

## INFLUÊNCIAS E SIGNIFICADOS DA FESTA DE SÃO FRANCISCO DAS CHAGAS NO COMÉRCIO VAREJISTA E NA COTIDIANIDADE DA POPULAÇÃO DE CANINDÉ-CE

**Francisco John Lennon Alves Paixão Lima**

Universidade Estadual de Maringá, Departamento de Pós-Graduação em Geografia, Maringá, PR, Brasil  
[johnlima\\_ce@yahoo.com.br](mailto:johnlima_ce@yahoo.com.br)

**Maria das Graças de Lima**

Universidade Estadual de Maringá, Departamento de Graduação e de Pós-Graduação em Geografia, Maringá, PR, Brasil  
[mglima@uem.br](mailto:mglima@uem.br)

*Recebido em: 03/05/16; Aceito em: 14/12/16*

### RESUMO

O presente artigo analisa as influências e os significados da festa de São Francisco das Chagas no comércio varejista e na vida dos moradores da cidade de Canindé-CE. Para tal, foi aplicado questionário com a população e realizado entrevista com representantes da Basílica de São Francisco das Chagas e da Prefeitura Municipal. Foi também realizado trabalho de campo em 2014 (no período das festividades do padroeiro) e em março de 2015. Realizou-se ainda pesquisa bibliográfica em livros, jornais e sites específicos, como IBGE e IPECE. A crença no santo promove um movimento periódico de romeiros à Canindé e se caracteriza enquanto movimento cosmogônico. Os resultados apontam uma interdependência sacro-profana vivenciada pela população da cidade, que vê a festa do padroeiro como uma forma de geração de renda, de satisfação espiritual e identidade cultural: devoção no santo, aquecimento da economia local e pertencimento. Apesar da importância religiosa e econômica da festa, ainda é pouco o que resulta para a cidade: há necessidade de maior investimento em infraestrutura dedicada ao romeiro, bem como a satisfação de sua população. Apesar disso, a infraestrutura dedicada à comercialização de produtos que expressam a religiosidade no padroeiro, assim como aquela aos romeiros, apresenta notório crescimento.

**Palavras-chave:** Festa religiosa; Geografia Cultural; Metamorfose da população; Santuário de Canindé-CE.

### INFLUENCES AND MEANINGS OF SÃO FRANCISCO DAS CHAGAS'S PARTY IN THE RETAIL TRADE AND IN THE EVERYDAYNESS OF THE POPULATION OF CANINDÉ-CE

### ABSTRACT

This article examines the influences and the meanings of São Francisco das Chagas's party in the retail trade and in the lives of residents of the city of Canindé-CE. For such it was applied questionnaires to the population and conducted interviews with representatives of the "Basílica de São Francisco das Chagas" and of the City Hall. It was also carried out field work in 2014 (in period of the patron festivities) and in March 2015. It was held even bibliographical research in books, newspapers and specific sites, such as IBGE and IPECE. The belief in the holiness promotes a periodic movement of pilgrims to Canindé and it is characterized as cosmogonic movement. The results indicate a sacral-profane interdependence experienced by the population of the city, which sees the feast of the patron as a form of income generation, spiritual satisfaction and cultural identity: devotion in the holiness, heating up the local economy and belonging. Despite the religious and economic importance of the party, is still not much what resulting to the city: there is need for greater investment in infrastructure dedicated to the pilgrim and also to the satisfaction of its population. Nevertheless, the infrastructure dedicated to the commercialization of products that express the religiosity in patron, as well to pilgrims, shows remarkable growth.

**Keywords:** Religious festival; Cultural geography; Metamorphosis of the population; Sanctuary of Canindé-CE.

## INTRODUÇÃO

O presente artigo possui como arcabouço teórico estudos da Geografia Cultural e da Geografia da Religião. A pesquisa se deu em 2014 e 2015 na cidade de Canindé, no estado do Ceará, cidade esta que possui como principal expoente interno e externo, do ponto de vista qualitativo, o Santuário de São Francisco das Chagas. A tentativa foi de produzir um trabalho impar que pudesse colaborar, dentro da produção científica geográfica, com a problematização acerca da relação economia — religião naquele espaço, temática ainda pouco explorada no Brasil por decorrência de vários aspectos, se comparada a outras áreas do conhecimento geográfico.

