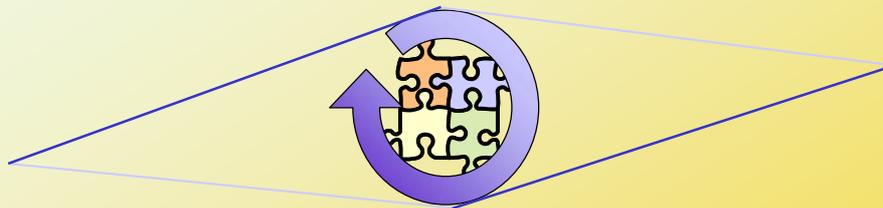


Rede de Pesquisa em Sistemas e Arranjos Produtivos e Inovativos Locais

Projeto de Pesquisa:

Mobilizando Conhecimentos para Desenvolver
Arranjos e Sistemas Produtivos e Inovativos Locais
de Micro e Pequenas Empresas no Brasil



RedeSist

SEBRAE

Coordenação

Helena M. M. Lastres e José Eduardo Cassiolato

Atividade 03

Relatório Final

Arranjo Produtivo Local - Turismo Religioso de Juazeiro do Norte - CE

Jair do Amaral e Rosemary Matos

Equipe de Coordenação no Rio de Janeiro

Coordenação Geral

Helena M. M. Lastres e José Eduardo Cassiolato

Pesquisadores RedeSist-RJ

Cristina Lemos

Marina Szapiro

Fabio Stalivieri

Marcelo de Matos

Estagiárias

Júlia Queiroz

Carolina Garcia

Gerente-Administrativa

Fabiane da Costa Morais

Gerente de Tecnologia da Informação

Max Hubert dos Santos

Apoio Técnico-Administrativo

Tatiane da Costa Morais

Secretária

Eliane Pires

**ARRANJO PRODUTIVO DO TURISMO RELIGIOSO EM
JUAZEIRO DO NORTE
MICROREGIÃO DO CARIRI, CEARÁ.**

Equipe Técnica:

**Jair do Amaral Filho
Rosemary de Matos Cordeiro**

Manoel Pedro da Costa Júnior (Estagiário)

**Juazeiro do Norte – CE
2006**

SUMÁRIO

I – INTRODUÇÃO.....	6
1.1. Objetivo.....	9
1.2. Metodologia e Amostra.....	9
II – PERFIL DO ARRANJO – A FORÇA DA HISTÓRIA	9
2.1. Considerações sobre o surgimento da cidade do Juazeiro do Norte e da vida do Padre Cícero.....	10
2.2. Romarias e questão religiosa no Juazeiro do Norte.....	15
2.3. Padre Cícero e o crescimento econômico do Juazeiro do Norte.....	22
III PERFIL E CARACTERIZAÇÃO DO ARRANJO.....	26
IV - PERFIL DOS PRINCIPAIS ATORES E ATIVIDADES REALIZADAS.....	30
4.1. Perfil Sócio-Econômico dos Romeiros e dos “turistas”	30
4.2. Agentes e seus papéis.....	32
4.3. Agentes Econômicos.....	34
4.3.1 -Identificação do Empreendimento.....	34
4.3.2. Estrutura do Capital do Empreendimento.....	40
4.3.3. Relações de Trabalho dos Empreendimentos.....	42
4.3.4. Escolaridade do Pessoal Ocupado.....	43
4.3.5. Produção e Mercado.....	44
4.3.6. Fatores Competitivos dos Empreendimentos.....	47
4.3.7 - Evolução do Emprego nas Empresas.....	49
4.3.8- Origem do Consumidor.....	50
4.4 – Organismos de Ensino - O papel da Universidade.....	51
4.5 – Instituição Religiosa – Papel das Ordens Religiosas.....	52
4.5.1-Diocesana.....	52
4.5.2-Franciscana.....	53
4.5.3 –Salesiana.....	54
4.6- Organismos de apoio, promoção, regulação e financiamento.....	55
4.6.1 -Papel do Sebrae.....	55
4.6.2 -Prefeitura Municipal de Juazeiro do Norte.....	56
V – INOVAÇÃO, COOPERAÇÃO E APRENDIZADO.....	57
5.1 – Inovações.....	57
5.2 - Cooperação entre os agentes.....	62
VI - ESTRUTURA DE GOVERNANÇA E VANTAGENS ASSOCIADAS AO AMBIENTE LOCAL.....	66
6.1. Transações comerciais locais	68

6.2 -Características da mão-de-obra local.....	70
6.3 -Subcontratação das empresas.....	70
6.4 - Avaliação da Contribuição de Sindicatos, Associações, Cooperativas Locais.....	70
6.5 -Políticas Públicas e Formas de Financiamento.....	73
6.6 - Políticas Públicas que contribuem para o aumento da eficiência competitiva das MPEs.....	77
6.7 -Principais Obstáculos que Limitam o Acesso da Empresa as Fontes de Financiamento.....	77
6.8 - Instituições e programas de apoio.....	78
6.9 -Problemas e dificuldades.....	81
7- PESPECTIVAS E PROPOSIÇÃO DE POLÍTICAS.....	81
7.1-Problemas e dificuldades.....	82
7.2 - Propostas de Políticas Públicas.....	81
VII – REFERÊNCIAS BIBLIOGRAFICAS.....	83

**ARRANJO PRODUTIVO DO TURISMO RELIGIOSO EM JUAZEIRO DO
NORTE
MICRO -REGIÃO DO CARIRI, CEARÁ.**

Jair do Amaral Filho-UFC¹

Rosemary de Matos Cordeiro²

Manoel Pedro da Costa Júnior³

1. INTRODUÇÃO

O arranjo produtivo gerado pelas Romarias e Romeiros, em direção do município de Juazeiro do Norte, a fim de venerar a figura do falecido Padre Cícero e as imagens de Nossa Senhora das Candeias e das Dores, além de prestar homenagem aos mortos nos finados, tem um caráter diferente dos arranjos propriamente produtivos. Caracterizam estes arranjos atividades manufactureiras voltadas para a geração de produtos tangíveis. Outro aspecto, embora o arranjo produtivo em análise se caracterize como um arranjo de serviços, ele se diferencia muito claramente de outros arranjos com aspectos de serviços, pois o eixo que articula a demanda e a oferta de serviços no caso em questão é a fé, sugerindo que o campo do imaginário se apresenta como a alavanca da busca, ou da demanda, ao mesmo tempo em que o ativo sobre o qual é gerada a oferta de serviços.

Nesse sentido, entende-se que o arranjo produtivo das Romarias em Juazeiro do Norte não é comandado, em absoluto, pelas leis econômicas de mercado, pois os estímulos e incentivos acionados para motivar e mobilizar demanda e oferta por (e de) serviços não são coordenados exclusivamente pelo preço, senão por mecanismos institucionais baseados na crença e na fé. Isso não acontece, evidentemente, dentro dos segmentos comerciais que atuam de maneira puramente mercantil, principalmente aqueles que comercializam produtos totalmente profanos, voltados para o sonho de consumo prosaico dos romeiros. O

¹ Doutor em Economia, Professor Titular do Departamento de Teoria Econômica-DTE da Universidade Federal do Ceará-UFC e Membro da Redesist.

² Mestre em Economia, Professora da Universidade Regional do Cariri -URCA e da Faculdade Leão Sampaio.

³ Graduando em Economia na Universidade Regional do Cariri – URCA

cardápio desses produtos é amplo e complexo, e nada tem a ver com o exercício da fé, como ficará demonstrado no decorrer deste trabalho.

Tendo a fé como eixo central do arranjo em análise não se pretende afirmar que o raciocínio e o cálculo aplicados na relação entre custo e benefício estejam totalmente ausentes dentro das relações verificadas entre os agentes do arranjo. Quer se dizer que eles se verificam de maneira diferente, ou seja, ao mesmo tempo que os romeiros calculam seus retornos com base no conforto proporcionado pela satisfação da fé, a igreja, por seu lado, calcula o seu retorno levando em conta a satisfação dos romeiros e, por conseqüência, a manutenção e ampliação do número de fiéis. Não se deve esquecer também do fato de que muitos dos apelos de realização encaminhados pelos romeiros, ao Padre Cícero, estão vinculados a realizações materiais, tais como aquisição de casa própria, aquisição de um carro, conquista de emprego, etc. De outro lado, não se deve passar despercebido o fato de que a igreja recebe dos fiéis, romeiros, doações em dinheiro ou em bens materiais. O próprio Padre Cícero chegou a acumular um ativo considerável em bens imobiliários advindos de doações de admiradores e devotos.⁴

Além do aspecto relacionado às leis de funcionamento e de coordenação do arranjo, há que ressaltar um outro aspecto igualmente determinante neste arranjo, o do território. Supõe-se que o entendimento, a compreensão, do funcionamento desse arranjo não são possíveis sem a incorporação da abordagem territorial, ou seja, o território historicamente vivido, desde as primeiras romarias dedicadas à Nossa Senhora das Dores, iniciadas com a criação da capela em 1827. Desde então, o local se transformou em ponto de parada e visitação. Com a chegada do Padre Cícero, em 1872, a referência religiosa se intensificou, mais ainda quando o referido padre passou a ser associado a certas realizações milagrosas,

⁴ No testamento do Padre Cícero, este deixava para a Ordem dos Salesianos terras nos “sítios” de Logradouro, Salgadinho, Mochila, Carás, Pau Seco; sítio Conceição, na Serra do Araripe, município do Crato (Ce); terrenos na Serra do Araripe e mais o sítio Brejinho; os prédios e a capela em construção na Serra do Horto, com todas as suas benfeitorias; o prédio onde funciona o açougue público da cidade de Juazeiro; os prédios contíguos à casa de residência da religiosa Joana Tertulina de Jesus, conhecida como beata Mocinha; o sítio Faustino, no município do Crato; as fazendas Letras, Caldeirão e Monte Alto, no município de Cabrobó (Pe); o quarteirão de prédios situados à rua São Pedro, no município de Juazeiro; a fazenda Juiz, no município de Aurora; o prédio “onde funcionou o Orfanato Jesus Maria José, em Juazeiro; o sítio Fernandes, no município de Crato; o sítio Periperi, no pé da Serra de São Pedro; os sítios Santa Rosa e Taboca, no município de Crato; o sítio Rangel, no município de Santana do Cariri. Já para Ordem dos Diocesanos, da Santíssima Virgem das Dores, da Igreja Matriz de Juazeiro, deixou os seguintes bens: o sítio Porteiras, em Juazeiro; o sobrado “onde o Manoel Sabino tem a loja de santos”, em Juazeiro; o prédio onde funciona a Cadeia Pública de Juazeiro; o sítio Palmeria, no município de Ceará Mirim, Estado do Rio Grande do Norte; o sítio Petinga, do município de Touros, no Rio Grande do Norte. (Walker, 2004).

o que foi contestado pela Igreja Vaticana. Não podendo mais exercer atividades eclesiásticas, tais como a realização de missas, por força da igreja católica, Padre Cícero tomou a decisão de se tornar prefeito de Juazeiro do Norte, já emancipada. Foi o primeiro prefeito do município, cargo que combinou com o papel de conselheiro dos romeiros.

Ao mesmo tempo em que foi administrador, Padre Cícero foi também empreendedor e grande incentivador de atividades artesanais, fazendo atrair artesãos da região Nordeste para a cidade de Juazeiro do Norte, engrossando a massa de pessoas que se mudavam para lá apenas para ficar próximo do ex-padre “milagroso”. Após sua morte, essa cidade se transformou num ponto importante de peregrinação para um grande contingente de credores nordestinos em relação aos milagres realizados pelo “Padim Ciço”. Nesse processo, formaram-se estruturas físicas e intangíveis além de uma cultura religiosa combinada com uma cultura empreendedora, enraizadas nas recomendações dadas aos romeiros que para lá iam para que esses criassem “um altar e uma oficina” em suas próprias moradias.

O grande fluxo de peregrinos, em busca de alguma graça, passou a animar e justificar uma série de atividades religiosas, de serviços e produtivas que hoje imprimem as características econômicas da cidade. O principal traço da economia local é a aglomeração dessas atividades motivadas pelo apelo religioso. Entretanto, o entendimento do fenômeno de Juazeiro do Norte, como um Arranjo Produtivo Local-APL, não é permitido pela fotografia de uma romaria senão pela história das romarias, que proporcionou o desenvolvimento de um processo circular cumulativo, que agregou, em sua evolução, pequenas partes que hoje formam o conjunto do arranjo. O processo repetitivo das romarias, ano após ano, pode ser visualizado através do movimento de uma onda de pessoas, de origens e culturas diferentes, que vem e volta, numa cadência de fluxo e refluxo que, ao partir de volta, no refluxo, deixa em Juazeiro vários tipos de nutrientes que alimentam a economia local. Além dos gastos em consumo, de produtos e serviços, ficaram e ficam em Juazeiro romeiros que decidiram e decidem tentar a vida na Terra Santa. Apesar disso, investimentos que são realizados no comércio, nas atividades calçadistas, na produção de jóias folheadas, e na construção de novas acomodações em hotéis estão obedecendo a decisões determinadas por outros mercados, fora de Juazeiro, sem vínculos com o fenômeno simbólico do município.

1.1. Objetivo

Caracterizar o arranjo produtivo do turismo religioso no Juazeiro do Norte – CE.

1.2. Metodologia e Amostra

O estudo em questão realizou pesquisa direta junto às atividades vinculadas ao consumo de bens e serviços dos visitantes. A pesquisa direta foi efetivada nos meses de maio a agosto de 2006 selecionando os estabelecimentos através de amostragem aleatória.

Foram entrevistados 83 empreendimentos, informais e formais. Desse total 75 (90,4%) eram de tamanho Micro, 06 (7,2%) de tamanho Pequeno, 02 (2,4%) médios e nenhum empreendimento de grande porte. Foram incluídos na amostra empreendimentos do tipo: restaurantes e lanchonetes, ranchos, pousadas e hotéis, comércio de imagens e artesanato, comércio de bens de consumo não durável localizado no mercado municipal, lojas de redes de dormir, empresas de transporte.

Tabela 01 – Composição da Amostra

Composição da Amostra		
Tamanho	Nº de Empresas	%
1. Micro	75	90,4%
2. Pequena	6	7,2%
3. Média	2	2,4%
4. Grande	0	0,0%
Total	83	100,0%

Fonte: Pesquisa Direta. Elaboração Própria

2. PERFIL DO ARRANJO - A FORÇA DA HISTÓRIA

O município de Juazeiro do Norte tem sua formação sócio-econômica vinculada a participação ativa de um líder religioso, o Padre Cícero Romão Batista, considerado popularmente como ‘meu Padim e/ou santo do Nordeste’. O culto ao padre é o

responsável pelo deslocamento de milhares de pessoas que afluem de outros espaços geográficos, principalmente dos demais estados do Nordeste brasileiro, todos os anos, para visitar atrativos religiosos vinculados a sua vida ou construídos em sua homenagem, participar de solenes religiosas por ele estimuladas. Estas consistem: na festa da padroeira Nossa Senhora das Dores (dia 15 de setembro), na visita no dia de Finados, (02 de novembro), festa de Candeias (02 de outubro) bem como comemorar datas relativas ao seu natalício (24 de março) ou morte (20 de julho), gerando assim um impacto econômico sobre o município em questão.

Apesar da dificuldade de precisar a dimensão do impacto deixado pelos movimentos religiosos na economia local, Paiva (2004) estima em R\$ 19.415.771,00 o movimento total de gastos realizados na economia local, com consumo, locomoção, compras no comércio em cada uma das romarias, visto a estimativa de um total de visitantes de 201.110 pessoas por romarias e um tempo médio de permanência em torno de 3,623 dias. Tem –se assim uma idéia da dimensão do movimento religioso sobre a economia local. Para Cordeiro e Lima (2003), os principais gastos seriam artigos religiosos, jóias e confecções, sendo a maior parcela destes artigos de fabricação local. Os mesmos citam a valorização dos artigos adquiridos na cidade considerada como sagrada tendo de relíquias, sendo assim considerados deste os objetos pessoais até os artigos alimentares aí adquiridos.

Para compreender o surgimento e a motivação dos movimentos religiosos do Juazeiro do Norte, que fazem do Juazeiro a terra sagrada, bem como as controvérsias que envolvem o “santo popular”, não reconhecido pela hierarquia da Igreja Católica Apostila Romana, faz-se mister observar os acontecimentos vivenciados na pequena comunidade de Juazeiro no final do século XIX, e início do século XX.

2.1-Considerações sobre o surgimento da cidade do Juazeiro do Norte e da vida do Padre Cícero.

O Padre Cícero chega ao Juazeiro do Norte, segundo Della Cava (1985), em 1872, para tornar-se pároco em um povoado pequeno e pobre, pertencente ao município do Crato, com população estimada em 2 mil pessoas, as quais vinculam a atividade agrícola da

produção de cana de açúcar e são lideradas por apenas cinco famílias representativas da classe dominante local.

Ainda segundo a mesma fonte, no interstício entre a chegada do padre ao povoado e o início de “fatos extraordinários”⁵, o vigário é considerado como homem simples e padre fervoroso, que teria recebido instruções divinas, através de sonho para permanecer na cidade do Juazeiro, e aí cuidar da população pobre. Para tanto, afora as orientações de cunho religioso, responsáveis pela conversão da população local ao culto da Igreja Católica, o pároco seria responsável pelo restabelecimento da ordem e tranqüilidade no povoado, reduzindo problemas sociais, como bebedeiras, casos de violência e prostituição.

Outras ações que lhe são atribuídas no período anterior a polêmica religiosa. Os mesmos dizem respeito a criação de ordens leigas femininas (sendo as mulheres pertencentes a ordem chamadas de beatas⁶), responsáveis por auxílio a atividades religiosas (catequese, auxílio aos cultos) bem como prestação de serviços educacionais.

Em 1889, iniciam-se os “fenômenos extraordinários” os quais geram o caloroso debate envolvendo o Padre Cícero e a beata Maria de Araújo, conforme passa a ser descrito abaixo, através das palavras de Della Cava (1985, p.17)

Na manhã de 1º de Março de 1889, o Piedoso Capelão de Joazeiro⁷, Padre Cícero Romão Batista ministrava a comunhão a uma das devotas do lugar. Em poucos momentos, passou-se a acreditar que a hóstia branca se tinha, milagrosamente, transformada em sangue, sangue este que se disse ser, sem qualquer dúvida, de Jesus Cristo.

Aquela manhã sucedia uma noite de vigília, onde a pequena comunidade, rezava e se confessa, pedindo proteção ao divino contra os horrores da seca que assolava o Nordeste. Dos eventos religiosos participava também a beata Maria do Araújo, a qual tinha origem simples, cor negra, exercia a função de lavadeira e, desde o ano anterior, compunha a

⁵ A expressão será utilizada ao longo do texto para referir-se a discussão sobre existência ou não de milagre, ocorrida durante comunhão da beata Maria de Araújo, conforme relato a ser apresentado na seqüência.

⁶ A ordem leiga feminina assumiria formatação similar aquela instituída em várias localidades do Ceará por Padre Ibiapina, as quais foram condenadas pela hierarquia da Igreja Católica. Estas em responsáveis não apenas por serviços religiosos, mas serviram simultaneamente de abrigo, centros educacionais como também de locais para implantação de ordem religiosa.

⁷ O autor em questão, ao referir-se a cidade de Juazeiro do Norte, faz uso da grafia que conta nos documentos antigos da cidade - Joazeiro.

ordem religiosa local. Ao amanhecer, (durante a missa) Maria de Araújo seria uma das primeiras a tomar a comunhão.

...De repente, caiu por terra, e a Imaculada Hóstia branca que acabara de receber tingiu-se de sangue. O fato extraordinário repetiu-se todas as quartas e sextas-feiras da Quaresma, durante dois meses do domingo da Paixão até o dia da festa da Ascensão do Senhor, por 47 dias voltou a ocorrer diariamente.” (DELLA CAVA, 1985, p.45).

A partir de então, inicia-se a discussão sobre ser ou não verdadeira a transformação da hóstia no “Precioso Sangue de Cristo”. Milagres envolvendo a transformação da hóstia consagrada em sangue, segundo a literatura, haviam acontecido em diversos lugares da Europa, sendo os mesmos reconhecidos e proclamados como verdadeiros pela hierarquia da Igreja Católica.

Em julho do mesmo ano, a referida fonte relata a ocorrência daquela que poderia ser considerada a primeira romaria, promovida pelo clero da cidade de Crato, da qual participariam algo em torno de três mil pessoas, incluindo os representantes da classe dominante do município do Crato. Nesta primeira romaria o padre Monsenhor Monteiro teria declarado que o sangue derramado pela beata ao receber a eucaristia seria o ‘próprio sangue de Jesus Cristo’. Estaria, então proclamando a existência de um milagre em Juazeiro do Norte, e assim, estimulando a existência de um culto ao acontecimento ainda não discutido pela hierarquia e/ou não comprovado como tal.

Pode-se observar, através da literatura corrente, que estes fatos irão determinar um momento de inflexão na história do pequeno povoado, gerando o misticismo religioso que norteia a atratividade turística da cidade em questão. Esta, por sua vez, está diretamente vinculada a resistência de um povo a sua crença, defendendo-a através da organização leiga, política, militar em relação a determinações estabelecidas pela hierarquia da Igreja Católica .

Arruda (2002) ao discutir o contexto social, político e religioso dos acontecimentos do Juazeiro, chama-nos a atenção para a formação mística da sociedade brasileira, advinda de influências das diversas etnias: africana, indígena e especialmente portuguesa, sendo desta a religião predominante. Para o autor, este conjunto de influências teria gerado “um imaginário religioso (...) povoado por crenças fantásticas e um mundo cheio de

superstições”⁸, fazendo-se uso desde para explicação dos diversos fenômenos. Em um universo “mágico e misterioso” existiria uma sensação de insegurança gerada pela vulnerabilidade em relação a “forças incontroláveis”, as quais poderiam ser combatidas apenas pela obediência aos “preceitos ensinados pela Igreja: reza, penitência, resignação, e, acima de tudo, muita fé em Deus”⁹.

Assim, a crença em um elemento místico, responsável pela libertação das mazelas humanas, seria comum no imaginário popular, bem como a efervescência religiosa aumentaria em períodos de crises econômicas e sociais, conforme reflete o autor sobre o imaginário nordestino no final do século XIX.

As grandes secas periódicas intercaladas com grandes cheias, por exemplo, que alguns anos chegavam a ocasionar o extermínio de uma parte significativa da população, motivavam o aumento da efervescência religiosa e o conseqüente surgimento de movimentos sócio-religiosos com diferentes roupagens.¹⁰

Para diversos autores, como Beozzo (2004), Reis (2004), Della Cava (1985), Arruda (2002) entre outros, a compreensão dos acontecimentos históricos da cidade do Juazeiro, a partir de então, que a tornam um “local sagrado” no imaginário de milhares de fiéis, deve ser observada considerando os diversos aspectos da conjuntura local, nacional e internacional. Estes envolveriam:

- ✓ A instabilidade climática – sucessivas secas abalavam o semi-árido no final do século XIX, sendo as mesmas responsáveis dos dramas sociais, refletido em fome e mortalidade de rebanhos e pessoas, gerado pela deficiência no abastecimento de alimentos¹¹. O Ceará, sendo um estado de localização na zona semi-árida, sofreria, em grandes proporções, os impactos do fenômeno climático. No Vale do Cariri, (com características geográficas de clima ameno e maior índice de chuvas), o referido Padre teria orientado o enfrentamento do período através do cultivo de

⁸ *Ib.*, p. 22.

