

A CONJUNTURA RECENTE DO TURISMO NO CARIRI CEARENSE

Romênia Oliveira de Souza¹; José Micaelson Lacerda Morais²

Resumo

Este artigo tem como objetivo analisar a atual conjuntura do turismo no Cariri cearense e relacionar esta atividade com o desenvolvimento econômico e social da região. O Cariri tem uma economia diversificada, não dependendo exclusivamente do turismo. Embora possua atrativos para desenvolver esta atividade, é visível o desconhecimento destes potenciais pela comunidade e por gestores públicos. Após o levantamento bibliográfico e documental para formulação de um referencial teórico sobre turismo, desenvolvimento e economia caririense, foram utilizados indicadores para avaliar a atual conjuntura da atividade turística no Cariri. Como conclusão aponta-se para necessidade de um planejamento efetivo. Não como mera formalidade governamental, nem um planejamento que não leve em conta os atores e os recursos locais. Mas um planejamento conjunto entre municípios e entidades relacionadas direta ou indiretamente ao setor e a realização de ações, para atração de novos atores, para criação de infraestrutura e de publicidade, assim como a conservação do patrimônio.

Palavras-chave: turismo, desenvolvimento, economia caririense.

THE CONJECTURE OF TOURISM IN CEARENSE CARIRI REGION

Abstract

This article aims to analyze the current conjuncture of tourism in Ceará Cariri region and relate this activity to the economic and social development of the region. The Cariri region has a diversified economy, not depending exclusively on tourism. Although it has attractions for developing this activity, it is apparent ignorance of these potentials by the community and public managers. After the bibliographic and documentary survey to formulate a theoretical reference for tourism development and caririense economy indicators for evaluating the current conjuncture of tourism in Cariri region were used. As a conclusion aims in to necessity of a effective planning. Not as merely formality government, or a plan that does not take into account the actors and local resources. But joint planning between municipalities and entities related directly or indirectly to the sector and the implementation of actions to attract new actors to create infrastructure and advertising, as well as heritage conservation.

Keywords: tourism, development, caririense economy.

Introdução

O Cariri cearense, localizado no extremo sul do estado, é composto por municípios que possuem uma forte integração econômica e cultural entre si e uma economia diversificada. A região favorece a prática do turismo

¹Bacharel em Ciências Econômicas pela Universidade Regional do Cariri – URCA. Mestranda em Desenvolvimento Regional Sustentável pela Universidade Federal do cariri - UFCA;

²Professor da Universidade Regional do Cariri - URCA

religioso, cultural, ecológico, de eventos e negócios. Esta atividade pode exercer impactos tanto positivos quanto negativos sobre a economia local. Mas é evidente que ainda há pouco aproveitamento das potencialidades locais pelos nativos e pelos próprios gestores, que mesmo quando empenhados em realizar ações para alavancar essa atividade, conhecem apenas as potencialidades do seu município e desconhecem as do seu entorno.

Após esta constatação, o presente artigo tem como objetivo fazer uma apreciação da conjuntura turística atual sob a perspectiva econômica e apresentar sua relação com o desenvolvimento econômico e social do Cariri cearense. Neste estudo de natureza descritiva/analítica, utilizou-se como procedimentos técnicos a pesquisa bibliográfica e documental: foi realizado um levantamento bibliográfico acerca do tema turismo, desenvolvimento e economia caririense e utilizaram-se também documentos do governo e do SEBRAE para realizar tal análise.

Nas seções seguintes são apresentados tópicos que colocam o turismo numa perspectiva econômica, tais como: os elementos da oferta e da demanda; sua segmentação; a dinâmica do mercado; seus impactos positivos e negativos sobre os demais setores; sua relação com o desenvolvimento econômico e social. Também é apresentada uma breve caracterização da região turística Cariri cearense e as condições favoráveis e desfavoráveis para o desenvolvimento do turismo. É neste ponto que se apresentam, também de modo conciso, aspectos da economia e de sua articulação regional; da infraestrutura básica e da estrutura urbana; do acesso à região e da mobilidade nesta; do sistema de comunicação; dos serviços de alimentação, de educação e de saúde. Também sobre a sustentabilidade (principalmente ambiental); sobre os atrativos turísticos; sobre equipamentos e serviços turísticos e de apoio; a gestão do turismo; marketing; e demanda. Por fim, são feitas considerações sobre as potencialidades da região em desenvolver o turismo a partir da distribuição dos municípios em turísticos, potencialmente turísticos e com potencial restrito.

Visão do turismo sob a perspectiva econômica

O turismo representa um conjunto de atividades produtivas que interessam a todos os setores econômicos de um país ou região, possuindo uma interdependência estrutural que se realiza com as indústrias de transformação, com o comércio, com o artesanato, com os serviços públicos, com as infraestruturas, os transportes e a agricultura, isto é, ele abrange a produção, o consumo, atividades secundárias (produção de espaços) e terciárias (prestação de serviços) que operam articuladamente.

A característica fundamental do fato econômico turístico é a relação oposta entre as forças da oferta (que é inelástica³) e da demanda (que é elástica). A oferta compreende bens materiais (que se encontram fixados em um lugar e não permitem a formação de estoque), bens imateriais e serviços, resultando de todas as atividades produtivas que servem à formação dos bens e serviços imprescindíveis à satisfação das necessidades turísticas, ou seja, do consumo turístico (SILVA, 2004). É representada por atrativos naturais; atrativos artificiais (histórico-culturais e religiosos); além da infraestrutura básica, de turismo e de alimentação; dos serviços de recepção, informação e guia turístico.

A demanda, por sua vez, é a quantidade de bens e serviços consumidos em um período (superior a um dia e inferior a um ano), em um local e por um número de turistas determinados. É representada por pessoas com tempo de lazer, renda disponível e vontade de viajar pelas mais diversas intenções ou necessidades. Pode ser potencial e efetiva/real. A primeira corresponde à quantidade de bens e serviços que podem vir a ser consumidos em face do nível de oferta e de fatores facilitadores (promoções de pacotes turísticos, redução de preços de passagens aéreas; câmbio favorável, etc.); e também ao número de pessoas que preenchem as condições de viagem, citadas anteriormente. A segunda corresponde à quantidade de bens e serviços consumidos de fato e àquelas pessoas que realmente viajam (SENAC, 1998; BRASIL, 2007b). Está condicionada pela elasticidade, pela sensibilidade às condições sociopolíticas, sazonalidade (BRASIL, 2007b) e por outros elementos subjetivos, como imitação e preferências (SILVA, 2004).

Os segmentos do turismo são classificados quanto às motivações ou objetivos pelos quais os indivíduos viajam. No estudo do comportamento do consumidor, a motivação refere-se àquilo que conduz uma pessoa a um

³ Diz-se que a oferta turística é inelástica apenas no curto prazo, visto que novos atrativos (produtos) podem ser criados. Silva (2004) argumenta que essa rigidez da oferta está condicionada a três características fundamentais: superestrutura turística rígida; dependência de infraestrutura de transporte; e exigência de altos investimentos em imobilizações que requerem longo período de amortização.

comportamento voltado a um objetivo; constituída por necessidades, sentimentos, desejos. Começa com a presença de um estímulo que impele uma necessidade. Este estímulo pode ser proveniente do próprio consumidor (por exemplo, necessidade de viajar) ou do ambiente externo (propagandas, relações sociais) (MARTINS, 2006). Essas motivações podem estar segmentadas por fatores de oferta ou de demanda.

Na primeira forma de segmentação se enquadram os conceitos de: turismo ecológico/ecoturismo; turismo rural/agroturismo; turismo de esporte e aventura; turismo científico e cultural; turismo religioso, romarias e/ou peregrinações; turismo místico; e turismo de negócios e eventos. Outras segmentações também se vinculam a estas, tais como: turismo ‘sol e praia’, náutico, étnico, de pesca, da saúde, etc.. No segundo caso a segmentação (a partir da demanda) considera suas distintas peculiaridades a fim de atender adequadamente as necessidades do turista durante o processo de compra, já que poucas destinações são aceitas e desejadas globalmente. A estratégia de segmentação do mercado é orientada pela definição do público-alvo para, só em seguida, programar ações específicas para públicos heterogêneos. Está fundamentada em características geográficas (clima, fronteiras políticas e populacionais), demográficas (sexo, idade, estado civil, tamanho da família e ciclo de vida familiar), socioeconômicas (ocupação, educação, renda, classe social). Também em características de ordem psicológica (estilo de vida e atividades), em padrões de comportamento e de consumo, e na predisposição do consumidor (conhecimento do produto, benefícios buscados e problemas do consumidor) (BRASIL, 2007c).

A dinâmica do mercado turístico oferece duas vertentes para o seu desenvolvimento: a maximização das despesas dos turistas no núcleo receptor durante o período de alta estação; e na redução da sazonalidade, permitindo um fluxo contínuo de pessoas e receitas.

