema ou teatro”, “templo do samba”, “cidade fortal”, “templo do futebol” uma maneira de constituição sistemática desse funcional espaço-espetáculo. Mesmo em suas religiosidades, não permitem a constituição de uma comunidade-sujeito, mas se povoam de um amontoado de seres em busca. Busca do quê? Do mundo sacro-profano, material e intangível (simbólico) da mercadoria. Estes espaços se convertem em redes de um consumo em dialética produção.

Lefébvre falando sobre esses espaços da mercadoria diz que *a acumulação dos objetos acompanha a da população e sucede a do capital; ela se converte numa ideologia dissimulada sob as marcas do legível e do visível*. É assim que se efetuam nestes espaços por meio da imagem e da publicidade o espetáculo dos objetos.

Fica, entretanto o desafio e a dúvida sobre as variáveis dinâmicas das formas de consolidação desse movimento espetacular, na escala das localidades. Pois não constroem um lugar de características únicas por somatória. Não se trata de compor uma

teoria geral para a modernização dos santuários cearenses em função de sua “abertura turística”. Mas promover o olhar diferenciado sobre variadas formas de modernização.

4. Os fixos da religiosidade tradicional no espaço metropolitano de Fortaleza

Os santuários católicos metropolitanos apresentam-se pouco expressivos quando comparados com cidades que têm toda sua estrutura e sua organização voltadas para as atividades religiosas. É o caso da metrópole de Fortaleza, onde esses se encontram dispersos no tecido urbano em templos e períodos sagrados, atualizados nas festas.

Na metrópole não há um espaço sagrado “maior” que reúna todos os devotos ou faça convergir os fluxos mais representativos. Vários lugares que se articulam pela temporalidade religiosa fazendo com que em pontos distintos do urbano as pessoas compactuem do mesmo sentimento de comunhão e de atualização com o divino. Assim, pode-se falar de lugares sagrados na metrópole que formam uma “rede de devoções” sacralizando continuamente o espaço e os modos de vida urbanos.

Na sociedade urbana pós-industrial a maioria dos santuários, em especial os metropolitanos, se origina e se desenvolve sem a manifestação de uma hierofania central. Em seu contexto complexo, qualquer sinal pode ser considerado relevante para a qualificação de um lugar como sagrado. O que revela múltiplas referências de fé.

De acordo com Eliade (1962), o fenômeno sagrado se manifesta concretamente no templo o qual “contém e representa o mundo” num só tempo. Logo os templos são momentos históricos de materialização do sagrado. Por responderem às necessidades de um conjunto de relações sociais, fixam simbolicamente a nova presença do sagrado. Para Santos (1988), cada tipo de fixo surge com características técnicas e organizacionais que refletem as necessidades do modo de produção, sendo preenchido

por fluxos que dele se originam e que para ele se direcionam. Assim, os santuários metropolitanos expressam uma atualização na organização do catolicismo, visando responder às demandas de seus fiéis e as suas próprias diante da modernidade.

Pode-se considerar que as práticas religiosas são sistematizadas por um conjunto de fixos e de fluxos não homogêneos, já que as estratégias da igreja católica mudam conforme as exigências do seu público alvo. Há uma verdadeira reorganização territorial religiosa onde a estética e a funcionalidade, do moderno e do tradicional, busca atender demandas sociais bastante significativas no caos da urbanização periférica da capital Cearense. A generalização desse processo poderia até ser objeto de futuras análises.

Serão aqui discutidos dois santuários que representam pontualmente tal dinâmica: a igreja de Nossa Senhora dos Remédios (N.S. dos Remédios), expressão de um santuário tradicional voltado ao atendimento de uma comunidade paroquial. E a igreja de Nossa Senhora de Fátima (N. S. Fátima) que atende o fluxo metropolitano oriundo das vizinhanças e de outras partes da cidade.