⁹ *Ib.*, p.24.

¹⁰ *Ib.*, p.22. O autor cita como exemplos de movimentos religiosos Canudos, as missões religiosas destinadas a divulgar a crença pregada pela Igreja Católica, bem como o movimento liderado pelo Padre Ibiapina.

¹¹ A literatura registra diversas secas na segunda metade do século XIX, nos anos de 1851, 1853, 1855, 1856, 1859, 1865, 1869 e 1877/1879, e alguns anos de inundações –1861, 1872,1874, (segundo Guimarães Neto, 1989), sendo consideradas como mais graves aquelas ocorridas no intervalo 1877/79. Arruda (2003) cita ainda a seca de 1888/1889.

mandioca na Chapada do Araripe, assim como teria ensinado formas de aproveitamento para consumo de plantas típicas da vegetação local (incluindo plantas consideradas como venenosas). Soma-se a este problema a presença de epidemias como o cólera (responsável por mortalidade elevada) bem como os surtos de banditismo.

- ✓ A conjuntura hierárquica da Igreja Católica – a Igreja Católica, de forma geral, e assim, a igreja do Brasil, deparar-se-iam com os questionamentos advindos do positivismo, da hegemonia provocada pela expansão liberal, do crescimento de seitas, bem como do protestantismo. No Brasil, estes aspectos seriam agravados pelo primeiro conflito entre Igreja e Estado, ainda no final do Império. A estratégia adota então, seria o processo de “romanização” da Igreja Católica, o que significaria o fortalecimento do poder central, expresso pela redução do papel de leigos e maior inserção do clero nos eventos litúrgicos, regulação de comportamento, controle e obediência por parte dos padres em relação a hierarquia; criação de novos bispados, instituição de novos cultos, como o culto ao Sagrado Coração de Jesus, entre outras.
- ✓ Na conjuntura brasileira, vivia-se a transição entre império para República, o que, para a grande massa desinformada, parecia um cenário incerto. Somando-se os conflitos entre Igreja e império haviam se iniciado, e sendo a república enxergada como um berço de expansão para o positivismo, a introdução do casamento civil, bem como da liberdade de credos, com o crescimento da maçonaria e do protestantismo, o que os fiéis observavam como sendo um grande atentado a sua fé. Assim, acreditam em “fim dos tempos”, ou um período de grande provação para a sua religião.
- ✓ Os problemas econômicos e políticos do Vale do Cariri – estes advinham do volume de exportações de algodão do Nordeste brasileiro, gerada pelo reabastecimento do mercado têxtil (inglês) pela produção americana¹². Neste cenário, o Vale do Cariri, reduz parcela do seu dinamismo, intenso em termos de centro comercial conquistado pelo Crato nas década anteriores. Afora os impactos econômicos na

¹² Guimarães(1989) cita a retração da receita com exportações algodoeiras do Nordeste na segunda metade do século XIX, recuperando-se apenas após a década de 1930.

sociedade local, cita-se também a redução da representatividade política do Vale, que anteriormente disputava o poder central do estado ou em outros momentos desejava a autonomia geográfica.

Este cenário problemático, não desvendado e incerto para o conjunto das massas sertanejas caracteriza-se como o cenário ideal para movimentos religiosos de cunho messiânico, precedidos por sinais, os quais indicariam o fim dos tempos. Desta forma,

...Neste momento, o imaginário religioso da população sertaneja contemplava vivamente a possibilidade da vinda próxima de um salvador providencial, o Messias. Segundo esta mesma crença, sua chegada seria precedida por sinais vindos do céu. Ora, é perfeitamente previsível que o conjunto destes acontecimentos, principalmente a transformação da Hóstia sagrada em sangue, seria identificado neste imaginário religioso, como sinais dos tempos, momento imediatamente anterior a chegada do Messias (ARRUDA, 2002, p. 67).

Assim, na concepção dos populares nordestinos, Juazeiro passa a representar, então, “a cidade santa”, através da qual o mundo seria salvo. Afluir para a terra santa seria um desejo natural. Inicia-se um período de expansão demográfica do povoado em questão, bem como a “questão religiosa” em torno dos acontecimentos.

Na seqüência, então, será relatada a expansão dos movimentos religiosos para o Juazeiro e a debate em torno dos fenômenos religiosos.

2.2- Romarias e questão religiosa no Juazeiro do Norte

No interstício temporal entre os anos de 1889 a 1991, não existente uma posição clara do poder hierárquico da Igreja Católica do Ceará acerca dos acontecimentos vivenciados pelo Padre Cícero e Beata Maria de Araújo em Juazeiro do Norte. Neste cenário, ocorre a continuidade dos fenômenos não explicados, bem como a sua divulgação através do boca-a-boca, de sermões do clero local, e da publicação de artigos em jornais. Neste cenário, aumenta o misticismo em torno da cidade do Juazeiro, conforme relatado por (op. cit., p. 70)

Em março de 1890, por ocasião das comemorações da Semana Santa, o Monsenhor Monteiro, pela segunda vez, à frente de mais de 3000 fiéis, se dirige ao povoado do Juazeiro. Desta vez não se tratou de um ato isolado. Grandes contingentes de fiéis também se deslocaram dos municípios de Milagre, Missão Velha, Barbalha e de outras

idades do Vale do Cariri, além de romeiros oriundos de cidades pernambucanas e paraibanas.

O autor relata ainda que, durante a romaria em questão, teria acontecido a vista de todos a “transformação da Hóstia Consagrada em sangue”, gerando uma histeria coletiva e fazendo com que as pessoas acreditem no fenômeno que o início dos tempos relatados no livro bíblico do apocalipse (ou seja, o milagre passa a ser considerado como o ‘sinal do fim dos tempos’, devendo todos serem convertidos).

Vale ressaltar as conseqüências do suposto milagre ocorrido à frente de uma romaria composta de todas as classes sociais, (além da classe popular, registra-se a presença de médicos, farmacêuticos, padres, e outros profissionais de prestígio). Assim, os fenômenos ganham maior publicidade, sendo divulgados em panfletos, cordéis, jornais, (inclusive de outras regiões). Conseqüentemente, ocorre o aumento do misticismo em torno da cidade do Juazeiro.

Em todo o Nordeste, os boatos sobre a cidade do Juazeiro se multiplicavam(...). Alardeava-se que os doentes, aleijados, cegos e loucos conseguiam curas instantâneas. Em conseqüência da grande rede de divulgação, Juazeiro não parava de receber romeiros, incluindo centenas de enfermos (ARRUDA, 2002, p.70).

Segundo a mesma fonte, o debate em torno do fenômeno eleva-se após declaração de médico do Crato chamado Madeira, o qual afirma serem os fenômenos “um fato sobrenatural, o qual não foi possível encontrar explicação científica”¹³.

Dado a dimensão do misticismo e a publicidade em torno acontecimentos do Juazeiro, a hierarquia da Igreja Católica do Ceará, representada pelo Bispo de Fortaleza, D. Joaquim Arcoverde, passa a adotar medidas disciplinares com o intuito regular de esclarecer os acontecimentos, bem como evitar o movimento místico que já havia se iniciado. Entre as medidas adotadas desejavam inibir o culto ao milagre não comprovado, o qual seria investigado da Primeira Comissão de Inquérito.

Vale ainda enfatizar brevemente que conflitos disciplinares e dogmáticos entre o clero local e a hierarquia representada por D. Joaquim. A compreensão local do milagre, ao afirmar a transformação da eucaristia em um sangue de Jesus Cristo, implicando em um

¹³ *Ib.*, p.71.

momento de redenção para a humanidade, bem como a crença na chegada do final dos tempos, era algo inaceitável para os dogmas pregados por Roma, e assim, implicaria em uma contestação aos ensinamentos do poder central, conforme relatado por Della Cava (1985, p. 62).

Se era, de fato, o Sangue de Cristo, derramado de novo em Joazeiro “para converter e salvar a humanidade, então se tornaria implícita a noção de uma *segunda Redenção*. Isto era naturalmente contrário ao ensinamento da Igreja segundo o qual a redenção só podia ocorrer- e ocorreu- uma única vez.

A segunda tese, exposta, no panfleto, era igualmente audaciosa. (...) Apregoava-se que a preciência do advento iminente do apocalipse ...(onde)... “serão todos chamados e poucos serão os escolhidos”.

Vale ressaltar que esta inovação teológica se dava em um cenário onde a política de “romanização da Igreja Católica” (já citado anteriormente) prevalecia, consistindo, portanto, em falta grave do clero local, por caracterizar para hierarquia, uma forma de desobediência aos princípios pregados por Roma. Assim, inicia-se um antagonismo do poder central em relação a questão do Juazeiro, o qual se acentuará nos anos sucessivos.

A hierarquia da Igreja Católica Local investiga os fatos do Juazeiro através de duas comissões. A Primeira Comissão de Inquérito foi composta por Padre Clicério da Costa Lobo e Padre Francisco Ferreira Antero, sendo os dois profissionais respeitados dentro da estrutura hierárquica da Igreja. A comissão teria como objetivo: “testemunhar a transformação da hóstia e entrevistar as personalidades dominantes da questão.” (Della Cava, 1985,p.65). Segundo a mesma fonte, após testemunharem pessoalmente os acontecimentos, efetivarem interrogatórios a beatas, padres, civis, e de populares que diriam ter tido curas milagrosas o relatório concluía afirmando a origem divina dos acontecimentos em Juazeiro. De acordo o autor citado

Cada página do relatório do Padre Clicério, intitulado “O Processo do Inquérito”, proclamava os “milagres do Joazeiro” como sendo de origem divina. O documento era ao mesmo tempo uma defesa, tomando partido dos “fatos extraordinários” e uma evidência de “uma Igreja dentro da Igreja”. (DELLA CAVA, 1985,p.65)

A mesma fonte relata também a parcialidade assumida pelo relatório da primeira comissão, o qual tentava eliminar os questionamentos acerca do milagre, enfatizando: a boa saúde de Maria do Araújo, descartando- se a hipótese de ser seu o sangue que aparecia após

a comunhão, assim como o milagre teria acontecido seis vezes sem a interferência do Padre Cícero.

A defesa dos ‘fatos extraordinários’ através do relatório, assim como a crença popular nos milagres e o uso de “revelações” defendidas pelo Padre Cícero para explicar os fenômenos acontecidos no Juazeiro criam a percepção, para a liderança cearense da Igreja, de um conjunto doutrinários locais, gerando a formação de uma potencial de cisma na igreja local. A animosidade entre parcela da hierarquia local e regional (também representada ordem religiosas de origem européia, chamada lazaristas, e o bispo Dom Joaquim Arcoverde, as quais passam a militar contra a veracidade dos acontecimentos do Juazeiro), bem como a elevação do fanatismo popular na cidade do Juazeiro, (e em outras localidades de parcela do estado do Ceará) irá desencadear um questionamento do relatório inicial e uma nova comissão investigadora.

O potencial de cisma enxergado pela hierarquia religiosa advinha do crescimento da religiosidade popular, explicada a partir da participação dos leigos, principalmente de beatos e beatas. Estes, sem uma formação teológica adequada, diziam também portadores da capacidade de revelação e pregavam a iminente destruição do mundo, sendo os milagres realizados em Juazeiro aqueles que constariam na Bíblia como o sinal dos tempos. Também proclamavam a realização de diversos outros milagres no Juazeiro, como a cura de doentes. Assim,

Um dos componentes da nascente religião do Juazeiro era a sua contagiante euforia espiritual. Predominou em 1891 e 1892 e transformou o lugarejo num acampamento que se constituía no posto avançado do renascimento espiritual. Todos os dias chegavam novos contingentes de romeiros: homens, mulheres e crianças, leigos e clérigos, ricos e pobres, pessoas ilustres e simples desconhecidos. Superlotavam a capela nas horas da missa e lá iam para confessar os pecados e venerar a urna sagrada(...). Nesse ínterim, beatas corriam pelas ruas apinhadas exibindo crucifixos de bronze que sagravam “milagrosamente”, havendo ainda as que caíam em “êxtase” e transes no meio da multidão. (DELLA CAVA, 1985, p.80).

Desta forma, os “acontecimentos fantásticos” de grande apelo popular apontam para a formação de uma seita religiosa seguindo os preceitos do Juazeiro, chamado por Cava como “Igreja dentro da Igreja”, a qual deveria ser combatida. Vale ressaltar também que esta prática leiga entrava em choque com o processo de centralização das atividades religiosas através de sacerdotes ordenados, fiéis aos preceitos pregados pela hierarquia

eclesiástica refletido no movimento de romanização do catolicismo brasileiro, do qual Dom Joaquim, bispo do Ceará, era representante. Alguns autores também observam a possível existência de um preconceito contra os acontecimentos do Juazeiro. Neste sentido, Della Cava (1985), Arruda (2002) e Andrade (2004) chamam a questionamento de um milagre fora da Europa, bem como a condição negra da beata Maria do Araújo¹⁴.

Neste sentido, as tensões entre Juazeiro e Fortaleza aumentam, e, a diocese cria uma nova Comissão de Inquérito, a qual caberia evitar o fanatismo religioso que se instalara por todo o Ceará e cujo epicentro era o Juazeiro do Norte. Arruda (2002) cita que, depois de consulta a diversas fontes, o bispo do Ceará teria informações que os fenômenos tratar-se-iam de eventos forjados por Maria de Araújo, desde o sangue presente nos crucifixos, bem como o sangue vertente da eucaristia. As fontes suspeitariam “da prática da beata em encobrir o seu rosto e as suas mãos com um grande manto, não permitindo o acompanhamento do fenômeno, isto é, do momento da transformação da hóstia em sangue”¹⁵. Também se levantava questionamento a metodologia de inquérito adotada pela primeira comissão.

Assim, os trabalhos da Segunda Comissão de Inquérito, a qual desejaria obter as contraprovas necessárias à decretação dos acontecimentos extraordinários como embuste. Para tanto, o bispo do Ceará nomeia o Monsenhor Alexandre de Alencar, em fevereiro de 1982, como vigário do Crato e também presidente da comissão, sendo que “sua grande tarefa seria a de desmascarar, a todo custo, os fatos de Juazeiro como um grande embuste.”¹⁶.

De acordo com a mesma fonte, no mês de abril do ano acima citado, iniciam-se as tentativas de observar o milagre sem a participação do Padre Cícero na Eucaristia. A beata foi isolada na Casa de Caridade em Crato, para que pudesse receber a comunhão. Para permitir a observação do fenômeno, a mesma também foi proibida de usar o véu, e deveria manter a boca aberta após a comunhão. Durante três dias seguidos os testes se repetem na presença de padres, médicos e curiosos, sem que nenhum fato extraordinário aconteça. Assim, para a hierarquia da Igreja Católica cearense “ficava claro que os milagres do

¹⁴ Andrade(2003) chama a atenção para a visão do padre Chevalier, pertencente a ordem dos lazaristas e reitor do seminário de Fortaleza (assessor do bispo do Ceará) –“ Nosso Senhor não deixa a França para obrar milagres no Brasil”. ANDRADE,2003, p.50

¹⁵ Ib.,p.111

¹⁶ Ib., p.112.

Joaseiro nada mais eram do que um arдил” (Della Cava, 1985, p.81)¹⁷. A defesa de Maria de Araújo seria de que lhe fora revelado que o “sangue não aparecera na hóstia porque o “Padre da Comissão” referindo-se ao seu presidente, não estaria em estado de graça” (ARRUDA, 2002, p.113).

A época ainda restaria a dúvida sobre a responsabilidade do ‘embuste’. Outro acontecimento irá agravar a discussão Juazeiro e Igreja. O mesmo consistirá no roubo da urna a qual que guardava os panos sujos do sangue vertido pela beata durante ‘os fenômenos extraordinários’. O fato teria desviado a suspeita de autoria do embuste para um leigo de nome José Marrocos, primo do Padre Cícero, e responsável pela grande divulgação dos acontecimentos do Juazeiro. Anos mais tarde, após sua morte, descobre-se a autoria do roubo, o que, para os defensores, teria o fim de evitar a queima de tais panos, a ser decretada pela hierarquia da Igreja.

Com esta seqüência de fatos, é estabelecido o veredicto da hierarquia eclesiástica cearense para os acontecimentos do município em questão.

...Em cinco de agosto de 1892, Dom Joaquim baixou severas penalidades, as mais dramáticas até então estipuladas:suspendeu o Padre Cícero, privando-o de pregar, confessar, e orientar os fiéis. Deixou-lhe apenas a faculdade de celebrar missas. (DELLA CAVA, 1985,p.82)

Apesar das sanções impostas ao Padre, o veredicto não fora capaz de por fim ao movimento místico de Juazeiro, muito pelo contrário, parecia estimulá-lo, principalmente entre as camadas populares. Sofrendo privações espirituais a população começa a cultuar o Padre Cícero e a beata Maria de Araújo, conforme descrito abaixo:

Tratado como se fosse uma seita e privado de comemorar suas festas religiosas, o povo logo encontrou outras práticas para manifestar sua lealdade. Enfeitava as casas com retrato do Padre Cícero e de Maria do Araújo, que eram tidos e estimados como os novos santos, os descobridores de novos mistérios, usava-se em volta do pescoço correntes com medalhas cunhadas na Europa portando a efigie de seus heróis. (op.cit., p. 83)

ARRUDA (op.cit., p.117) cita também a continuidade dos movimentos religiosos para Juazeiro do Norte.

¹⁷ Cava, em nota de rodapé, chama também a atenção da possibilidade das hóstias usadas no teste terem vindo de Fortaleza, para evitar a suspeita que seria algum componente usado no processo de fabricação o responsável pelos acontecimentos.

...o fluxo de romeiro em direção a cidade Santa de Juazeiro continuava crescendo. Diariamente, mais de quatrocentas pessoas chegavam a este povoado, provenientes dos mais diferentes lugares da região nordestina. Por maior que fosse a pressão contra as crenças e práticas religiosas, consideradas heréticas, seu resultado entre as camadas populares era praticamente nulo.

A partir de então se inicia uma luta desesperada do Padre Cícero e seus adeptos para que a conclusão da hierarquia da Igreja Católica cearense fosse revista. Para tanto o Padre Cícero apóia-se na organização popular, inicialmente através das diversas associações religiosas, como exemplo do Apostolado da Oração. Nestes seriam inicialmente as responsáveis pela reação popular organizada, assim como pela arrecadação financeira com fins de conquistar uma revisão das conclusões apresentadas pelo segundo Inquerito, através de uma nova análise a ser efetuada por representantes da Igreja advindos de Roma, reivindicação feita inicialmente através de correspondências.

Apesar das solicitações, tem-se o movimento do Juazeiro sofre uma primeira derrota, qual seja o decreto de Roma que manda seguir as instruções da diocese de Fortaleza. Penas mais duras são impostas a cidade. Conforme Cava, teriam sido proibidas peregrinações, votos e promessas seriam considerados superstições, documentos e medalhas em defesa da causa deveriam ser eliminados, bem como ficavam proibidos clérigos discutirem a questão. Ou seja, instala-se uma forte censura ao culto dos milagres em Juazeiro.

Apesar do afastamento dos clérigos em relação ao Padre Cícero, o povo continua a apoiar e defender o “santo” e os “seus milagres”. A história registra novas solicitações de revisão da Causa do Juazeiro, as quais teriam por finalidade que o Padre fosse entrevistado em Roma. Após diferentes formas de solicitações, lideradas sempre pelo catolicismo leigo, o Padre consegue audiência em Roma, na qual solicita-se a revisão atribuições de religioso. Não contrariando a instância hierárquica local, Roma deixa a tomada de decisão para o bispado local, jamais sendo o mesmo revisto.

A sociedade, porém não perdoou a ‘intransigência’ da diocese local, e mesmo sem poder, até a morte do padre, jamais ouvi-lo celebrar missas novamente, continuou venerando-o como santo, ouvindo os seus conselhos e a ele sendo fiel e prestando o seu culto.

Afora a “questão religiosa” que envolve o mito Padre Cícero, muitas outras facetas caracterizam a vida do clérigo, envolvendo o contexto político e o econômico do município em questão. Neste trabalho apenas citaremos a participação do clérigo na cena política e nos deteremos a refletir sobre a influência do mesmo no crescimento econômico da cidade.

2.3 - Padre Cícero e o crescimento econômico do Juazeiro do Norte

Araújo (2005, p.64) chama-nos a atenção da contribuição do Padre Cícero para realização do “milagre econômico na cidade de Juazeiro”, através do dinamismo que passa a caracterizar a cidade e através da coesão social, gerada pela atuação no padre nos campos religioso, econômico, social e político. Este milagre pode ser observado pelo contraste das características do pequeno povoado a época da chegada do clérigo no Juazeiro, citadas anteriormente e a existência, já em 1909, segundo Della Cava (1985) de 22 ruas, praças iluminadas, padarias, alfaiatarias, farmácias, 20 escolas primárias, tipografia, estação de telegráfo, sendo já considerado como um importante entreposto comercial. Neste período estaria se consolidando para o autor, a estrutura econômica da cidade em questão, tendo conseqüência direta ou indireta da participação do clérigo.

Diversos autores chamam a atenção da intervenção do padre de forma a modificar as precárias condições de vida da população sertaneja. O apelo a cuidar dos pobres (segundo o sonho que teria tido na quando da chegada ao Juazeiro) e a inspiração no trabalho missionário do Padre Ibiapina, fazem do clérigo em questão um árduo defensor do desenvolvimento da região, sendo-lhe atribuído por diversos estudiosos um lema: “em cada casa um altar e uma oficina” ou a ordem cristã baseada no “trabalho e fé” (neste sentido, ver ARAÚJO, 2005). Assim, segundo Luitargd apud Araújo (2005) o pároco, assim como o Padre Ibiapina, ocuparia, através das ações de ‘planejamento econômico’¹⁸, um vazio institucional em uma sociedade pobre, usando a efervescência da fé para construção de um vida melhor. Desta forma, o mesmo adotaria conselhos de ordem prática para desenvolvimento de atividades produtivas em vários segmentos, assim como a notoriedade

¹⁸ Queremos aqui destacar tanto a organização da comunidade para produzir, como o papel de conselheiro que o Padre assume e o qual inclui a orientação sobre empreendimento de ações econômicas.

conquistada posteriormente (com a participação político partidária) lhe permitir lutar por obras de infra-estrutura para a região. De acordo com DIAS (2004, p.95)

...ele resolve fixar residência em uma casa bastante simples em Juazeiro, sem conforto, vivendo de doações dos fiéis, a partir de então, procurou envolver a população num processo de evangelização, distante do pecado. Desenvolveu um intenso trabalho pastoral, contando com a ajuda de beatas, no sentido de efetivar as pregações, os conselhos para moralizar os costumes da população. Envolveu os homens em trabalhos agrícolas, pecuários e artesanais, evitando o ócio que, por conseqüência, evitava a vadiagem. Desta forma, através destas ações e com seu estilo diferenciado de liderança e mando, passou a ser benquisto e respeitado pela comunidade.

