**TURISMO RELIGIOSO EM SANTANA DO CARIRI: A FÉ COMO FONTE DE DESENVOLVIMENTO DA ECONOMIA LOCAL**

**2022**

**Silvana Nunes de Queiroz [[1]](#footnote-0)**

**Michelli Simplício de Sousa[[2]](#footnote-1)**

**Raniely Felipe dos Santos[[3]](#footnote-2)**

**Antonio José Ferreira Marinho[[4]](#footnote-3)**

**Anderson Oliveira Brito [[5]](#footnote-4)**

**José Eduardo Carvalho Batista de Lima[[6]](#footnote-5)**

**Edson Teixeira da Silva[[7]](#footnote-6)**

**Área Temática**: Trabalho e Cultura

# RESUMO

O presente estudo tem como objetivo destacar a importância do turismo religioso para o crescimento econômico local, bem como conhecer o perfil sociodemográfico e as demandas dos feirantes que trabalham na festividade religiosa em Santana do Cariri. Para tanto, teve-se como principal fonte de informações a pesquisa de campo realizada na cidade supracitada. Os resultados da pesquisa apontam que a maioria dos feirantes/vendedores se declaram do sexo feminino, com idade entre 26 a 35 anos e da raça/cor parda. Quanto à escolaridade, grande parte não está estudando, predominando aqueles com 1° grau incompleto. Ademais, através das entrevistas, constatou-se algumas demandas que este projeto de extensão poderá contribuir (uso do pacote office, minicursos, articular parcerias com diversos órgãos, cálculo do custo de produção e do lucro, uso de redes sociais, página na internet, entre outras) para a expansão das vendas do subsetor do turismo religioso, a partir da geração de trabalho e de renda para a cidade de Santana do Cariri, localizada na região do cariri, a qual chamamos de circuito da fé. Até o envio deste projeto, o mesmo beneficiou 106 pessoas.

**Palavras-chave:** Santana do Cariri . Santuário. Trabalho. Turismo Religioso.

**RELIGIOUS TOURISM IN SANTANA DO CARIRI: FAITH AS A SOURCE OF DEVELOPMENT OF THE LOCAL ECONOMY**

**2022**

# ABSTRACT

The present study aims to highlight the importance of religious tourism for local economic growth, as well as to know the sociodemographic profile and the demands of the stallholders who work in the religious festivity in Santana do Cariri. For that, the main source of information was the field research carried out in the aforementioned city. The results of the survey indicate that the majority of marketers/sellers declare themselves to be female, aged between 26 and 35 years old and of brown race/color. As for schooling, most are not studying, predominantly those with incomplete primary education. In addition, through the interviews, it was verified some demands that this extension project could contribute (use of the office package, short courses, joint partnerships with different bodies, informed of the cost of production and profit, use of social networks, website , among others) for the expansion of sales in the religious tourism subsector, from the generation of work and income for the city of Santana do Cariri, located in the region of cariri, which is a consequence of the circuit of faith. Until the sending of this project, it benefited 106 people.

**Keywords:** Santana do Cariri. Sanctuary. Work. Religious Tourism.

# 1 INTRODUÇÃO

O turismo pode ser designado como um fenômeno de cunho social, capaz de reunir pessoas de variadas culturas e crenças em busca de novas experiências e apreciações, contribuindo com a atividade econômica local e a infraestrutura ao seu redor (ALMEIDA; ENOQUE; JÚNIOR, 2020). Este setor chega a movimentar diversas áreas dentro da economia, seja em nível internacional ou nacional, podendo ser pontuado como uma das principais fontes de circulação de recursos.

Para Pereira et al. (2008), o turismo religioso pode ser compreendido como uma parte do mercado turístico que engloba dois grandes fenômenos sociais que atraem grande movimento: a religião e o turismo. E ainda pontua que podemos encontrar vestígios nas mais antigas formas de expressões religiosas já relatadas, podendo ser ou não ligadas ao cristianismo.