4.1 Mutações da religiosidade tradicional em Fortaleza

O “tradicional” em termos religiosos urbanos pode ser associado à manutenção das marcas paroquiais / rurais em plena cidade grande. A articulação cotidiana das atividades segue o ritmo do tempo cíclico (reconhecido como “divino”) eliminando as estranhas intervenções de interesses exteriores. Tais atividades desenvolvidas são voltadas para a comunidade do entorno, atendendo suas próprias necessidades e não em fluxos que possam se originar de outras paróquias. Apesar disso, parece difícil definir uma religiosidade tradicional na metrópole, principalmente considerando as comunidades católicas criadas em sua maioria com a renovação carismática. Nestas há mais aparência de tradição do que uma organização marcada por esses atributos rurais.

Desta forma, revela-se uma linha tênue entre o tradicional e o moderno, tendo em vista que as diferenças entre as religiosidades ensejadas por ambos parecem ser definidas a princípio pelo volume de pessoas que para eles se direcionam. O olhar mais atento revela as diferenças em termos de utilização de comunicação na gestão dos fluxos no corpo metropolitano. Aqui seria conveniente considerar o *monumental* e o *não monumental*, porquanto as duas tipologias religiosas, tradicional e moderno, se inserem dentro de uma única estrutura em que o catolicismo ao buscar a adaptação às necessidades que a vida urbana moderna impõe cria a dualidade.

De acordo com Oliveira (2001), a igreja católica é ágil na incorporação das práticas religiosas e respondendo aos desafios impostos pelo urbano, adaptando-se continuamente as necessidades da população através de uma lógica simbólica rentável, vista como ação essencial para a consolidação do cristianismo na modernidade. Tendo em consideração que tradicionais e modernos são parte de uma mesma estrutura cabe então perguntar o que diferencia os templos no contexto metropolitano?

A igreja Católica produz uma organização espacial própria que pode ser comprovada na distribuição de suas paróquias e dioceses, e na atuação destas no contexto da instituição. A dinâmica social dada pelo conjunto de variáveis econômicas, culturais e políticas oferece a cada momento histórico uma significação diferente e um valor específico para objeto criado no espaço, isto também ocorre com os templos católicos, que em momentos diferenciados são mais, ou menos valorizados.

Os templos representam fixos constituídos pela dinâmica social produzida pela igreja, que para tentar se adaptar ao novo contexto urbano produz a suposta dualidade entre tradicional e moderno. Em Fortaleza, essa dialética dá-se entre o Santuário de N. S. de Fátima e a Igreja de N. S. dos Remédios, situados nos vizinhos bairros de Fátima e do Benfica. O primeiro está na Avenida da Universidade, antiga Visconde do Caupe,

tem sua pedra fundamental lançada em 1878, em virtude de uma graça alcançada, pelo casal João do Amaral e Maria Correia do Amaral. A constituição desta igreja como templo aglutinador da população das imediações se dá simultaneamente a expansão do bairro na direção da estrada de Arronches (arredores da área central de Fortaleza)

Já o Santuário de Fátima é criado a partir da visita da imagem peregrina dessa santa, que esteve na cidade por duas vezes (na década de 50 do séc. XX). Fátima apresenta duas diferenças fundamentais em relação às outras paróquias criadas até então na cidade, primeiro a instauração da paróquia se dá um ano após a conclusão do templo¹, que é o mesmo até hoje, sem que houvesse alguma capela com esta invocação na área. Além disso, a demanda da população circunvizinha ao templo não justificava a criação de uma nova paróquia, até mesmo pela proximidade de outras.

As diferenças iniciam-se na construção do templo e prolongam-se pelas posturas eclesiais desenvolvidas em cada santuário. O que sugere contextos políticos diferentes na racionalidade de suas construções. Logo as funções exercidas por cada um na contemporaneidade também se distinguem. Considerando que as formas se adaptam as funções impostas pelo contexto em que se encontram, cabe tentar descrever de forma breve as possíveis posturas que implementam o Santuário de Fátima e mantêm o raio de ação local da Igreja de N S dos Remédios.