Para compreender melhor as mudanças provocadas na economia do Juazeiro através dos “conselhos do Padre Cícero”, observaremos a sua intervenção de forma segmentada, olhando separadamente para as características de intervenção na economia rural e urbana.

No plano agrícola, o papel do clérigo consistiu em buscar alternativas para enfrentamento da seca e abastecimento alimentar na região. Para tanto, em concordância com Araújo (2005), o sacerdote estimulará o cultivo de plantas resistentes ao clima quente, como a mandioca, a maniçoba, através do uso das terras na Chapada do Araripe, bem como empreenderá luta junto a governantes para construção de açudes, reservatórios de água, reflorestamento e abastecimento alimentar.

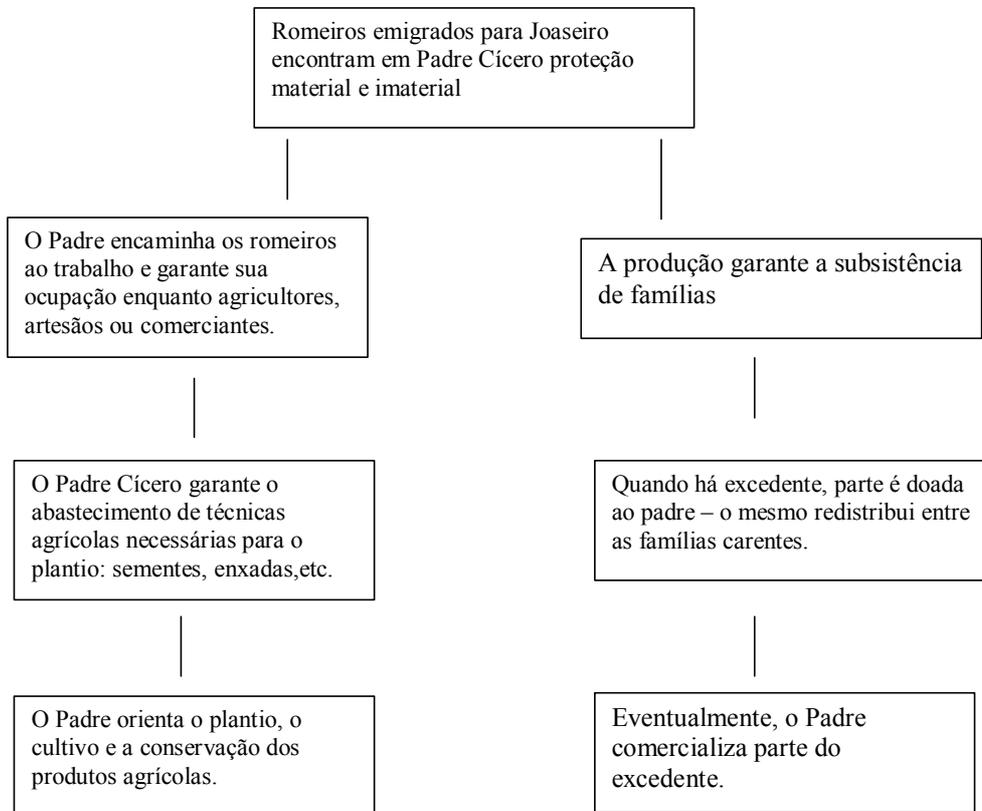
Convém ressaltar o impacto do afluxo de migrantes, a partir do advento dos “fenômenos sobrenaturais”, sobre a atividade econômica rural. Os romeiros que afluem, considerados como fanáticos, eram principalmente “...trabalhadores rurais, vaqueiros e reideiros desprovidos de terra” (DELLA CAVA, 1985,p.139). Estes buscavam, com a migração para o Juazeiro, uma forma “de controlar o meio adverso e sobrepujar as injustiças sociais que faziam de suas vidas uma desgraça”¹⁹, tendo o Juazeiro transformado-se, nas palavras do Padre Cícero, um “refúgio para os náufragos da vida”²⁰. Conseqüentemente, os mesmos iram ampliar e diversificar a composição da força de trabalho do Vale do Cariri.

Araújo (2005) demonstra o trabalho de organização da atividade produtiva agrícola através do seguinte figura:

¹⁹ Idem.

²⁰ Id. P.141

Figura 01- Organização da produção agrícola pelo Padre Cícero



Fonte: Araújo, 2005, p.68

Vale ressaltar como se organizava a atividade produtiva rural, sob a orientação e proteção e orientação do clérigo. De acordo com Figueiredo apud Araújo(2005) estabeleciam-se relações de padrinho e afilhado, os quais, consolidava-se vínculos sociais, viabilizando novas possibilidades de sobrevivência. Assim, (op.cit, p. 67)

... o Padre mobilizava os meios de produção, a força de trabalho, a tecnologia, o trabalho e o capital. No âmbito de produção, o Padre organizava os recursos econômicos necessários para garantir a reprodução da mão de obra no Joazeiro. No âmbito da circulação, ele assegurava a distribuição das riquezas geradas de maneira equitativa, observando a participação da mão- de -obra na produção e a necessidade de subsistência.

A relação de afilhados com o padrinho ou ‘Patriarca do Sertão’, associada a maior fertilidade do Vale, eleva a produção agrícola do entorno. Assim, áreas ainda não

exploradas do entorno do Juazeiro são desbravadas, tornando-se o Vale um produtor de excedentes agrícolas e recebendo o título de “celeiro do Ceará”. As culturas produzidas no Vale seriam: cana-de açúcar, a mandioca, o arroz, o feijão, milho, bem como o clérigo teria estimulado a produção de maniçoba (para produção de borracha) e re-introduzido a cotonicultura. Assim, o Juazeiro, em 1909,

...possuía 22 engenhos de açúcar empenhados na produção de rapadura e subprodutos alcoólicos. Oito anos mais tarde havia outros dois engenhos, bem como 60 localidades equipadas para preparar farinha de mandioca. Além do cultivo de arroz, feijão e milho, Joaseiro sobressaía-se na produção de borracha de maniçoba e algodão. Graças ao Patriarca, o algodão (...) fez sua *reentre* no Cariri entre 1908 e 1911, logo de ter o Padre comprado uma das primeiras máquinas de desencaroçar algodão, movidas a vapor, a serem usadas no Vale. (DELLA CAVA, 1985, p. 144).

Tal potencial para a mesma fonte, não poderia ter se realizado sem o grande afluxo de força de trabalho advindo da presença dos “romeiros”. Vale ressaltar que afora a população de classe baixa, o Juazeiro também atrai comerciantes, advogados, educadores, dentre outros, imbuídos, segundo a fonte acima citada, pela questão de oportunidades econômicas e/ou políticas, oferecidas pela concentração populacional na cidade.

Assim, Juazeiro também vive um ‘boom econômico’ relacionado ao crescimento e diversificação da atividade econômica urbana. Expandem-se as atividades comerciais e serviços públicos ainda na primeira década do século XIX, como também ocorre a emergência de atividade artesanais, as quais pretendiam atender as necessidades de consumo da crescente população, e a produção de objetos vinculados ao culto religioso, conforme fala do autor, apresentada abaixo:

A atividade econômica principal de Joaseiro, (...) provinha de suas florescentes indústrias artesanais. (...) A princípio resumiam-se tais atividades basicamente a construção de casas, assim como a manufatura de vários artigos de uso doméstico confeccionados com a matéria – prima local: louças de barro, vasos, panelas, cutelaria, sapatos, objetos de couro, chapéus, esteiras de fibras vegetais, corda, barbante, sacos e outros receptáculos para estocar e expedir gêneros alimentícios. Simultaneamente, o influxo constante de “turista-romeiro” (...) estimulou a manufatura de fogos de artifício (...) e, ainda, a de artigos religiosos e recordações: imagem de madeira e de barro da Virgem, dos santos e, acima de tudo, do Padre Cícero; crucifixos e medalhas de latão, prata e ouro; rosários, escapulários e “santinhos”, toda uma gama de bugigangas que encontram mercado, facilmente, através do Nordeste. (DELLA CAVA, 1985, p.145)

O mesmo autor também acrescenta a produção local de utensílios vinculados para atividade agrícola, tais como enxadas, facas, rifles, punhais, objetos comuns do cotidiano dos moradores rurais a época. Desta forma, o município em questão passa a diversificar o conjunto das atividades produtivas, tendo por motivação principal a imagem do ‘Padre Cícero’ e a visitação ao ‘local sagrado ou terra santa’, ou seja, emerge, a partir de então, uma aglomeração produtiva a qual possui sua dinâmica determinada pela existência do mito religioso.

3. PERFIL E CARACTERIZAÇÃO DO ARRANJO

O município de Juazeiro do Norte está localizado na Região Cariri/Centro Sul do Estado do Ceará. Sua área total é de 248,56 Km², contrastado com os 148.825,60 Km² do Estado. Tem uma população de 220.141 habitantes (2003), contra 7.765.468 para todo o Estado e apresentava uma taxa de urbanização (em 2000) de 95,33%, contra 71,53% para o Estado, indicando um peso muito pequeno das atividades rurais na vida do município, ao mesmo tempo que marca uma coerência com a trajetória da cidade, marcada pela religiosidade vinculada, primeiramente, à imagem da Nossa Senhora das Dores e, posteriormente, ao padre Cícero.

O PIB total somava (em 2002) R\$ 481.359, que possibilitava, no mesmo ano, um PIB per capita de R\$ 2.186,. Chama atenção na economia local o fato de o número de estabelecimentos comerciais somar 3.752, em 2003, contra um total geral de estabelecimentos, cadastrados no Ministério do Trabalho, em 2002, de 6.018. Enquanto isso, o número de estabelecimentos industriais somava 845 e o de serviços 1.173. Isto revela uma forte vocação comercial da cidade de Juazeiro do Norte.

Do ponto de vista estratégico, Juazeiro do Norte está posicionado em um ponto equidistante de, praticamente, todas as capitais do Nordeste, fator que facilita o afluxo dosromeiros em direção à mesma. A maior distância de Juazeiro em relação a uma capital do Nordeste se verifica para a cidade de São Luis do Maranhão, 1.012 km. Outro extremo se encontra em Salvador, com 921 km de distância. A cidade de Fortaleza, capital do Estado do Ceará, onde se encontra Juazeiro do Norte, está a 570 km de distância.

Abaixo observa-se o mapa da cidade de Juazeiro do norte:



Fonte: www.voudemochila.com.br

O turismo popular religioso deu origem a uma série de produções e arranjos produtivos locais que, hoje, ganharam autonomia em relação ao mercado formado pelos romeiros que procuram Juazeiro do Norte. Dentre esses arranjos estão o de calçados, o de jóias folheadas, artesanato e confecções. Alguns destes arranjos nasceram impulsionados pelo mercado dos peregrinos, mas expandiram seus mercados para a Região Nordeste e fora desta. No entanto, interessa neste projeto focalizar as atividades que se aglomeraram em torno do turismo religioso e dele se nutrem.

Os elementos catalizadores do arranjo em questão são as idéias e os ideais bíblicos vinculados à generosidade, à simplicidade e à comunhão pregados por Padre Cícero, a exemplo de São Francisco e Antônio Conselheiro. São valores muito valorizados pela

população sertaneja, que vêm nesses valores elementos de sociabilidade. Soma-se a isso, o crédito atribuído pela população, a Padre Cícero, à realização de milagres. Por último, sua condição de marginal dentro da Igreja Católica que o transformou numa espécie de mártir, ainda em vida. Como se não bastasse, seu pragmatismo, carisma, liderança e espírito empreendedor adensaram o universo de elementos que o transformou no grande mito popular do Nordeste. Importante lembrar que o Padre Cícero tinha um profundo conhecimento da natureza e economia agrícolas do Nordeste que o habilitava a falar a mesma língua dos agricultores familiares rurais, e a tematizar as romarias.

Após a morte de Padre Cícero, aos 90 anos de idade, Juazeiro do Norte foi consolidada como um grande sítio turístico religioso, passando a construir e valorizar símbolos, monumentos e prédios associados ao padre. Para se ter uma idéia desse conjunto podem-se citar os elementos que compõem o Roteiro da Fé:

1. Santuário de Nossa Senhora das Dores (Igreja Matriz): local no qual foi celebrada a primeira missa pelo Padre Cícero e onde aconteceu o Milagre da História. É o maior ponto de concentração religiosa do Nordeste.
2. Praça Padre Cícero (Praça Almirante Alexandrino): localizada no Centro, é considerada o coração da cidade.
3. Museu do Padre Cícero: casa onde residiu e faleceu o Padre Cícero. Reúne os seus pertences e conta a história da sua vida.
4. Memorial Padre Cícero: museu com acervo fotográfico, objetos pessoais do Padre Cícero e uma vasta biblioteca sobre a vida cultural e política da cidade.
5. Reitoria do Perpétuo Socorro (Igreja do Socorro): local onde se encontra os túmulos do Padre Cícero e da Beata Maria de Araújo (a Beata do Milagre).
6. Casa dos Milagres: local onde se encontram inúmeras fotos deixadas pelos fiéis do Padre Cícero e objetos de gesso e madeira, representando as graças alcançadas (como braços, pernas, muletas).
7. Santuário de São Francisco: tem como referências o amplo espaço de acolhimento dos romeiros, o teto com estrelas esculpidas, representando cada família que fez doações para a construção e o “passeio das almas”.

8. Santuário do Coração de Jesus (Igreja dos Salesianos): arquitetura em estilo neoclássico, expõe inúmeras imagens trazidas de Roma pelo Padre Cícero.
9. Monumento Padre Cícero no Horto (Serra do Catolé): local onde está instalada a estátua do Padre Cícero, considerada a terceira maior do mundo e visitada por cerca de três milhões de pessoas.
10. O Luzeiro do Nordeste: mede 111 metros de altura e 290 toneladas em ferro simbolizando um marco pela passagem do milênio e a religiosidade do povo nordestino.

Como se vê, a força de atração de turistas para Juazeiro do Norte está formada por elementos intangíveis, fíncados na fé dos devotos, e nos elementos tangíveis. Combinado a esses elementos existem algumas datas chave que contribuem para coordenar e organizar o fluxo de turistas para a cidade, por meio das Romarias. Essas datas são as seguintes: (i) final de janeiro e início de fevereiro, é o período de realização da Romaria dedicada a Nossa Senhora das Candeias; (ii) 20 de julho, data de realização da Romaria de comemoração do aniversário de morte do Padre Cícero; (iii) 10-15 de setembro, período da Romaria dedicada à padroeira de Juazeiro, Nossa Senhora das Dores e (iv) novembro, mês da realização da maior Romaria, dedicado aos finados.

Nessas datas, os romeiros se dedicam às ações litúrgicas, nas quais se incluem pagamento de promessas, entrega dos ex-votos, confissões, comunhão, rezas e missas, procissões e peregrinações aos locais inseridos no Roteiro da Fé. Juntamente com essas ações os romeiros se dedicam também às compras, não só de objetos significando as lembranças das imagens e do local, mas também de bens de consumo individuais e domésticos. O mercado central, somado à gigantesca feira informal que se cria nos períodos das Romarias, tomando praças e ruas ao redor dos pontos sagrados, oferecem uma infinidade de tipos de produtos vindos de inúmeros pontos de origem, inclusive da China.

Ao meio disso tudo, vêem-se manifestações culturais de várias ordens que emergem das bandas de pífanos, bandas de instrumentos originários da cabaceira, bandas de música, grupos de teatro, artesãos, etc. Longe de ser um fenômeno marcado pelo gesto de recolhimento e tristeza, é um fenômeno com características de comunhão, confraternização e alegria. Esta alegria é alimentada, em muito, pelo caráter ingênuo dos romeiros, em grande parte formados por crianças, adolescentes e jovens. O encontro e a vivência das

Romarias no Centro de Juazeiro, marcado por ranchos, pousadas e ruas lotadas, criam uma atmosfera de magia e de descoberta, facilitada pela oferta infindável de produtos sacros e profanos.

4. PERFIL DOS PRINCIPAIS ATORES E ATIVIDADES REALIZADAS

4.1. Perfil Sócio-Econômico dos Romeiros e dos “turistas”

De acordo com pesquisas realizadas pelo Sebrae, junto aos romeiros, em 2003, que procuraram a cidade de Juazeiro durante todas as Romarias, observou-se que 31,8% deles vinham do estado de Pernambuco, 23,2% do estado de Alagoas, 11,2% do estado do Rio Grande do Norte e 10,5% da Paraíba. Chamou atenção nessa pesquisa o fato de 17,4% dos romeiros serem estudantes, seguidos dos agricultores (15,9%), donas de casa (13,3%) e aposentados (9,0%).

Quanto ao grau de escolaridade, verificou-se que 53,2% tinham até o primeiro grau completo. Essas características dão um perfil popular aos romeiros e turistas, perfil confirmado pelo meio de transporte utilizado além do tipo de acomodação escolhido. Os principais meios de transporte são o ônibus e o caminhão, e o principal tipo de hospedagem é o rancho, com 58,8% das preferências.

Embora não se disponham de informações e dados sistemáticos, pela falta de levantamentos regulares dos mesmos, sabe-se que as romarias têm graus de importância diferentes entre si, além de se diferenciarem também em nível da procedência dos romeiros. Em uma outra pesquisa, realizada pela Secretaria do Turismo do Estado do Ceará para a Romaria de Finados do ano de 2000, observa-se que 55,9% dos romeiros vinham do Estado de Pernambuco, 11,7% do Ceará, 8,5% do Estado de Sergipe, 7,8% da Paraíba, 5,4% da Bahia, 5,2% de Alagoas, 2,9% do Piauí, e o restante de outros estados do Nordeste. Deve-se observar que, segundo a mesma pesquisa, 98,6% dos romeiros têm sua origem na Região Nordeste (SETUR, 2000)

De acordo com a mesma pesquisa, da Setur (2000), 56,1% dos romeiros eram do sexo masculino e 43,9% do sexo feminino, mostrando um certo equilíbrio entre os gêneros. Em relação à faixa etária, a pesquisa constatou que 30,4% dos romeiros entrevistados situavam-

se entre 36 e 50 anos, 20,8% entre 26 e 35 anos, 19,3% na faixa de 18 a 25 anos, 7,1% abaixo de 18 anos e 6,4% acima de 65 anos. Observa-se que, ao contrário do que se supõe, o número de pessoas com 25 anos, e abaixo desta idade, supera de longe o número de pessoas idosas. Em visita realizada em Juazeiro do Norte na Romaria de setembro, de 2006, constatou-se um número impressionante de crianças, adolescentes e jovens acompanhando seus pais e avós. Verificou-se que a realização da romaria é um ato familiar, fator que contribui para a reprodução dos ciclos.

No tocante ao estado civil, a pesquisa mostrou que 36% das pessoas entrevistadas eram solteiras e 49,2% casadas, e o restante eram viúvo, separado e outros. Já com relação ao nível de escolaridade, 33,7% dos entrevistados revelaram ser analfabetos, 19,5% apresentavam o primeiro grau, e 2%, apenas, responderam possuir o nível de segundo grau. Entretanto, o dado que chama atenção foi aquele correspondente ao nível de escolaridade superior, que se apresentou com 26,8%. O restante foi classificado entre os níveis técnico e outros. O dado referente aos romeiros com nível superior quebra, de certa maneira, a hipótese ou a percepção tradicional de que os romeiros têm um perfil de baixa escolaridade, o que reflete no seu poder aquisitivo.

Em relação aos aspectos econômicos, a pesquisa da Setur (2000) revela alguns dados igualmente interessantes, no sentido de se rever algumas idéias estabelecidas há muito. Uma das idéias centrais predominantes, relativas ao perfil econômico dos romeiros, diz respeito à origem rural-agrícola dos romeiros, o que não é uma verdade absoluta pois os dados da pesquisa revelam uma certa distribuição entre outras categorias econômicas. Mesmo assim, os romeiros de origem agricultor representaram, na pesquisa, 21,0% acompanhados de 13,9% de donas de casa, podendo ser também originadas da agricultura. Em seguida vêm os estudantes, com 10,7%, comerciantes com 7,5%, motoristas com 5,8%, aposentados com 5,2%, vendedores, 4,2%, militares 2,3%, mecânicos 1,3%, autônomos 0,9% e outros com 27,2%. Embora os romeiros tenham uma origem do interior dos estados, portando uma cultura rural, esses não têm necessariamente, em sua maioria, um vínculo com a terra.

Esses dados se conjugam com aqueles referentes aos níveis de renda dos romeiros, pois 35,2% desses indicaram perceber entre 1,1 e 2 salários mínimos, 23,6% ganhando até 1 salário mínimo e 17,5% ganhavam de 2,1 a 5 salários mínimos, dado que chama atenção.

Com esse poder aquisitivo, segundo a referida pesquisa, os romeiros gastavam na época em torno de R\$ 65,89 média per-capita, considerando um período médio de 3,5 dias na cidade de Juazeiro.

4.2. Agentes e seus papéis

A figura central e mobilizadora de todo movimento das romarias e romeiros em direção à cidade de Juazeiro do Norte é sem dúvida a de Padre Cícero, ao lado da padroeira Nossa Senhora das Dores. Não só pelos fenômenos milagrosos associados a ele mas pelo carisma e virtudes revelados durante sua vida. Sobre ele está depositado todo o capital imaginário acumulado até hoje pela cidade de Juazeiro do Norte, onde se encontram locais vividos e freqüentados pelo Padre e objetos que pertenceram a ele, enfim ali se encontra impregnada sua história.

A segunda figura central do Arranjo Produtivo em análise são as romarias e os romeiros que, movidos pela fé e admiração ao Padre Cícero, se dirigem a Juazeiro várias vezes por ano, ao menos em quatro romarias. São romeiros vindos de várias partes do Nordeste, dependendo da Romaria e das épocas que marcam o fim das colheitas agrícolas, quando os romeiros de origem agrícola se tornam mais livres para o deslocamento. Curiosamente, a menor parcela dos romeiros vem do Estado do Ceará, cerca de 25%, e a maioria vem dos Estados de Alagoas, Pernambuco, Rio Grande do Norte e Piauí.

Os romeiros passam cerca de 3 a 4 dias na cidade de Juazeiro, percorrendo e cumprindo todo o roteiro da fé estabelecido historicamente por eles próprios. Não só esses romeiros se transformam em objetos de atração para turistas propriamente dito, mas ao permanecer na cidade por aquele tempo os romeiros se transformam numa grande massa de consumo, de serviços e produtos que são oferecidos por uma rede de empresas e vendedores, formais e informais, que se aglomeram na cidade, preferencialmente em torno dos pontos de visitação.