Ademais, o turismo é visto como uma atividade econômica importante do setor de serviços, através da hotelaria, infraestrutura, transporte, produção de bens e serviços. Nas localidades onde há um local sagrado, atrativo tanto para o turista como para os romeiros, como é o caso de , Santana do Cariri, com a Beata Benigna Cardoso, que ao longo do ano de 2022 encontra-se com a construção do seu monumento, atraindo atenções para a pequena cidade, que vem se redesenhando com infraestrutura, comércio e serviços para tal tipo de turismo, visto que esta cidade já é conhecida por outros tipos de turismo, como o arqueológico e o ecológico.

O Projeto Turismo religioso em Barbalha, Crato e Santana do Cariri: A fé como fonte de desenvolvimento da economia local, é vinculado ao Programa Observatório das Migrações do Estado do Ceará (OMEC), cadastrado na Pró-Reitoria de Extensão da URCA, e beneficiou até o presente momento 106 pessoas das comunidades das cidades em estudo, no ano de 2022. Além de estar beneficiando a professora e os discentes, bolsistas e voluntários envolvidos no projeto, com aprendizado/conhecimento. É preciso frisar que esse resumo aborda os resultados da pesquisa de campo em Santana do Cariri.

Com relação a metodologia usada, além da revisão da literatura internacional e nacional relacionada ao tema, teve-se como principal fonte de informações a pesquisa de campo realizada em Santana do Cariri, no mês de julho, no qual foram aplicados 21 questionários.

Assim, o objetivo geral da pesquisa é analisar o perfil sociodemográfico dos feirantes no entorno dos locais de visitação e a partir desse diagnóstico, procurar atender as suas principais demandas para expandir as vendas e aumentar o rendimento.

# Vale ressaltar que além dessa introdução, a segunda seção é o referencial teórico. A terceira apresenta os resultados e discute-os. Por sua vez, a quarta seção apresenta as considerações finais e a quinta, e última, os agradecimentos.

# 2 REFERENCIAL TEÓRICO

Tobon e Tobón (2013) discorrem que o turismo religioso ligado ao cristianismo na Colômbia é facilmente notado, contendo no país 21 locais sagrados ao catolicismo, que atraem pessoas de todo o mundo em busca de conhecê-los, principalmente nos períodos de festas tradicionais e nos fins de semana, sendo o principal destino Boyacá, na região Andina.

Através de Santos (2011), entende-se que o turismo religioso em Portugal é o segundo segmento que mais se desenvolve no país, ficando atrás somente do turismo de negócios, favorecendo o crescimento das economias locais, ao ser a principal fonte de renda de muitas famílias portuguesas. O país abriga um dos maiores destinos para os cristãos católicos do mundo, Fátima, por exemplo, atrai por ano cerca de cinco milhões de visitantes.

As viagens nos âmbitos nacionais e internacionais motivadas pela fé vêm se consolidando como um segmento do mercado turístico, isto é, o turismo religioso. Exemplo dessa grande força é a Jornada Mundial da Juventude (JMJ), encontro de jovens do mundo inteiro com o Papa. A JMJ surgiu em 1984, e se formou um dos maiores eventos do turismo religioso internacional.

No Brasil, o turismo religioso é importante, principalmente quando se trata de expressões religiosas ligadas ao cristianismo, comumente chamada por seus fiéis de romarias a lugares considerados santos. Bernardelli e Michellon (2018) relacionam a religião com alguns modelos de crescimento econômico, bem como o de Solow, colocando os aspectos religiosos como uma variável ativa, a fim de explicar os impactos desta para o crescimento econômico brasileiro. O setor representa, segundo dados do Governo Federal (2021), o equivalente em média anual a 8,1% do Produto Interno Bruto (PIB) brasileiro, podendo ser destacado como uma fonte de geração de empregos, movimentação de capitais e geração de renda.