As posturas da paróquia de Fátima – relacionadas, principalmente, à igreja matriz – revelam a utilização constante dos meios de comunicação para a divulgação das atividades desenvolvidas no templo, considerando os fluxos comunicacionais elementos estruturadores e organizadores do espaço, tendo em vista, sua capacidade, neste caso específico, de reproduzir uma forma de utilização do espaço do templo. Isto se evidencia nos dias treze de maio, que já se tornaram tradicionais em Fortaleza,

¹ A paróquia de Nossa Senhora dos Remédios é criada em 1934, cinquenta e seis anos depois do lançamento da pedra fundamental da capela.

quando pessoas de diversas partes da cidade convergem para o templo de Fátima a fim de cultuar a santa. Essas peregrinações, apesar de parecerem um retorno às tradições são na verdade a manipulação de materiais tradicionais para a formação de um novo modo divino que se estabelece dentro da metrópole, tanto para as massas marginalizadas, quanto para os devotos exigentes em infra-estrutura.

Oliveira (2001), ao analisar a constituição do Santuário de Aparecida entre as maiores metrópoles brasileiras, reconhece que a demanda religiosa é crescente por dar “respostas” às mazelas que assolam a vida nas grandes cidades. Aponta, também, para a constituição de um devoto urbano, que mesmo buscando conforto espiritual, não abdica das comodidades que a cidade oferece. O catolicismo especialmente tem se adaptado às exigências desse novo contexto e principalmente, desse novo devoto.

A utilização da comunicação pára a difusão de informações sobre a igreja no contexto urbano indica a intenção da igreja em propagar hábitos no contexto metropolitano. As rádios católicas são o maior exemplo disso, pois elas divulgam calendários e eventos dentro da cidade relacionados ao catolicismo, nos dias anteriores ao 13 de maio, verifica-se um constante anúncio das celebrações a serem realizadas na Igreja de Fátima e das missas que ocorrerão paralelamente em outras paróquias, mesmo que elas não possuam nenhuma capela com a invocação de Nossa Senhora de Fátima.

Corrêa (1998) destaca que a comunicação desponta como um dos principais meios de reprodução do capitalismo, não só por permitir a circulação de informações necessárias à produção, mas também por difundir gostos e hábitos. No caso descrito a difusão da tradição específica dos dias treze de cada mês, em Fortaleza.

4.2 A construção do imaginário sagrado para o turismo religioso regional

No contexto de Fortaleza, o Santuário de Nossa Senhora de Fátima representa a mais recente construção de um imaginário, fomentando uma peregrinação religiosa, mesmo que esta não seja evidente diante dos fluxos de capitais e de pessoas na cidade. O imaginário sagrado constituído pelo templo de Fátima, evidencia um conjunto de símbolos e atributos que possibilita o desenvolvimento de um turismo religioso na metrópole fortalezense. Essa nova vertente do turismo já foi sentida em outras partes do Estado do Ceará que contendo dois templos de formação bastante antiga, o de Padre Cícero e o de São Francisco, receptor de fluxos em busca conforto espiritual.

A tentativa da Igreja Católica de atender as expectativas da população vai criando uma diversidade de templos que se adapta ao perfil de cada romeiro. A igreja de Fátima, assim, representa a busca de conforto espiritual para aqueles que vivem numa grande cidade e sofrem todos os problemas que ela oferece. Já o templo de N. S. Rainha do Sertão (visto a seguir), evidencia a tentativa de vincular a beleza e a grandiosidade da natureza com o culto a uma santa, o que pode evidenciar uma tentativa da igreja católica de atingir um romeiro interessado nos problemas ambientais e ecológicos. O simplesmente atingir aqueles que apreciam uma boa paisagem, elemento que não é oferecido por outros templos tradicionais do interior do estado.

5. Os fluxos da modernização religiosa no espaço interiorano

O turismo religioso faz parte de um campo específico de práticas sociais muito contemporâneas. Um devoto, ao sair de Fortaleza com destino a Canindé, Quixadá ou Juazeiro do Norte, faz turismo e deve ser acolhido como turista. Afinal de contas a fé que motiva sua viagem só inclui seus direitos de usufruir de bens e serviços constituídos pela sociedade moderna.