A redução da sazonalidade é altamente desejável porque possibilita diminuições de custos, de preços e, por consequência, um provável aumento da demanda. Já a maximização das despesas realizadas em um núcleo receptor por turistas nacionais residentes de outros estados é tida como uma adição líquida à demanda regional, visto que o crescimento das receitas do turismo receptivo gera emprego, renda e impostos, não afetando a demanda pré-existente. A despesa dos turistas estrangeiros, além dessa vantagem, possui outra – complementar – de financiar essa demanda adicional com divisas estrangeiras (PAZ, 1986 *apud* SILVA, 2004), caracterizando-se como uma atividade exportadora em seus estágios iniciais.

Devido à sua natureza heterogênea, o consumo turístico causa efeitos diretos e indiretos sobre outros setores econômicos. Seu desenvolvimento pode resultar em benefícios e/ou custos para o núcleo receptor, tanto a nível econômico, quanto sócio-cultural e ambiental. Entre os impactos econômicos além dos já conhecidos efeitos positivos sobre o nível de emprego, sobre a balança de pagamentos, sobre a geração de impostos e os efeitos multiplicadores do turismo, existem também os efeitos negativos sobre esses mesmos fatores.

Quanto à geração de empregos em economias menores pode significar dependência dessa atividade e o deslocamento da mão-de-obra de outros setores econômicos e de outras regiões do país ou do mundo, gerando disputas de interesse com os nativos devido o aumento da demanda por habitação, transportes e infraestrutura, entre outros produtos locais.

Quanto à balança de pagamentos, após um incremento nas divisas (devido às despesas dos turistas estrangeiros), o núcleo receptor tende a efetuar gastos devido às taxas de administração pagas a consultores ou assessores estrangeiros; com a promoção da imagem do país no exterior; e com os rendimentos pagos aos investidores estrangeiros. As divisas externas também são reduzidas com a importação de produtos para atender às expectativas dos turistas internacionais e com as compras dos residentes locais que tendem a reproduzir o comportamento dos visitantes (LAGE, *et al.*, 1998).

Os impactos sócio-culturais também têm dimensões positiva e negativa. Sobre a primeira pode-se citar a valorização social das comunidades e de seus hábitos, compartilhando a pluralidade cultural da humanidade. Sobre a dimensão negativa, vários são os seus efeitos. O turismo pode modificar a estrutura social da comunidade receptora especialmente quando o nível de desenvolvimento do núcleo emissor é oposto ao do núcleo receptor – o conhecido efeito imitação (PIRES, 2004). Há também a difusão do turismo sexual com a cumplicidade por ação direta ou por omissão de guias turísticos, agências de viagem, hotéis, etc. (OLIVEIRA, 2000 *apud* GÓES, *et al.*, 2007).

Os impactos negativos sobre o meio ambiente estão associados à degradação das vegetações nativas e da vida selvagem, à poluição do ar, dos solos e das águas alterando os recursos dos quais a atividade depende (LAGE, *et al.*, 1998).

É importante ressaltar que os múltiplos efeitos positivos e negativos da atividade turística não são iguais para todos os agentes e núcleos envolvidos. Há disparidades relativas à distribuição de benefícios e de custos, apesar do desenvolvimento propiciado. No planejamento do desenvolvimento sustentável do turismo é preciso

maximizar os benefícios e minimizar os custos dos principais fatores econômicos e sociais associados ao turismo moderno (RODRIGUES, 1997).

Relação entre turismo e desenvolvimento

Por desenvolvimento econômico entende-se o crescimento⁴ econômico contínuo e em ritmo superior ao demográfico para expandir o nível de emprego e a arrecadação pública, permitindo gastos sociais que melhorem os indicadores econômicos, sociais e ambientais, com mudanças nas estruturas⁵. É um fenômeno de longo prazo que implica o fortalecimento da economia nacional e de seus mercados, a elevação da produtividade e do nível de bem-estar social, com a preservação do meio ambiente. A economia torna-se mais estável e diversificada; o progresso tecnológico e a formação de capitais tornam-se fatores endógenos, embora a integração internacional seja gradativa e irreversível (SOUZA, 2005).

De modo geral, entre os obstáculos ao desenvolvimento estão: a dificuldade da população integrar-se à economia nacional, por exemplo, pela inexistência de um sistema de transportes eficiente que interligue as regiões do país; o isolamento cultural, social ou econômico; a dificuldade em direcionar o excedente econômico para setores prioritários (indústria de base, transportes, energia, etc.); o desperdício de recursos (através da exportação de capitais, gastos militares, consumo supérfluo e especulação financeira) que, se investidos, poderiam reproduzir-se e ampliar-se.

Para ser sustentável, o processo de desenvolvimento não deverá esgotar os recursos naturais que consome nem danificar o meio ambiente de forma a comprometer o desenvolvimento dessa atividade no futuro (SANDRONI, 2003) permanecendo ao longo do tempo e criando benefícios para a sociedade. Trata-se de um conceito diretamente relacionado com inovações tecnológicas tangíveis e intangíveis (VALDÉS, 2003). Mas os princípios do desenvolvimento sustentável vão além dos aspectos relacionados ao meio ambiente. Isto é, também pretende que com o desenvolvimento cresçam o controle das pessoas sobre suas vidas, a preservação da cultura e dos valores morais da população e que haja o fortalecimento da identidade comunitária (sustentabilidade sociocultural); busca a equidade na distribuição dos rendimentos e dos bens advindos desse desenvolvimento, reduzindo o hiato entre os padrões de vida de ricos e pobres, e gerando recursos que suportem as necessidades das gerações posteriores (sustentabilidade econômica); e solidifique e dê continuidade às parcerias e compromissos estabelecidos entre os diversos agentes econômicos (sustentabilidade político-institucional) (BRASIL, 2004a).

Rodrigues (1997), assim como muitos outros autores, acredita que os termos 'desenvolvimento' e 'sustentável' são contraditórios entre si. Desenvolver é uma meta a se alcançar que compreende a produção contínua de mercadorias, necessitando tanto de recursos naturais quanto de ambientes (ar, água e solo) que sirvam de depósitos para colocar os resíduos, destruindo ou transformando a natureza duplamente. Esse contínuo desenvolvimento é insustentável tanto pela rapidez com que são criadas novas tecnologias quanto pela visão da natureza como uma mercadoria. Já sustentabilidade significa manutenção das condições que, conforme apontado anteriormente, não apresenta viabilidade na produção contínua de novas mercadorias.

Essa contradição pode ser observada: 1) no esgotamento dos recursos naturais não renováveis, devido sua transformação em mercadorias e a ausência de depósitos adequados para seus resíduos produtivos; 2) os recursos naturais renováveis estão atingindo seus limites por causa de seu consumo para diversos usos, inclusive sua utilização como depósitos dos resíduos daí decorrentes; 3) o mercado não satisfaz as necessidades básicas humanas por se interessar apenas em lucros, evidenciando-se a falta de compromisso com a sustentabilidade. O mercado se amplia, não pelo ingresso de indivíduos, mas pela sucessão de produtos rapidamente descartáveis pressupondo a necessidade de um novo (RODRIGUES, 1997).

Por desenvolvimento sustentável do turismo entende-se o atendimento das necessidades dos turistas atuais sem impossibilitar o usufruto de gerações futuras, estando intimamente ligado à sustentabilidade dos meios natural e cultural (atrativos básicos do turismo), não o dissociando da dimensão econômico-social (MARTINS, 2007).

⁴ Os fatores de crescimento classificam-se em fatores de oferta (acumulação de capital, dotação e capacitação da mão-de-obra e inovações tecnológicas), fatores de demanda (exportações) e fatores institucionais. Crescimento é uma condição necessária para o desenvolvimento, mas não é suficiente (SOUZA, 2005).

⁵ O conceito de estrutura econômica pode envolver três aspectos diferenciados: 1 – a relação entre os setores primário, secundário e terciário, onde se considera menos desenvolvido aquele país de estrutura predominantemente agrária. 2 – o nível de produtividade para caracterizar uma estrutura econômica como sendo moderna e tradicional. 3 – a estrutura de mercado (externo, interno e de subsistência) como dado básico da complexidade de uma estrutura econômica (SANDRONI, 2003).

Exige, portanto, que: sua prática seja ecologicamente suportada e, ao mesmo tempo, economicamente viável; o planejamento e aplicação dos princípios da sustentabilidade a todos os componentes do produto turístico (transportes utilizados, uso eficiente de energia, etc.); garanta a satisfação do turista; integração com a economia local e a promoção da qualidade de vida na comunidade receptora, distribuindo equitativamente seus benefícios; seja ético e legitimado pela comunidade receptora.

Exigem também que: haja incentivos à participação de todos os agentes (locais e turistas; e do governo) envolvidos na conservação dos componentes dos diferenciais turísticos (FRANCE, 1998 *apud* BRASIL, 2007a), isto é, na exploração racional dos recursos ambientais naturais, de caráter histórico-cultural e temático-artificial, sempre realizando manutenções e restaurações do patrimônio e seu permanente aproveitamento social (VALDÉS, 2003), já que envolve cooperação, planejamento e manejo. É necessária, ainda, a realização: de *marketing* responsável; de pesquisas e o monitoramento da atividade para garantir o desenvolvimento sustentável do turismo, mantendo os avanços e evitando retrocessos (FRANCE, 1998 *apud* BRASIL, 2007a).