O deslocamento dos romeiros é realizado por uma rede de transporte diversa, na qual se incluem o transporte em ônibus fretado, “paus de arara”, vans, microônibus, veículos próprios e bicicletas. Apesar das melhorias físicas recebidas pelo aeroporto de Juazeiro,

além daquelas advindas de opções e preços dos vôos, este meio de transporte não é utilizado pelos romeiros.

Em 2000, na Romaria de Finados, constatou-se que 37,6% dos romeiros foram transportados por meio do “caminhão pau-de-Arara”, 41,2% em ônibus, 11,1% em “carro”, e o restante através de moto, van, a pé, bicicleta e outros, este com participação de 6,3% (Setur, 2000). O financiamento do transporte também tem algumas variações. Ele pode vir de financiamento próprio, quando cada romeiro paga o seu próprio deslocamento à empresa fretadora, pode vir da prefeitura local, pode acontecer a partir de políticos interessados em retornos eleitorais, quando se trata de período eleitoral, ou pode também ter origem em pessoas que assumem promessas e oferecem a viagem a um certo número de romeiros a título de pagamento da promessa.

O alojamento dos romeiros é feito de diversas maneiras. Na maioria das vezes, e tendo em conta o poder aquisitivo relativamente baixo dos romeiros, o alojamento é feito através dos Ranchos, que apresentam, dentro do segmento, variadas condições de acomodação e conforto. Estes, geralmente, são de baixa qualidade. Os Ranchos têm as características de serem informais e funcionarem apenas nos períodos de realização das romarias, portanto são circunstanciais. De acordo com dados levantados pela Setur (2000) cerca de 55,% dos romeiros se destinam aos Ranchos. A segunda forma de alojamento são as casas de parentes e amigos, com 17,2% das preferências, vindo em seguida a rede hoteleira (hotéis modestos), com 16,7%, e as pousadas com 11,4%. Estas últimas oferecem acomodação e conforto um pouco mais superiores aos dos Ranchos e muitas delas são formais. Por último vem os hotéis, pequenos e médios, que recebem a preferência dos romeiros com poder aquisitivo superior, com 5,3%.

Quanto à alimentação, grande parte dos romeiros traz suas próprias porções de seus lugares de origem e as preparam nos Ranchos e pousadas, quando esses oferecem condições e permissão. Segundo a Setur (2000), na Romaria dos Finados desse ano 24,2% dos romeiros se alimentaram da comida preparada no próprio local onde se instalaram. Outra parte dos romeiros busca se abastecer nas barracas de alimentação, montadas improvisadamente, ou em pequenos restaurantes da cidade. Segundo a referida pesquisa, 23,4% dos romeiros se alimentaram na rede de restaurantes da cidade, 13,2% se abasteceram em casas de parentes e amigos, 12,7% preferiram os estabelecimentos

hoteleiros e 11,9% adquiriram marmitas. O restante, 14,6%, preferiram outras formas de serviço (Setur, 2000).

A satisfação da fé levada pelos romeiros é oferecida pela Igreja, através das suas três ordens, Diocesana, Salesiana e Franciscana. Para tanto essas ordens mobilizam suas paróquias através dos sacerdotes, Pastorais e Equipes de Apoio, essas formadas por voluntários da cidade ou de outras partes da região ou do Estado do Ceará.

Dado que passam um período de 3 a 4 dias na cidade, os romeiros acabam despendendo algum dinheiro através de consumo em bens de consumo próprio, podendo ser bens associados à própria liturgia, como velas e flores, ou aqueles vinculados às lembranças, como imagens, bijuterias, etc. Mas tendo em vista que os romeiros encaram a localidade e o evento como uma oportunidade de compra os mesmos adquirem outros tipos de bens de consumo, tais como roupas, chapéus, redes, calçados, utensílios domésticos, brinquedos, etc. Todos esses produtos são oferecidos por um número enorme de comerciantes formais e informais, permanentes ou circunstanciais.

A caracterização do arranjo produtivo pode ser observada através da figura 02, a qual demonstra o conjunto de agentes privados, públicos e não governamentais vinculados ao atrativo da fé.

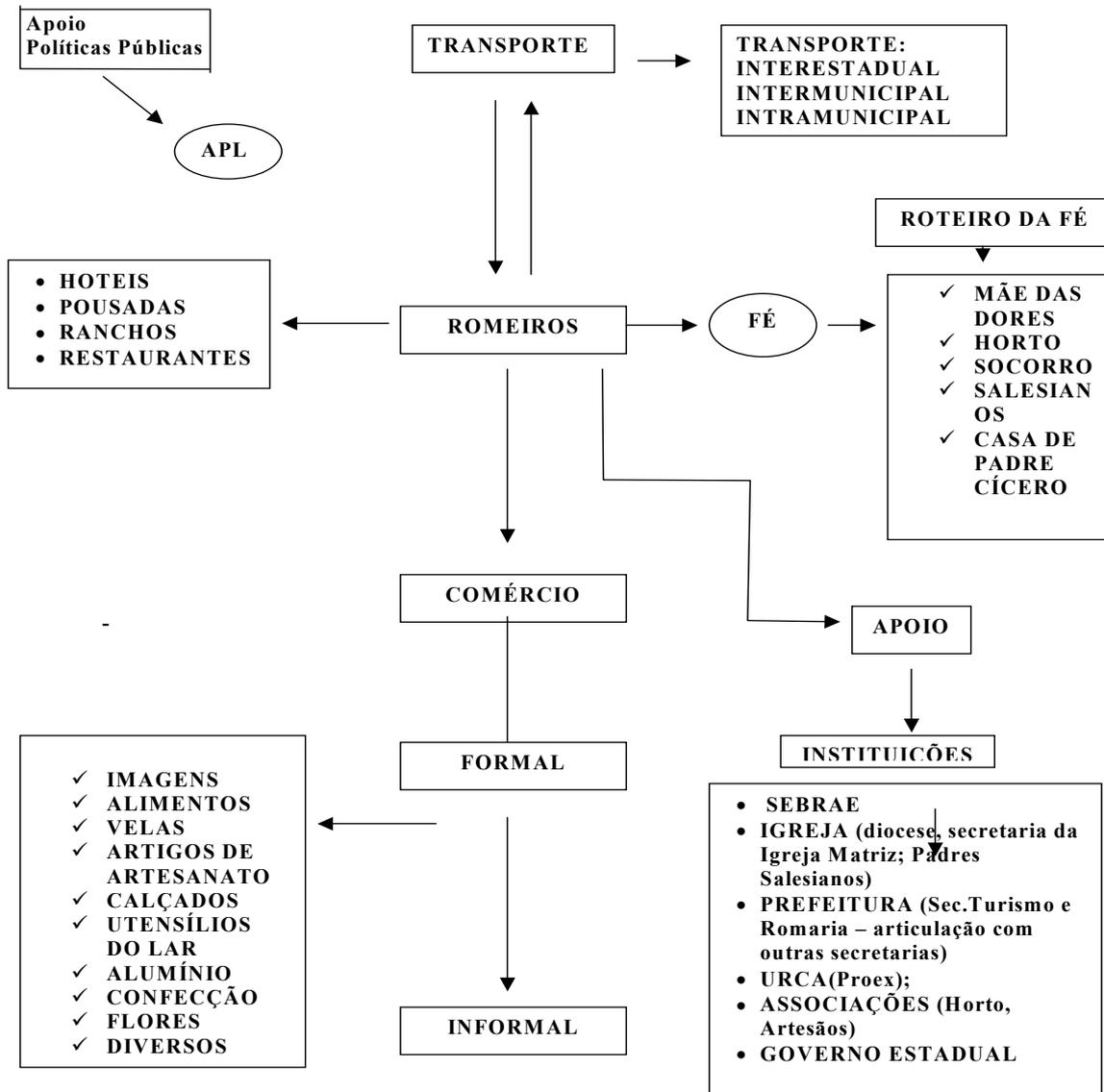
4.3. Agentes Econômicos

4.3.1 -Identificação do Empreendimento

Conforme tabela 02 foram entrevistados 83 empreendimentos, informais e formais. Dentre estes 75 (90,4%) eram de tamanho Micro, 06 (7,2%) de tamanho Pequeno, 02 (2,4%) médios e nenhum empreendimento de grande porte. Foram incluídos na amostra empreendimentos do tipo: restaurantes e lanchonetes, ranchos, pousadas e hotéis, comércio

de imagens e artesanato, comércio de bens de consumo não durável localizado no mercado municipal, lojas de redes de dormir, empresas de transporte.

**Figura 02 –
ARRANJO PROJUTIVO DO TURISMO RELIGIOSO
JUAZEIRO DO NORTE**



Fonte: Pesquisa Direta/ Elaboração Própria

Dentre esses segmentos, os micro empreendimentos geram 182 empregos, ou 74,6% dos empregos gerados pelo conjunto dos entrevistados. Os pequenos geram 39, ou 16,0%, e os médios 23, ou 9,4% dos empregos. Com isso fica claro que os micro -

empreendimentos são os mais importantes em quantidade, no conjunto dos mesmos, assim como os mais importantes também na geração de emprego, conforme tabela 01 abaixo.

Tabela 02 – Identificação da Empresa

Identificação da Empresa				
Tamanho	Nº de Empresas	%	Nº de Empregados	%
1. Micro	75	90,4%	182	74,6%
2. Pequena	6	7,2%	39	16,0%
3. Média	2	2,4%	23	9,4%
4. Grande	0	0,0%	0	0,0%
Total	83	100,0%	244	100,0%

Fonte: Pesquisa Direta. Elaboração Própria

A tabela 03 expõe o período de fundação das empresas entrevistadas.

Tabela 03 – Fundação da empresa

Ano de Fundação	Micro		Pequena		Média	
	Nº Empresas	%	Nº Empresas	%	Nº Empresas	%
Até 1980	7	11,5%	0	0,0%	2	100,0%
1981-1985	1	1,6%	0	0,0%	0	0,0%
1986-1990	9	14,8%	0	0,0%	0	0,0%
1991-1995	8	13,1%	0	0,0%	0	0,0%
1996-1999	15	24,6%	3	75,0%	0	0,0%
2000-2003	21	34,4%	1	25,0%	0	0,0%
Total	61	100%	4	100%	2	100%

Fonte: Pesquisa Direta/ Elaboração Própria

Entre os micro empreendimentos pesquisados 21, ou 34,4%, foram criados entre 2000-2003, significando que a maioria tem idade nova, o que pode também significar que há uma rotatividade grande nos empreendimentos. 15, ou 24,6%, foram fundados entre 1996-1999; 09, ou 14,8%, criados entre 1986-1990; 08, ou 13,1%, entre 1991-1995 e 07, ou 11,5%, criados em 1980. Em relação aos pequenos empreendimentos, ou empresas pequenas, entrevistados, 03, ou 75%, foram criados entre 1996-1999 e 01, ou 25%, criados

mais recentemente, entre 2000-2003. Já no que tange às médias empresas todas as duas entrevistadas (100%) tinham sido fundadas em 1980.

Tabela 04 - Situação Jurídica da empresa

	Micro		Pequena		Média	
	Nº Empresas	%	Nº Empresas	%	Nº Empresas	%
Formal	26	35,1%	2	33,3%	2	100,0%
Informal	48	64,9%	4	66,7%	0	0,0%
Total	74	100%	6	100%	2	100%

Fonte: Pesquisa Direta. Elaboração Própria

Do total das micro empresas, ou empreendimentos, pesquisadas 26 delas, ou 35,1%, se declararam formais e 48 (64,9%) informais. Entre as pequenas empresas, 02 (33,3%) eram formais e 04 (66,7%) formais. E das empresas médias, todas as duas se declararam formais, demonstrado na tabela 04.

**Tabela 05-
Origem do Capital Controlador**

Descrição	Micro		Pequena		Média	
	Nº Empresas	%	Nº Empresas	%	Nº Empresas	%
1. Origem do Capital						
1.1. Local	75	100,0%	6	100,0%	1	50,0%
1.1. Nacional	0	0,0%	0	0,0%	1	50,0%
Total	75	100%	6	100%	2	100%

Fonte: Pesquisa Direta/Elaboração Própria

Quanto à origem do capital do controlador, conforme tabela 05, com a exceção de uma empresa de tamanho médio, todas as empresas entrevistadas têm seu capital originado no local. A empresa (média), cujo capital é de fora, é uma empresa de transporte denominada Auto Viação Princesa do Agreste. Essa característica endógena do capital, no turismo religioso, pode ser encontrada em praticamente todas as atividades econômicas desenvolvidas no município de Juazeiro do Norte, como por exemplo, couros e calçados, jóias folheadas, pedras de calcário, etc. Entretanto, deve ser observado que uma das marcas

fundamentais da formação econômica e social de Juazeiro é o fato da sua população ser formada por migrantes vindos de vários estados do Nordeste, como Pernambuco, Alagoas, Piauí, Rio Grande Norte e Bahia.

**Tabela 06 –
Sócios Fundadores**

Número de Sócios Fundadores	Micro		Pequena		Média	
	Nº Empresas	%	Nº Empresas	%	Nº Empresas	%
1 sócio	54	72,0%	3	50,0%	0	0,0%
2 sócios	19	25,3%	3	50,0%	1	100,0%
3 sócios	2	2,7%	0	0,0%	0	0,0%
3 ou mais sócios	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%
Total	75	100%	6	100%	1	100%

Fonte: Pesquisa Direta/ Elaboração Própria

Associadas às informações anteriores, têm-se as informações referentes ao número de sócios fundadores. De acordo com a tabela 06, no segmento das micro empresas fica muito clara a presença da estrutura familiar, na medida que 54 entrevistados, ou 72%, responderam que suas empresas, ou empreendimentos, têm apenas 01 sócio. 25,3% dos entrevistados desse segmento, micro, responderam ter mais de um sócio. No segmento pequeno, as respostas ficaram divididas, entre 50% que responderam ter apenas 01 sócio e 50% que responderam ter 02 sócios. Para as médias empresas as respostas foram totalmente concentradas na existência de 02 sócios.

Em relação à faixa etária dos empresários, observa-se, no segmento micro, uma certa diversificação etária mas com forte concentração nas faixas jovens, isto é, 12% estão situados na faixa até 20 anos, 13,3% na faixa entre 21 e 30 anos e 31 e 40 anos. Fora dessas faixas, numa faixa intermediária, entre 41 e 50 anos, estão 24% dos microempresários. Na faixa acima de 50 anos estão apenas 6,7% dos entrevistados. Cabe observar que os jovens empreendedores atuam basicamente na condição de informal. Os pequenos empresários revelaram uma concentração na faixa etária entre 21 e 30 anos, e neste caso o nível das respostas foi de 50%. Até 20 anos, entre entre 21 e 30 anos e acima de 50 obtiveram pesos iguais, de 16,7%. Já no segmento médio 50% responderam estar na faixa entre 41 e 50 anos. Chama atenção o fato de haver um equilíbrio na participação

entre os sexos feminino e masculino, indicando que não há barreiras sexuais dentro das atividades do APL.

**Tabela 07-
Perfil do Sócio Fundador**

Especificação	Micro	Pequena	Média
1. Idade			
1.1. Até 20 anos	12,0%	16,7%	0,0%
1.2. Entre 21 e 30 anos	13,3%	50,0%	0,0%
1.3. Entre 31 e 40 anos	30,7%	0,0%	0,0%
1.4. Entre 41 e 50 anos	24,0%	16,7%	50,0%
1.5. Acima de 50 anos	6,7%	16,7%	0,0%
Total	86,7%	100,0%	50,0%
2. Sexo (%)			
2.1. Masculino	49,3%	50,0%	50,0%
2.2. Feminino	49,3%	50,0%	0,0%
Total	98,7%	100,0%	50,0%
3. Pais Empresários (%)			
3.1. Sim	18,7%	16,7%	0,0%
3.2. Não	76,0%	66,7%	50,0%
Total	94,7%	83,3%	50,0%
4. Escolaridade (%)			
4.1. Analfabeto	10,7%	0,0%	0,0%
4.2. Ensino Fundamental Incompleto	32,0%	33,3%	0,0%
4.3. Ensino Fundamental Completo	17,3%	16,7%	0,0%
4.4. Ensino Médio Incompleto	5,3%	16,7%	0,0%
4.5. Ensino Médio Completo	24,0%	16,7%	50,0%
4.6. Superior Incompleto	2,7%	0,0%	0,0%
4.7. Superior Completo	4,0%	0,0%	0,0%
4.8. Pós-Graduação	0,0%	0,0%	0,0%
Total	96,0%	83,3%	50,0%
5. Atividade antes de criar a empresa (%)			
5.1. Estudante Universitário	0,0%	0,0%	0,0%
5.2. Estudante de Escola Técnica	1,3%	0,0%	0,0%
5.3. Empregado de micro ou pequena empresa local	9,3%	0,0%	0,0%
5.4. Empregado de média ou grande empresa local	0,0%	0,0%	0,0%
5.5. Empregado de empresa de fora do arranjo	0,0%	0,0%	0,0%
5.6. Funcionário de instituição pública	5,3%	16,7%	0,0%
5.7. Empresário	29,3%	33,3%	50,0%
5.8. Outra	52,0%	50,0%	0,0%
Total	97,3%	100,0%	50,0%

Fonte: Pesquisa Direta. Elaboração Própria

Verificando a ascendência empresarial dos empresários entrevistados, constatou-se que 18,7% pertenciam a pais que se dedicaram às atividades empresariais, ao mesmo tempo em que 76% responderam negativamente. Dos pequenos empresários, 16,7% disseram não

ter pais que atuaram como empresários, enquanto 66,7% responderam negativamente. Dos médios empresários, 0,0% responderam sim, ao tempo que 50% responderam não. Percebe-se que não há uma presença forte de tradição empresarial entre os empresários entrevistados.

No tocante ao nível de escolaridade dos controladores das empresas entrevistadas, 10,7% dos micro empresários se declararam analfabetos, localizando-se principalmente no segmento do comércio informal. 32% disseram ter ensino fundamental incompleto, 17,3% ensino fundamental completo, 5,3% ensino médio incompleto, 24% ensino médio completo, 2,7% ensino superior incompleto e 4,0% responderam ter ensino superior completo. Entre os pequenos empresários a situação não se altera substancialmente, mas nesse segmento deve-se observar que nenhum entrevistado tinha ensino superior completo, e nenhum havia ingressado nesse estágio de estudo. Já entre os médios, levando em conta que foram apenas 02 entrevistados, 50% declararam ter ensino médio incompleto. Diante de tal quadro pode-se deduzir que o nível de escolaridade não se apresenta como barreira de entrada às atividades em análise, nem é um obstáculo para a permanência dentro das mesmas.

Em se tratando das atividades anteriores, desempenhadas pelos empresários entrevistados, observa-se que grande parte deles exerceram outras atividades antes de se tornarem empresários naquelas atividades desempenhadas no momento da pesquisa. Este era o caso de 52,0% dos micro empresários e 50% dos pequenos. Uma das principais atividades citadas foi a agrícola. Entre os micro, 29,3% desempenharam atividade empresarial antes de exercer a atividade atual. Entre os pequenos 33,3% realizaram esse tipo de atividade, enquanto 50% dos médios empresários responderam ter exercido atividade empresarial em momentos anteriores.

4.3.2. Estrutura do Capital do Empreendimento

Informações referentes à estrutura do capital são importantes por causa da sua capacidade em revelar ligações entre empresas, sistema e capital financeiros, bem como

ajudar a identificar os tipos e as linhas de crédito disponíveis no mercado. As respostas obtidas junto às empresas entrevistadas revelam, em primeiro lugar, que a principal fonte de financiamento é o auto-financiamento e, em segundo lugar, mas de maneira sutil, que há uma mudança nas fontes de financiamento entre o primeiro ano, da empresa, e o ano de 2005.

**Tabela 08 –
Estrutura do Capital do Empreendimento**

Estrutura do Capital das Micro e Pequenas Empresas						
Fonte de Recursos	Micro		Pequena		Média	
	1º Ano	2005	1º Ano	2005	1º Ano	2005
1. Dos sócios	94,0%	95,2%	100,0%	99,5%	100,0%	100,0%
2. Empréstimos de parentes e amigos	1,1%	0,3%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
3. Empréstimos de instituições financeiras gerais	2,4%	1,2%	0,0%	0,5%	0,0%	0,0%
4. Empréstimos de instituições de apoio as MPEs	0,0%	0,7%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
5. Adiantamento de materiais por fornecedores	1,8%	1,8%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
6. Adiantamento de recursos por clientes	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
7. Outra	0,7%	0,7%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Fonte: Pesquisa Direta. Elaboração Própria

As pequenas e médias empresas são aquelas que mais recorrem ao auto-financiamento, mantendo um significativo grau de independência em relação ao sistema financeiro ou capital financeiro. Já as micro empresas, apesar do alto grau de auto-financiamento, que atinge 95,2% em 2005, contam com uma rede de parentes e amigos, instituições financeiras convencionais e contam também, em 2005, com instituições de apoio às micro e pequenas empresas-MPEs. Neste caso, destaca-se a linha de micro crédito, denominada CrediAmigo, do Banco do Nordeste do Brasil-BNB. Há que destacar também que, no segmento micro, manifesta-se a forma de financiamento através do “adiantamento de materiais por fornecedores”, o que ocorre entre os produtores de artesanato e produção de imagens de santo. Para ilustrar, de acordo com a tabela 08, 1,8%

dos microempresários revelaram recorrer a esse tipo de financiamento tanto no primeiro ano de funcionamento quanto para o ano de 2005.

Embora não tenha aparecido nas entrevistas, observou-se indiretamente e em conversas informais com agentes do arranjo produtivo que há uma atuação do Banco do Nordeste do Brasil-BNB no financiamento de construção e expansão de alguns hotéis da cidade. Mesmo que esses hotéis não sejam alvo direto do turismo religioso, especialmente as camadas mais humildes dos romeiros, eles são procurados por romeiros de poder aquisitivo mais elevado.

4.3.3. Relações de Trabalho dos Empreendimentos

**Tabela 09 -
Relações de trabalho dos empreendimentos**

Tipos	Micro		Pequena		Média	
	Nº Pessoas	%	Nº Pessoas	%	Nº Pessoas	%
Sócio Proprietário	66	39,5%	5	12,5%	0	0,0%
Contratos Formais	17	10,2%	29	72,5%	23	100,0%
Estagiário	3	1,8%	0	0,0%	0	0,0%
Serviço Temporário	11	6,6%	1	2,5%	0	0,0%
Terceirados	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%
Familiares sem contrato formal	70	41,9%	5	12,5%	0	0,0%
Total	167	100%	40	100%	23	100%

Fonte: Pesquisa Direta. Elaboração Própria.

As informações referentes às relações de trabalho, obtidas na pesquisa expostas na tabela 09, revelam um quadro comum, de precariedade, manifestado em outros arranjos produtivos do país. Em primeiro lugar, no segmento dos micro-empresários há uma forte predominância da relação “sócio proprietário”, já que este domina todas as esferas da organização, na qual não há praticamente hierarquia. Nesse segmento, tal relação apareceu com 39,5%, enquanto no segmento dos pequenos 12,5% e no segmento dos médios empreendimentos 0,0%.