Para Oliveira (2004), o peregrino ao se deslocar para algum lugar não o faz por uma escolha individual; mas por retribuição ao santo que o contemplou. Sua principal destinação está nos lugares marcados por forças sacralizadas, majoritariamente localizadas em espaços profanos: o mundo cotidiano, do trabalho e do consumo.

O consumo reveste-se, de um valor positivo em termos da experiência religiosa. Como afirma Campbell *apud* Steil (1998), o *ethos* do consumo moderno caracteriza-se por uma busca constante para novas e variadas experiências de consumo, através da prática contínua de adquirir o que se deseja como uma atitude positiva. De modo que, segundo este autor, o consumo não tem um fim em si mesmo, mas se apresenta como um meio capaz de acionar memórias, emoção e admiração. O que nos remete a falarmos de um turismo religioso que, ao incorporar o consumo, distanciando do modelo tradicional de peregrinação, guarda uma de suas referências fundamentais, que é deslocamento em busca de uma experiência religiosa que deverá ser alcançada fora das regras, obrigações, crenças ou normas da estrutura social que rege a vida cotidiana.

Portanto, o turismo, no que pesem sua motivação econômica e estímulo ao consumo, pode ser pensado como uma mediação para o sagrado. Este sagrado que se torna acessível via mercado e que deve ser qualificado como um sagrado que traz as marcas de um tempo moderno de dispersão da experiência religiosa (Steil, 1998).

Para o grupo de pessoas que visitaram Canindé, a expressão máxima da fé é a visitação a Basílica, envolvendo a estátua de São Francisco dentre outros roteiros. Mas não devemos esquecer que outras formas de sociabilidade, ligadas ao prazer e ao lazer, estão incluídas, como compras, passeios e hospedagem.

O turismo religioso tem sua origem no exercício contemporâneo da peregrinação. O turista religioso, nestes termos não deixa de ser um peregrino, apenas atualiza essa prática adaptando sua viagem (...) às características do processo turístico, conforme o contexto socioeconômico (Oliveira, 2004; 13 -14)

A relação histórica entre as peregrinações a lugares considerados sagrados – por motivo de festa, tradição étnica, penitência (individual ou coletiva) ou promessa - e o turismo, acaba encontrando na modalidade religiosa um elemento especialmente revelador: a multiplicação de paisagens e atrativos turísticos continua tendo um forte componente simbólico contido na fé.

Pensando na diversidade dos produtos turísticos e ampliar a inserção competitiva do Ceará no mercado nacional e internacional, o projeto “Roteiros do Ceará” foi desenvolvido pela Associação Brasileira de Agências de Viagens – Seção Ceará (Abav-CE) em parceria com o Sebrae-CE e a Secretaria de Turismo (Setur).

A maioria dos turistas que visita o Ceará vem em busca sol e praia. Dizem as estatísticas. Mas sabe-se que o Estado possui atrativos pouco explorados. A política de regionalização do turismo favorece roteiros visando promover e ampliar o fluxo turístico das regiões do Cariri (Juazeiro do Norte, Crato, Barbalha, Santana do Cariri); Serras de Aratanha e Baturité; Sertão Central (Quixadá, Quixeramobim e Canindé); Vale do Acaraú e Serra da Ibiapaba. Com isso, pretende-se fortalecer o turismo nestas regiões e descentralizar fluxos padronizados apenas para a capital e litoral do Estado.

Abrangendo o projeto grande parte das serras e sertões do estado, devemos destacar aqui, já que estamos trabalhando com o fenômeno do turismo religioso, as cidades religiosas que atraem visitantes em busca de experiências que despertem seus sentimentos de fé e esperança. Com inúmeras manifestações da religião misturadas à cultura do Estado, as cidades como Juazeiro do Norte, Canindé e Quixadá são palco de verdadeiros espetáculos de devoção, conseguindo mobilizar milhares de peregrinos.