Observa-se que o conceito de desenvolvimento sustentável do turismo contempla recursos ambientais; econômicos; assim como a origem e a transformação do valor turístico intrínseco, sua conversão em renda através da produção, distribuição e consumo, e a participação da população residente no processo de produção conduzindo a modelos eficientes de gestão do sistema (BENI, 1998 *apud* VALDÉS, 2003). Desse modo, os benefícios do turismo – baseado num processo lento e planejado, já que este segue a mesma lógica da produção industrial capitalista podendo produzir pobreza, exclusão sócio-espacial, degradação ambiental, etc. – poderão ser sentidos mais intensamente. Resulta daí a importância de enfatizar o modelo de desenvolvimento almejado e o tipo de turismo que se deseja desenvolver. Esse processo envolve todos os setores da administração pública e suas políticas econômicas e sociais (SANSOLO, *et al.*, 2003).

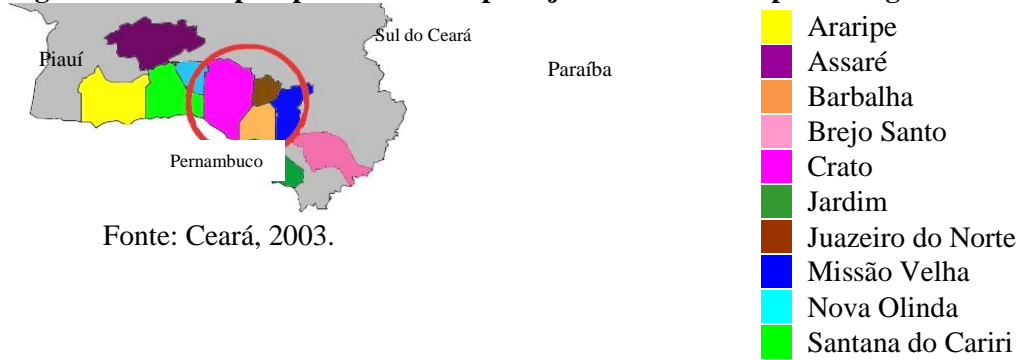
Quando, por exemplo, uma cidade sai da fase marcada pela chegada de pequenos grupos e com alguns poucos estabelecimentos, para um patamar mais profissional, se inicia um círculo virtuoso. Oportunidades de trabalho aparecem, a renda e o consumo crescem e novos negócios são originados na esteira dos que já estão estabelecidos. O número de visitantes aumenta e a receita com impostos também cresce. Se a administração pública desses núcleos faz bom uso da nova fonte de renda, é possível realizar obras de saneamento, de transportes e de urbanismo que modernizam a região (ANUÁRIO EXAME, 2007).

Alguns fatores podem desestabilizar o processo de desenvolvimento do turismo regional, como: a descontinuidade das políticas públicas do setor; disputas por interesses políticos; pouca ou até falta de transparência na gestão pública do turismo; pouca cooperação interinstitucional; falta de planejamento; pouca ou nenhuma participação do setor privado (BRASIL, 2007a).

Caracterização da Região Turística (RT⁶) Cariri

A designação ‘Cariri’ vem do tupi-guarani e significa ‘silencioso’. A região recebeu esse nome para homenagear seus primeiros povos (os Índios Kariris), de meados do segundo quartel do século XVIII. O Cariri cearense costuma ser chamado de oásis do Sertão, tanto por suas belezas e riquezas ecológicas quanto por fatores climáticos e hidrográficos. Mas também por critérios culturais é classificado como uma região especial, diferente do ambiente cultural sertanejo. A área definida pelo IBGE abrange os municípios de Abaiara, Altaneira, Aurora, Barbalha, Barro, Brejo Santo, Caririagu, Crato, Farias Brito, Granjeiro, Jardim, Jati, Juazeiro do Norte, Mauriti, Milagres, Missão Velha, Nova Olinda, Penaforte, Porteiras, Santana do Cariri e Várzea Alegre (SCHRÖDER, 2000). Entretanto, a RT definida pela Secretaria de Turismo do Ceará (SETUR/CE) em 2003, considerava apenas Araripe, Assaré, Barbalha, Brejo Santo, Crato, Jardim, Juazeiro do Norte, Missão Velha, Nova Olinda e Santana do Cariri, conforme mostra a figura 1 (CEARÁ, 2003).

⁶ Diz-se que região turística é o espaço geográfico com características e potencialidades homogêneas e complementares, capazes de se articularem e definirem um território para fins de planejamento e gestão (BRASIL, 2007b).

Figura 1 – Municípios priorizados no planejamento turístico para a região do Cariri – CE

A área priorizada fica a uma distância média de 403,2 km de Fortaleza em linha reta, correspondendo a 4,65% do território cearense e sendo ainda caracterizada pelos climas tropical quente semi-árido (temperaturas médias de 24° a 26° C) e tropical quente semi-árido brando (médias de 22° a 24° C), o que significa chuvas de verão e com irregularidades ou mesmo escassez no restante do ano. O Índice de Desenvolvimento Humano (IDH) médio, no ano 2000, foi de 0,6453. Todos os IDHs municipais variaram dentro do limite mediano, o que os caracterizou como estando em processo de desenvolvimento. Apesar disso, chama atenção o fato de Crato, Juazeiro do Norte, Barbalha e Jardim terem, respectivamente, o 5°, 10°, 14° e 23° maior IDH no Ceará no referido ano.

Em 2006, o PIB *per capita* dos municípios caririenses priorizados também foram relativamente altos: média de R\$ 3.101,40. Juazeiro do Norte, Crato e Barbalha apresentaram os maiores valores. Todavia, é importante lembrar que não há, necessariamente, uma boa distribuição de renda nesses municípios e isso pode ser sentido analisando-se outros indicadores, tais como: educação, saúde, saneamento, lazer, etc. A população total, segundo recenseamento 2007 do IBGE, residente nesta área corresponde a cerca de 575.653 habitantes, sendo as cidades mais populosas Crato e Juazeiro do Norte com, respectivamente, 110.834 e 242.139 habitantes.

No produto turístico caririense predominam os segmentos: turismo de eventos e negócios, turismo científico-cultural, o turismo ecológico e as romarias que são o principal atrativo para o Cariri, até mesmo para um pequeno fluxo internacional (FIPE, 2007). A tabela 1 apresenta uma síntese dos produtos turísticos caririenses ordenados de acordo com sua respectiva segmentação e abrangência de mercado.

Tabela 1 – Produtos segmentados e mercados prioritários

Segmentação	Produtos	Localização	Abrangência do mercado
Turismo religioso / romarias	Culto à Padre Cícero	Juazeiro e Crato	Estadual, regional e nacional
Turismo cultural	Artesanato, literatura de cordel, manifestações folclóricas	Assaré, Barbalha, Crato, Juazeiro, Nova Olinda e Santana do Cariri	Estadual, regional e nacional
Turismo de aventura / ecoturismo	Chapada do Araripe, prática esportiva	Crato e Santana do Cariri	Estadual e regional
Turismo de eventos e negócios	Feiras, indústrias e empresas instaladas	Crato	Estadual, regional e nacional

Fonte: FIPE, 2007.

Condições favoráveis e desfavoráveis ao desenvolvimento turístico no Cariri

As condições favoráveis e desfavoráveis para o desenvolvimento do turismo encontrados na região do Cariri serão aqui apresentadas da seguinte forma: faz-se a especificação de cada elemento seguido dos seus respectivos aspectos positivos e negativos. Esses elementos são: a economia e a articulação regional; a infraestrutura básica e a estrutura urbana; o acesso à região e a mobilidade; o sistema de comunicação; serviços de alimentação; educação e saúde; sustentabilidade; atrativos turísticos; equipamentos e serviços turísticos e de apoio; gestão do turismo; marketing; e demanda.

Ao analisar a economia regional e sua articulação, constata-se que o Cariri não é dependente só do turismo, embora existam municípios onde essa atividade desempenha papel fundamental (CEARÁ, 2003). Sua economia possui uma composição setorial dinâmica centrada em três indústrias principais (calçados⁷; borracha, fumo, couros, peles, similares; e produtos alimentícios, bebidas e álcool etílico) que respondem por cerca de 56,4% dos empregos industriais. Também existem indústrias têxteis; de minerais não-metálicos; química; metalúrgica (MORAIS, *et al.*, 2007) e finalmente a indústria de folheados (ouro) – o terceiro pólo nacional –, com preços populares (CEARÁ, 2003). Essa diversificação industrial implica maior capacidade em crescer sustentavelmente (MORAIS, *et al.*, 2007).

O comércio local, com um raio de atratividade de 300 km, tem preços populares e grande diversidade de produtos; assim como o artesanato local que além dessas características (ver tabela 2), tem marca reconhecida e ainda conta com um Centro de Artesanato. A proximidade dos municípios facilita a articulação entre eles.