Segundo Rosendahl (2014), a produção bibliográfica da Geografia das Religiões tem enfatizado até então a perspectiva cultural, priorizando os temas religiosos. Todavia, e como influência marxista, se faz necessário abordar aspectos como o econômico, o político e as características do lugar. Baseado nisso, buscou-se estudar o surgimento do Santuário e analisar a relação entre a festa de São Francisco das Chagas de Canindé-CE, o comércio local (em especial, o varejista) e os reflexos dessa festividade na vida da população canindeense. Em outras palavras, trata-se das influências e dos significados da festa no comércio e na vida da população da referida cidade. Os primeiros contatos evidenciaram tal influência como propulsora de uma dinamização particular capaz de alterar o dia a dia de cada morador do local: desde o simples ato de ir ao mercado fazer a chamada “feira do mês” à disposição e transformação de alguns daqueles moradores não comerciantes em comerciantes, algo que será melhor detalhado adiante.

A fim de facilitar o entendimento do leitor, deixa-se claro que todos os envolvidos na pesquisa são moradores de Canindé-CE. Assim, para os dois grupos que participaram da pesquisa, assumiu-se tratamento específico: aos comerciantes da cidade será adotado o termo morador comerciante e aos não comerciantes, enquanto função oficial, o termo morador não comerciante. Quando tratado de ambos, adotar-se-á o termo população, por ser mais representativo.

A partir das obras de Carl O. Sauer, Yi-Fu Tuan, Mircea Eliade, Maria Cecília França, Zeny Rosendahl, Otávio J. L. Costa e de outras diversas leituras sobre o tema, quando das atribuições desta pesquisa, percebeu-se que o estudo e a compreensão de realidades no contexto religioso tornam-se insuficientes quando tratadas unicamente por uma interpretação teórica, principalmente se a leitura for economicista: tratado como comércio, comércio é capitalista e tratado como alienação, manutenção do modo de produção. Entretanto, como nos lembra França (1975) e Rosendahl (1999), o pensamento do homem religioso perpassa essa lógica econômica e espacial e aponta a satisfação espiritual como principal razão das peregrinações e manifestos populares religiosos, o que deve ser somada a busca pelas comemorações festivas.

Celebrada anualmente durante dez dias, do final do mês de setembro ao dia quatro do mês de outubro, dia de São Francisco das Chagas, a festa do santo padroeiro de Canindé reúne milhares de pessoas (romeiros, turistas, estudiosos, camelôs, comerciantes, religiosos) advindas de diversas cidades e estados, além daquelas de origem internacional, motivadas em especial por questões acadêmicas.

Em 2014, as festividades ocorreram do dia 09 a 19 de Outubro devido ao “choque” de datas com as eleições presidenciais daquele ano, mas mantiveram-se tradicionalmente em seus 10 dias. Segundo funcionários do santuário e da prefeitura local (2014), para muitos canindeenses a festa representa um complemento de renda, principalmente ao comércio e ao setor ambulante. Porém, além deste significado econômico, a festa promove a exaltação de signos que renovam o sentimento de pertencimento e de identidade da população àquele espaço, enquanto ato cosmogônico, ou seja, de repetição da obra exemplar de criação/sacralização do espaço/mundo pelos deuses (ELIADE, 1992), perpetrando que o simples ato de pisar na “terra sagrada” promova a satisfação espiritual no devoto.