Ao viajar para Juazeiro do Norte, o visitante além de entrar em contato com os espaços reservados para sua renovação espiritual, ele também terá todo um aparato estruturado com foco voltado ao Padre Cícero. Um memorial foi construído em

homenagem ao religioso, onde se encontra: uma biblioteca de fotos da época em que ele viveu na cidade; o museu do Padre Cícero (guardando seus objetos de uso pessoal); sua estátua localizada na Serra do Horto; o estádio denominado de Romeirão, dentre outros.

Movidos pela devoção, os visitantes de Canindé buscam a intercessão de São Francisco, visitando a Basílica (o segundo maior centro franciscano mundial) e a estátua com 30 metros de altura com a imagem do padroeiro. Juntamente com a Basílica e a Estátua de São Francisco, a Praça do Romeiro constitui o trio de atrativos mais importantes de Canindé. Todos espetaculares, portanto. Gigantesco anfiteatro, com capacidade para 110 mil pessoas, a praça costuma ficar lotada no período de 25 de setembro a 03 de outubro, quando é celebrada a novena de São Francisco. Neste mesmo complexo, o visitante irá encontrar o Museu e o Zoológico de Canindé.

Quixadá é outro destino bastante procurado por Imaculada Rainha do Sertão. A cidade possui visitação ao Mosteiro de São José, ao Santuário Mariano na Serra do Urucum, local de oração para os devotos de Nossa Senhora, podendo o visitante desfrutar de serviços como restaurante, hospedagem, livraria. Em épocas de festejo, ônibus são disponibilizados para aqueles que não querem seguir os passos de Cristo (Via sacra), contabilizando cerca de 8km. Um outro atrativo na serra para os visitantes é a prática do vôo livre bem como uma visão panorâmica da depressão sertaneja.

A partir dos relatos acima podemos perceber que ao visitar estas cidades, o visitante encontrará tanto elementos tradicionais como modernos. Toda esta modernidade tem uma finalidade, incrementar o turismo religioso nestas cidades, dinamizando sua economia.

Deve-se salientar que para a promoção desta infra-estrutura existe uma interação política entre a Igreja, o poder público e a iniciativa privada. Mas não basta somente implementar infra-estrutura, é preciso comunicá-la, torná-la visível. Roteiros e as festas

religiosas desempenham um papel comunicacional essencial. Uma vez envolvido por um destes atrativos, o turista amplia o conhecimento da cultura local, valorando-a por uma dimensão tão significativa: a fé. Propagar uma imagem positiva dessa experiência é quase natural. A estratégia destes grupos atuantes é fazer com que o turismo religioso seja praticado cada vez mais por um crescente e diversificado volume de peregrinos.

6. A lógica mítica do Santuário de Nossa Senhora do Sertão em Quixadá-CE

O Santuário de Nossa Senhora do Sertão, inaugurado em 1995, localiza-se na Serra do Urucum, há aproximadamente 501 metros acima do nível do mar, na cidade de Quixadá-CE. Assim como outros santuários, foi erguido a partir de um mito, embora o que pareça seja uma construção “programada”.

Para Oliveira (2001), o mito pode ser instrumentalizado para estudo de um fenômeno espacial. No âmbito de um fato do imaginário social cuja dimensão geográfica transforma a sua natureza, o mito passa de instrumental de análise a projeto de intervenção, dado seu caráter evolutivo.

Assim como a versão religiosa do mito em Aparecida-SP limita-se a interpretação ideológica, e parcialmente mitológica, de que o santuário materializa a vontade de Deus por intermédio de Nossa Senhora (Oliveira, 2001), o mesmo pode ser observado no Santuário na Serra do Urucum.