Tabela 2 – Preço médio praticado de alguns produtos artesanais na região do Cariri

Produtos	Preços médios praticados R\$					
	Pólo	Juazeiro	Crato	Barbalha	N. Olinda	Santana
Camisa de aplique	15,40	16,00	20,00	13,00	15,00	-
Bolsa de palha (bagagem)	16,09	16,60	20,00	13,50	-	-
Bolsa de palha (manual)	9,88	7,71	17,50	9,29	-	14,00
Chapéu de palha	3,90	2,70	6,00	4,88	-	-
Colcha de cama bordada	79,82	61,14	-	112,50	-	-
Estátua de madeira	52,77	82,17	23,67	1,50	15,00	-
Garrafa de areia colorida	11,80	3,00	-	15,00	35,00	-
Rede de nylon	17,67	17,67	-	-	-	-
Rede de tecido c/ varanda	111,00	150,00	100,00	72,50	-	160,00
Rede de tecido s/ varanda	55,50	52,50	-	58,50	-	-
Toalha de mesa de crochê	63,57	40,00	-	85,00	35,00	120,00
Toalha de mesa bordada	35,22	34,57	-	37,50	-	-

Fonte: SEBRAE/CE, 2004.

Dados da RAIS/2006 – MTE (*apud* IPECE, 2009) sobre o número de emprego formal revelam um total de 93.987 postos de trabalho ocupados nos setores: extrativo mineral (506 postos), indústria de transformação (16.148 postos), serviços industriais de utilidade pública (735 postos), construção civil (1.904 postos), comércio (15.752 postos), serviços (16.205 postos), administração pública (42.119 postos) e agropecuária (618 postos). É de suma importância destacar que, esses dados referem-se não apenas à RT Cariri (com dez municípios priorizados), mas à região de planejamento⁸ Cariri/Centro Sul, abrangendo, portanto, quarenta e dois municípios. Apesar desta maior

⁷ A indústria de calçados sintéticos é um pólo nacional e tem uma rede de fornecedores instalados na região (CEARÁ, 2003). A Feira de Tecnologia e Calçados do Cariri – FETECC – conta com fabricantes de toda cadeia calçadista do país e proporciona aos fabricantes caririenses a absorção de informações sobre novas tecnologias, estimulando a aquisição de máquinas e equipamentos, além de proporcionar visibilidade ao arranjo produtivo local (AMARAL FILHO, *et al.*, 2003). Entretanto, o espaço físico onde a feira costuma ser realizada é pequeno (CEARÁ, 2003).

⁸ Por região de planejamento (ou região-plano, ou região-programa) tem-se aquela área geográfica onde a dinâmica socioeconômica de suas várias partes depende da decisão centrada em um agente do setor público ou do privado (VIANNA, *et al.*, 2006).

abrangência e heterogeneidade entre os municípios, esses dados foram aqui incluídos por tratar de economias interdependentes e que interagem entre si.

Sobre o número de empregos formais em atividades diretamente relacionadas ao turismo (ver tabela 3), os dados mostram que: em 2004, foram ocupados 408 postos nos meios de hospedagem (MHs⁹) dos municípios Juazeiro, Crato, Barbalha, Araripe, Nova Olinda e Jardim; 1004 postos em estabelecimentos de alimentação (exclusive Araripe, inclusive Missão Velha e Santana); e 13 postos ocupados em três locadoras de veículos de Juazeiro. A média salarial nesses empregos variou entre R\$ 194,19 e R\$ 269,47. Nesse ano o salário mínimo era de R\$ 240,00 (até 30 de abril de 2004) e R\$ 260,00 (de 1º de maio de 2004 em diante). Isso implica rendimentos trabalhistas relativamente baixos e, do ponto de vista do empregador, custos de mão-de-obra *aparentemente* pequenos.

Tabela 3 – Postos de trabalho diretamente relacionadas ao turismo ocupados e suas respectivas médias salariais em janeiro de 2004

Cargos:	Pessoal	%	Salário
<i>Referentes aos MHs de Juazeiro, Crato, Barbalha, Araripe, Nova Olinda e Jardim</i>			
Recepcionistas	105	25,74	R\$ 266,36
Camareira	78	19,12	R\$ 236,32
Cozinheiros	58	14,22	R\$ 269,47
Faxineiros	57	13,97	R\$ 213,76
Garçons	38	9,31	R\$ 262,71
Carregadores	32	7,84	R\$ 238,88
Área administrativa	40	9,8	-
<i>Referentes aos estabelecimentos de alimentação cadastrados em Juazeiro, Crato, Barbalha, Nova Olinda, Missão Velha, Santana e Jardim</i>			
Garçom	400	39,84	R\$ 198,01
Cozinheiros	339	33,76	R\$ 194,19
Recepcionistas, serviços gerais, caixa, almoxarifado, administração	265	26,39	-
<i>Referentes às três locadoras de veículos de Juazeiro</i>			
Motoristas	9	69,23	-
Funções administrativas e serviços gerais	4	30,77	-

Fonte: SEBRAE/CE, 2004.

Ainda sobre os empregos diretamente relacionados ao turismo apenas nos municípios Juazeiro, Crato e Barbalha (ver tabela 4), nos anos 2004 e 2008, respectivamente, constata-se que: diminuíram os postos ocupados nos MHs (de 382 para 261) e sua média salarial variou entre R\$ 231,65 e R\$ 304,63, em 2004, e R\$ 388,52 e R\$ 415,00, em 2008. Indicando estar próxima ao salário mínimo vigente nos anos em questão. Os empregos nos estabelecimentos de alimentação também sofreram redução (embora pouco ou nada significativa) de 782 para 756 postos ocupados e a média salarial também esteve próxima ao salário mínimo.

⁹ Meio de Hospedagem (MH) é aquele estabelecimento licenciado pelas autoridades competentes para prestar serviços de hospedagem, administrado ou explorado comercialmente por empresa hoteleira e que estabelece contrato de hospedagem com o cliente, seguindo as características definidas por este regulamento e nas demais legislações aplicáveis. Oferecerão aos hóspedes, no mínimo: alojamento para uso temporário em Unidades Habitacionais (UH*) específicas a essa finalidade; serviços de recepção; guarda de bagagens e objetos pessoais em local apropriado, e conservação, manutenção, arrumação e limpeza das áreas, instalações e equipamentos (EMBRATUR, 2002).

* Uma "UH é o espaço, atingível a partir das áreas principais de circulação comum do estabelecimento destinado à utilização pelo hóspede, para seu bem-estar, higiene e repouso" (EMBRATUR, 2002, p. 2). Quanto ao tipo, as UH dos meios de hospedagem são: quarto (de dormir exclusivo do hóspede, com local apropriado para guardar roupas e objetos pessoais), apartamento (quarto de dormir como local apropriado para guardar roupas e objetos pessoais, e banheiro privativo) e suíte (apartamento acrescido de sala de estar) (*op. cit.*).

Tabela 4 - Postos de trabalho diretamente relacionadas ao turismo ocupados em 2004/2008 e suas respectivas médias salariais em Juazeiro, Crato e Barbalha

Anos:	2004*		2008**	
	Pessoal	Salário*	Pessoal	Salário*
<i>referentes aos MHs</i>				
receptionistas	102	R\$ 261,70	55	R\$ 405,89
camareira	72	R\$ 242,86	77	R\$ 406,06
cozinheiros	53	R\$ 304,63	38	R\$ 406,02
faxineiros	53	R\$ 231,65	26	R\$ 388,52
garçons	35	R\$ 254,05	24	R\$ 415,00
carregadores	31	R\$ 244,60	15	R\$ 415,00
área administrativa	36	-	26	-
<i>referentes aos estabelecimentos de alimentação</i>				
garçom	263	R\$ 244,20	230	R\$ 413,62
cozinheiros	291	R\$ 240,88	178	R\$ 391,09
receptionistas, serviços gerais, caixa e administração	228	-	348	-

Fontes: *SEBRAE/CE, 2004; **SETUR/CE, 2008a.

Os aspectos desfavoráveis da articulação econômica regional estão relacionados: ao atendimento ao turista e a fraca organização do comércio; a divulgação precária do artesanato local em *folders* e catálogos; às condições de vida dos artesãos, muitas vezes precárias; aos resíduos sólidos na indústria de folheados (problema ambiental); e o desconhecimento da importância do turismo como propulsor do desenvolvimento (CEARÁ, 2003).

O segundo aspecto analisado refere-se à infraestrutura básica e a estrutura urbana: saneamento (abastecimento de água potável; esgotamento sanitário; limpeza pública; drenagem pluvial; e controle de vetores de doenças transmissíveis) e energia elétrica.

Para efeito de apresentação da pertinência da problemática do saneamento, pode-se verificar a carência de cobertura pelos serviços no Brasil, certamente ilustrativo da situação dos países em desenvolvimento. Segundo a FIBGE (1991), 32% da população brasileira não é conectada à rede coletiva de água e 68% não são atendidos por sistema coletivo de esgotos. Além disso, parcela considerável da população abastecida por água recebe água intermitentemente e com qualidade duvidosa. E quase a totalidade dos esgotos coletados é lançada nos cursos d'água sem receber qualquer tipo de tratamento. Em relação à limpeza pública, segundo a mesma fonte, 44% da população brasileira não é atendida por serviços de coleta (HELLER, 1998, p. 75).