Mesmo apresentando a predominância de praticantes da religião católica, a religiosidade no Brasil se manifesta com pluralidade, de tal modo que vai desde o catolicismo ao cristianismo evangélico, ao espiritualismo, ou ainda à religiões afro-brasileiras. Esta pluralidade pode ser entendida como uma das consequências que o Brasil teve como privilégio o forte fluxo de imigrantes ao longo do processo de formação da sociedade nacional, que contribui não somente para religiões distintas, mas também para atração de devotos do mundo em direção ao Brasil.

Assim, o turismo religioso brasileiro apresenta-se como um atrativo de destaque em nível internacional, de maneira que consegue movimentar anualmente o equivalente a R$ 15 bilhões na economia nacional, segundo dados do Governo Federal de agosto de 2019 (pré-pandemia). Dentre os benefícios que o setor traz para a economia dessas localidades, podemos destacar o ingresso de empresas voltadas para este setor, como o caso de agências de viagens, companhias aéreas, hotelarias, restaurantes, lojas de artigos religiosos, além de atrativos voltados ao lazer. Esses serviços são responsáveis por forte geração de empregos, somado às consideráveis mudanças no espaço urbano, provenientes do setor da construção civil (ALMEIDA; ENOQUE; JÚNIOR, 2020).

No interior do Ceará, mais precisamente na região do Cariri, sul do estado do Ceará, é característico e recorrente as celebrações voltadas às identidades locais, como é o caso do Padre Cícero, na cidade de Juazeiro do Norte; de Santo Antônio, na cidade de Barbalha; e Nossa Senhora de Fátima, na cidade do Crato, dado que estas duas últimas santidades ganharam recentemente estátuas em suas homenagens, se caracterizando como um investimento direto das autoridades políticas da região e do Estado para o setor. E por último, e não menos importante, podemos citar a construção do santuário da Mártir Benigna, em Santana do Cariri, sob iniciativa do governo do Estado do Ceará;

Os investimentos expostos se caracterizam como preponderantes na promoção do turismo religioso nas cidades citadas e da região como um todo. Tais iniciativas trazem atrativos fortemente valorizados pelos fiéis, vindo a tornar estes locais de  visitação pelos devotos, sobretudo em datas comemorativas, em reverência as santidades aqui pontuadas, acrescentando-se ainda, o fomento e os benefícios trazidos para os comerciantes locais e para a população em geral.

No tocante a área de estudo deste projeto, o turismo religioso ainda é incipiente, principalmente no que se refere ao município de Santana do Cariri, que na literatura acadêmica se encontram poucas pesquisas sobre a relação turismo e religião, mesmo com o crescente movimento de romarias e festividades religiosas na cidade. Pereira e Sampaio (2014, p. 388), apontam que o município “tem marcas religiosas em sua paisagem, seja pela padroeira da cidade, Senhora Santana, ou pela menina Mártir Benigna Cardoso da Silva, na qual é posta como santa e que realiza milagres pela população há mais de 70 anos:”

Segundo Cardoso (2022), em matéria para o site oficial do governo do Estado do Ceará, foi anunciado a aceleração da obra para o turismo religioso em Santana do Cariri, com a construção do Santuário da Menina Benigna, e com a finalização teríamos por completo o circuito de turismo e fé no cariri cearense.

# 3 RESULTADOS E DISCUSSÃO

Ao realizar a pesquisa de campo, foi possível analisar, através de questionários, o perfil sociodemográfico dos feirantes de Santana do Cariri e o ponto de vista sobre as contribuições que este projeto poderá proporcionar aos comerciantes/feirantes. Os resultados com a aplicação de 21 questionários apontam que 71,4% são do sexo feminino e 28,6% do sexo masculino, ratificando os achados no trabalho de Medeiros (2012), sobre as possibilidades do turismo cultural na feira de Currais Novos/RN.