E qual seria o mito que levaria a construção do Santuário de Nossa Senhora do Sertão? Pode se denominar o que ocorreu de mito? Segundo depoimento pessoal de Dom Adélio Tomasin, bispo de Quixadá na época, tudo ocorreu durante uma festa de Nossa Senhora. Após a pregação, na catedral:

Purifiquei a âmbula e o cálice e sentei-me na cadeira em frente ao altar (ainda não tinha sido feita a reforma do presbitério). De repente, não sei explicar como nem porque, veio-me à mente a seguinte frase: *Porque tu não*

pensaste em construir uma casa para minha Mãe? E vi o Santuário entre os monólitos, um lugar que dominava o sertão. Não sabia como reagir diante deste pensamento, e por um motivo simples, muitos simples. Chegando o momento de dizer: "Ide em paz e o Senhor vos acompanhe", saíram-me estas outras palavras: "Por favor, sentem-se um instante". Os presentes, enquanto sentavam-se, olhavam surpresos uns para os outros. Pensavam com certeza: "Seria mais um sermão? Mais avisos?". Contei em voz alta e clara, embora com timidez, a pequena história que havia vivido, sentado na minha cadeira e com Jesus no coração. Agora, era eu que esperava a reação do povo. Fiquei surpreso. Todos se levantaram e reagiram àquela história com uma estrondosa salva de palmas. Assim brotou a idéia do Santuário.

Rosendahl (1996) explica que, o ato da manifestação do sagrado é indicado pelo termo *hierofania*, que etimologicamente significa algo de sagrado que se revela. O sagrado manifesta-se como uma realidade de ordem inteiramente diferente da realidade do cotidiano. A manifestação do sagrado num objeto qualquer, uma árvore uma pedra, ou uma pessoa implica em algo misterioso, ligado a realidade que não pertence ao nosso mundo. O ser humano ao aceitar a hierofania, experimenta um sentimento religioso em relação ao objeto sagrado. Não se trata de uma veneração do objeto enquanto tal, e sim da adoração de algo sagrado que ele contém e que o distingue dos demais.

O sagrado se manifesta sob forma de hierofanias no espaço, qualificando-o como espaço sagrado. E assim ocorreu na Serra do Urucum, foi construído um templo cheio de símbolos relacionados ao sagrado, o qual é propagado como um lugar de fé, embora acabe se tornando também um atrativo turístico. É por meio de símbolos, dos mitos e dos ritos que o sagrado exerce sua função de mediação entre o homem e a divindade. O ritual pelo qual o homem constrói um espaço sagrado é eficiente na medida em que ele reproduz a obra dos deuses (Rosendahl, 1996).

O Santuário de N. S. do Sertão é repleto de símbolos seja no altar, na torre do sacrário, na iluminação, na torre batismal, nos painéis internos, na torre piramidal, nos painéis externos ou na via sacra. O fenômeno da construção do sagrado implica num comportamento religioso de conquistas e ocupação de algo que não é “nosso”. A estrutura do espaço sagrado implica também a idéia da repetição da hierofania

primordial que consagra o espaço, isolando-o do espaço profano.

Assim foi construído o espaço sagrado com uma “mega” estrutura, considerando a área de instalação, em meio ao sertão central, cercado pela paisagem natural de inúmeros monólitos. O Santuário possui além do templo, auditório, restaurante, livraria religiosa, banheiros e hotel.

6.1. Santuários turísticos: N. S. Rainha do Sertão em Quixadá

Em princípio, todo lugar é potencialmente sagrado e turístico; muito embora em apenas alguns lugares escolhidos esse “potencial” seja realizado. A manifestação do sagrado, em certos lugares, diferencia-o sistematicamente para a inclusão turística.