No tocante aos contratos formais de trabalho, como era de se esperar, o segmento micro apresentou uma baixa taxa de “contratos formais”, 10,2%, enquanto que o segmento dos pequenos foi de 72,5% e o segmento médio de 100%. Confirmando o quadro de precariedade, os microempresários apresentaram uma taxa de 41,9% de trabalhadores na condição de “familiares sem contrato formal”, enquanto que as pequenas 12,5% e as médias 0,0%.

4.3.4. Escolaridade do Pessoal Ocupado

**Tabela 10-
Escolaridade do Pessoal Ocupado**

Escolaridade	Micro	Pequena	Média
1. Analfabeto	12 6,5%	2 5,0%	0 0,0%
2. Ensino Fundamental Incompleto	53 28,6%	9 22,5%	7 30,4%
3. Ensino Fundamental Completo	22 11,9%	6 15,0%	8 34,8%
4. Ensino Médio Incompleto	23 12,4%	6 15,0%	0 0,0%
5. Ensino Médio Completo	62 33,5%	13 32,5%	8 34,8%
6. Superior Incompleto	7 3,8%	2 5,0%	0 0,0%
7. Superior Completo	6 3,2%	2 5,0%	0 0,0%
Total	185 100,0%	40 100,0%	23 100,0%

Fonte: Pesquisa Direta. Elaboração Própria

Neste item os resultados da pesquisa desvendam um quadro compatível com as expectativas construídas pelas observações gerais realizadas sobre o APL. No segmento dos micro-empresários há um baixo nível de escolaridade, ilustrado por taxas de 6,5% de trabalhadores analfabetos e 28,6% com ensino fundamental incompleto. Entretanto, nos segmentos das pequenas e médias empresas as taxas não são muito diferentes, ou seja, para as pequenas o analfabetismo é de 5,0% e o ensino fundamental incompleto a taxa é de

22,5% ao mesmo tempo em que para as médias empresas essas taxas são, respectivamente, de 0,0% e 30,4%. Em relação à condição “ensino fundamental completo” o segmento das médias empresas tem uma sensível melhora em relação aos outros segmentos, isto é, 30,8% contra 15,0% das médias e 11,9% das micro empresas.

Por último, é necessário observar que em duas condições os dados surpreendem, “ensino médio completo” e “ensino superior completo”. Na primeira condição, de acordo com a tabela 10, há um equilíbrio entre os três segmentos, e em relação à segunda condição o segmento dos micro empresários apresenta uma taxa de 3,2% dos seus empregados, enquanto as pequenas e médias empresas apresentaram 5,0% e 0,0% respectivamente. O que pode explicar essa discrepância das micro em relação às outras é o fato de as relações de trabalho serem familiares. Neste caso, encontram-se pessoas da família empregadas informalmente, mas que tiveram oportunidade de realizar cursos superiores. No geral, os dados sugerem que as exigências por parte do mercado de trabalho do APL, em termos de nível de escolaridade, são baixas tendo em vista o baixo nível de complexidade das funções e tarefas, o que guarda uma relação estreita com o baixo nível de ocorrências de inovações e o perfil popular dos romeiros. Todavia, quando se olha para os resultados obtidos em relação às “principais dificuldades na operação das empresas”, em particular no segmento das médias empresas, vê-se que as empresas têm dificuldades em contratar mão-de-obra qualificada.

4.3.5. Produção e Mercado

- **Principais Dificuldades na Operação das Empresas**

Para facilitar a compreensão deste tópico pode-se observar que há basicamente quatro itens que servem de focos para as questões relacionadas a este tópico: (i) contratação e custo de fatores, (ii) produção, (iii) marketing e comercialização e (iv) acesso ao crédito e custo do capital.

Os itens que procuram dar conta da contratação e custo de fatores são “contratar empregados qualificados”, “custo da mão-de-obra” e “comprar produtos com qualidade”. Conforme demonstrado na tabela 11, em relação ao primeiro, as micro e pequenas

empresas revelaram índices de relevância baixos, 0,07 e 0,17, respectivamente, enquanto as médias empresas entrevistadas indicou um índice de relevância relativamente elevado, de 0,50. Isto indica que as médias empresas oferecem funções e tarefas mais complexas, especialmente nos segmentos de hotelaria e restauração, e por isso encontram mais dificuldades em encontrar mão-de-obra qualificada no local. Dado a escassez dessa mão-de-obra, as médias empresas também revelam um alto índice de relevância para o item “custo da mão-de-obra”, ao contrário das micro e pequenas empresas que não têm dificuldade em contratar mão-de-obra, dada a abundância desse fator, na condição desqualificada. Já em relação a “comprar produtos com qualidade”, todos os três segmentos de empresas apontaram índice de relevância próximo de zero.

Quanto às atividades de produção, marketing e comercialização, detectadas através dos quesitos “produzir com qualidade” e “divulgar e vender seus produtos e serviços”, observou-se índices de relevância também próximos de zero.

No campo financeiro, em relação ao quesito “custo ou falta de capital de giro”, como dificuldade de operação, as pequenas empresas indicaram grau de dificuldade zero, enquanto as micro apontaram para um índice de relevância de 0,25% e as médias empresas para um índice de 0,30%. Para o quesito “custo ou falta de capital para aquisição de máquinas e equipamentos”, somente as pequenas empresas deram mostras de dificuldade, apontando para 0,17, ainda que baixo. Neste caso, encontram-se, sobretudo, as pousadas e ranchos que têm necessidade de se renovar mas encontram dificuldades em encontrar linhas de financiamento adequadas. O mesmo comportamento é encontrado para o quesito “custo ou falta de capital para aquisição/locação de instalações”, no qual somente as pequenas empresas se mostraram preocupadas, mesmo assim com um índice de relevância relativamente baixo, de 0,17%. A situação se repete, identicamente, para o quesito “pagamento de juros”.

A rigor, e no geral, os empresários entrevistados revelaram não ter grandes dificuldades na operação de suas atividades e negócios, o que é estranho. Entretanto, questionados sobre “outras dificuldades” os empresários revelaram índices altos de

Tabela 11
Dificuldades de operação das microempresas

Dificuldade	Micro Em 2002					Pequena Em 2002					Média Em 2002				
	Nula	Baixa	Média	Alta	Índice*	Nula	Baixa	Média	Alta	Índice*	Nula	Baixa	Média	Alta	Índice*
1. Contratar empregados qualificados	69	1	0	5	0,07	5	0	0	1	0,17	1	0	0	1	0,50
	92,0%	1,3%	0,0%	6,7%		83,3%	0,0%	0,0%	16,7%		50,0%	0,0%	0,0%	50,0%	
2. Custo da mão-de-obra	70	0	3	2	0,05	6	0	0	0	0,00	1	0	0	1	0,50
	93,3%	0,0%	4,0%	2,7%		100,0%	0,0%	0,0%	0,0%		50,0%	0,0%	0,0%	50,0%	
3. Comprar produtos com qualidade	73	0	2	0	0,02	6	0	0	0	0,00	2	0	0	0	0,00
	97,3%	0,0%	2,7%	0,0%		100,0%	0,0%	0,0%	0,0%		100,0%	0,0%	0,0%	0,0%	
4. Produzir com qualidade	72	1	1	1	0,03	6	0	0	0	0,00	2	0	0	0	0,00
	96,0%	1,3%	1,3%	1,3%		100,0%	0,0%	0,0%	0,0%		100,0%	0,0%	0,0%	0,0%	
5. Divulgar e vender seus produtos e serviços	68	1	1	5	0,08	6	0	0	0	0,00	2	0	0	0	0,00
	90,7%	1,3%	1,3%	6,7%		100,0%	0,0%	0,0%	0,0%		100,0%	0,0%	0,0%	0,0%	
6. Custo ou falta de capital de giro	55	1	1	18	0,25	6	0	0	0	0,00	1	0	1	0	0,30
	73,3%	1,3%	1,3%	24,0%		100,0%	0,0%	0,0%	0,0%		50,0%	0,0%	50,0%	0,0%	
7. Custo ou falta de capital para aquisição de máquinas e equipamentos	72	0	1	2	0,03	5	0	0	1	0,17	2	0	0	0	0,00
	96,0%	0,0%	1,3%	2,7%		83,3%	0,0%	0,0%	16,7%		100,0%	0,0%	0,0%	0,0%	
8. Custo ou falta de capital para aquisição/locação de instalações	74	0	1	0	0,01	5	0	0	1	0,17	2	0	0	0	0,00
	98,7%	0,0%	1,3%	0,0%		83,3%	0,0%	0,0%	16,7%		100,0%	0,0%	0,0%	0,0%	
9. Pagamento de juros	71	0	1	3	0,05	5	0	0	1	0,17	2	0	0	0	0,00
	94,7%	0,0%	1,3%	4,0%		83,3%	0,0%	0,0%	16,7%		100,0%	0,0%	0,0%	0,0%	
10. Outras dificuldades	13	1	0	61	0,82	0	0	0	6	1,00	1	0	0	1	0,50

Fonte: Pesquisa Direta/ Elaboração Própria

relevância: 0,82% para os micro, 1,00% para os pequenos e 0,50% para os médios. Nessas outras dificuldades, encontra-se, por exemplo, o problema da sazonalidade, marcado por períodos de refluxo dos romeiros que provocam altas capacidades ociosas na rede hoteleira, de pousadas e dos ranchos. Com exceção dos ranchos, que são maleáveis, os hotéis e pousadas, formalmente estabelecidas, devem arcar com os custos fixos. Este problema também afeta a rede de restaurantes, lanchonetes e bares formalmente estabelecidos, além do comércio de imagens religiosas.

4.3.6. Fatores Competitivos dos Empreendimentos

O perfil das respostas obtidas dos empresários a respeito dos fatores considerados competitivos para seus empreendimentos revela a natureza dos seus negócios: prestação de serviços, principalmente, comerciais. Por outro lado, revela também o caráter não inovativo das empresas. Nem por isso as empresas estão livres da concorrência, pelo contrário, observou-se que em períodos de romarias, especialmente no segmento comercial, a concorrência é feroz. Como não há barreiras, obstáculos ou exigências colocados à instalação das barracas e tendas, nas ruas e praças, a concorrência chega a ser predatória.

As referidas respostas revelaram três principais fatores considerados competitivos pelos empresários, a “qualidade dos insumos”, a “qualidade do atendimento” e “a localização do empreendimento”. Neste último caso, a localização pode estar relacionada tanto à localização no Arranjo Produtivo quanto à localização estratégica dentro do território, normalmente próxima de um ponto de visitação dos romeiros. A localização dentro do arranjo fica clara pela reputação sagrada da cidade de Juazeiro do Norte.

Apesar desses três itens terem sido considerados, pelos entrevistados, como os principais fatores de competitividade os mesmos não alcançaram índices de relevância acima de 0,52%. O quesito “qualidade do produto ou serviço” recebeu dos micro empresários 0,16%, enquanto os pequenos e médios o consideraram relevante em níveis de 0,33% e 0,50% respectivamente. “Qualidade do atendimento” recebeu dos entrevistados 0,48%, 0,50% e 0,50% como peso de relevância entre os micro, pequenos médios empresários, respectivamente. O quesito “localização do empreendimento” teve índices de 0,52%, 0,50% e 0,50% entre esses mesmos empresários respectivamente.

**Tabela 12-
Fatores Competitivos da Empresa**

Fatores competitivos	Fatores Competitivos													
	Micro					Pequena					Média			
	Nula	Baixa	Média	Alta	Índice*	Nula	Baixa	Média	Alta	Índice*	Nula	Baixa	Média	Alta
1. Qualidade dos insumos	68	0	1	5	0,08	6	0	0	0	0,00	1	0	0	1
	91,9%	0,0%	1,4%	6,8%		100,0%	0,0%	0,0%	0,0%		50,0%	0,0%	0,0%	50,0%
2. Qualidade do produto ou serviço	61	0	2	11	0,16	4	0	0	2	0,33	1	0	0	1
	82,4%	0,0%	2,7%	14,9%		66,7%	0,0%	0,0%	33,3%		50,0%	0,0%	0,0%	50,0%
3. Qualidade do atendimento	37	0	4	33	0,48	3	0	0	3	0,50	1	0	0	1
	50,0%	0,0%	5,4%	44,6%		50,0%	0,0%	0,0%	50,0%		50,0%	0,0%	0,0%	50,0%
4. Qualidade de mão-de-obra	67	0	1	6	0,09	6	0	0	0	0,00	1	0	0	1
	90,5%	0,0%	1,4%	8,1%		100,0%	0,0%	0,0%	0,0%		50,0%	0,0%	0,0%	50,0%
5. Localização do empreendimento	34	0	3	37	0,52	3	0	0	3	0,50	1	0	0	1
	45,9%	0,0%	4,1%	50,0%		50,0%	0,0%	0,0%	50,0%		50,0%	0,0%	0,0%	50,0%
6. Custo da mão-de-obra	70	0	1	3	0,05	6	0	0	0	0,00	2	0	0	0
	94,6%	0,0%	1,4%	4,1%		100,0%	0,0%	0,0%	0,0%		100,0%	0,0%	0,0%	0,0%
7. Nível tecnológico dos equipamentos	74	0	0	0	0,00	6	0	0	0	0,00	2	0	0	0
	100,0%	0,0%	0,0%	0,0%		100,0%	0,0%	0,0%	0,0%		100,0%	0,0%	0,0%	0,0%
8. Capacidade de introdução de novos produtos/processos	71	0	0	3	0,04	6	0	0	0	0,00	2	0	0	0
	95,9%	0,0%	0,0%	4,1%		100,0%	0,0%	0,0%	0,0%		100,0%	0,0%	0,0%	0,0%
9. Desenho e estilo nos produtos	72	0	2	0	0,02	6	0	0	0	0,00	2	0	0	0
	97,3%	0,0%	2,7%	0,0%		100,0%	0,0%	0,0%	0,0%		100,0%	0,0%	0,0%	0,0%
10. Estratégias de comercialização	70	1	1	3	0,05	6	0	0	0	0,00	1	0	0	1
	93,3%	1,3%	1,3%	4,0%		100,0%	0,0%	0,0%	0,0%		50,0%	0,0%	0,0%	50,0%
11. Capacidade de atendimento (volume e prazo)	72	0	2	1	0,03	6	0	0	0	0,00	2	0	0	0
	96,0%	0,0%	2,7%	1,3%		100,0%	0,0%	0,0%	0,0%		100,0%	0,0%	0,0%	0,0%
12. Outra	46	0	1	27	0,37	4	0	0	2	0,33	1	0	0	1
	62,2%	0,0%	1,4%	36,5%		66,7%	0,0%	0,0%	33,3%		50,0%	0,0%	0,0%	50,0%

*Índice = $(0 \times N^{\circ} \text{ Nulas} + 0,3 \times N^{\circ} \text{ Baixas} + 0,6 \times N^{\circ} \text{ Médias} + N^{\circ} \text{ Altas}) / (N^{\circ} \text{ Empresas no Segmento})$

Fonte: Pesquisa Direta / Elaboração Própria

Rede de Pesquisa em Sistemas Produtivos e Inovativos Locais – www.sinal.redesist.ie.ufrj.br

Os quesitos “qualidade dos insumos”, “qualidade da mão-de-obra” e “estratégias de comercialização” foram considerados relevantes apenas pelos médios empresários, com índices iguais a 0,50%. Enquanto isso, os quesitos “nível tecnológico dos equipamentos”, “capacidade de introdução de novos produtos e processos” e “desenho e estilo nos produtos”, todos relacionados à inovação, não foram considerados pelos entrevistados.

4.3.7 - Evolução do Emprego nas Empresas

Não há muito sentido comparar os segmentos micro, pequeno e médio das empresas no que se refere ao volume de emprego gerado por cada segmento. O que importa é a comparação em termos de capacidade e dinâmica na geração de emprego, obtida através dos números índices apresentados na tabela 13.

Os índices demonstram que o segmento das micro empresas tem uma capacidade superior na geração de emprego, ou ocupação, provavelmente porque absorve empregos informais. Por esse indicador observa-se que as micro empresas passaram de um índice 100, em 1990, para um índice 153,8 em 1995, saltando para 346,1 em 2000 e 630,7 em 2005. Enquanto isso, o segmento das pequenas empresas permanece no índice 100 de 1990 até o ano 2000, e pula para 760 em 2005. Já o segmento das médias empresas variou negativamente de 1990 para 1995 e permanece estagnado até o ano de 2005.

Tabela 13 - Evolução do Emprego

Evolução do Emprego									
Anos	Emprego (variação no período)								
	Micro			Pequena			Média		
	Total	Índice	Média	Total	Índice	Média	Total	Índice	Média
1990	26	100	0	0	100	0	35	100	18
	-			-			-		
1995	40	153,846	1	0	100	0	23	65,7143	12
Taxa_{95/90}	53,8%			0,0%			-34,3%		
2000	90	346,154	1	5	100	1	23	65,7143	12
Taxa_{00/95}	125,0%			0,0%			0,0%		
2005	164	630,769	2	38	760	6	23	65,7143	12
Taxa_{02/00}	82,2%			660,0%			0,0%		

Fonte: Pesquisa Direta/Elaboração Própria

4.3.8- Origem do Consumidor

Identificar as origens dos consumidores para o APL em análise é o mesmo que identificar as origens dos romeiros, mesmo assim essas origens não são idênticas para os três segmentos de empresas abordados pela pesquisa.

Em 1990, conforme dados da pesquisa expostos na tabela 13, o segmento dos micro empresários tinham 4,9% dos consumidores do próprio local, ou da região do Cariri. 14% vinham do estado do Ceará, 78,4% do Brasil, principalmente estados do Nordeste e 2,6% do Exterior. Em 2005 a situação não era tão diferente do quadro apresentado para o ano de 1990, pois 5,9% dos consumidores eram provenientes do próprio local, ou região, 13,6% do Estado, 79,4% do resto do Brasil, sobretudo Nordeste e 1,2% do Exterior. Como se vê os micro-empresendimentos tem arco diversificado de origens, mas concentradas principalmente em outros estados do Brasil, ou da região Nordeste.

Tabela 13
Origem do Consumidor

Origem	Origem do Consumidor			
	Anos			
	1990	1995	2000	2005
1. Micro				
1.1. Local	4,9%	8,2%	6,4%	5,9%
1.2. Estado	14,0%	12,5%	13,2%	13,6%
1.3. Brasil	78,4%	77,4%	79,2%	79,4%
1.4. Exterior	2,6%	1,9%	1,1%	1,2%
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
2. Pequena				
1.1. Local	0,0%	0,0%	10,0%	5,0%
1.2. Estado	0,0%	0,0%	36,7%	29,2%
1.3. Brasil	0,0%	0,0%	53,3%	65,3%
1.4. Exterior	0,0%	0,0%	0,0%	0,5%
Total	0,0%	0,0%	100,0%	100,0%
3. Média				
1.1. Local	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
1.2. Estado	70,0%	70,0%	70,0%	70,0%
1.3. Brasil	25,0%	25,0%	25,0%	25,0%
1.4. Exterior	5,0%	5,0%	5,0%	5,0%
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Fonte: Pesquisa Direta/Elaboração Própria

Para o segmento dos pequenos empresários não informações para os anos 1990 e 1995. Em 2000 os consumidores de origem local, ou da região do Cariri, representavam

5,0%, os que vinham do próprio Estado participavam com 29,2%, os que vinham de outros Estados, sobretudo do Nordeste, representavam 65,3% e os consumidores vindos do Exterior contabilizavam 0,5%.

Com relação aos pequenos produtores abordados pela pesquisa, em 1990 não houve consumidores originados do local, enquanto que 70% vinham do próprio Estado do Ceará, 25% do Brasil, sobretudo do Nordeste, e 5% originavam-se do Exterior.

4.4 – Organismos de Ensino - O papel da Universidade.

A Universidade Regional do Cariri-URCA tem quatro tipos de participação no arranjo produtivo do turismo religioso de Juazeiro: (i) realização de pesquisas, através dos seus professores e pesquisadores; (ii) participação no Tríduo de Estudos; (iii) realização do Simpósio Internacional sobre o Padre Cícero e (iv) realização de atividades de extensão em épocas de romarias.

A realização de pesquisas acontece de forma espontânea, entre professores e pesquisadores, normalmente dentro de uma agenda voltada para a realização de dissertações de mestrado e teses de doutorado. Cerca de 15 a 20 professores estão envolvidos em pesquisas sobre o fenômeno religioso de Juazeiro do Norte, entre os departamentos de Ciências Sociais, História, Economia e Geografia. Há também monografias de graduação realizadas por alunos da URCA, e orientadas pelos professores da instituição.

O Tríduo de Estudos foi uma iniciativa do Monsenhor Murilo, da paróquia diocesana, que acontece desde o ano de 2003. Esse evento acontece no período do aniversário de morte do Padre Cícero. Sua natureza é pouca acadêmica, e mais popular e visa realizar uma preparação para a comemoração do aniversário de morte do Padre Cícero que acontece no dia 20 de julho. A URCA passou a participar do Tríduo de Estudos a partir do ano 2004. A realização do Simpósio Internacional sobre Padre Cícero é a contribuição mais significativa da Universidade para o arranjo produtivo.

O Simpósio teve início no ano de 1988, por iniciativa do Instituto de Pesquisa Sócio Cultural José Marrocos (amigo e ex-cessor do Padre Cícero), vinculado à URCA. O objetivo fixado para o primeiro Simpósio foi o de discutir as Romarias, realizar uma

reflexão sobre tal fenômeno. O II Simpósio Internacional aconteceu em 1989, ano de comemoração ao centenário do derramamento de sangue da Beata Maria de Araújo. Depois disso, houve uma interrupção e só retomou em 2004 com o III Simpósio Internacional, tendo como objetivo discutir “E....quem é ele ?”. Os resultados produzidos pelos especialistas nacionais e internacionais ao longo dos três Simpósios foram cruciais para a projeção do fenômeno religioso de Juazeiro do Norte para fora dos meios populares.

Por último, a URCA apóia o arranjo produtivo através de um Projeto de Extensão chamado “Romeiros da Ciência”, formado por alunos voluntários que prestam assistência aos romeiros durante os períodos de romarias. Este projeto funciona desde o ano de 2003, e consiste na oferta de assistência médica (pressão arterial e identificação de tipos de sangue) e informações educacionais. São envolvidos cerca de 30/40 estudantes que ficam de plantão em uma tenda sob o altar da Nossa Senhora das Dores.

4.5 – Instituição Religiosa – Papel das Ordens Religiosas

O arranjo produtivo em questão, pelas peculiares características do mesmo, apresenta como principal agente articulador a Igreja Católica, visto estar vinculado a mesma o ativo intangível sobre o qual se organizam as atividades produtivas.

O poder de coordenação do arranjo, em relação as atividades de fé, encontra-se, na verdade, descentralizado entre três ordens religiosas, quais sejam: diocesana, franciscana e salesiana. A divisão se faz em função dos atrativos religiosos que compõem o patrimônio destas ordens. Assim, descrever-se-á, na seqüência, o papel articulador cabível a cada uma das mesmas.