**Tabela 01** - Perfil sociodemográfico dos vendedores/feirantes de Santana do Cariri -CE – 2022

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Entrevistados** | **Abs.** | **%** |
| **21** | **100** |
| **Sexo** |
| Feminino | 15 | 71,4 |
| Masculino | 6 | 28,6 |
| **Faixa etária** |
| Até 25 | 3 | 14,3 |
| 26 a 35 | 6 | 28,6 |
| 36 a 45 | 3 | 14,3 |
| 46 a 50 | 4 | 19,0 |
| Acima de 50 | 4 | 19,0 |
| Não respondeu | 2 | 9,5 |
| **Raça/cor** |
| Branco | 2 | 9,5 |
| Preto | 5 | 23,8 |
| Pardo | 13 | 61,9 |
| Amarelo | 1 | 4,8 |
| Indígena | 0 | 0 |
| Outro | 0 | 0 |
| **Está estudando no momento?** |
| Sim | 3 | 14,3 |
| Não | 18 | 85,7 |
| **Grau de instrução** |
| Ensino fundamental incompleto/Ensino Fundamental completo |  10 | 47,6 |
| Ensino médio incompleto/ensino médio completo | 8 | 38,1 |
| superior completo | 1 | 4,8 |
| Mestrado ou doutorado | 1 | 4,8 |
| Não soube informar | 1 | 4,8 |

**Fonte:** Pesquisa de campo, julho 2022.

Os feirantes/vendedores em Santana do Cariri são pessoas de diversas faixa etária, com destaque para aqueles de 26 a 35 anos (28,6%), e com menor predominância com idade abaixo dos 25 anos (14,3%) e de 36 a 45 anos (14,3%). Esses resultados são correspondentes aos analisados por Domine (2021) , no qual entre os feirantes ambulantes em Varginha(SP), no ano de 2019, a idade mínima era 19 anos e a máxima de 74 anos, mostrando que a inserção nessa atividade acontece no início da vida adulta.

Ainda na Tabela 01, 61,9% das pessoas entrevistadas se identificam como pardo, 23,8% como preto, 9,5% como branco e 4,8% como amarelo. Dessa forma, a maioria se identifica como pardo, dados semelhantes são encontrados no estudo de Queiroz (2013) que trata, dentre outros pontos, sobre a raça/cor dos residentes no Ceará.

Após serem questionados se estão estudando, 85,7% responderam que não e 14,3% que sim. Quanto ao grau de escolaridade, 47,6% têm o ensino fundamental (completo/incompleto), e com ensino médio (completo e incompleto) corresponde a 38,1%, enquanto somente 4,8% tem o superior completo e 4,8% tem mestrado ou doutorado. Além disso, 4,8% não souberam informar. Dados semelhantes são encontrados no estudo de Sousa et.al (2012), no qual a maioria dos feirantes de Conceição de Araguaia-PA declaram ter apenas o ensino fundamental incompleto.

Ao analisar entre os feirantes sobre a importância desse projeto de extensão para o grupo, observamos a necessidade da oferta de cursos e oficinas digitais, visto que dentre os 21 entrevistados, 66,7% relataram o desejo de se profissionalizar no curso do pacote office (Tabela 02). O estudo em questão nos traz a percepção do grande nível de analfabetismo digital. Devido a tecnologia ser uma área que abrange diversos setores, é quase impossível que haja algum setor que não desfrute desses avanços. Assim, Lima e Araújo (2021) apontam a necessidade de incluir a tecnologia no ensino-aprendizagem.

Ademais, o “ Homem” enfrenta dificuldades para ingressar ao mercado de trabalho devido as exigências de cursos profissionalizantes, visto que desde o apogeu da industrialização, as formas de trabalho mudaram e, assim, ampliaram a necessidade das pessoas se adequarem às novas formas de empregabilidade. Com isso, um fato em comum entre os assuntos como Analbetismo versus Analfabetismo Tecnológico, é que no século XXI é imprescindível não só concluir o ensino médio ou superior, mas também dominar de certa maneira ferramentas tecnológicas. Ao considerar tais aspectos, houve um maior número de feirantes entrevistados que demonstraram interesse em ter curso de informática para melhor expandir os negócios através das redes sociais.