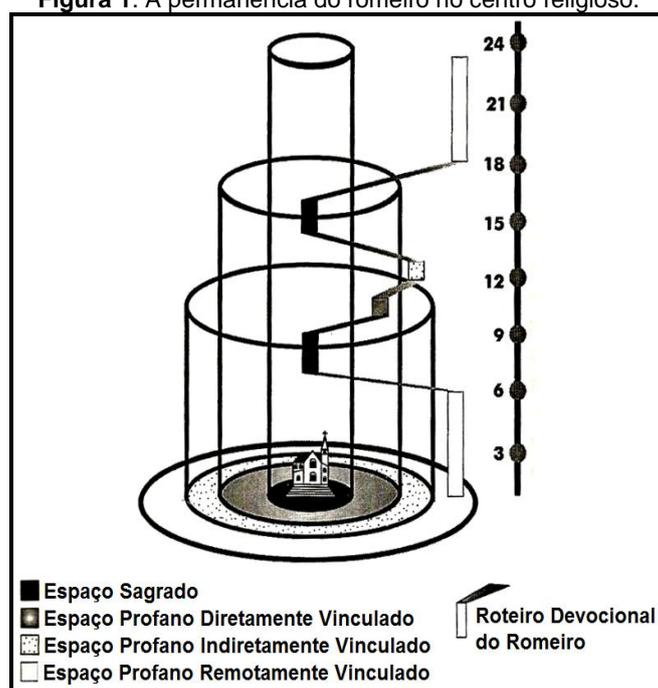
Como uma cidade santuário, Canindé possui uma fisionomia própria derivada da repetição habitual de uma série de atividades religiosas como as festas, os ritos, o roteiro devocional e as peregrinações ao santuário, de acordo com Rosendahl (1997). Essa conjuntura, centrada na satisfação espiritual do homem religioso, atua como propulsora do comércio local que acaba

por se enquadrar estrategicamente às necessidades do romeiro, com o objetivo de maximizar o lucro e atendê-lo, de algum modo.

Referenciada na Geografia Cultural, a pesquisa se desenvolveu a partir de pesquisa bibliográfica: livros, textos, artigos, sites de instituições específicas como o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) e o Instituto de Pesquisa e Estratégia Econômica do Ceará (IPECE), dentre outras; aplicação de questionários com moradores comerciantes e moradores não comerciantes de Canindé, bem como por meio de pesquisa exploratória, baseada nos estudos de Gil (2008) e de entrevistas com funcionários do santuário e da prefeitura.

De acordo com Eliade (1992), o Sagrado está relacionado a algo além deste mundo, enquanto que o Profano alude aquilo que não é religioso, correspondendo assim às práticas "mundanas", na linguagem dos dias atuais, em tudo aquilo que se encontra desprendido de sacralidade. A sacralidade e a profanidade do homem apresentam-se, portanto, como estados tempo-espaciais, reflexos de ações e de situações: em um momento se está numa situação sacra, quando inserido no espaço sagrado e/ou no contexto de sacralidade e em outro numa situação profana, quando do espaço profano se vivencia tal profanidade. Um não exclui o outro. A busca dessa sacralidade se constitui em um aproximar-se do ser divino, que no caso de Canindé seria o próprio padroeiro e se apresenta como um movimento cíclico de renovação simbólica e espiritual, representada aqui pela festa em questão e pela romaria, mas também de afirmação do espaço sagrado enquanto centro do mundo, na perspectiva de Eliade (1992). É o que mostra igualmente Rosendahl (1997, p.138) através do gráfico "a permanência do romeiro no centro religioso" (Figura 1), onde a sacralidade e a profanidade são apontadas numa relação tempo-espço.

Figura 1. A permanência do romeiro no centro religioso.



Fonte: Organizado por ROSENDAHL (1997); baseado em PRED (1989) e RINSCHÉDE (1985); Modificado por LIMA (2015).

De acordo com o referido gráfico, em cada tempo-espço há uma atividade diferente dirigida ao romeiro, assim como um significado próprio: desde o espaço destinado a realização de promessas e orações àquele para compra de lanches e/ou artigos diversos, como as "barraquinhas de esquina". Entretanto, sempre há o predomínio da perspectiva religiosa, "[...] mesmo na hora do comércio e do lazer que o devoto exerce no espaço profano" (ROSENDAHL, 1997, p. 139).