4.5.1-Diocesana

Desde sua criação, a Diocese do Crato desempenhou um papel iconoclástico em relação ao Padre Cícero. Dom Quintino, primeiro bispo do Crato, mesmo sendo orientado espiritualmente pelo Padre Cícero, se submeteu às ordens da hierarquia da Igreja de Roma, passando pelo bispado de Fortaleza, procurou abafar sua influência. Isto foi seguido por Dom Francisco, Dom Vicente e Dom Newton. O ponto de inflexão veio acontecer com a

chegada do Monsenhor Murilo de Sá Barreto, na década de 1950, na Paróquia Diocesana de Juazeiro do Norte, cuja permanência durou 48 anos.

A interpretação corrente é que Monsenhor Murilo “se converteu” em Padre Cícero, enfraquecendo o processo iconoclástico na região. Seu comportamento foi marcado por uma grande habilidade através da qual conciliou com sucesso as posições da Igreja de Roma, que desprezava o fenômeno das romarias, com a religiosidade popular *vis-à-vis* do Padre Cícero. Tal posição abriu espaço para que fossem organizadas estruturas que pudessem reconhecer informalmente e acolher os romeiros que fluíam a Juazeiro do Norte para homenagear Padre Cícero. Tendo como base principal a Igreja “Matriz” Nossa Senhora das Dores, limitada por um espaço relativamente pequeno, a ordem diocesana passou a organizar Pastorais voltadas para o apoio aos romeiros, dentre as quais a Pastoral da Romaria, a Pastoral da Saúde (difusão de remédios populares), Pastoral do Canto (encarregada da conservação da cultura do romeiro), etc. Ligadas a essa Igreja existem cerca de 33 pastorais, e várias equipes de apoio que são mobilizadas em épocas de romarias com a finalidade de organizar banheiros, filas para confissão, etc. Todas essas equipes são formadas por pessoas voluntárias, da cidade ou da região. Em seus trabalhos são realizadas algumas parcerias com empresas do setor privado, entre elas, por exemplo, se encontra a empresa cearense Café Santa Clara. Normalmente, as fontes de receitas que procuram cobrir as despesas com seus trabalhos vêm das doações oferecidas pelos romeiros durante sua permanência na cidade. Elas vêm através do recolhimento durante as missas ou depósitos voluntários efetuados pelos romeiros nos cofres instalados na Igreja.

4.5.2-Franciscana

Chamada por Dom Francisco, a Ordem Franciscana se instalou em Juazeiro do Norte em 1948 com a finalidade de reforçar o processo iconoclasta contra o Padre Cícero, a chamada “operação abafa”. Em 1950 foi lançada a pedra fundamental do Santuário do São Francisco pelos capuchinhos italianos, vindos da província de Milão. Entretanto, influenciados pelo Monsenhor Murilo, os capuchinhos franciscanos acabaram se rendendo à religiosidade popular dos romeiros em prol do Padre Cícero.

A ordem franciscana conta com uma das melhores estruturas físicas de Juazeiro para acolher os romeiros. A área ocupada pela ordem equivale a cerca de “5 quarteirões”, na qual se encontra a igreja com capacidade para receber 3.000 pessoas. Dentro do complexo há espaço suficiente para abrigar cerca de 40 Pastorais. Ligadas às pastorais há cerca de 700 pessoas envolvidas na condição de voluntários. Há um trabalho social permanente envolvendo 150 pessoas capacitadas para atender pessoas idosas em 10 comunidades localizadas no centro e periferia de Juazeiro como também na área rural. Durante o período das romarias cerca de 30 sacerdotes e mais 20 pessoas, entre filósofos, teólogos, noviços e postulantes são mobilizados para atender os romeiros. Além desses, cerca de 150 pessoas leigas são agregadas para ajudar no trabalho, distribuídas em 20 equipes temáticas. Por outro lado, mobilizam-se 01 ambulância, 01 médico e 02 enfermeiras para atender às emergências. Banheiros químicos são instalados no complexo do Santuário para proporcionar mais conforto aos romeiros.

4.5.3 -Salesiana

A ordem salesiana foi beneficiada pela generosidade do Padre Cícero, já que este, ao falecer, deixou para os salesianos a maior parte de seus bens, na condição de que a ordem criasse colégios para os jovens da região. Dessa maneira, os salesianos não participaram do processo iconoclástico contra o Padre Cícero.

Hoje os salesianos possuem um grande complexo religioso, de visitação, oração e contemplação chamado Horto. Nesse complexo estão 01 igreja em funcionamento, o chamado Santuário do Sagrado Coração de Jesus, com capacidade para acomodar 2.000 pessoas, com missas diárias. 01 igreja em construção, chamada Igreja do Bom Jesus do Horto, 01 museu vivo, 01 grande estátua (a maior e principal estátua de Juazeiro), 01 centro comercial, e uma grande área livre para caminhadas e contemplação. Nessa área se encontra o Santo Sepulcro, ou caminho da penitência, onde há 02 capelas, mais relacionadas aos penitentes que aos romeiros. Essas capelas são locais de oração e reflexão. Os salesianos também possuem uma Rádio FM Padre Cícero. Há um projeto para se construir 04 capelas: (i) capela da eucaristia; (ii) capela do Bom Jesus do Horto; (iii)

histórica sala do coração de Jesus (início das missas) e (iv) capela Beata Maria de Araújo, lembrando o fato do derramamento de sangue.

O complexo do Horto é administrado por 02 padres, que recebem o apoio de 02 comunidades religiosas, as Filhas de Maria Auxiliadora e Missionárias de Jesus Crucificado, compostas por senhoras aposentadas. O trabalho chave desempenhado por essas senhoras é o acolhimento dos romeiros. Os salesianos também desenvolvem trabalhos com crianças, adolescentes e jovens, através das Pastorais.

4.6- Organismos de apoio, promoção, regulação e financiamento

4.6.1 -Papel do Sebrae

O Sebrae tem uma atuação relativamente tímida no arranjo produtivo do turismo religioso de Juazeiro do Norte. Em 2000, o Sebrae regional trabalhou num projeto voltado para a melhoria das condições dos Ranchos. Os objetivos traçados para o projeto eram capacitação dos proprietários, negociação com os bancos a fim de abrir linhas de financiamento, sistematização de pesquisas sobre o movimento dos romeiros e formação da associação dos rancheiros. Vários seminários foram realizados, com forte participação da igreja. No projeto, entraram como parceiros a Igreja, a prefeitura de Juazeiro do Norte, o Banco de Nordeste do Brasil e a Secretaria de Turismo do Estado. Paralelo a isso, o Sebrae vinha trabalhando o setor do turismo como um todo, sem um foco específico para o turismo religioso. Em função desse trabalho, foi criado o Fórum de Turismo para a região do Cariri. Apesar do esforço do Sebrae, e seus parceiros, para levar em frente o Projeto que beneficiaria os Ranchos os resultados foram poucos. Realizou-se uma pesquisa do Fluxo de Romeiros para o ano de 2000/2001, criou-se a Associação dos Rancheiros, mas a pretendida capacitação não foi realizada nem a negociação com os bancos avançou. As dificuldades alegadas para tais resultados foram (i) falta de experiência; (ii) falta de união entre os rancheiros e (iii) problemas políticos locais. Atualmente, o Sebrae atua de maneira horizontal, sem um foco específico no turismo religioso, embora este seja pontualmente atingido. Nessa linha, foram capacitados os condutores do Horto, foi implantado o curso aprender a empreender e realizada capacitação para o comércio varejista, na qual foram atendidos os comerciantes do Horto, recebendo por isso a parceria da Igreja.

4.6.2 -Prefeitura Municipal de Juazeiro do Norte

Mesmo sendo a principal autoridade pública local, a prefeitura municipal de Juazeiro do Norte sempre teve uma atuação tímida no apoio ao fenômeno das Romarias. Todavia, em anos recentes, essa postura parece ter mudado, haja vista a criação da Secretaria do Turismo e Romaria-SETUR. A inovação está na inserção da palavra Romaria no título da Secretaria do Turismo, mas não só, está também no reconhecimento de que o fenômeno das Romarias tem importância para a economia local. Para isso, a referida Secretaria foi estruturada com um pessoal profissionalmente especializado, a começar do próprio secretário que tem formação na área de turismo. Sua equipe é formada por pessoas técnicas conhecedoras do fenômeno das Romarias de Juazeiro e de outras localidades.

A importância dessa mudança tem sido percebida através da preocupação da Prefeitura, e de sua equipe técnica, em aprofundar o conhecimento sobre a organização da cadeia de atividades envolvidas nas Romarias durante o ano. Há também a preocupação em se aprofundar no conhecimento sobre os impactos econômicos das Romarias sobre a economia local. Percebe-se que, nesse esforço, a equipe técnica da Secretaria tem descoberto falhas e pontos de estrangulamentos dentro da organização da cadeia e procurado estudar soluções. As ações de apoio da Prefeitura Municipal de Juazeiro do Norte têm acontecido no campo da melhoria das condições da infra-estrutura direcionada ao conforto e bem-estar dos romeiros, a fim de proporcionar uma melhor estadia no município. Com isso a Prefeitura espera conseguir que o romeiro retorne e que o mesmo permaneça mais tempo na cidade.

Nesse sentido, a prefeitura municipal vem executando, em parceria com Governo do Estado e Banco Mundial, uma grande obra de apoio com multi-funções chamado Núcleo de Comercialização e Apoio ao Romeiro, próximo à Igreja Matriz de Nossa Senhora das Dores. Nele comportarão: 01 anfiteatro com capacidade para 10 mil pessoas; serviços aos romeiros; Mercado das Romarias com boxes fixos e móveis; 04 praças (Praça da Fé, Praça da Padroeira, Praça Cívica e Praça de Integração ao Luzeiro do Sertão; Estação de Transporte Público; Restaurantes; Edifício que abrigará o gabinete do prefeito assim como das secretarias municipais; Mini Auditório; Unidade de atendimento aos adolescentes; Unidade de atendimento aos Idosos; Espaço para Exposições; Ciclovias; Colégio e Posto de

Saúde. Espera-se com esse empreendimento liberar as ruas próximas dos lugares sagradas, normalmente tomadas pelo comércio informal em épocas de Romarias, além de oferecer mais conforto e serviços aos romeiros.

Atualmente, a Prefeitura Municipal procura suprir as deficiências através de ações sazonais durante os períodos das Romarias. Dentre as ações estão a instalação de cerca de 30 banheiros químicos espalhados entre os templos e igrejas; 02 postos de saúde contendo médicos e enfermeiras para atenderem casos de emergência; 01 ambulância disponível 24 horas. Várias secretarias municipais estão envolvidas nesse trabalho, além do Rotary Club, Companhia de Água do Ceará-Cagece e Companhia Elétrica do Ceará-Coelce. Na duas últimas romarias do ano de 2006 a Prefeitura contratou uma empresa de propaganda para realizar trabalho de reforço da iconografia do Padre Cícero, além de confeccionar e distribuir cartazes com mensagens de boas vindas aos romeiros. Além do que já vem acontecendo, observou-se também alguns projetos que deverão ser executados, tais como: (i) Curso de capacitação para melhor atendimento ao romeiro; (ii) Sinalização turística; (iii) construção de Portais, dando as boas vindas; etc.

5. INOVAÇÃO, COOPERAÇÃO E APRENDIZADO.

5.1 - Inovações

No contexto do arranjo em foco as inovações ocorrem de maneira complexa e diferente, em comparação aos arranjos produtivos manufatureiros, e mesmo de serviços convencionais, totalmente dominados pela lógica mercantil e concorrencial, na qual o estímulo às inovações está concentrado no lucro diferenciado da empresa individualmente. Não se está negando aqui a existência de inovações, ao mesmo tempo em que não se está colocando em xeque as naturezas das inovações, pois elas se manifestam também no produto, no processo e na organização, como em qualquer outro arranjo produtivo.

Sabe-se que a Igreja é uma fonte secular de conhecimento. Para gerá-lo são mobilizados recursos humanos e instalações físicas em grande quantidade. Entretanto, o que faz desse arranjo ser complexo e diferente, no campo da inovação, está no fato dele ser, por princípio, conservador. O conservadorismo da Igreja atuou, primeiramente, contra a

imagem do Padre Cícero, já que não admitia o suposto milagre atribuído a ele, nem aceitava a veneração popular que o tornava uma figura santa, principalmente após sua morte. Com a aceitação tácita e, recentemente, mais explícita da imagem do Padre Cícero a Igreja continua se utilizando o conservadorismo, pois necessita de forças e ações que procurem preservar a imagem, os valores e as virtudes depositadas na figura do Padre Cícero.

Neste sentido, o segmento sagrado, ou a igreja, peça central na coordenação do apl, procura controlar certos tipos de inovação, para evitar desvios que possam favorecer o lado profano, ou mercantil.

Com isso evita-se o desgaste do capital imaginário, impregnado no território sagrado mas que se encontra fixado no inconsciente dos Romeiros, que buscam se satisfazer nesse capital. Neste caso, o segmento profano orienta sua oferta de serviço com base naquilo que a igreja, e suas ordens, determina, ou seja, no campo estrito da imagem e símbolos do Padre Cícero e outras figuras religiosas associadas ao local; qualquer inovação nesse campo deve partir dessa fonte, da Igreja. Neste caso se encontram todos aqueles agentes que oferecem imagens, símbolos e lembranças diretamente associados às figuras religiosas locais.

O processo que culminou no reconhecimento do Padre Cícero como peça central do fenômeno religioso em Juazeiro do Norte, por parte da Igreja Católica do Ceará, significou uma série de inovações de produto, processo e organização dentro do arranjo em análise. Considerando que o Padre Cícero é o principal produto desse arranjo, a renovação da sua imagem significou uma importante inovação de produto, sendo ela sustentada por pesquisas, reflexões e discussões que envolveram padres, teólogos, filósofos e pesquisadores acadêmicos. Essa inovação requereu da Igreja Católica, e suas ordens em Juazeiro, inovações em nível do processo e da organização. Foram necessários novos processos litúrgicos e novas formas de organização e estruturação para receber, apoiar e satisfazer os romeiros. Isto fica claro nas posturas e ações das três ordens religiosas sediadas em Juazeiro do Norte. Para citar um exemplo significativo, no mês de agosto de 2006 foi organizada, pela primeira vez na história da Igreja no Cariri, uma romaria das dioceses da região em direção a Juazeiro do Norte. Caso o Padre Cícero seja reabilitado pelo Vaticano, espera-se uma ampliação dessas inovações.

Tabela 14 – Inovações nos Empreendimentos

Descrição	Micro				Pequena				Média			
	Introduziu		Esforço		Introduziu		Esforço		Introduziu		Esforço	
	Sim	Não	Próprio	Conjunt o	Sim	Não	Próprio	Conjunto	Sim	Não	Próprio	Conjunto
1. Inovações de produto*	18,7%				33,3%				0,0%			
1.1. Produto novo para a sua empresa, mas já existente no mercado?	12	63	9	2	2	4	2	0	0	2	0	0
	16,0%	84,0%	81,8%	18,2%	33,3%	66,7%	100,0%	0,0%	0,0%	100,0%	0,0%	0,0%
1.2. Produto novo para o mercado nacional?	6	69	5	0	0	6	0	0	0	2	0	0
	8,0%	92,0%	100,0%	0,0%	0,0%	100,0%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%	0,0%	0,0%
2.1. Processos tecnológicos novos para a sua empresa, mas já existentes no setor?	0	75	0	0	0	6	0	0	0	2	0	0
	0,0%	100,0%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%	0,0%	0,0%
2.2. Processos tecnológicos novos para o setor de atuação?	0	75	0	0	0	6	0	0	0	2	0	0
	0,0%	100,0%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%	0,0%	0,0%
3. Outros tipos de inovação*	0,0%				0,0%				0,0%			
3.1. Criação ou melhoria substancial, do ponto de vista tecnológico, do modo de acondicionamento de produtos (embalagem)?	0	75	0	0	0	6	0	0	0	2	0	0
	0,0%	100,0%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%	0,0%	0,0%
4. Realização de mudanças organizacionais (inovações organizacionais)*	1,3%				0,0%				0,0%			
4.2. Implementação de significativas mudanças na estrutura organizacional?	1	74	1	0	0	6	0	0	0	2	0	0
	1,3%	98,7%	100,0%	0,0%	0,0%	100,0%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%	0,0%	0,0%
4.3. Mudanças significativas nos conceitos e/ou práticas de marketing ?	0	75	0	0	0	6	0	0	0	2	0	0
	0,0%	100,0%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%	0,0%	0,0%
4.4. Mudanças significativas nos conceitos e/ou práticas de comercialização ?	1	74	1	0	0	6	0	0	0	2	0	0
	1,3%	98,7%	100,0%	0,0%	0,0%	100,0%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%	0,0%	0,0%

Fonte: Pesquisa Direta/Elaboração Própria

Sabendo que grande parte dos serviços ofertados não é comandada diretamente pela satisfação da fé, propriamente dita, e sim pela conhecida satisfação advinda da utilidade, *tout cour*, vários segmentos da cadeia de serviços local olham para a inovação como um simples mecanismo de diferenciação, estimulado pela concorrência de mercado e pelo lucro diferenciado. Apesar disso, como se verá a seguir, as inovações não são intensas, quase que ausentes. Nesses segmentos estão todos aqueles ofertantes que trabalham com produtos e serviços “prosaicos”, geradores de conforto, prazer e satisfação materiais, ou seja, comerciantes em geral de bens de consumo durável e não durável, restaurantes, bares e lanchonetes, hotéis, pousadas e ranchos.

Ao serem abordados sobre a realização de inovações, os entrevistados revelaram baixíssimas taxas de incidência de inovações, de qualquer natureza. As inovações só aconteceram em algumas poucas unidades, mesmo assim tiveram e normalmente têm um caráter imitativo, nunca advindas da pesquisa e desenvolvimento-p&d. Nesses casos, se incrementa novas características aos produtos ou serviços pré-existentis.

Exemplos de inovações observadas foram: vendas de imagens comportando novos materiais (imagem de material plástico reciclado); modelos novos de peças de alumínio; serviços de *self-service* sem balanças; formas diferenciadas de pintar imagens em formato de vidro, pousada que oferecia estacionamento para carro grande e disponibilizava a cozinha para utilização dos clientes, sem cobrança de custos adicionais.

Quanto ao transporte dos romeiros, observaram-se inovações significativas que resultaram em maior conforto, a exemplo da substituição de pequenos “paus de araras” por grandes caminhões e, principalmente, ônibus. Dentre a maior parte dos exemplos, observou-se muito mais a criatividade dos empreendedores para criar elementos de diferenciação em um mercado de concorrência acirrada. Dentre as inovações observadas, aquela que requisitou um novo processo de produção parece ter sido a imagem do Padre Cícero em material sintético, forjado por artesãos locais.

Vale destacar que, apesar da simplicidade das inovações, a introdução das mesmas é percebida e associada a uma ampliação da participação de mercado, diversificação da produção, qualidade, aumento de produtividade e ou redução de custos, apesar destas características serem percebidas em apenas cinco unidades ao longo da amostra. As mesmas também apontam para a existência de alavancagem das vendas e/ou atração de novos clientes, de forma que são associadas à elevação do faturamento, ainda que em proporção reduzida, conforme tabela 15.

Tabela 15 – Participação nas vendas advindas de inovações.

Participação nas vendas em 2005 de produtos novos ou aperfeiçoados entre 2002 e 2005								
Descrição	Participação nas vendas							Total
	0%	1 a 5%	6 a 15%	16 a 25%	26 a 50%	51 a 75%	76 a 100%	
1. Micro								
1.1. Vendas internas em 2005 de produtos novos ou significativamente aperfeiçoados introduzidos entre 2002 e 2005	61	1	2	4	5	0	2	75
	81,3%	1,3%	2,7%	5,3%	6,7%	0,0%	2,7%	100,0%
1.2. Exportações em 2005 de produtos novos ou significativamente aperfeiçoados introduzidos entre 2002 e 2005	74	0	0	1	0	0	0	75
	98,7%	0,0%	0,0%	1,3%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%
2. Pequena								
2.1. Vendas internas em 2005 de produtos novos ou significativamente aperfeiçoados introduzidos entre 2002 e 2005	4	0	1	1	0	0	0	6
	66,7%	0,0%	16,7%	16,7%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%
2.2. Exportações em 2005 de produtos novos ou significativamente aperfeiçoados introduzidos entre 2002 e 2005	6	0	0	0	0	0	0	6
	100,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%
3. Média								
3.1. Vendas internas em 2005 de produtos novos ou significativamente aperfeiçoados introduzidos entre 2002 e 2005	2	0	0	0	0	0	0	2
	100,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%
3.2. Exportações em 2005 de produtos novos ou significativamente aperfeiçoados introduzidos entre 2002 e 2005	2	0	0	0	0	0	0	2
	100,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%

Fonte: Pesquisa Direta/Elaboração Própria

Outro aspecto observado diz respeito às fontes de informação apontadas pelo segmento, sendo, na sua maioria, fontes externas, demonstrando uma estratégia adaptativa ao comportamento de mercado. Essas características associam-se ao caráter imitativo do segmento, não sendo o mesmo, normalmente, o responsável pela produção de novos produtos ou processos. Nesse sentido, ocorre uma dependência acentuada de informações do mercado advindas das relações comerciais com fornecedores, na sua maioria, como também a observação do comportamento da concorrência e incrementos requisitados pela clientela.

Quanto a adoção de ‘inovações’ advinda dos requerimentos da demanda, convém ressaltar o comportamento das pequenas pousadas e ranchos, os quais passam a adotar melhorias nas instalações e/ou acomodações advindas das exigências da clientela. Como exemplo cita-se a utilização, já disseminada no segmento em questão, de fornecimento de ventiladores para hóspedes, sendo esta uma característica introduzida em período recente. No caso do comércio, a demanda por produtos inexistentes na unidade, provoca um processo de renovação de estoques, de forma a atender, com agilidade, aos requerimentos do mercado. Isto demonstra a flexibilidade que caracteriza os pequenos empreendimentos. Condizente com as características acima apontadas, as atividades econômicas em questão apresentam reduzidos investimentos na capacidade inovativa, não existindo investimento em pesquisa e desenvolvimento.

5.2 - Cooperação entre os agentes

Percebe-se na apresentação dos agentes e seus papéis, dentro do arranjo, uma divisão de trabalho estruturada e bem organizada, embora sem muita coordenação, com um foco muito preciso na prestação de serviços. Entretanto, há que observar que dentro dessa divisão de trabalho há uma diferenciação muito clara entre serviços prestados por agentes ligados às atividades profanas, comerciais e mercantis, e agentes associados às atividades sacras, no caso a Igreja e suas ordens. Os primeiros, embora mercantis, realizam suas atividades utilizando-se da imagem do Padre Cícero, mesmo sem qualquer pagamento de royalties à Igreja ou a outra instituição religiosa ou não governamental.