De modo geral, as redes de energia elétrica e de abastecimento de água no são satisfatórias, ao contrário da cobertura relativa ao saneamento básico, como pode ser visto na tabela 5. Entretanto, os rios são poluídos (recebendo o esgotamento sanitário de prédios residenciais, comerciais e hospitalares), algumas áreas turísticas nem ao menos têm saneamento, e faltam aterros sanitários apropriados na região (CEARÁ, 2003) inclusive coleta e tratamento de lixo seletivo, existente apenas em Juazeiro do Norte (FIPE, 2007). Souza, *et al.* (2008), em estudo realizado sobre as implicações sócio-ambientais da geração de resíduos sólidos pelas 35 de 58 microempresas de transformação de Juazeiro do Norte, constataram que acima de $\frac{1}{4}$ faz a coleta de lixo gerado e as demais deixam a cargo da prefeitura, de catadores e recicladoras; nenhuma elabora inventário dos resíduos e mais de $\frac{4}{5}$ desconhecem a composição percentual destes. Mais da metade armazenam seus resíduos nas próprias empresas em sacolas plásticas e depois os depositam em lixões.

Tabela 5 – Dados representativos da infraestrutura de saneamento¹⁰ da RT Cariri

* Valor do salário mínimo era de R\$ 240,00 (até 30 de abril de 2004) e R\$ 260,00 (de 1º de maio de 2004 em diante).

** Valor do salário mínimo era de R\$ 380,00 (até 28 de fevereiro de 2008) e R\$ 415,00 (de 1º de março de 2008 à 31 de janeiro de 2009).

Municípios	Taxa de cobertura d'água (2007)	Taxa de cobertura do esgoto (2007)
Araripe	38,4%	0,0%
Assaré	40,8%	0,0%
Barbalha	65,3%	33,0%
Brejo Santo	59,6%	51,6%
Crato	80,1%	20,2%
Jardim	23,5%	21,1%
Juazeiro do Norte	93,6%	38,4%
Missão Velha	47,5%	0,0%
Nova Olinda	54,9%	0,0%
Santana do Cariri	33,0%	0,0%

Fonte: CAGECE/SEINFRA *apud* IPECE, 2009

O transporte é imprescindível para a existência do turismo. Deslocamentos demandam distintos meios de transportes, de acordo com a distância da viagem e os desejos dos turistas. Cada modalidade possui empresas prestadoras de serviços com seus próprios canais de distribuição. Estes meios de transporte devem ser confortáveis, seguros, eficientes e a preços acessíveis, possibilitando um pleno desfrute por parte dos turistas (VALDÉS, 2003). Na região do Cariri, duas são as formas de acesso: por via aérea, através do Aeroporto Regional de Juazeiro do Norte, e/ou por via rodoviária.

Segundo a SETUR/CE, a existência de um aeroporto faz da região um grande ponto de chegada no interior cearense e no Nordeste. Em contrapartida, são aspectos desfavoráveis: a precária infraestrutura de apoio do aeroporto, pois não há unidade contra incêndio, posto de abastecimento e terminal; a quantidade de linhas aéreas são insuficientes; as tarifas são caras; e o acesso ao aeroporto, já que a estrutura fica próxima das três maiores cidades turísticas (ou com potencial para desenvolvê-lo) da região (Juazeiro do Norte, Crato e Barbalha), mas está distante de Fortaleza.

Quanto a via rodoviária, é considerado favorável o grande número de desembarques rodoviários interestaduais; a diversidade de transportadoras terrestres disponíveis; e a quantidade de linhas disponíveis para todo o país. Considerou-se ruim a conservação, a sinalização das estradas e a quantidade de lixo encontrada em seus arredores (CEARÁ, 2003). Quanto a oferta de locadoras de veículos, existem apenas três localizadas em Juazeiro. Estas não utilizam mão-de-obra terceirizada e, segundo indicadores de 2004, possuíam apenas nove motoristas empregados. Os preços praticados nesse mesmo ano variavam de acordo o tipo de veículo locado: R\$ 60,90 para carros populares, R\$ 120 para carros executivos e R\$ 15 para motos (SEBRAE/CE, 2004).

Sobre o sistema de comunicações, embora abranja todas as modalidades (telefonia fixa e móvel; sinal de TV aberta e a cabo; equipamentos de informática e serviços de Internet; empresas de correios; rádios AM/FM), falta sinal de celular em algumas localidades.

Quanto à segurança, apesar da existência de uma delegacia da mulher, de polícia militar regional e de polícia militar ambiental, havia pouco contingente de policiais para o número de habitantes, com a insuficiência de equipamentos e com a falta de qualificação para atender o turista (FIPE, 2007). Entretanto, em 2009, o governo estadual implantou em alguns municípios caririenses (Juazeiro do Norte, Crato e Barbalha) o programa de segurança pública Ronda do Quarteirão – existente em outras localidades cearenses desde 2007. Cada cidade possui uma quantidade de equipes, cada qual com um total de doze policiais divididos em três turnos de oito horas. As viaturas do Ronda limitam-se a um perímetro de cobertura de 1,5 km² a 3 km² permitindo um tempo de resposta de cinco minutos desde a solicitação de um usuário até a chegada ao local (RONDA DO QUARTEIRÃO, 2009).

Até o momento da realização deste estudo não existem estatísticas disponíveis sobre o balanço do trabalho destes policiais no Cariri. Mas uma reportagem noticiada no Jornal *O Povo Online*, de 25 de junho de 2008, relatava que 85% da população metropolitana estava satisfeita com o projeto, ainda que tenha destacado um aumento dos registros de roubos e furtos. Segundo esta mesma fonte, houve também um aumento do número de prisões em flagrantes como resultado de maior presença policial. E aumento do número de apreensões de armas de

¹⁰ A prestação de serviços de saneamento no Ceará é realizada pela Companhia de Água e Esgoto do Ceará (CAGECE) e pelos Sistemas Autônomos de Água e Esgoto (SAAE). A CAGECE tem como sócio majoritário o governo estadual com 84,07% do seu capital volante e está administrativamente vinculada à Secretaria das Cidades. Cobre 233 localidades de 149 municípios, beneficiando aproximadamente 4,65 milhões de habitantes com redes de abastecimento de água tratada e dois milhões de habitantes com redes de coleta de esgoto sanitário. Os outros 35 municípios restantes são operados pelos SAAE próprios das prefeituras locais (ARAÚJO, *et al.*, 2008).

fogo em 24,45% em relação ao mesmo período do ano 2007 (MOURA, 2008). Espera-se que resultados semelhantes a estes últimos sejam identificados no Cariri.

Quanto aos serviços de alimentação em restaurantes, lojas de gênero alimentício, quiosques, entre outros, a oferta de culinária (inclusive regional) é diversificada e há grande quantidade de estabelecimentos (só em Crato, Juazeiro e Barbalha somam-se 45 restaurantes e 16 lanchonetes) com preços acessíveis. Deixa a desejar a baixa qualificação profissional, o atendimento por parte dos garçons e, mais uma vez, a concentração de estabelecimentos nos municípios de Crato e Juazeiro do Norte. A tabela 6 mostra a composição da oferta de estabelecimentos e a especialidade desses, sendo que um mesmo estabelecimento pode se especializar em vários tipos diferentes de pratos.

Tabela 6 – Oferta e especialidade dos estabelecimentos de alimentação em 2008

	Municípios	Juazeiro	Crato	Barbalha	TOTAL
A - composição da oferta	Restaurantes	29	12	4	45
	Lanchonetes	13	3		16
	TOTAL	42	15	4	61
B - especialidade do estabelecimento	Regional	4	24	7	35
	Internacional	4	2		6
	Frutos do mar	4	3		7
	Outros	0	20	11	31

Fonte: SETUR/CE, 2008a.

O sexto aspecto refere-se a educação. O Cariri apresenta bons índices de alfabetização, um grande número de instituições de ensino (inclusive superior, em diversas áreas, e profissionalizantes). Embora existam cursos (geralmente técnicos) de turismo e hotelaria, ainda há o desconhecimento da importância do turismo para o desenvolvimento.

Quanto a área de saúde, a região é um centro de referência no tratamento de algumas doenças (oncologia e coração). De modo geral, a rede de saúde é considerada boa em termos quantitativos (ver tabela 7), mas em termos qualitativos deixa a desejar (FIPE, 2007).

Tabela 7 – Indicadores de saúde 2006

Município	Unid de saúde /10 mil hab.	Leitos/ mil hab	% população coberta pelo PSF*	Tx mortalidade infantil / mil nascidos vivos	Profissionais de saúde / mil hab
Araripe	4,7	1,4	100,0	20,8	5,9
Assaré	2,3	1,9	85,5	12,1	3,6
Barbalha	6,0	6,7	89,9	16,1	15,2
Brejo Santo	5,7	4,4	95,6	14,2	8,3
Crato	5,3	4,8	75,7	19,4	10,1
Jardim	5,7	1,1	100,0	44,4	10,6
Juazeiro do Norte	3,0	1,7	75,9	17,4	4,7
Missão Velha	4,0	2,1	92,7	25,6	2,4
Nova Olinda	5,6	1,6	100,0	28,8	6,4
Santana do Cariri	3,3	1,1	85,0	27,8	4,0

Fonte: Secretaria de Saúde do Ceará (SESA) *apud* IPECE, 2009.