A proposta de Oliveira (2004) identifica quatro modelos de santuários turísticos, quanto a origem dessa diferenciação. São eles: os **tradicionais**, formados por templos, capela e construções e destinados a um serviço religioso especial, dentro da hierarquia dos ritos e cultos de determinada religião; os **metropolitanos** como uma ampliação material e espacial da idéia de *terra santa*, ao mesmo tempo, traduz uma diluição do campo religioso no plano secular; os **naturais** identificados por uma beleza cênica paradisíaca e contendo forte teor conservacionista dadas as diversas formas de crise ambiental e os **rituais**, correspondentes às festas e manifestações religiosas ou folclóricas, sacro-profanas e cívicas conferindo uma espécie de retorno a um tempo sagrado. Neste último é que a discussão do espetáculo de fé ganha melhor representação. Todavia é necessário reconhecer a justaposição destes modelos, como no caso do Santuário de N. S. do Sertão; ao mesmo tempo tradicional e natural.

No Ceará as cidades religiosas atraem visitantes em busca de experiências que despertem seus sentimentos de fé e esperança. Com inúmeras manifestações da religião misturadas à cultura o Estado é palco de verdadeiros espetáculos de devoção,

conseguindo mobilizar milhares de peregrinos. As cidades de maior destaque são, Juazeiro do Norte, Canindé e Quixadá. As cidades santuário são centros de convergência de peregrinos que com suas práticas e crenças, materializam uma peculiar organização funcional e social do espaço. Nestas as funções urbanas são em muitos casos, fortemente especializadas, associadas a uma ordem sagrada: suas funções básicas são de natureza religiosa (Rosendahl, 1996).

Estas merecem destaque, quer pela sua organização espacial que apresentam, quer pela atração que exercem como centro de convergência de peregrinos. Desempenham uma função desvinculada da esfera do econômico, levando-as para a esfera do simbólico. Revelam uma configuração espacial segundo uma lógica própria, isto é, os elementos decorrem de sua articulação com o sagrado.

Ao que nos parece Quixadá não se enquadra nestes termos por vários motivos. Sua função não é essencialmente religiosa. Embora o Santuário possua um Hotel, uma livraria religiosa, um restaurante, banheiros e um auditório de boa qualidade, durante a semana raramente há fluxo de religiosos e até mesmo de turistas. O Santuário de Nossa Senhora do Sertão ainda não possui grande fluxo de peregrinos se comparado as hierópolis como Aparecida e até mesmo com outras de menor porte.

A cidade possui outros atrativos turísticos como: a pedra da Galinha Choca, Açude do Cedro, Chalé da Pedra e a Lagoa dos Monólitos. Além disso, o lugar é apropriado para a prática de vôo livre. Apesar do esforço de turistificação da cidade percebe-se o turismo como uma atividade pouco aproveitada; muito pontual. Com a construção do Santuário, em local de apelo turístico natural, criou-se a possibilidade de dinamizar a cidade através do foco religioso, cultural e de aventura. Porém, tudo ainda é incipiente e ao mesmo tempo extraordinariamente acelerado. Há que se acompanhar as tendências de desenvolvimento percebendo o santuário como força motriz.

7. Considerações finais: desafios geográficos do espetáculo

Vivendo, atualmente, em uma sociedade que preza o consumo, como apelo constante do novo, onde viver é estar de mudança para a próxima novidade – ou para o próximo espaço do espetáculo – com uma gama enorme de bens e serviços, para todas as faixas e gostos. Só que essa sociedade do consumo sozinha não garante a estabilidade do sistema que para se legitimar, além da eficiência econômica, o sistema precisa manter em cena velhos valores e instituições como a Pátria, Democracia, História, Família, Religião etc. Ainda que eles sejam puros simulacros.

Desta forma para um estudo da espacialidade religiosa, aqui, representada pelos santuários de Fátima, Rainha do Sertão e São Francisco seria necessário uma abordagem que primasse por algumas temáticas, que a primeira vista podem parecer dissociadas, mas com um olhar atento, e lembrando que estamos numa sociedade cada vez mais complexa, podemos visualizar todas as relações como: a relação do pós-modernismo e a cidade; a cidade como mercadoria; as estratégias culturais da cidade-empredimento; espaços simbólicos dos santuários e suas relações com seus territórios; cultura (religião) torna-se, desta forma, imagem, quer dizer, representação e sua respectiva interpretação – como o fazem os promotores, gerentes de marketing na sociedade do espetáculo.