No segmento das atividades mercantis predomina muito mais a concorrência do que a cooperação, embora esta também se manifesta entre alguns tipos de comerciantes e em relação a algumas atividades. Neste caso, a cooperação acontece entre vendedores de imagens, através da união para compra de produtos. O principal elemento desencadeador da concorrência entre os comerciantes, sobretudo informais, é a ocupação do espaço para a instalação das suas tendas, barracas, carrinhos, etc. Como não há uma regulação clara e estruturada, pela Prefeitura, essa ocupação se dá de maneira caótica. Não há, da parte desta instituição, alguma iniciativa para ordenar a ocupação do espaço mesmo que seja um simples exercício de cadastramento. Por conseqüência, não há qualquer forma de pagamento de taxa da parte dos comerciantes, seja para a Prefeitura seja para a Igreja.

No segmento sacro, a cooperação acontece entre as ordens e, oportuno dizer que, essa cooperação vem ocorrendo em tempos recentes em função da necessidade da Igreja se afirmar positivamente face à figura do Padre Cícero, eliminando assim sua ambigüidade histórica, ao mesmo tempo em que em função da necessidade de se defender contra o avanço das “seitas” e religiões alternativas. Essa cooperação tem se manifestado na união dos esforços em relação às ações litúrgicas, reconhecidas em nível da definição dos temas das Romarias, dos textos utilizados em sermões e rituais de evangelização. Esse esforço comum tem o objetivo de criar uma unidade entre as ordens Diocesana, Franciscana e Salesiana.

Tabela 16 – Atividades Cooperativas em 2002

Atividades Cooperativas			
Tamanho da Empresa	Sim	Não	Total
1. Micro	11 14,9%	63 85,1%	74 100,0%
2. Pequena	2 33,3%	4 66,7%	6 100,0%
3. Média	0 0,0%	2 100,0%	2 100,0%

Fonte: Pesquisa Direta/Elaboração Própria

Em relação às atividades profanas, exploradas pela pesquisa de campo, de acordo com a Tabela 16, constatou-se que 14,9% dos micro empresários responderam que praticam a cooperação enquanto 33,3% dos pequenos responderam também positivamente. Entre os médios empresários constatou-se que não há cooperação entre os mesmos.

Fonte: Pesquisa Direta/ Elaboração Própria

ORGANIZAÇÕES	COOPERA?		FREQUÊNCIAS DAS AÇÕES (mede a quantidade e a intensidade da cooperação desenvolvidas nos últimos 24 meses com cada organização)			Compra de insumos e equipamentos.	Desenvolvimento de produtos, serviços e processos	Valorização e/ou preservação de aspectos culturais	Capacitação de Recursos Humanos	Reivindicações conjuntas	IMPORTÂNCIA PARA O SEU EMPREENHIMENTO (mede a importância das ações cooperativas desenvolvidas com cada organização para o desempenho e competitividade da empresa)			
	SIM	NÃO	BAIXA	MÉDIA	ALTA						NULA	BAIXA	MÉDIA	ALTA
Clientes	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
Empreendimentos locais do mesmo ramo de atuação	7	0	3	4	0	5	1	1	0	2	0	0	4	3
	100%	0%	43%	57%	0%	56%	11%	11%	0%	22%	0%	0%	57%	43%
Fornecedores	1	0	0	0	1	1	1	1	0	0	0	0	0	1
	100%	0%	0%	0%	100%	33%	33%	33%	0%	0%	0%	0%	0%	100%
Associação ou sindicato de trabalhadores/artistas/astesãos	1	0	0	0	1	0	1	0	0	0	0	0	0	1
Orgãos de comunicação (TV, Rádio, jornal)	100%	0%	0%	0%	100%	0%	100%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	100%
	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	0
	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	50%	50%	0%
Sebrae-Senai-Sesc-Senac	1	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1
	100%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	100%	0%	0%	0%	0%	100%
Prefeitura Municipal	1	0	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0	1	0
	100%	0%	0%	100%	0%	0%	0%	0%	0%	100%	0%	0%	100%	0%

Fonte: Pesquisa Direta/ Elaboração Própria

Tabela 17 – Cooperação entre os Agentes

No quadro geral das cooperações com as organizações, demonstrado pela tabela 17, estas se dão relacionadas a “Empreendimentos locais do mesmo ramo de atuação”, “Fornecedores”, “Associação ou sindicato de trabalhadores/artistas/artesãos”, “Sebrae-Senai-Sesc-Senac” e Prefeitura Municipal. Os micro empresários são os que mais estabelecem cooperações em nível de “empreendimentos locais do mesmo ramo de atuação”, “fornecedores” e “associações..”. Os pequenos empresários, por sua vez, revelaram ser mais cooperativos com o Sistema “S”. Em relação aos Empreendimentos locais do mesmo ramo de atuação, as frequências apresentadas foram Baixa (43%) e Média (57%). No tocante aos fornecedores, a frequência Alta apareceu com 100%. A cooperação com as associações e sindicatos apresentou uma frequência Alta de 100%. E a cooperação com o Sistema S, curiosamente, não apresentou frequência.

As formas de cooperação relacionadas com as organizações apresentaram o seguinte quadro: com os empreendimentos locais, manifestaram-se a compra de insumos e equipamentos (56%), desenvolvimento de produtos, serviços e processos (11%), valorização e preservação de aspectos culturais (11%) e reivindicações conjuntas (22%).

Neste caso, os entrevistados indicaram um grau de importância Médio (57%) e Alta (43%). Em relação aos fornecedores as principais formas de cooperação foram compra de insumos (33%), desenvolvimento de produtos e serviços (33%) e valorização e preservação de aspectos culturais. Aqui o grau de importância foi Alta (100%). Com as associações e sindicatos a principal forma de cooperação foi no item de desenvolvimento de produtos, serviços e processos, principalmente no segmento do artesanato. Aqui também o grau de importância foi Alto (100%). Com o Sistema S, a forma de cooperação principal se deu no item capacitação de recursos humanos, como era esperado. Também com um grau de importância Alto (100%). Com a Prefeitura Municipal as cooperações se dão em nível das reivindicações conjuntas, com grau de importância Média (100%).

Chama atenção o fato dos entrevistados não sentirem, ou não perceberem, os resultados e benefícios causados pelas cooperações. Era de se esperar que, com as ações conjuntas, os empresários seriam beneficiados pela redução de custos, aumento nas vendas, melhorias do processo ou do produto final, etc. No entanto, o que se observou foi um baixo nível de percepção em relação aos resultados. O resultado mais percebido pelos entrevistados, sobretudo pequenos e médios, foi aquele relacionado com a “melhor

capacitação de recursos humanos”, proporcionado pelo Sistema “S”. Neste item o índice de relevância chegou a 0,17% para os pequenos e 0,50% para os médios empresários.

6 - ESTRUTURA DE GOVERNANÇA E VANTAGENS ASSOCIADAS AO AMBIENTE LOCAL.

A coordenação, ou governança, de um arranjo produtivo pode-se dar através de dois campos de influência: o primeiro campo engloba elementos subjetivos associados a regras e convenções que podem ser tácitas ou institucionalizadas, que nascem e se desenvolvem por força das interações entre os agentes produtivos. O segundo campo abrange os elementos objetivos relacionados às instituições, organizações e lideranças locais. Ambos os campos, relacionados, permitem formar estruturas que irão condicionar e regular o comportamento coletivo dos agentes, possibilitando a formação de padrões de comportamento marcados por algum tipo de regularidade. Importante não esquecer que o território, no qual se desenrola as atividades, é o estuário no qual são depositados esses elementos, num processo de aprendizagem. Esta é a razão pela qual um território se diferencia de outro, em função da singularidade institucional.

No caso do arranjo produtivo do turismo religioso de Juazeiro do Norte, tendo em vista o peso ocupado pelo capital simbólico na condução do fenômeno, os símbolos, imagens, convenções, crenças e princípios religiosos acabam assumindo um papel central na coordenação e governança. No conjunto desses elementos, a figura do Padre Cícero é o sujeito estruturador no processo de combinação dos mesmos, e nesse caso, sua mensagem passada aos romeiros e fiéis para que estes cultivassem a “oração e o trabalho”, fazendo de sua casa um altar e uma oficina, sintetiza de certa maneira o eixo da coordenação. Dois dos elementos chave dessa coordenação passam a ser a disciplina e a ocupação. Seguindo esse roteiro, as estruturas organizacionais da Igreja, através das suas três Ordens, reforçam e completam os elementos subjetivos de coordenação. Fazem isso por meio das suas estruturas físicas, das suas Pastorais e das Equipes de Apoio formadas durante os períodos de afluência dos romeiros.

Tabela 18 -Vantagens da localização no Arranjo

Externalidades	Vantagens da Localização no Arranjo														
	Micro					Pequena					Média				
	Nula	Baixa	Média	Alta	Índice*	Nula	Baixa	Média	Alta	Índice*	Nula	Baixa	Média	Alta	Índice*
1. Disponibilidade de mão-de-obra qualificada	69	1	2	3	0,06	6	0	0	0	0,00	2	0	0	0	0,00
	92,0%	1,3%	2,7%	4,0%		100,0%	0,0%	0,0%	0,0%		100,0%	0,0%	0,0%	0,0%	
2. Baixo custo da mão-de-obra	72	0	2	1	0,03	6	0	0	0	0,00	1	0	0	1	0,50
	96,0%	0,0%	2,7%	1,3%		100,0%	0,0%	0,0%	0,0%		50,0%	0,0%	0,0%	50,0%	
3. Proximidade com os fornecedores de insumos e matéria prima	61	1	5	8	0,15	6	0	0	0	0,00	2	0	0	0	0,00
	81,3%	1,3%	6,7%	10,7%		100,0%	0,0%	0,0%	0,0%		100,0%	0,0%	0,0%	0,0%	
4. Proximidade com os clientes/consumidores	21	0	4	50	0,70	2	0	0	4	0,67	0	0	0	2	1,00
	28,0%	0,0%	5,3%	66,7%		33,3%	0,0%	0,0%	66,7%		0,0%	0,0%	0,0%	100,0%	
5. Infra-estrutura física (energia, transporte, comunicações)	62	2	6	5	0,12	6	0	0	0	0,00	2	0	0	0	0,00
	82,7%	2,7%	8,0%	6,7%		100,0%	0,0%	0,0%	0,0%		100,0%	0,0%	0,0%	0,0%	
6. Proximidade com produtores de equipamentos	74	0	0	1	0,01	6	0	0	0	0,00	2	0	0	0	0,00
	98,7%	0,0%	0,0%	1,3%		100,0%	0,0%	0,0%	0,0%		100,0%	0,0%	0,0%	0,0%	
7. Disponibilidade de serviços técnicos especializados	75	0	0	0	0,00	6	0	0	0	0,00	2	0	0	0	0,00
	100,0%	0,0%	0,0%	0,0%		100,0%	0,0%	0,0%	0,0%		100,0%	0,0%	0,0%	0,0%	
8. Existência de programas de apoio e promoção	74	1	0	0	0,00	6	0	0	0	0,00	2	0	0	0	0,00
	98,7%	1,3%	0,0%	0,0%		100,0%	0,0%	0,0%	0,0%		100,0%	0,0%	0,0%	0,0%	
9. Proximidade com universidades e centros de pesquisa	73	1	0	0	0,00	6	0	0	0	0,00	2	0	0	0	0,00
	98,6%	1,4%	0,0%	0,0%		100,0%	0,0%	0,0%	0,0%		100,0%	0,0%	0,0%	0,0%	
10. Outra	45	0	1	29	0,39	4	0	0	2	0,33	2	0	0	0	0,00
	60,0%	0,0%	1,3%	38,7%		66,7%	0,0%	0,0%	33,3%		100,0%	0,0%	0,0%	0,0%	

*Índice = (0*N° Nulas + 0,3*N° Baixas + 0,6*N° Médias + N° Altas) / (N° Empresas no Segmento)

Fonte: Pesquisa Direta/ Elaboração Própria

Em relação às externalidades presentes no território, conforme tabela 18, as mais percebidas e valorizadas pelos empresários entrevistados são “baixo custo da mão-de-obra”, “proximidade com os fornecedores de insumos e matéria-prima” e “proximidade com os clientes/consumidores”. No tocante ao primeiro item, ele é mais valorizado pelos empresários médios, com um índice de relevância de 0,50%, já que os mesmos contratam mão-de-obra no lugar de utilizarem membros da família. Em relação ao segundo item, isto é, “proximidade com os fornecedores de insumos e matéria-prima”, ele foi destacado apenas pelos micro empresários, mesmo assim com um índice de relevância muito baixo, de 0,15%. Já o terceiro item, proximidade com os clientes/consumidores, ele foi valorizado por todos os segmentos dos empresários entrevistados, cujo índice de relevância foi relativamente elevado, 0,70% para os micro, 0,67% para os pequenos e 1,00% para os médios empresários. Essa valorização reflete bem a característica central do arranjo, cujo mercado está associado ao próprio território pois, sendo ele sagrado, ele atrai para o local os romeiros que consomem os serviços oferecidos pelos agentes privados que ali se instalam.

6.1. Transações comerciais locais

Como se sabe, o município de Juazeiro do Norte apresenta 95% de taxa de urbanização e tem no comércio sua principal atividade econômica. Trata-se portanto de uma importante aglomeração comercial, o que refletiu nas respostas dos entrevistados em relação às transações comerciais locais. No tocante à aquisição de insumos e matéria-prima, os empresários entrevistados revelaram índices de relevância relativamente elevados, ou seja, 0,77% para os micro, 0,67% para os pequenos e 0,65% para os médios empresários. Em relação à aquisição de equipamentos os índices de relevância atingiram 0,29% para os micro, 0,55% para os pequenos e 0,50% para os médios. No item relativo a vendas de produtos, novamente, aparece a característica central do território, como importante centro comercial, já que os índices de relevância atingiram 0,55% para os micro, 0,50% para os pequenos e 1,00% para os médios empresários, conforme demonstrado na tabela 19.

Tabela 19 – Transações Comerciais Locais

Tipos de Transações	Transações Comerciais Locais														
	Micro					Pequena					Média				
	Nula	Baixa	Média	Alta	Índice*	Nula	Baixa	Média	Alta	Índice*	Nula	Baixa	Média	Alta	Índice*
1. Aquisição de insumos e matéria prima	14	0	8	53	0,77	2	0	0	4	0,67	0	1	0	1	0,65
	18,7%	0,0%	10,7%	70,7%		33,3%	0,0%	0,0%	66,7%		0,0%	50,0%	0,0%	50,0%	
2. Aquisição de equipamentos	52	1	1	21	0,29	2	1	0	3	0,55	1	0	0	1	0,50
	69,3%	1,3%	1,3%	28,0%		33,3%	16,7%	0,0%	50,0%		50,0%	0,0%	0,0%	50,0%	
3. Aquisição de componentes e peças	66	0	0	9	0,12	6	0	0	0	0,00	2	0	0	0	0,00
	88,0%	0,0%	0,0%	12,0%		100,0%	0,0%	0,0%	0,0%		100,0%	0,0%	0,0%	0,0%	
4. Aquisição de serviços (manutenção, marketing, etc)	69	0	0	6	0,08	6	0	0	0	0,00	1	0	0	1	0,50
	92,0%	0,0%	0,0%	8,0%		100,0%	0,0%	0,0%	0,0%		50,0%	0,0%	0,0%	50,0%	
5. Vendas de produtos	29	3	7	36	0,55	3	0	0	3	0,50	0	0	0	2	1,00
	38,7%	4,0%	9,3%	48,0%		50,0%	0,0%	0,0%	50,0%		0,0%	0,0%	0,0%	100,0%	

*Índice = (0*Nº Nulas + 0,3*Nº Baixas + 0,6*Nº Médias + Nº Altas) / (Nº Empresas no Segmento)

Fonte: Pesquisa Direta/ Elaboração Própria

6.2 -Características da mão-de-obra local

Em relação às características da mão-de-obra local, as opiniões dos entrevistados para esse tópico reforçam alguns aspectos já revelados anteriormente, dentre os quais a pouca importância atribuída à educação formal por parte dos empresários. Isto pode ser constatado na Tabela 20. Entretanto, os empresários demonstraram grande interesse por outras qualidades intrínsecas à mão-de-obra, ou seja, “conhecimento prático ou técnico na produção”, “disciplina”, “flexibilidade”, “criatividade” e “capacidade para aprender novas qualificações”. Esses itens foram muito valorizados principalmente pelos médios empresários, cujos índices de relevância para “conhecimento prático e/ou técnico” alcançou 0,50% e 1,00% para aqueles outros. Com índices menores de relevância os pequenos empresários valorizaram a “disciplina”, “flexibilidade” e “criatividade”, com 0,50%, 0,33% e 0,33% respectivamente.

6.3 -Subcontratação das empresas

As relações empresariais por meio da subcontratação praticamente não existem, prática que ocorre com apenas três das micro empresas entrevistadas. Nesses casos, uma micro empresa sub-contrata empresa no arranjo para fornecimento de insumos e componentes, uma sub-contrata empresa do arranjo para realizar etapas do processo produtivo (montagem, embalagem, serviços de serigrafia, etc.) e duas micro empresas sub-contrata empresa fora do arranjo para realizar etapas do processo produtivo (montagem, embalagem, etc.)

6.4 - Avaliação da Contribuição de Sindicatos, Associações, Cooperativas Locais.

Em linhas gerais, as questões respondidas para esse tópico revelaram que o único segmento que avaliou bem a contribuição dos sindicatos, associações e cooperativas foi o segmento das pequenas empresas. Mesmo assim, os índices não são elevados, mas superiores aos dos segmentos micro e médio. Desse resultado se deduz que as micro empresas se encontram desorganizadas e distantes dessas organizações e as médias empresas procuram resolver seus problemas por sua própria conta.

Características	Características da Mão-de-obra Local														
	Micro					Pequena					Média				
	Nula	Baixa	Média	Alta	Índice*	Nula	Baixa	Média	Alta	Índice*	Nula	Baixa	Média	Alta	Índice*
1. Escolaridade formal de 1º e 2º graus	54	4	8	9	0,20	5	0	0	1	0,17	2	0	0	0	0,00
	72,0%	5,3%	10,7%	12,0%		83,3%	0,0%	0,0%	16,7%		100,0%	0,0%	0,0%	0,0%	
2. Escolaridade em nível superior e técnico	72	1	1	1	0,03	6	0	0	0	0,00	1	0	0	1	0,50
	96,0%	1,3%	1,3%	1,3%		100,0%	0,0%	0,0%	0,0%		50,0%	0,0%	0,0%	50,0%	
3. Conhecimento prático e/ou técnico na produção	50	2	2	21	0,30	5	0	0	1	0,17	1	0	0	1	0,50
	66,7%	2,7%	2,7%	28,0%		83,3%	0,0%	0,0%	16,7%		50,0%	0,0%	0,0%	50,0%	
4. Disciplina	63	1	6	5	0,12	3	0	0	3	0,50	0	0	0	2	1,00
	84,0%	1,3%	8,0%	6,7%		50,0%	0,0%	0,0%	50,0%		0,0%	0,0%	0,0%	100,0%	
5. Flexibilidade	54	2	7	12	0,22	4	0	0	2	0,33	0	0	0	2	1,00
	72,0%	2,7%	9,3%	16,0%		66,7%	0,0%	0,0%	33,3%		0,0%	0,0%	0,0%	100,0%	
6. Criatividade	68	1	3	3	0,07	4	0	0	2	0,33	0	0	0	2	1,00
	90,7%	1,3%	4,0%	4,0%		66,7%	0,0%	0,0%	33,3%		0,0%	0,0%	0,0%	100,0%	
7. Capacidade para aprender novas qualificações	63	1	1	10	0,15	6	0	0	0	0,00	0	0	0	2	1,00
	84,0%	1,3%	1,3%	13,3%		100,0%	0,0%	0,0%	0,0%		0,0%	0,0%	0,0%	100,0%	
8. Outras	44	1	3	27	0,39	6	0	0	0	0,00	2	0	0	0	0,00
	58,7%	1,3%	4,0%	36,0%		100,0%	0,0%	0,0%	0,0%		100,0%	0,0%	0,0%	0,0%	

*Índice = (0*Nº Nulas + 0,3*Nº Baixas + 0,6*Nº Médias + Nº Altas) / (Nº Empresas no Segmento)

Fonte: Pesquisa Direta/ Elaboração Própria

Tabela 20 – Características da Mão de Obra Local

Tabela 21 - Avaliação da Contribuição de Sindicatos, Associações, Cooperativas Locais

Tipo de Contribuição	Avaliação da Contribuição de Sindicatos, Associações, Cooperativas Locais														
	Micro					Pequena					Média				
	Nula	Baixa	Média	Alta	Índice*	Nula	Baixa	Média	Alta	Índice*	Nula	Baixa	Média	Alta	Índice*
1. Auxílio na definição de objetivos comuns para o arranjo produtivo	71	1	1	2	0,04	4	1	0	1	0,22	2	0	0	0	0,00
	94,7%	1,3%	1,3%	2,7%		66,7%	16,7%	0,0%	16,7%		100,0%	0,0%	0,0%	0,0%	
2. Estímulo na percepção de visões de futuro para ação estratégica	74	0	0	1	0,01	5	1	0	0	0,05	2	0	0	0	0,00
	98,7%	0,0%	0,0%	1,3%		83,3%	16,7%	0,0%	0,0%		100,0%	0,0%	0,0%	0,0%	
3. Disponibilização de informações sobre matérias-primas, equipamento, assistência técnica, consultoria, etc	74	1	0	0	0,00	5	1	0	0	0,05	2	0	0	0	0,00
	98,7%	1,3%	0,0%	0,0%		83,3%	16,7%	0,0%	0,0%		100,0%	0,0%	0,0%	0,0%	
4. Identificação de fontes e formas de financiamento	73	1	0	1	0,02	4	1	0	1	0,22	2	0	0	0	0,00
	97,3%	1,3%	0,0%	1,3%		66,7%	16,7%	0,0%	16,7%		100,0%	0,0%	0,0%	0,0%	
5. Promoção de ações cooperativas	72	1	0	2	0,03	5	1	0	0	0,05	2	0	0	0	0,00
	96,0%	1,3%	0,0%	2,7%		83,3%	16,7%	0,0%	0,0%		100,0%	0,0%	0,0%	0,0%	
6. Apresentação de reivindicações comuns	70	1	1	3	0,05	4	1	0	1	0,22	2	0	0	0	0,00
	93,3%	1,3%	1,3%	4,0%		66,7%	16,7%	0,0%	16,7%		100,0%	0,0%	0,0%	0,0%	
7. Criação de fóruns e ambientes para discussão	73	1	0	1	0,02	5	1	0	0	0,05	2	0	0	0	0,00
	97,3%	1,3%	0,0%	1,3%		83,3%	16,7%	0,0%	0,0%		100,0%	0,0%	0,0%	0,0%	
8. Promoção de ações dirigidas a capacitação tecnológica de empresas	74	1	0	0	0,00	4	1	0	1	0,22	2	0	0	0	0,00
	98,7%	1,3%	0,0%	0,0%		66,7%	16,7%	0,0%	16,7%		100,0%	0,0%	0,0%	0,0%	
9. Estímulo ao desenvolvimento do sistema de ensino e pesquisa local	74	1	0	0	0,00	5	1	0	0	0,05	2	0	0	0	0,00
	98,7%	1,3%	0,0%	0,0%		83,3%	16,7%	0,0%	0,0%		100,0%	0,0%	0,0%	0,0%	
10. Organização de eventos técnicos e comerciais	73	1	0	1	0,02	5	1	0	0	0,05	2	0	0	0	0,00
	97,3%	1,3%	0,0%	1,3%		83,3%	16,7%	0,0%	0,0%		100,0%	0,0%	0,0%	0,0%	

*Índice = $(0 \times N^{\circ} \text{ Nulas} + 0,3 \times N^{\circ} \text{ Baixas} + 0,6 \times N^{\circ} \text{ Médias} + N^{\circ} \text{ Altas}) / (N^{\circ} \text{ Empresas no Segmento})$

Fonte: Pesquisa Direta/ Elaboração Própria

Como foi dito, os índices de relevância atribuídos pelos pequenos empresários não foram elevados, mas o suficiente para diferencia-los dos outros segmentos. O maior índice alcançado foi de 0,22%, e isto aconteceu para as funções “auxílio na definição de objetivos comuns para o arranjo produtivo”, “identificação de fontes e formas de financiamento”, “apresentação de reivindicações comuns” e “promoção de ações dirigidas à capacitação tecnológica de empresas”.