**Tabela 02** – Contribuições do projeto de extensão para os vendedores/feirantes – Santana do Cariri - 2022

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Entrevistados** | **Abs.** | **%** |
| **21** | **100** |
| **Oficina para o uso do Word, Excel e Power point** |
| Sim  | 14 |  66,7  |
| Não | 7 |  33,3  |
| **Como calcular o custo de produção e o lucro** |
| Sim  | 15 |  71,4  |
| Não | 6 |  28,6  |
| **Criar redes sociais** |
| Sim  | 13 |  61,9  |
| Não | 8 |  38,1  |
| **Criar uma página/portal/web na internet** |
| Sim  | 13 |  61,9  |
| Não | 8 |  38,1  |
| **Articular parcerias com a prefeitura** |
| Sim  | 15 |  71,4  |
| Não | 6 |  28,6  |
| **Articular parcerias e cursos/oficinas com a URCA** |
| Sim  | 18 |  85,7  |
| Não | 3 |  14,3  |
| **Articular parcerias e cursos/oficinas com a SENAC** |
| Sim  | 17 |  81,0  |
| Não | 4 |  19,0  |
| **Articular parcerias e cursos/oficinas com o SEBRAE** |
| Sim  | 17 |  81,0  |
| Não | 4 |  19,0  |

**Fonte:** Pesquisa de campo, julho 2022.

Como se sabe, o empreendedorismo vai muito além de compra e revenda de produtos, e foi com esta percepção que 71,4% dos feirantes afirmaram que se esse projeto os auxiliasse nos cálculos do custo de produção e lucro seria vantajoso para a venda, tendo em vista que eles não têm completa ciência do real lucro obtido com tal negócio. Embora mais da metade concorde com esses benefícios, 28,6% se encontram relutantes, conformando-se com a situação. Para Lizote e Verdinelli et al. (2015, p.6): “no atual ambiente de mercado, caracterizado pela queda real nas margens de lucros obtidas e por concorrência acirrada, ganha relevância a atenção que deve ser dispensada a uma das estratégias mercadológicas essenciais à precificação.” Assim sendo, é fundamental para o empreendedor aprender as técnicas supracitadas. Porém, sabe-se que é impossível que um empreendimento tenha êxito, caso não organize um plano de negócio, pois se não houver cálculos, não há como saber se obteve lucro ou prejuízo.

Outrossim, o projeto abre espaço para ensinar os vendedores a terem domínio das redes sociais, e como visto, 61,9% dos feirantes têm interesse em aprender a manusear whatsapp, instagram, facebook, dentre outros, como forma de expandir o empreendimento e atrair mais clientes. Segundo o Sebrae (2021), na pesquisa sobre a inserção de pequenos negócios no mundo virtual, sete em cada dez empreendedores já usam o ambiente para divulgação. Assim sendo, o engajamento do projeto impulsiona o aprendizado desses empreendedores e, com isso, espera-se que possam aumentar as vendas e o rendimento.

Quanto à criação de uma página/portal/web na internet, 61,9% desejam ter o seu negócio ampliado/divulgado de maneira global. Segundo Winckler e Pimenta (2002), a web surge como uma solução para os problemas nas comunicações entre pesquisadores/trabalhadores/empresas. Através da página na internet, o trabalho dos artesãos ganhará maior divulgação e, consequentemente, poderá ampliar as vendas e o desenvolvimento no comércio do turismo religioso.

Para os feirantes, articular parcerias com órgãos públicos é de extrema importância para o desenvolvimento das vendas (71,4%). Em cada barraca são oferecidos produtos diferentes e cada vendedor tem o desejo de ofertar um atendimento de qualidade, e através do conjunto de melhorias no entorno do santuário, como arborização, construção de novos banheiros públicos, o turismo religioso poderá expandir as vendas. A criação de parcerias, é apontado por Pinto e Caballos (2006), através da criação de um ambiente propício para o desenvolvimento do empreendedor, em vários nichos e de distintas formas.