Sendo assim molda-se um novo tipo de fiel ou penitente que se auto-identifica pelo consumo ostensivo de uma marca ou espaço religioso, a saber, o santuário. Isso sem se falar da maneira organizada e concentrada com que agem os produtores desses espaços-produto, hoje, altamente lucrativos. Desta forma é necessário compreender os espaços-míticos da religiosidade como unidades utilizadas com outro sentido e

contexto. Sobre isso Oliveira afirma que *a espacialidade da ideologia do novo está esculpida pelas rédeas da mais velha das instituições ideológicas: a Igreja... Essa contradição fomenta desequilíbrios crônicos. Busca-se atender aos romeiros e às romarias que vivenciam um sagrado oficial e ideal, mas também se precisa absorver um visitante pouco catequizado e exigente de equipamentos e procedimentos que abrangem desde o estritamente religioso ao não sagrado*. E essa contradição, que nos faz pensar em adotar um método que seja arraigado no paradigma da complexidade para e poder tentar compreender este fenômeno turismo religioso como espetáculo.

Referências Bibliográficas

- CORREA, Roberto L. **Região e organização espacial**. São Paulo: HUCITEC, 1998.
- DEBORD, Guy. **A Sociedade do Espetáculo**. Comentários sobre a Sociedade do Espetáculo. Rio de Janeiro: Contraponto, 1999
- ELIADE, Mircea. O sagrado e o profano. A essência das religiões. Lisboa: edições livros do Brasil, 1962.
- LEFÉBVRE, Henri. **O Direito à Cidade**. São Paulo: Centauro, 2001
- MORIN, Edgar. **Cultura de Massas no Século XX**. Vol 1º Neurose. 9ª ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1997
- NIETZSCHE, Friedrich. **O Anticristo**. Editora Martin Claret, 2005
- OLIVEIRA, Christian D.M, de. **Turismo, Monumentalidade e Geração**: escalas e dimensões IN Turismo Religioso ABUMANSUR (org.) Campinas: Papirus, 2003.
- OLIVEIRA, Christian D. M. de. **Turismo Religioso**. 1ª ed. São Paulo: Aleph, 2004.
- OLIVEIRA, Christian D. M. de. **A visitação e suas escalas complementares**. Mestrado em Geografia-UFC, disciplina: espaço simbólico e turismo. Notas de aula, 2006.
- OLIVEIRA, Christian D. M. de. **Escalas e Significados da Visitação (Religiosa) em Santuários Brasileiros**. Mestrado em Geografia - UFC, disciplina: espaço simbólico e turismo. Notas de aula, 2006.
- OLIVEIRA, Christian D. M. de. Religiosidade popular na pós-modernidade: um ritual turístico? In: LIMA, Luiz Cruz. **Da cidade ao campo**: a diversidade do saber-fazer turístico. Fortaleza: UECE, 1998. p 153-160.
- OLIVEIRA, Christian D. M. de **Basílica de Aparecida**: um templo para a cidade mãe. São Paulo: Olho d'água, 2001.
- ROSENDAHL, Zeny. **Espaço e Religião**: uma abordagem geográfica. Rio de Janeiro: EdUERJ, 1996.
- ROSENDAHL, Zeny. **Hierópolis**: o sagrado e o urbano. Rio de Janeiro: EdUERJ, 1999.
- SANTOS, Milton. **Metamorfoses do espaço habitado**. São Paulo: HUCITEC, 1988.
- STEIL, Carlos Alberto. **Peregrinação e turismo**: o natal em Gramado e Canela. In: XXII Reunião anual da ANPOCS, Caxambu - MG, 27-31 de outubro de 1998.

Sites consultados no período de janeiro e fevereiro de 2007.

- <http://pt.wikipedia.org>
<http://www.setur.ce.gov.br>
<http://www.caninde.ce.gov.br>
<http://www.quixada.ce.gov.br>
<http://www.juazeiro.ce.gov.br>