Das obras e textos utilizados ao desenvolvimento das atribuições e dos objetivos da pesquisa, o livro "O sagrado e o Profano: a essência das religiões", de Mircea Eliade (1992), alimentou discussão acerca das religiões e suas estruturas, do sagrado e do profano, da cosmogonia como ato primordial de criação do mundo (espaço), dentre outras. Estreitando o diálogo com a Geografia Cultural, já amadurecida nos Estados Unidos e em países europeus, a coleção "Geografia Cultural", de organização de Roberto Lobato Corrêa e Zeny Rosendahl pela Universidade Estadual do Rio de Janeiro - UERJ, publicou uma série de textos e obras de autores de várias nacionalidades, dos clássicos aos mais atuais, dedicadas ao estudo da Geografia Cultural. O livro "Pequenos centros paulistas de função religiosa", de Maria Cecília França (1975), reconstituiu o conceito de cidade de função religiosa e estudou a dinâmica de três pequenos centros tradicionais de peregrinação no estado de São Paulo: Iguape, Pirapora do Bom Jesus e Bom Jesus dos Perdões, contribuindo para a identificação da religiosidade de Canindé. A obra "Espaço e Lugar", de Yi-Fu Tuan (1983), traz uma discussão sobre a experiência que o homem tem de seu mundo relacionada ao conceito de Lugar, um espaço seguro e íntimo dotado de determinados valores (TUAN, 1983); em texto como "A morfologia da paisagem", de Carl Ortwin Sauer (2012) — texto publicado originalmente em inglês em 1925 na revista *Publication in Geography*, Universidade da Califórnia, traduzido ao Português por Gabrielle Corrêa e revisado por Roberto Lobato Corrêa em 2012 — especialmente pela abordagem dos temas cultura, área cultural, paisagem cultural e história da cultura, importante no processo de desenvolvimento da Geografia Cultural e de seu entendimento; "Espaço, Cultura e Religião: dimensões de análise", de Zeny Rosendahl (2014), particularmente quando da dimensão econômica do sagrado e do profano; além de artigos sobre a cidade de Canindé como o de Otavio José Lemos Costa (2009) denominado "Sertões de Canindé: uma interpretação Geossimbólica da Paisagem", que discute o aspecto simbólico da paisagem cultural como um "conjunto de valores que foi atribuído subjetivamente por aqueles que fazem parte de seu entorno" (COSTA, 2009, p. 49); além de outros estudos.

É importante deixar claro que esta pesquisa paira num entendimento da dinâmica estabelecida na cidade de Canindé fruto da relação padroeiro, população e comércio e que sua problematização crítica ajudará no sanar de possíveis intempéries à manutenção desta que se configura como a principal fonte de renda e de manifestação cultural da cidade, que é a festa de São Francisco das Chagas. Portanto, buscou-se uma reflexão dessa conjuntura, de sua importância na vida material e espiritual da população da cidade e na forma como esta a encara em seu cotidiano, verificando possíveis efeitos e reflexos e o que pode ou não colaborar ao desenvolvimento de Canindé em seus aspectos culturais e econômicos.

Um caminho, portanto, foi trilhado nesta análise à conquista desse conhecimento, sendo iniciado exatamente com o estudo da origem do município e do culto à São Francisco das Chagas, dados essenciais que comprovam o que a própria população da cidade expressou nas entrevistas e questionários durante a pesquisa de campo, relacionando a gênese da cidade à fé no padroeiro.

De forma geral, para os entrevistados, os significados atrelados ao padroeiro e a própria cidade centram-se: na devoção no santo, na representatividade da cidade perante o mundo mediante São Francisco, na economia gerada pela festividade do padroeiro, como sustento de muitas famílias, no sentimento de identidade promulgado pela tradição familiar e, principalmente, pelos moradores antigos da cidade, na sensação de tranquilidade e segurança presente em Canindé, especialmente em comparação à capital do estado, Fortaleza, na satisfação espiritual e material representada e provinda da devoção romeira e pelo espírito solidário da própria população. Por trás desses significados há também o interesse político que, em muitos casos, é imperceptível aos olhos dos moradores da cidade, mas atuante mediando, junto ao poder religioso local, as relações econômicas, políticas e sociais daquele espaço.