Os alunos bolsistas, a professora e pesquisadores voluntários, como medida extensionista foram a Santana do Cariri, no dia 24 de julho de 2022, realizar a pesquisa de campo para coletar os dados, como consta na figura 01, a fim de estudar o perfil e demandas dos comerciantes durante os festejos religiosos na cidade. Além disso, toda equipe do Observatório das Migrações do Estado do Ceará (OMEC) teve a oportunidade de conhecer a história de Benigna, primeira Beata do Ceará, além de ir ao local onde aconteceu o martírio, o santuário dedicado a Beata e visitar o museu da Mártir Benigna.

**Figura 01** – Parte da Equipe de pesquisadores do Observatório das Migrações do Estado do Ceará (OMEC) e Responsável pelo Santuário da Beata Benigna Cardoso em visita de campo – Santana do Cariri



 **Fonte:**Pesquisa de Campo, Julho de 2022.

Os resultados apontam para a crescente relevância do subsetor do turismo, voltado para os monumentos religiosos que são utilizados para gerar trabalho e renda, a fim de possibilitar o desenvolvimento de Santana do Cariri, localizada na região do Cariri, a qual chamamos de circuito da fé.

# 4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

# Através da revisão da literatura e da análise dos dados coletados na pesquisa de campo, constata-se a importância econômica e social do turismo religioso. A Beatificação da menina Benigna atraiu cerca de 50.000 mil fiéis no dia 24 de outubro de 2022, em Crato-CE. Observou-se que no entorno do parque de eventos da cidade, onde foi realizada a solenidade, encontrava-se não somente os barraqueiros, mas também ambulantes com vendas de água, alimentos, lembrancinhas, além da movimentação no aeroporto, hospedagem, meios de transporte, entre outros.

# Dando continuidade a beatificação da menina Benigna, foram realizadas cerimônias em Santana do Cariri (local de nascimento da Beata), no dia 25 de outubro de 2022, com uma procissão em homenagem a Beata, com um percurso entre o seu santuário e a sede da igreja de senhora Santana, que movimentou a cidade em termos econômicos, com a venda de alimentos, lembranças, artefatos religiosos, transporte, além de hospedagem.

 É importante ressaltar que este é um estudo inicial, mas foi possível constatar a importância deste projeto de extensão para os feirantes de Santana do Cariri, através da necessidade de uma profissionalização/capacitação/minicurso para ampliar o seu empreendimento e, consequentemente, as vendas. Mas para essa expansão, não é necessário somente o apoio de órgãos públicos, mas também é fundamental que todos os feirantes se envolvam.

**5 AGRADECIMENTOS**

# Agradecemos ao senhor Carlos Eduardo de Sousa, presidente do Memorial da Mártir Benigna e guia turístico da cidade, que levou a equipe do Observatório das Migrações no Estado do Ceará (OMEC) para apresentar o museu em homenagem à menina Benigna e até o local do martírio. E por fim, ao Fundo Estadual de Combate à Pobreza (FECOP), como também a Fundação Cearense de Apoio ao Desenvolvimento Científico e Tecnológico (FUNCAP) que disponibilizaram as bolsas das estudantes vinculadas a este projeto de extensão.

# REFERÊNCIAS

# ALMEIDA, L. L. S. ENOQUE, A. G. JÚNIOR, A. O.Turismo religioso como fonte de desenvolvimento local: um estudo acerca da produção do espaço urbano a partir da prática turística religiosa. Marketing & Tourism Review, [S. l.], v. 4, n. 2, 2020. DOI: 10.29149/mtr.v4i2.5538.Disponível em: https://revistas.face.ufmg.br/index.php/mtr/article/view/5538. Acesso em: 10 abril 2022.

BERNARDELLI, L. V.; MICHELLON, E. A RELIGIÃO E O CRESCIMENTO ECONÔMICO: UMA ANÁLISE PARA O PARANÁ DE 2000 E 2010. **Revista Paranaense de Desenvolvimento - RPD**, *[S. l.]*, v. 39, n. 134, 2018. Disponível em: https://ipardes.emnuvens.com.br/revistaparanaense/article/view/929. Acesso em: 17 nov. 2022.