PSF – Programa Saúde da Família

Os aspectos ligados à sustentabilidade referem-se, mais precisamente, aos atrativos naturais da região. A Chapada do Araripe, com seus 180 km de extensão e 35 km de trilhas sinalizadas, é a primeira Floresta Nacional do Brasil. Possui uma rica biodiversidade (CEARÁ, 2003); uma Área de Proteção Ambiental (APA) e um geoparque

(CHAPADA DO ARARIPE, 2007), o único reconhecido pela Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura (UNESCO) no hemisfério sul.

O Geopark Araripe é formado por nove geotopes localizados nos municípios de Santana do Cariri, Barbalha, Crato, Nova Olinda, Juazeiro do Norte, Missão Velha, Milagres e Abaiara. Pode tornar-se um grande espaço de pesquisas paleontológicas, arqueológicas e de história natural. Apenas dois geotopes (o Missão Velha e o Devoniano) não são explorados turisticamente (PROJETO GEOPARK..., 2007). Atenta-se ao fato que parques (temáticos, aquáticos, de diversões, ou de outra natureza e concepções) atendem à demanda reprimida por entretenimento e lazer dos nativos em sua área de influência, ampliam a oferta de emprego e atraem turistas de outras localidades e países, ampliando o período de permanência destes na região visitada (BNDES, 1998).

Nas proximidades de Barbalha – onde está localizado o geotopo Arajara – encontram-se mata fechada, representando a flora e a fauna regional, e fontes de águas ainda não poluídas. Existe estrutura para alimentação, informações e piscinas naturais para o banho em pontos estratégicos ao longo das trilhas (GEOTOPE ARAJARA, 2007). Já nas proximidades de Santana do Cariri – no geotopo Exu – existem equipamentos de apoio e oferta de lazer aos visitantes, restaurante e um parque infantil com a temática paleontológica, uma pequena capela e trilhas por entre a densa vegetação que dão acesso aos locais de visitação turística e científica.

O Museu de Paleontologia da Universidade Regional do Cariri (URCA) é responsável pelas pesquisas envolvendo os achados fósseis da região, sendo possível visitar os sítios de interesse científico (GEOTOPE EXU, 2007). Cerca de dezenove mil pessoas (aproximadamente 100 pessoas eram estrangeiros, a maioria europeus) visitaram a instituição em 2005, comprovando o crescimento do turismo científico no Cariri. As estatísticas do Museu para esse mesmo ano, registram o recebimento de 277 excursões (JORNAL DA CIÊNCIA, 2006). Na zona rural de Santana do Cariri – o Parque dos Pterossauros é considerado um pólo turístico regional. Mesmo sem infraestrutura de apoio e sinalização, recebe aproximadamente 18 mil visitantes/ano, incluídos pesquisadores e estudiosos interessados na coleção de sete mil fósseis do Museu (GEOTOPE SANTANA, 2007).

A antiga Mina Chaves – geotopo Ipubi – faz parte do complexo industrial de exploração de gipsita da Chaves Mineração e Indústria, exploradora de diversas minas situadas em Santana do Cariri e Nova Olinda, e fornecedora de matéria-prima para as indústrias de cimento e gesso. Com a criação do Geopark, as ações educativas de conscientização da população local sobre a importância e os benefícios da preservação e proteção do patrimônio paleontológico fornecem alternativas ao desenvolvimento turístico, gera emprego e renda e coloca alternativas à exploração desordenada (GEOTOPE IPUBI, 2007).

A Mina de Pedra Cariri – geotopo Nova Olinda, a 3 km da cidade com mesmo nome – tem fácil acesso pela rodovia CE-166. As minas podem ser facilmente visitadas (GEOTOPE NOVA OLINDA, 2007). O Rio das Batateiras – geotopo Batateiras – apresenta uma diversidade de usos (lazer, serviços e abastecimento) ao longo de suas margens. Devido às proximidades da cidade de Crato, desenvolveu-se o hábito de atividades de lazer e turismo ecológico próximo às nascentes, em balneários e clubes públicos e particulares. A própria nascente do rio abriga balneário aberto ao público, além de existir a realização de trilhas e passeios pelas estradas da região (GEOTOPE BATATEIRAS, 2007). O último geotopo – Granito, localizado na colina do Horto – fica a 3 km de Juazeiro do Norte e abriga a estátua de Padre Cícero. Totalmente inserida na zona urbana não resta muito dos aspectos naturais relevantes. As atividades relacionadas às Romarias de Padre Cícero atraem mais de 2,5 milhões de pessoas oriundas de todo o Nordeste e de outras regiões do país (GEOTOPE GRANITO, 2007).

Os aspectos desfavoráveis foram: a atuação do Instituto Brasileiro do Meio Ambiente e dos Recursos Naturais Renováveis (IBAMA) no que diz respeito à fiscalização e ao atendimento ao turismo; a falta de profissionais qualificados em tempo integral na Chapada e guias especializados para atendimento ao público; o contrabando de fósseis, a exploração predatória, a sinalização deficiente ou inexistente; a falta de preservação das fontes naturais e o acesso precário aos pontos de visitação (CEARÁ, 2003). Não há estudos sobre o impacto (principalmente físicos) das visitas em Juazeiro do Norte e nos sítios arqueológicos.

Quanto aos atrativos culturais caririenses¹¹, não restam dúvidas de que a imagem de Padre Cícero e as manifestações folclóricas proporcionam fluxos contínuos para a região, sendo que esses produtos já se encontram consolidados. Os recursos turísticos culturais (material e imaterial) garantem exclusividade à região, assim como alguns recursos naturais (cachoeiras e sítios arqueológicos), mesmo sem estruturação, atuam como complementares

¹¹ Os atrativos culturais estão representados pela religiosidade popular (cultos, romarias e festas em homenagem ao Padre Cícero; ao Frei Damião; e ao Santo Antônio de Pádua, o casamenteiro), pela cultura popular diversificada (obra musical dos Irmãos Anicetos; obra literária de Patativa do Assaré, além do patrimônio material) e pelo patrimônio histórico (casarios em processo de tombamento; engenhos de açúcar e casas de farinha; Caldeirão da Santa Cruz do Deserto). Os eventos de maior destaque na região, considerados pelo planejamento governamental para o turismo, são: a Festa do Pau da Bandeira (em Barbalha), para comemorar o dia de Santo Antônio, com apresentações populares e shows; e a EXPOCRATO que expõe, também, o artesanato local e realiza shows de artistas nacionais (CEARÁ, 2003).

à oferta existente. Alguns bens foram tombados pelo Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (IPHAN). Existem potencialidades para investimentos na região (FIPE, 2007).

Os aspectos desfavoráveis quanto aos atrativos culturais, referem-se: a insuficiência de estrutura pública de apoio ao romeiro; conservação deficiente dos monumentos religiosos; fraca informação e interpretação dos monumentos; fraca organização dos museus religiosos; falta de apoio aos artistas populares e ausência de calendário cultural integrado da região; a precária manutenção do patrimônio material; ausência de sinalização apropriada; dificuldade nas informações para pesquisa (CEARÁ, 2003). No processo de manutenção do patrimônio cultural em geral há uma ausência da participação popular. Não se deve excluir a população local das decisões relativas à sua própria cidade (MARTINS, 2007).

Quanto aos eventos: para a Festa do Pau da Bandeira há pouco apoio governamental e segurança deficiente; na Exposição Agropecuária do Crato (EXPOCRATO) há má organização, ausência de integração entre Estado e município e falta de espaço para artistas locais (CEARÁ, 2003). Também é importante destacar a pouca diversidade de produtos consolidados, especialmente fora do apelo religioso (FIPE, 2007).

Na análise sobre os equipamentos (mais precisamente os alojamentos: hotéis, motéis, pensionatos e pousadas) e serviços turísticos constatou-se que: há uma oferta hoteleira consideravelmente boa – em 2003, ano de elaboração do planejamento governamental para o turismo cearense haviam mil unidades habitacionais (UHs) –, e uma diversidade de padrões de hospedagens, ênfase especial para os hotéis serranos e de lazer. Entretanto, diagnosticou-se a existência de baixa qualificação profissional no setor e pouco investimento em marketing (CEARÁ, 2003), apesar do bom potencial para negócios de qualidade. Esses equipamentos estão concentrados em Juazeiro do Norte e em Crato e são poucos os que estimulam/facilitam a permanência de turistas na região. Só há receptivo em Juazeiro do Norte (FIPE, 2007).

Uma pesquisa direta realizada pela Secretaria Estadual de Turismo (SETUR/CE), em novembro de 2008, revelou que dos 55 MHs cadastrados: 41 estabelecimentos (25 hotéis e 16 pousadas) estão concentrados na área urbana de Juazeiro e disponibilizam um total de 1234 UHs e 3576 leitos¹²; 10 estabelecimentos (3 hotéis e 7 pousadas) localizam-se em Crato (apenas 2 estão na área rural) totalizando 184 UHs e 565 leitos; e 4 estabelecimentos (2 hotéis e 2 pousadas) localizam-se em Barbalha com o total de 71 UHs e 213 leitos. Os preços médios praticados pelos MHs variam conforme o tipo de acomodação escolhida: nos hotéis, entre R\$ 49,64 e R\$ 113,35; nas pousadas entre R\$ 41,21 e R\$ 105,28 (SETUR/CE, 2008a).