## **CARACTERIZAÇÃO DA CIDADE E DO SANTUÁRIO**

A cidade de Canindé (Figura 2) situa-se a 120 km de Fortaleza, capital do estado do Ceará. Segundo estimativa do IBGE/DPE/COPIS (2010) para o ano de 2014, Canindé possui 76.724 mil habitantes numa área correspondente a 3.218 km<sup>2</sup>, aproximadamente 24 hab/km<sup>2</sup>. A taxa de



ser acumulado e concentrado nas mãos de um grupo de administradores do sagrado" (ROSENDAHL, 2014, p. 190), sendo este um instrumento de poder e de estratégia perpetuado ao capitalismo global. Obviamente, outra grande parte dessa pujança vem do comércio varejista, do turismo religioso e da indústria, sendo esta última menos relevante, e, inclusive, estão ligadas direta ou indiretamente ao fator festivo religioso do santuário.

Esse capital religioso pode ser entendido também como ideológico, um conhecimento a mais que serve como controle da atividade religiosa, se comparado àqueles que apenas participam do ato religioso em si sem necessariamente estar vinculados à preparação da atividade religiosa.

### **O ROMEIRO NOS TRAJETOS ATÉ CANINDÉ-CE**

O período da festa corresponde ao momento de maior fluxo de romeiros à cidade, o que não significa cessamento do movimento nos outros meses do ano, mas sim uma redução significativa em número de romeiros. Na ocasião da festa, de acordo com os questionários, os devotos chegam aos milhares — segundo o jornal *Diário do Nordeste* (2014), o santuário contabilizou cerca de 800 mil pessoas na cidade de Canindé, 20% a menos do que o esperado (1 milhão de devotos) — vindos de diversas localidades à realização de suas atividades religiosas. Neste período, os devotos dedicam-se à sua fé, aos pedidos ou agradecimentos de graças que aliviem suas vidas cotidianas. Como consequência, há um aumento considerável no número de pessoas na cidade, alterando elementos do cotidiano dos moradores, como trânsito e transporte; promove o "aquecimento" dos hotéis e das pousadas, sobretudo dos setores de comércio e serviços e da população que se integra àquela dinâmica: montagem de barracas de venda de comidas, bebidas e artigos religiosos, aluguel de casas, banheiros, dentre outros.

A condição de romeiro — os termos romeiro e peregrino nesta dissertação assumem o mesmo sentido: pessoa que se desloca motivada por atividades religiosas — e de devoto de São Francisco das Chagas, segundo a prefeitura e a população de Canindé, paira principalmente na questão econômica do indivíduo, no alcançar de suas promessas e no exemplo de vida deixado pelo santo.

A maioria dos devotos que vai a Canindé utiliza, em geral, "pau de arara", ônibus (opção mais confortável), motos ou vai caminhando, numa referência à vida de São Francisco, de simplicidade e humildade, implicando inclusive na utilização de vestimenta apropriada (Figura 3) num ato de "dedicação ao santo" (proteção, coragem).

**Figura 3.** Vestimentas usadas por devotos de São Francisco das Chagas.



Fonte: SANTUARIODECANINDE.COM (2015).

O despojamento somado às demais características do romeiro integram a paisagem natural do sertão cearense: a vegetação bela e tortuosa da caatinga, apesar do semiárido, somada aos

marcos obituários às margens das rodovias, as casas simples e espaçadas distribuídas pelo sertão e as romarias e motorromarias criam uma paisagem simbólica e cultural (Figura 4), de característica específica naquela região capaz de identificá-lo (o devoto) como um importante agente modelador do espaço (ROSENDAHL, 1997), direta ou indiretamente. Diretamente através dos movimentos de adoração ao santo, como pelas novenas ou romarias, pelo hasteamento de fitinhas em locais estratégicos, como na Estátua de São Francisco das Chagas, pela exposição de quadros do santo na entrada das casas, pelas vestis características, dentre outros; indiretamente pelo comércio ambulante que abarrotas as ruas da cidade de imagens e de outros artigos religiosos, pelo aumento intensivo do trânsito no período das festividades, dentre outros.