CARDOSO, A. **Turismo religioso do Cariri é impulsionado com santuário em homenagem à Menina Benigna. Ceará Governo do Estado**. 2022. Disponível em: https://www.ceara.gov.br/2022/03/27/turismo-religioso-do-cariri-e-impulsionado-com-santuario-em-homenagem-a-menina-benigna/. Acesso em 06 de Maio de 2022.

GOVERNO FEDERAL, **Governo Federal lança Guia de Retomada Econômica do Turismo no Brasil**. 2021. Disponivel em: https://www.gov.br/pt-br/noticias/viagens-e-turismo/2021/11/governo-federal-lanca-guia-de-retomada-economica-do-turismo-no-brasil. Acesso em 04 de março de 2021.

Governo Federal, **Fé movimenta setor turístico no Brasil. 2019**. Disponivel em: https://www.gov.br/pt-br/noticias/viagens-e-turismo/2019/08/fe-movimenta-setor-turistico-no-brasil. Acesso em 04 de out. de 2021.

LIMA, M. F. de; ARAÚJO, J. F. S. de. A utilização das tecnologias de informação e comunicação como recurso didático-pedagógico no processo de ensino e aprendizagem. Revista Educação Pública, v. 21, nº 23, 22 de junho de 2021. Disponível em: <https://educacaopublica.cecierj.edu.br/artigos/21/23/a-utilizacao-das-tecnologias-de-informacao-e-comunicacao-como-recurso-didatico-pedagogico-no-processo-de-ensino-aprendizagem>.

LIZOTE, S. A.; VERDINELLI, M. A.; DO NASCIMENTO, S.; VIEIRA, E. P.; FILIPIN, R. Custos de produção e formação do preço de venda: um estudo do desempenho e orientação empreendedora em pequenas empresas. Anais do Congresso Brasileiro de Custos - ABC, [S. l.], Disponível em: https://anaiscbc.emnuvens.com.br/anais/article/view/3992. Acesso em: 17 nov. 2022.

MEDEIROS, J. C. de. **O turista vai à feira: usos e possibilidades do turismo cultural na feira de Currais Novos/RN**. 2012. 72 p. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação) - Curso de Turismo, Departamento de Ciências Sociais e Humanas, Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Currais Novos, 2012.

PEREIRA, T. M.; COSTA, L.C.; SANTOS, J.R.A.; RIBEIRO, R.P. **Turismo Religioso: análise e tendências** - V Seminário ANPTUR 2008 - V Seminário da Associação Nacional de Pesquisa e Pós-graduação em Turismo.2008. Disponível: <https://www.anptur.org.br/anais/anais/files/5/107.pdf>

PEREIRA, C. E. G.; SAMPAIO, J. de M. **Santana do Cariri em um prato: paisagem, criatividade e cartografia**. In: ENCONTRO CEARENSE DE HISTORIADORES DA EDUCAÇÃO - ECHE, 13.; ENCONTRO NACIONAL DO NÚCLEO DE HISTÓRIA E MEMÓRIA DA EDUCAÇÃO - ENHIME, 3.; SIMPÓSIO NACIONAL DE ESTUDOS CULTURAIS E GEOEDUCACIONAIS - SINECGEO, 3., 25 a 27 set. 2014, Fortaleza (CE). Anais... Fortaleza: IMPRECE, 2014. p. 385-397.

PINTO, J. A. M. CEBALLOS, Z. H. M. **A importância do apoio dos órgãos públicos para o aumento do empreendedorismo**. INIC 2006 - X Encontro Latino-Americano de Iniciação Científica. Paraíba. 2006. Disponível em: <https://www.inicepg.univap.br/cd/INIC_2006/inic/inic/06/INIC0000196ok.pdf>. Acesso em: 11 de nov. de 2022.

# QUEIROZ, S. N. Migrações, retorno e seletividade no mercado de trabalho cearense.

# Tese(Doutorado). Campinas, SP, 2013.

[SANTOS, J. F. O](https://bdigital.ufp.pt/browse?type=author&value=Santos%2C+Jos%C3%A9+Fernando+Oliveira). **Os impactos do turismo religioso: o caso da Semana Santa em Braga**. Dissertação apresentada à Universidade Fernando Pessoa como parte dos requisitos para obtenção do grau de Mestre em Ciências Empresariais. Porto, 2011. Disponível em: <http://hdl.handle.net/10284/2237>.