A análise da gestão do turismo destaca como sendo positivo para o desenvolvimento turístico do Cariri aspectos relacionados à mídia espontânea e às ações do Fórum Regional de Turismo, Cultura e Esporte do Cariri para a integração dos municípios (CEARÁ, 2003). Há boa formação média dos trabalhadores no turismo e várias ações de capacitação foram realizadas pela SETUR/CE em parceria com o SEBRAE. Entretanto as ações do fórum abrangem ainda poucos municípios e cerca de 70% dos postos de trabalho do setor estão concentrados em Juazeiro do Norte, revelando um desequilíbrio regional (FIPE, 2007).

Em contrapartida, a divulgação institucional e governamental¹³ é insuficiente (falta comprometimento por parte dos gestores públicos municipais com a atividade turística), assim como também o é as ações por parte do setor privado (existe pouca integração entre os empresários regionais). Falta a participação de profissionais envolvidos no setor em feiras de turismo, visando divulgar o produto turístico caririense.

O diagnóstico apresentado na política pública de turismo cearense 2004-2007 à comercialização ressalta a existência de roteiros regionais, de associação de empresários do setor (Associação Caririense de Hotéis e Similares – ACARIH, infelizmente com um pequeno número de associados), de um operador de turismo receptivo e a recente realização de passeios/roteiros de familiarização do turismo (FAMTUR). Mas destaca a fraca articulação existente com agências e operadoras de emissivo¹⁴ nacionais e internacionais (CEARÁ, 2003) que não vendem o Cariri, deixando dois terços dos municípios da região desconhecidos pelos turistas efetivos e potenciais.

Sobre a demanda existente por parte de turistas de outras regiões do país e até alguns estrangeiros, constata-se que existem alguns fluxos consolidados. Mas a demanda turística tem apenas um interesse na região: o culto a Padre Cícero. Outras potencialidades não são conhecidas pelo mercado nacional (FIPE, 2007). A tabela 8 registra dados coletados de uma pesquisa de campo realizada com romeiros que visitaram Juazeiro, Crato e Barbalha em

¹² Leito tem como sinônimo: cama, objeto onde se pode descansar o corpo (ROCHA, 2005).

¹³ Em setembro de 2009, num evento sobre turismo cultural, parceria do SEBRAE e do Ministério do Turismo (MTUR), constatou-se a falta de integração municipal, isto é, o desconhecimento das potencialidades turísticas dos municípios entre si e a ausência de roteiros integrados; a necessidade de apoio financeiro e de divulgação da região por parte da SETUR/CE; a falta de informações turísticas para a região, e da necessidade de um *site* disponibilizando informações sobre esses indicadores e sobre as potencialidades da região.

¹⁴ Apenas 15% do total dos MHs cadastrados no pólo Juazeiro, Crato e Barbalha operam e trabalham com agências de viagem, enquanto 85% não tem parceria com esse tipo de serviço. Em Juazeiro, apenas 10,3% dos MHs estão cadastrados em alguma agência (SETUR/CE, 2008a).

novembro de 2008. A enorme maioria dos visitantes advém de estados nordestinos. Pernambuco e Ceará respondem pelas maiores emissões. Descobriu-se que aproximadamente 58,5% dos visitantes não conheciam a região, enquanto 41,5% já o tinham feito antes.

Tabela 8 – Procedência dos romeiros que visitaram Juazeiro, Crato e Barbalha em novembro de 2008

PROCEDÊNCIA	DESTINAÇÃO			TOTAL
	Juazeiro	Crato	Barbalha	
PE	274	9	22	305
CE	84	66	34	184
SE	79	1	2	82
BA	43	3	4	50
PB	37	2	5	44
RN	30	0	3	33
AL	22	0	4	26
PI	10	0	5	15
PA	9	1	1	11
MA	10	0	0	10
DF	2	0	2	4
Outros	4	0	2	6
TOTAL	604	82	84	770

Fonte: SETUR/CE, 2008b.

Os aspectos populacionais são importantes na determinação das características do núcleo turístico emissor. Como a população não é homogênea, para que se obtenham análises mais precisas em relação à população pode-se segmentá-la em subgrupos menos heterogêneos. Kotler (1998 *apud* SANTOS, 2004) cita que idade, sexo, composição familiar e renda são alguns dos critérios mais utilizados.

A distribuição dos indivíduos por idade pode determinar características especiais relativas ao seu comportamento turístico. Para Rabahy (2003 *apud* SANTOS, 2004), a terceira idade apresenta um novo e promissor mercado turístico: é um grupo composto por pessoas aposentadas, que desfrutam de condições favoráveis à realização de viagens. Famílias com crianças em idade escolar tendem a concentrar as viagens em determinada época do ano – as férias. Além da propensão a viajar, a escolha da destinação também depende da faixa etária dos envolvidos, apresentando peculiaridades que agradam mais a um do que a outro grupo. Alguns produtos podem restringir o acesso a determinadas faixas etárias. De modo geral a idade apresenta uma correlação com outras variáveis como renda e tempo livre disponível (SANTOS, 2004).

Em média 61,2% eram mulheres e 38,8% homens. Quanto à faixa etária 30,8% tem mais de 51 anos; 38,8% entre 36 e 50 anos; 25,1% entre 26 e 35 anos; 11,4% entre 19 e 25 anos; e 3,9% tinham menos de 18 anos. No intervalo que vai de 26 a 50 anos identificam-se turistas que procuram “descobertas e vivências com culturas locais e aqueles que buscam um turismo religioso” (SETUR/CE, 2008b, p. 12). A maior parte viajou em família (43%); 22,7% em excursão; 19,7% com amigos; e 14,5% sozinhos (*op. cit.*).

O grau de educação também influencia a demanda turística de várias maneiras. Essa variável se relaciona com o grau de interesse dos indivíduos por outros conhecimentos: quanto maior o grau de educação ou de cultura, maior o interesse por realidades diferentes da cotidiana (RABAHY, 2003 *apud* SANTOS, 2004) e maiores as exigências quanto à infraestrutura turística instalada. Em geral, o nível de escolaridade dos visitantes era baixo. Apenas 6,9% possuíam, no mínimo, o ensino superior incompleto; 9,2% o fundamental I; 14% analfabetos; 28,6% o fundamental II; 1% eram técnicos; e 40,3% o ensino médio.

Havia profissionais de diversas áreas: agricultores (24,9%); comerciantes e vendedores (14,5%); profissionais autônomos (13,2%); aposentados (9,2%); estudantes (8,1%); professores (4,7%); e os demais (aproximadamente 25,3%) eram donas de casa, funcionários da área administrativa, motoristas, domésticas, secretárias, cozinheiros, profissionais liberais, vigias, da área de serviços gerais e outras ocupações. Cabe uma observação sobre o número de estudantes e de professores: a pesquisa foi realizada em época de romarias, objetos de estudos no meio acadêmico (SETUR/CE, 2008b).

Conclusão

Conforme observado, nos estudos realizados apenas Crato e Juazeiro do Norte são considerados municípios turísticos, pois possuem: atratividade e notoriedade de média a elevada; fluxos turísticos e oferta técnica significativos; e estrutura urbana mínima. Seis municípios são potencialmente turísticos (Barbalha, Brejo Santo, Jardim, Missão Velha, Nova Olinda e Santana do Cariri), visto apresentarem atratividade e/ou notoriedade medianas; e fluxos e oferta técnica poucos significativos. E dois (Araripe e Assaré) têm potencial restrito, isto é, têm atratividade e notoriedade baixas; e seus fluxos e oferta técnica são inexpressivos.

Tomando como referência apenas o mercado emissor nacional, verifica-se que o Cariri é lembrado quando se pretende realizar viagens ligadas ao turismo religioso (romarias; esculturas e peças religiosas, em geral) e num plano secundário, visitas de cunho científico-cultural aos sítios paleontológicos localizados em vários municípios. Uma grande diversidade de produtos disponíveis na região atua como complementar aos demais.

Isto significa que não adianta apenas um município querer desenvolver seu potencial turístico. É preciso que exista comunicação entre as prefeituras, precisamente as secretarias de turismo, de cultura, de infraestrutura e de desenvolvimento dos municípios priorizados, intentando conciliar interesses (eis aqui um grande enclave ao desenvolvimento regional) e criar em parceria com outras instituições ligadas ao setor (tais como o Fórum regional, operadoras turísticas, universidades e a comunidade) roteiros integrados que garantam visitação aos vários produtos existentes no Cariri. Salienta-se que esta é uma ação importantíssima e extremamente difícil de iniciar, mas que deve ser tentada e continuada pelos governos estadual e municipal, sociedade civil e empresas.

Para o desenvolvimento do turismo caririense é preciso que exista ainda a execução de obras de infraestrutura urbana e turística e a conservação dos recursos naturais e histórico-artificiais, garantindo melhorias na qualidade de vida dos residentes e dos visitantes e a sustentabilidade dos recursos disponíveis. O turismo, embora não seja a principal atividade econômica da região, pode incrementar a economia local se for bem articulado e gerar efeitos multiplicadores positivos, contribuindo para o desenvolvimento econômico e social da população residente nos municípios priorizados e, indiretamente, para o crescimento da economia do seu entorno.