**Figura 4.** Paisagem cultural nas imediações de Canindé-CE



Fonte: LIMA (2014); ARATUBAONLINE.COM (2015).

Segundo Santos (1988), a paisagem consiste no domínio do visível, naquilo que nossa visão alcança ou abarca, sendo composta não só de volume, mas também de cores, odores, movimentos, sons, dentre outras características. Sua dimensão paira na percepção, naquilo que chega aos sentidos. Contudo, a paisagem vai além do visível, são estruturas complexas ou, como nos fala Monbeig (1957), resulta do complexo geográfico; é o ponto de partida, mas

não um fim. Na pesquisa em que a paisagem é o objeto de estudo ou está inserida no estudo, cabe utilizar os sentidos como ferramenta de apreensão, como nos mostra Santos (1988), principalmente a visão. Entretanto, segundo Monbeig (1957), o estudo da paisagem não se limita apenas ao visível ou concreto: ao geógrafo cabe saber olhar, mas com um olhar geográfico percebendo aquilo que vai além da visão:

O complexo se exprime antes de tudo na paisagem, a qual, formada uma e indissociável pelos elementos naturais e pelos trabalhos dos homens, é a representação concreta do complexo geográfico. Por essa razão, o estudo da paisagem constitui a essência da pesquisa geográfica. Mas é absolutamente indispensável que o geógrafo não se limite a análise do cenário, à apreensão do concreto. A paisagem não exterioriza todos os elementos constituintes do complexo. Nem sempre nela se encontrarão expressos com clareza os modos de pensar, as estruturas financeiras, que são, entretanto, parcelas apreciáveis do complexo geográfico. Outro perigo – a limitação do campo de estudo à paisagem ameaça levar o pesquisador ao recurso exclusivo da descrição (MONBEIG, 1957, p.11).

Assim, a paisagem dos sertões de Canindé, de acordo com Costa (2009), acarreta consigo um complexo universo simbólico fruto da presença da romaria que pode ser interpretada como um "[...] ato que ultrapassa a necessidade de dominar as adversidades da natureza, mas também a necessidade de dominar o meio sobrenatural" (COSTA, 2009, p. 4). Esse universo simbólico, como nos mostra Monbeig (1957), vai além do cenário apresentado a todos: compõe a devoção do romeiro no percurso muitas vezes sofrível até a cidade, a dificuldade econômica do sertanejo que, quando não por escolha e devoção, faz o trajeto a pé; a problemática da seca, a busca por satisfação espiritual, dentre outros. Contudo, o desejo de ir até a cidade e de fazer a romaria vai além da necessidade espiritual – apesar desta ser o principal motivo (ROSENDAHL, 1997) – compõe um conjunto de atividades atrativas turísticas que vai da festa em si, do ato festivo, da reunião com os amigos, parentes e moradores de Canindé, o que inclui bebidas, comidas e outras atividades, à questão econômica e comercial, do comprar lembranças, fitinhas e outros, assim como pela atividade da venda como sustento familiar. Toda essa conjuntura imprime marcas específicas naquele espaço, atribuindo-lhe características próprias, entendidas como atributos de territorialidade. Porquanto, não há como negar a primazia franciscana sobre aquela região, principalmente nos últimos seis meses do ano, quando o movimento de romeiros à cidade é intensificado, ao menos no aspecto cultural.