6.5 -Políticas Públicas e Formas de Financiamento

Os resultados da pesquisa parecem mostrar um maior engajamento dos micro empresários em relação às políticas públicas, o que parece lógico dado que os governos procuram atuar nos segmentos mais frágeis do empresariado, no caso as micro empresas. De acordo com a Tabela 21, 6,7% dos micro empresários entrevistados participavam e tinham conhecimento sobre algum tipo de programa ou ações estaduais voltados para as MPEs, 10,7% conheciam e participavam de programas e ações municipais e 6,7% de programas oferecidos pelo Sebrae.

Entretanto, o problemático é que a proporção dos que conhecem e participam é menor do que aqueles que conhecem e não participam dos programas. Em relação aos programas e ações do Governo Federal são 4,0% dos entrevistados, programas e ações do Governo Estadual, 16%, do Governo Municipal o nível de não participação é elevado, 20% e do Sebrae 13,3%. Todavia, o aspecto mais problemático está associado ao nível de desconhecimento, 96% para os programas e ações do Governo Federal, 77,3% para o Governo Estadual, 69,3% para o Governo Municipal e 80% para o Sebrae. Outro problema apresentado pelos resultados da pesquisa está relacionado com a falta e a baixa percepção dos micro empresários em relação à avaliação desses programas e ações. De acordo com a Tabela 21, os índices relativos a “sem elementos para avaliação” são muito elevados.

Entre os pequenos empresários o nível de desconhecimento dos programas e ações é elevado. 100% dos entrevistados não conhecem o que os Governos Federal e Estadual oferecem como apoio às MPEs, e 83,3% desconhecem os programas e ações em nível do Governo Municipal e do Sebrae. 16,7% dos entrevistados revelaram conhecer mas não participar dos apoios oferecidos pela Prefeitura Municipal e 16,7% disseram conhecer e participar de programas e ações ofertados pelo Sebrae e Outras Instituições. Para este

segmento a falta e a baixa percepção relativas à avaliação dos programas e ações também são elevadas, tendo em vista os altos índices de respostas concentradas em “sem elementos para avaliação”.

No segmento das médias empresas 100% desconhecem programas e ações ofertados pelos Governos Federal, Estadual e Municipal. 50% desconheciam as ações do Sebrae e de outras Instituições. Por fim, 50% responderam conhecer e participar de programas e ações ofertados pelo Sebrae. Neste segmento, 50% dos entrevistados consideraram a “avaliação positiva” em relação aos programas e ações do Sebrae, mas 50% disseram “não ter elementos para avaliação”.

6.6 - Políticas Públicas que contribuem para o aumento da eficiência competitiva das MPEs

As informações obtidas pelas questões contidas neste campo chamam atenção pelo fato de que os empresários atribuem pouca importância às políticas públicas. Isto pode ser observado na Tabela 22, na qual são observados índices de relevância muito baixos para as linhas de políticas públicas. Dentre as linhas apresentadas, a mais considerada pelos entrevistados foram os “programas de capacitação profissional e treinamento técnico”, que obteve índice de relevância 0,24% no segmento dos micro, 0,67% no segmento dos pequenos empresários e 0,30% entre os médios empresários. A linha “melhorias na educação básica” ganhou destaque entre os médios empresários, para os quais o índice de relevância obteve 1,00%. “Programas de acesso à informação” atingiu 0,80 de relevância entre os médios empresários. “Linhas de crédito e outras formas de financiamento” obteve 0,36% entre os micro e 0,50% entre os pequenos. Por fim, cabe destacar a linha de “incentivos fiscais” que conseguiu 0,50% de índice de relevância entre os médios empresários.

Tabela 21 - Participa ou tem conhecimento sobre algum tipo de programa ou ações voltadas para MPEs

Instituição	Participa ou tem conhecimento sobre algum tipo de programa ou ações voltadas para MPEs								
	Micro			Pequena			Média		
	Não conhece	Conhece, mas não participa	Conhece e participa	Não conhece	Conhece, mas não participa	Conhece e participa	Não conhece	Conhece, mas não participa	Conhece e participa
1. Governo Federal	72	3	0	6	0	0	2	0	0
	96,0%	4,0%	0,0%	100,0%	0,0%	0,0%	100,0%	0,0%	0,0%
2. Governo Estadual	58	12	5	6	0	0	2	0	0
	77,3%	16,0%	6,7%	100,0%	0,0%	0,0%	100,0%	0,0%	0,0%
3. Goevrno Local/Municipal	52	15	8	5	1	0	2	0	0
	69,3%	20,0%	10,7%	83,3%	16,7%	0,0%	100,0%	0,0%	0,0%
4. SEBRAE	60	10	5	5	0	1	1	0	1
	80,0%	13,3%	6,7%	83,3%	0,0%	16,7%	50,0%	0,0%	50,0%
5. Outras Instituições	62	5	8	4	1	1	1	0	1
	82,7%	6,7%	10,7%	66,7%	16,7%	16,7%	50,0%	0,0%	50,0%

Fonte: Pesquisa Direta/ Elaboração Própria

Tabela 22 - Políticas Públicas que contribuem para o aumento da eficiência competitiva das MPEs

Políticas Públicas que contribuem para o aumento da eficiência competitiva das MPEs															
Ações de Política	Micro					Pequena					Média				
	Nula	Baixa	Média	Alta	Índice*	Nula	Baixa	Média	Alta	Índice*	Nula	Baixa	Média	Alta	Índice*
1. Programas de capacitação profissional e treinamento técnico	54	3	3	15	0,24	2	0	0	4	0,67	1	0	1	0	0,30
	72,0%	4,0%	4,0%	20,0%		33,3%	0,0%	0,0%	66,7%		50,0%	0,0%	50,0%	0,0%	
2. Melhorias na educação básica	62	4	2	7	0,13	5	0	0	1	0,17	0	0	0	2	1,00
	82,7%	5,3%	2,7%	9,3%		83,3%	0,0%	0,0%	16,7%		0,0%	0,0%	0,0%	100,0%	
3. Programas de apoio a consultoria técnica	68	3	1	3	0,06	5	0	0	1	0,17	2	0	0	0	0,00
	90,7%	4,0%	1,3%	4,0%		83,3%	0,0%	0,0%	16,7%		100,0%	0,0%	0,0%	0,0%	
4. Estímulos à oferta de serviços tecnológicos	74	1	0	0	0,00	6	0	0	0	0,00	1	0	1	0	0,30
	98,7%	1,3%	0,0%	0,0%		100,0%	0,0%	0,0%	0,0%		50,0%	0,0%	50,0%	0,0%	
5. Programas de acesso à informação (produção, tecnologia, mercados, etc)	71	2	1	1	0,03	6	0	0	0	0,00	0	0	1	1	0,80
	94,7%	2,7%	1,3%	1,3%		100,0%	0,0%	0,0%	0,0%		0,0%	0,0%	50,0%	50,0%	
6. Linhas de crédito e outras formas de financiamento	45	1	6	23	0,36	3	0	0	3	0,50	2	0	0	0	0,00
	60,0%	1,3%	8,0%	30,7%		50,0%	0,0%	0,0%	50,0%		100,0%	0,0%	0,0%	0,0%	
7. Incentivos fiscais	57	2	1	15	0,22	5	0	1	0	0,10	1	0	0	1	0,50
	76,0%	2,7%	1,3%	20,0%		83,3%	0,0%	16,7%	0,0%		50,0%	0,0%	0,0%	50,0%	
8. Políticas de fundo de aval	73	1	0	1	0,02	5	0	1	0	0,10	2	0	0	0	0,00
	97,3%	1,3%	0,0%	1,3%		83,3%	0,0%	16,7%	0,0%		100,0%	0,0%	0,0%	0,0%	
9. Programas de estímulo ao investimento (venture capital)	71	2	0	2	0,03	6	0	0	0	0,00	2	0	0	0	0,00
	94,7%	2,7%	0,0%	2,7%		100,0%	0,0%	0,0%	0,0%		100,0%	0,0%	0,0%	0,0%	
10. Outras	25	1	1	48	0,65	4	0	0	2	0,33	1	0	0	1	0,50
	33,3%	1,3%	1,3%	64,0%		66,7%	0,0%	0,0%	33,3%		50,0%	0,0%	0,0%	50,0%	

*Índice = (0*Nº Nulas + 0,3*Nº Baixas + 0,6*Nº Médias + Nº Altas) / (Nº Empresas no Segmento)

Fonte: Pesquisa Direta/ Elaboração Própria

6.7- Principais Obstáculos que Limitam o Acesso da Empresa as Fontes de Financiamento

Sabe-se que os empresários solicitam, mais do que qualquer outra linha de apoio, o acesso ao crédito. Mas seus depoimentos vão no sentido de que o acesso é difícil. Dentre as dificuldades apontadas, a principal delas vem dos “...entraves burocráticos para se utilizar as fontes de financiamento existentes”. Essa dificuldade atingiu um índice de relevância de 0,33% entre os micro empresários, 0,50% entre os pequenos e 0,50% entre os médios empresários. Em seguida, o maior obstáculo está relacionado à própria “inexistência de linhas de crédito adequadas às necessidades da empresa”. Para este obstáculo o índice de relevância foi de 0,15% entre os micro, 0,33% entre os pequenos e 0,50% entre os pequenos. Como se pode observar pela Tabela 23 as “exigências de aval/garantias por parte das instituições de financiamento” e os “entraves fiscais que impedem o acesso às fontes oficiais de financiamento” também foram consideradas importantes obstáculos, mas em nível mais baixo de relevância.

6.8 - Instituições e programas de apoio

A preocupação com o turismo religioso em Juazeiro do Norte, tomado como um conjunto de atividades funcionando de forma sistêmica e influenciando no desenvolvimento local, é relativamente recente. Não se tem, ainda, uma idéia clara da trajetória dessa preocupação, mas supõe-se que as principais fontes de preocupação foram oferecidas, até então, pela prefeitura local e pela própria igreja. Para se ter uma idéia, somente nesta última gestão do governo municipal de Juazeiro do Norte, foi criada a Secretaria do Turismo e da Romaria, com foco portanto no fenômeno das Romarias. Os empresários locais, ou comerciantes, também tiveram papel de destaque, mas sem que fosse percebido uma ação coordenada. O governo do Estado, no período recente, vem apoiando explicitamente o Arranjo Produtivo através de ações que envolvem (i) a melhoria das condições físicas do Horto, especialmente

as áreas que abrangem a grande estátua do Padre Cícero e o comércio de imagens e lembranças, e (ii) construção do Centro de Apoio aos Romeiros, que compreende estacionamento, local para alojamento e higienização, local para grandes cerimônias e local para comércio. O Sebrae-Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas, também vem ensaiando em algumas ações, em particular no que corresponde à capacitação dos proprietários e trabalhadores do segmento de Ranchos.

6.9 -Problemas e dificuldades

Qualquer que seja a identificação dos problemas e dificuldades relacionados ao Arranjo Produtivo das Romarias de Juazeiro do Norte ela estará sujeita à relativização, pois os poderes públicos e os observadores desenvolveram uma certa tolerância em relação aos problemas por causa de três fatores: (i) nível social baixo dos romeiros (ii) necessidade da penitência; (iii) e baixa requisição à inovação.

Tendo isso em conta, observou-se os seguintes problemas:

- Conflito entre espaços e interesses sagrados e profanos, envolvendo a Igreja, e suas ordens, os comerciantes informais e as autoridades municipais;
- Impactos ambientais e visuais provocados pelo comércio informal, que se instala nas ruas de qualquer maneira, sem a mínima regularização e controle;
- Falta de um apoio mais efetivo aos romeiros, em termos de disponibilidade de banheiros públicos e água potável;
- Desorganização do trânsito, nos períodos de romarias.
- Precárias condições de conforto aos romeiros, oferecidas pelos “ranchos”.
- Problemas vinculadas a segurança, prostituição, comércio de drogas, nas proximidades dos principais atrativos religiosos, especialmente durante o período de elevado afluxo de visitantes.

Tabela 23 – Obstáculos ao acesso ao crédito

Limitações	Principais obstáculos que limitam o acesso da empresa as fontes externas de financiamento														
	Micro					Pequena					Média				
	Nula	Baixa	Média	Alta	Índice*	Nula	Baixa	Média	Alta	Índice*	Nula	Baixa	Média	Alta	Índice*
1. Inexistência de linhas de crédito adequadas às necessidades da empresa	61	2	4	8	0,15	4	0	0	2	0,33	1	0	0	1	0,50
	81,3%	2,7%	5,3%	10,7%		66,7%	0,0%	0,0%	33,3%		50,0%	0,0%	0,0%	50,0%	
2. Dificuldades ou entraves burocráticos para se utilizar as fontes de financiamento existentes	48	1	3	23	0,33	3	0	0	3	0,50	1	0	0	1	0,50
	64,0%	1,3%	4,0%	30,7%		50,0%	0,0%	0,0%	50,0%		50,0%	0,0%	0,0%	50,0%	
3. Exigência de aval/garantias por parte das instituições de financiamento	51	1	1	22	0,31	6	0	0	0	0,00	2	0	0	0	0,00
	68,0%	1,3%	1,3%	29,3%		100,0%	0,0%	0,0%	0,0%		100,0%	0,0%	0,0%	0,0%	
4. Entraves fiscais que impedem o acesso às fontes oficiais de financiamento	71	0	1	3	0,05	5	0	0	1	0,17	1	0	0	1	0,50
	94,7%	0,0%	1,3%	4,0%		83,3%	0,0%	0,0%	16,7%		50,0%	0,0%	0,0%	50,0%	
5. Outras	50	1	2	22	0,31	6	0	0	0	0,00	2	0	0	0	0,00
	66,7%	1,3%	2,7%	29,3%		100,0%	0,0%	0,0%	0,0%		100,0%	0,0%	0,0%	0,0%	

*Índice = $(0 \cdot N^{\circ} \text{ Nulas} + 0,3 \cdot N^{\circ} \text{ Baixas} + 0,6 \cdot N^{\circ} \text{ Médias} + N^{\circ} \text{ Altas}) / (N^{\circ} \text{ Empresas no Segmento})$

Fonte: Pesquisa Direta/ Elaboração Própria

Tabela 24 – Avaliação de Programas para MPEs

Avaliação dos programas ou ações específicas para o segmento em que atua as MPEs									
Instituição	Micro			Pequena			Média		
	Avaliação Positiva	Avaliação Negativa	Sem elementos para Avaliação	Avaliação Positiva	Avaliação Negativa	Sem elementos para Avaliação	Avaliação Positiva	Avaliação Negativa	Sem elementos para Avaliação
1. Governo Federal	2 2,7%	3 4,0%	70 93,3%	0 0,0%	0 0,0%	6 100,0%	0 0,0%	0 0,0%	2 100,0%
2. Governo Estadual	13 17,3%	4 5,3%	58 77,3%	0 0,0%	0 0,0%	6 100,0%	0 0,0%	0 0,0%	2 100,0%
3. Governo Local/Municipal	17 22,7%	4 5,3%	54 72,0%	0 0,0%	0 0,0%	6 100,0%	0 0,0%	0 0,0%	2 100,0%
4. SEBRAE	9 12,0%	4 5,3%	62 82,7%	0 0,0%	1 16,7%	5 83,3%	1 50,0%	0 0,0%	1 50,0%
5. Outras Instituições	10 13,3%	3 4,0%	62 82,7%	2 33,3%	0 0,0%	4 66,7%	1 50,0%	0 0,0%	1 50,0%

7– PERSPECTIVAS E PROPOSIÇÃO DE POLÍTICAS -

7.1–Problemas e dificuldades

Qualquer que seja a identificação dos problemas e dificuldades relacionados ao Arranjo Produtivo das Romarias de Juazeiro do Norte ela estará sujeita à relativização, pois os poderes públicos e os observadores desenvolveram uma certa tolerância em relação aos problemas por causa de três fatores: (i) nível social baixo dos romeiros (ii) necessidade da penitência; (iii) e baixa requisição à inovação.

Tendo isso em conta, observou-se os seguintes problemas:

- Conflito entre espaços e interesses sagrados e profanos, envolvendo a Igreja, e suas ordens, os comerciantes informais e as autoridades municipais;
- Impactos ambientais e visuais provocados pelo comércio informal, que se instala nas ruas de qualquer maneira, sem a mínima regularização e controle;
- Falta de um apoio mais efetivo aos romeiros, em termos de disponibilidade de banheiros públicos e água potável;
- Desorganização do trânsito, nos períodos de romarias.
- Precárias condições de conforto aos romeiros, oferecidas pelos “ranchos”.
- Problemas vinculadas a segurança, prostituição, comércio de drogas, nas proximidades dos principais atrativos religiosos, especialmente durante o período de elevado afluxo de visitantes.
- Elevado custo de insumos como a energia elétrica, adquirida a preços residenciais, inviabilizando a utilização de recursos de refrigeração nos micro-empresendimentos de hospedagem.
- Falta de investimentos na preservação de parcela do patrimônio histórico da ‘cidade sagrada’.
- Elevada sazonalidade dos fluxos de romeiros, reduzindo drasticamente a geração de receita nos períodos de baixa visitação.

- Inexistência de programas de capacitação administrativa, técnica e regulação sanitária vinculadas a atividade desenvolvida pelos micro-empresendimentos.

7.2 - Propostas de Políticas Públicas

A pesquisa revela a necessidade de atuação do agente público, de forma a dinamizar as atividades produtivas, quer seja melhorando a assistência direta a visitantes, quer seja capacitando o setor produtivo. Assim, faz-se urgente a atuação do agente público através de políticas públicas como:

- Oferta de linhas de crédito destinado aos “ranchos”, para que estes consigam implementar melhorias nas condições físicas e de higiene no interior das instalações.
- Formação e qualificação de mão-de-obra para o segmento das pequenas e médias empresas localizadas nas atividades hoteleira.
- Investimentos em marketing, assim como elaboração de programações alternativas para estimular o turismo religioso na baixa estação.
- Regulação das atividades econômicas desenvolvidas nas proximidades dos espaços sagrados, através de: cadastro, construção de instalações adequadas para atividades comerciais, fiscalização sanitária.
- Desenvolvimento de projetos estruturantes para os entornos dos espaços sagrados como: vias de transporte (projetos já elaborados, porém ainda não implementados); infra-estrutura sanitária.
- Melhoria dos serviços de segurança implementados na alta estação.
- Curso de qualificação técnica para o setor de hotelaria, pousadas e ranchos, nas áreas administrativas, sanitária, produção de alimentos, dentre outras.
- Criação de centros públicos de informações aos visitantes.

As sugestões de políticas públicas, advindas dos diálogos com entrevistados, assim, versam sobre políticas públicas vinculadas a ampliação do dinamismo das atividades produtivas desenvolvidas, bem como as formas de recepção e apoio aos visitantes, como formar de ampliar a atratividade do espaço sagrado em relação a outros destinos religiosos.

8. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ANDRADE, Paulo Fernando Carneiro. **Padre Cícero e o Contexto Eclesial de seu tempo.** Trabalho apresentado ao III Simpósio Internacional sobre o Padre Cícero do Juazeiro: E ...Quem é ele?, Juazeiro do Norte, 2004.

ARAÚJO, Maria de Lourdes de. **A Cidade do Padre Cícero: Trabalho e Fé.** Rio de Janeiro: UFRJ, 2005. 259 p. Tese (Doutorado) – Instituto de Planejamento Urbano e Regional, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2005.

ARRUDA, João. **Padre Cícero: Religião, Política e Sociedade.** Fortaleza: Editora INESP, 2002.

BEOZZO, José Oscar. Padre Cícero nos Textos e Contexto de seu Tempo. . Trabalho apresentado ao **III Simpósio Internacional sobre o Padre Cícero do Juazeiro: E ...Quem é ele?**, Juazeiro do Norte, 2004.

CORDEIRO, M. P. Jacinto; LIMA, Aloisio da Silva. Romarias e Oportunidade Turísticas em Juazeiro do Norte. **Tendências - Cadernos de Ciências Sociais da Universidade Regional do Cariri**, Crato, v.2, n.1, p.75-90, jul.2004.

DIAS, Edna. Evolução do Fenômeno Padre Cícero, peregrinação, turismo religioso, desenvolvimento integral. **Tendências - Cadernos de Ciências Sociais da Universidade Regional do Cariri**, Crato, v.2, n.1, p.91-103, jul.2004.

DELLA CAVA, Ralf. **Milagre em Joazeiro.** 2.ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1985.

GUIMARÃES NETO, Leonardo. **Introdução a Formação Econômica do Nordeste.** Recife: Editora Massangana - Fundação Joaquim Nabuco, 1989.

PAIVA, Olga. **Patrimônio Cultural e Turismo em Juazeiro do Norte.** . Trabalho apresentado ao III Simpósio Internacional sobre o Padre Cícero do Juazeiro: E ...Quem é ele?, Juazeiro do Norte, 2004.

PAZ, Renata Marinho. Cariri, campo fértil da religiosidade popular. **Tendências - Cadernos de Ciências Sociais da Universidade Regional do Cariri**, Crato, v.2, n.1, p.9-27, jul.2004.

REIS, Edilberto Cavalcante. **Padre Cícero, a diocese do Ceará e o processo de romanização.** . Trabalho apresentado ao III Simpósio Internacional sobre o Padre Cícero do Juazeiro: E ...Quem é ele?, Juazeiro do Norte, 2004.

Secretaria do Turismo-Setur (2000), **Romaria de Juazeiro do Norte**, Governo do Estado do Ceará, novembro, Fortaleza.