Referências

AMARAL FILHO, J E SOUZA, DLR.. **Arranjo produtivo de calçados do Cariri, Ceará**. Fortaleza : IPECE, 2003.

ANUÁRIO EXAME. Turismo. **Anuário Exame 2007-2008**. Abril de 2007.

ARAÚJO, FCBP, JORGE NETO, PM. E IRFFI, G. **A influência da CAGECE sobre a taxa de incidência de doenças de veiculação hídrica nos municípios cearenses**. [Fortaleza]: IPECE, 2008. http://www2.ipece.ce.gov.br/encontro/artigos_2008/2.pdf.

BNDES. Parques Temáticos: novo impulso na indústria turística brasileira. [Online] 1998. [Citado em: 2 de junho de 2007.] http://www.bndes.gov.br/conhecimento/setorial/get4_is 5.pdf.

BRASIL. **Programa de regionalização do turismo - Roteiros do Brasil: Módulo operacional 7 Roteirização turística**. Brasília : Ministério do Turismo, 2007b.

BRASIL. **Programa de regionalização do turismo - Roteiros do Brasil: módulo operacional 8 - Promoção e apoio à comercialização**. Brasília : Ministério do Turismo, 2007c.

BRASIL. **Programa de Regionalização do Turismo - Roteiros do Brasil**. Brasília : Ministério do Turismo, 2004a.

BRASIL. **Programa de regionalização do turismo - Roteiros do Brasil: Turismo e sustentabilidade.** Brasília : Ministério do Turismo, 2007a.

CEARÁ, Secretaria de Turismo do. Plano Integrado de Desenvolvimento Turístico no Ceará 2004-2007. [Online] 2003. [Citado em: 3 de julho de 2007.] http://www.setur.ce.gov.br/setur/docs/estudos_e_pesquisas/plano_integrado_desenvolvimento_turistico_ceara_2004_2007.pdf

CHAPADA DO ARARIPE. **Wikipedia, a enciclopédia livre.** [Online] 2007. [Citado em: 7 de novembro de 2007.] http://pt.wikipedia.org/wiki/Chapada_do_Araripe.

EMBRATUR. **Deliberação Normativa nº 429, de 23 de abril de 2002.** Brasília : EMBRATUR, 2002. p. 45. Disponível em <http://www.fnhrbs.com.br/site/download.asp?le_gislacao=Delib.+Norm.+429-2002.pdf>. Acesso em: 27/05/2002.

FIPE. **Plano Estratégico e de Ação Turística RT Cariri.** São Paulo : FIPE, 2007.

GEOTOPE ARAJARA. **Geopark Araripe.** [Online] 2007. [Citado em: 7 de novembro de 2007.] <http://www.geoparkararipe.org/sis.interna.asp?pasta=10&pagina=94>.

GEOTOPE BATAteiras. **Geopark Araripe.** [Online] 2007. [Citado em: 7 de novembro de 2007.] <http://www.geoparkararipe.org/sis.interna.asp?pasta=10&pagina=98>.

GEOTOPE EXU. **Geopark Araripe.** [Online] 2007. [Citado em: 7 de novembro de 2007.] <http://www.geoparkararipe.org/sis.interna.asp?pasta=10&pagina=93>.

GEOTOPE GRANITO. **Geopark Araripe.** [Online] 2007. [Citado em: 7 de novembro de 2007.] <http://www.geoparkararipe.org/sis.interna.asp?pasta=10&pagina=101>.

GEOTOPE IPUBI. **Geopark Araripe.** [Online] 2007. [Citado em: 7 de novembro de 2007.] <http://www.geoparkararipe.org/sis.interna.asp?pasta=10&pagina=96>.

GEOTOPE NOVA OLINDA. **Geopark Araripe.** [Online] 2007. [Citado em: 7 de novembro de 2007.] <http://www.geoparkararipe.org/sis.interna.asp?pasta=10&pagina=97>.

GEOTOPE SANTANA. **Geopark Araripe.** [Online] 2007. [Citado em: 7 de novembro de 2007.] <http://www.geoparkararipe.org/sis.interna.asp?pasta=10&pagina=95>.

GÓES, ABN E OLIVEIRA, RMG. Turismo sexual: uma reflexão crítica. [Online] 200? http://www.feapa.com.br/dinamicportal/artigos/TURISMO_SEXUAL.pdf.

HELLER, L. Relação entre saúde e saneamento na perspectiva do desenvolvimento. **Ciência & Saúde Coletiva.** 1998, Vol. 3, 2, pp. 73-84. http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S1413-81231998000200007&script=sci_arttext.

IPECE. **Perfil básico regional - Macrorregião Cariri/Centro sul 2008.** Fortaleza: IPECE, 2009.

JORNAL DA CIÊNCIA. Ceará comemora o turismo científico em Santana do Cariri. **JORNAL DA CIÊNCIA.** [Online] 9 de Janeiro de 2006. [Citado em: 23 de dezembro de 2008.] JC e-mail 2932. <http://www.jornaldaciencia.org.br/Detail.jsp?id=34358>.

LAGE, BHG E MILONE, PC. **Impactos socioeconômicos do turismo.** São Paulo : Revista de administração, 1998.

MARTINS, AAC. **Motivação, expectativa, experiência, satisfação ou dissatisfação dos turistas com o produto turístico destinação: estudo sobre a área da grande Maceió - Alagoas - BR.** São Paulo: USP, 2006. Tese (doutorado em Administração).

- MARTINS, JC. Patrimônio cultural e identidade. **Revista Próximo Destino**. [Online] 2 de Julho de 2007. [Citado em: 7 de Novembro de 2007.] http://www.proximodestino.com.br/index.php?option=com_noticias&task=view&id=224&tipo=artigo.
- MORAIS, JML E RODRIGUES, AS. Política industrial em nível subnacional no Brasil: uma avaliação de seus resultados para o estado do Ceará - 1987/2001. *Revista Economia em Debate - RED*. Crato, CE : URCA, 2007, Vol. 1, pp. 173-217. Revista do curso de Ciências Econômicas da Universidade Regional do Cariri.
- MOURA, R. Polícia atende mais, mas roubos aumentam. **Jornal O Povo Online**. [Online] 25 de junho de 2008. [Citado em: 02 de 09 de 2009.] <http://www.opovo.com.br/opovo/fortaleza/799209.html>.
- PIRES, EV. Impactos sócio-culturais do turismo sobre as comunidades receptoras: uma análise conceitual. **Caderno Virtual de Turismo**. 3, 2004, Vol. 4. <http://www.ivt.coppe.ufrj.br/caderno/ojs/viewarticle.php?id=60&layout=abstract>.
- PROJETO GEOPARK ARARIPE será transformado em ação de governo. **Jornal da URCA**. 2007.
- ROCHA, AOM. **Minidicionário Antonio Olinto da língua portuguesa**. São Paulo : Moderna, 2005.
- RODRIGUES, AM. Desenvolvimento sustentável e atividade turística. [A. do livro] Adyr Balasteri (org.)
- RODRIGUES. **Turismo e Espaço: rumo a um conhecimento transdisciplinar**. São Paulo: Hucitec, 1997, pp. 42-54.
- RONDA DO QUARTEIRÃO. **Wikipédia, a enciclopédia livre**. [Online] 2009. [Citado em: 02 de 09 de 2009.] http://pt.wikipedia.org/wiki/Ronda_do_quarteir%C3%A3o#cite_note-6.
- SANDRONI, P. **Novíssimo dicionário de economia**. São Paulo : Best Seller, 2003.
- SANSOLO, DG. E CRUZ, RCA. Plano Nacional do Turismo: uma análise crítica. **Caderno Virtual de Turismo**. 2003, Vol. 3, 4. www.ivt.coppe.ufrj.br/caderno/ojs/include/getdoc.php?id=131&article=41&mode=pdf.
- SANTOS, GEO. **Modelo gravitacional do turismo: proposta teórica e estudo empírico dos fluxos turísticos no Brasil**. São Paulo : USP, 2004. Dissertação (mestrado em Ciências da Comunicação. Área de concentração em Relações públicas, propaganda e turismo).
- SEBRAE/CE. **Pólo do Cariri: Oferta turística**. Fortaleza : SEBRAE, 2004.
- SENAC. Introdução a turismo e a hotelaria. 1998.
- SETUR/CE. **Oferta turística de Juazeiro do Norte, Barbalha e Crato**. Fortaleza : SETUR/CE, 2008a.
- SILVA, JAS. **Turismo, crescimento e desenvolvimento: uma análise urbano-regional baseada em cluster**. São Paulo : USP, 2004. Tese (doutorado em Ciências da Comunicação. Área de concentração em Relações públicas, propaganda e turismo).
- SOUZA, NJ. **Desenvolvimento econômico**. São Paulo : Atlas, 2005.
- VALDÉS, JA. **Marketing estratégico e estratégia competitiva de empresas turísticas: um estudo de caso da cadeia hoteleira Sol Meliá**. São Paulo : USP, 2003. Tese (doutorado em Administração).
- VIANNA, PJR, HOLANDA, MC, ROSA, ALT, LÓCIO, AB E WICHMANN, BM. A regionalização do estado do Ceará: uma proposta de reformulação. [ed.] IPECE. **Textos para Discussão**. dezembro de 2006, nº 25.