## **METODOLOGIA**

A pesquisa utilizou a intervenção direta com moradores comerciantes e não comerciantes da cidade de Canindé, a partir de aplicação de questionários e de entrevistas, para a obtenção de dados que mostrassem o envolvimento das atividades do sagrado pelo santuário de São Francisco das Chagas na cotidianidade dessa população. Não se tratou apenas de um levantamento das influências religiosas existentes, do ponto de vista espiritual, mas também de questões econômicas e culturais, frutos dessa relação. Já de forma inicial, foram realizadas pesquisa bibliográfica e pesquisa exploratória, auxiliadas pelo uso de máquina fotográfica, prancheta e gravador, seguindo-se então com a aplicação dos questionários mencionados. Num outro momento, foram coletados dados quantitativos e qualitativos com algumas instituições presentes na cidade como a igreja (representada pelo Santuário de São Francisco das Chagas) e a prefeitura local. Pesquisou-se também em sites específicos, como IPECE e IBGE, e em jornais digitais.

A razão da inicialização da pesquisa prática, mas também teórica, pela pesquisa exploratória, está no fato desta ajudar a construir uma visão mais geral sobre o objeto de pesquisa e a desconstruir imagens preestabelecidas sobre determinados pontos, tornando assim o problema mais claro e passível de investigação sistematizada, de acordo com GIL (2008). Trata-se, portanto, de uma pesquisa prévia sobre o objeto de pesquisa, um primeiro olhar sobre o problema.

Detalhando essa questão, realizou-se um levantamento do quadro quantitativo de comércios varejistas da cidade, que corresponde a 1.487 estabelecimentos (IPECE, 2014); fez-se o reconhecimento prático e religioso da área de estudo e entrevistas prévias com os moradores comerciantes e não comerciantes, bem como com funcionários do santuário e da prefeitura local. Após esse momento, com a problematização do que foi colhido, somada à pesquisa bibliográfica, foram aplicados os questionários e realizadas novas entrevistas no intuito de aprofundar o tema.

No que se refere aos questionários, sua confecção se deu seguindo sugestões de Gil (2008), especialmente sobre a determinação da amostragem, e a elaboração das questões pautou-se em Marangoni (2005). Como exemplificação das questões abordadas, podemos mencionar: as atividades da população, sobretudo durante as festividades do padroeiro; as explicações para o deslocamento de devotos e turistas até Canindé todo ano; o significado da festa e das romarias para os moradores comerciantes e não comerciantes; os impactos da festa no comércio local; a relação de pertencimento e identidade dos devotos com a cidade e o santo padroeiro, dentre outras.

### DETERMINAÇÃO DO UNIVERSO DE AMOSTRAGEM

Para mensurar o universo de amostragem, foi utilizado o método de "pesquisa social" – quantidade de questionários por número de habitantes – através do cálculo de amostragem para populações finitas. De acordo com Gil (2008), quando não é possível afirmar a quantidade da porcentagem com o qual o fenômeno se verifica ( $p$ ), o valor de  $p$  é o seu máximo (50), assim o erro máximo permitido é de 9%, portanto  $e^2$  é igual a 81. Já a porcentagem complementar é dada por  $100 - p$  e o nível de confiança escolhido e aceito é de 95% (correspondendo a dois desvios). Sendo assim, segundo Gil (2008, p.116), para uma população pesquisada de até 100.000 habitantes, caso de Canindé, a fórmula para o cálculo do tamanho da amostra é a seguinte (Figura 5):

Figura 5. Cálculo de amostragem para populações finitas

$$n = \frac{\sigma^2 p \cdot q \cdot N}{e^2 (N - 1) + \sigma^2 p \cdot q}$$

onde:  $n$  = Tamanho da amostra  
 $\sigma^2$  = Nível de confiança escolhido, expresso em número de desvios-padrão  
 $p$  = Porcentagem com a qual o fenômeno se verifica  
 $q$  = Porcentagem complementar  
 $N$  = Tamanho da população  
 $e^2$  = Erro máximo permitido

Fonte: GIL (2008, p.116)

O tamanho da população alvo da pesquisa foi de 76.724 mil habitantes, que corresponde à população absoluta de Canindé estimada para 2014 (IBGE, censo 2010). Teve-se então, seguindo a referida fórmula:

$$n = \frac{2^2 \cdot 50 \cdot 50 \cdot 76.724}{9^2 (76.724 - 1) + 2^2 \cdot 50 \cdot 50} = \frac{767.240.000}{6.224.563} = 123,26$$

O quantitativo de aplicações foi, portanto, de cento e vinte e três (123) questionários, aplicados de forma a contemplar todos os segmentos desta pesquisa: moradores comerciantes com 70% dos questionários e 30% com os moradores não comerciantes da cidade, devotos ou não.