SEBRAE. **Bug das redes sociais atingiu 70% dos pequenos negócios brasileiros.** Sebrae, 2021. Disponivel em:[https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ufs/ma/noticias/bug-das-redes-sociais-atingiu-70-dos-pequenos-negocios-brasileiros,d15ba8c0a1c5c710VgnVCM100000d701210aRCRD#:~:text=De%20acordo%20com%20pesquisa%20feita%20pelo%20Sebrae%2C%20sete,WhatsApp%2C%2054%25%20via%20Instagram%20e%2051%25%20pelo%20Facebook](https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ufs/ma/noticias/bug-das-redes-sociais-atingiu-70-dos-pequenos-negocios-brasileiros%2Cd15ba8c0a1c5c710VgnVCM100000d701210aRCRD%22%20%5Cl%20%22%3A~%3Atext%3DDe%20acordo%20com%20pesquisa%20feita%20pelo%20Sebrae%2C%20sete%2CWhatsApp%2C%2054%25%20via%20Instagram%20e%2051%25%20pelo%20Facebook). Acesso em: 14 de Novembro de 2022

SOUSA, E. R. M. ; SILVA, M. P. ; TEXEIRA,P.R. ; MEDEIROS, C.L. ; MELO, F.R.. **Análise da Percepção Ambiental e Sanitária dos Feirantes da Feira Central do Município de Conceição do Araguaia - PA**. In: III Congresso Brasileiro de Gestão Ambiental, 2012, Goiânia/GO. ANAIS - CONGRESSOS BRASILEIROS DE GESTÃO AMBIENTAL, 2012. v. 3.

TOBÓN, S. **“Turismo religioso: fenómeno social y económico”,** en Anuario Turismo y Sociedad, vol. xiv, pp. 237-249. (2013).

WINCKLER, M. A.; PIMENTA, M. S. Avaliação de usabilidade de sites web. In: NEDEL, LUCIANA PORCHER (Org.). Escola de Informática SBC Sul (ERI 2002). Porto Alegre, 2002, v.1. Disponível em:<https://www.researchgate.net/profile/Marco-Winckler-3/publication/228816116\_Avaliacao\_de\_usabilidade\_de\_sites\_Web/links/02bfe510a614de7879000000/Avaliacao-de-usabilidade-de-sites-Web.pdf > Acesso em: 28 out. 2022.

**Recebido em 16 de dezembro de 2022**

**Aceito em 29 de setembro de 2023**

1. Professora, Doutora, Universidade Regional do Cariri - URCA, Economia, Ciências Econômicas, coordenadora do Programa Observatório das Migrações do Estado do Ceará. E-mail: silvana.queiroz@urca.br [↑](#footnote-ref-0)
2. Estudante, Universidade Regional do Cariri – URCA, Ciências Econômicas, bolsista. E-mail: michelli.simplicio@urca.br [↑](#footnote-ref-1)
3. Estudante, Universidade Regional do Cariri – URCA, Ciências Econômicas, bolsista. E-mail:. ranielu.felipe@urca.br [↑](#footnote-ref-2)
4. Estudante, Universidade Regional do Cariri – URCA, Ciências Econômicas, voluntário. E-mail: antonio.ferreira@urca.br [↑](#footnote-ref-3)
5. Estudante, Universidade Regional do Cariri – URCA, Ciências Econômicas, voluntário. E-mail: edson.silva@urca.br [↑](#footnote-ref-4)
6. Estudante, Universidade Regional do Cariri – URCA, Ciências Econômicas, voluntário. E-mail: joseeduardo.6928@urca.br [↑](#footnote-ref-5)
7. Estudante, Universidade Regional do Cariri – URCA, Ciências Econômicas, voluntário. E-mail: anderson.oliveira@urca.br [↑](#footnote-ref-6)