### A GEOGRAFIA CULTURAL E A CONJECTURA DA RELIGIÃO NA GEOGRAFIA

De forma muito peculiar, a Geografia Cultural se desenvolveu no século XIX, na Geografia europeia, época em que já havia a abordagem e leitura da dimensão cultural (CORRÊA; ROSENDAHL, 2014), vertente anglo-saxônica. Podemos exemplificar isso em Vidal de La Blache com o seu "Gênero de Vida" ou em Friedrich Ratzel com seu "Espaço Vital" onde, segundo Sauer (2014), apesar de o terem convertido em o "grande ambientalista", seus seguidores desconsideraram seus estudos culturais sobre, por exemplo, mobilidade populacional, condições de assentamento humano e difusão da cultura pela comunicação. Um exemplo da produção de Ratzel abordando a Cultura é o livro "Antropogeografia", publicado em 1882. Este introduziu pela primeira vez o termo cultura na geografia alemã, "obra em que analisou os fundamentos culturais da diversidade das repartições dos homens e das civilizações, adotando encaminhamento ora etnográfico, ora político" (ZANATTA, 2007, p. 226).

A Geografia Cultural somente obteve identidade própria quando organizada na escola de Berkeley, nos Estados Unidos, com base nas obras de Carl O. Sauer e de seus discípulos. Das obras de Sauer, a principal fora "A morfologia da paisagem", publicada originalmente em 1925. Essa obra concedeu os atributos necessários e essenciais ao estudo da cultura na Geografia da época, construindo conceitos e agregando seguidores (CORRÊA; ROSENDAHL, 2014). Tais atributos consistiam basicamente na valorização do historicismo, ou seja, o estudo pautava-se nas informações e nos dados existentes até onde os documentos permitiam, na ênfase ao passado em detrimento do presente com foco principal nas comunidades tradicionais, estudando as sucessões de culturas que se estabeleceram no tempo e num determinado espaço e na diversidade cultural (CORRÊA; ROSENDAHL, 2014). No texto "Geografia Cultural" de Sauer (2014) é apresentada uma concepção de Geografia Cultural que envolve:

[...] um programa que está integrado com o objetivo geral da geografia, isto é, um entendimento da diferenciação da Terra em áreas. [...] observação direta de campo baseada na técnica de análise morfológica desenvolvida em primeiro lugar na geografia física. Seu método é evolutivo, especificamente histórico até onde a documentação permite e, por conseguinte, trata de determinar as sucessões de cultura que ocorreram numa área. [...] Seus objetivos imediatos são dados pela descrição explicativa dos fatos de ocupação da área considerada. Os problemas principais da geografia cultural consistirão no descobrimento do conteúdo e significado dos agregados geográficos que reconhecemos, de forma imprecisa, como áreas culturais, em estabelecer quais são as etapas normais de seu desenvolvimento, em investigar as fases de apogeu e de decadência e, desta forma, alcançar um conhecimento mais preciso da relação da cultura e dos recursos que são postos à sua disposição (SAUER, 2014, p. 25).

As críticas às ideias de Sauer foram surgindo e a escola de Berkeley deixando de ser a grande referência ou polo no estudo da Geografia Cultural no mundo (CORRÊA; ROSENDAHL, 2014), abrindo espaço para outras abordagens, como a francesa, de certa forma "requeitada". Contudo, no Brasil, as dificuldades encontradas por essa influência americana já existia desde a década de 1960. Confundida com a Geografia Quantitativa, foi duramente criticada por uma nova tendência que também entrava na conjuntura brasileira (a marxista). E assim, com dificuldades para entrar nos estudos acadêmicos ou práticas dos geógrafos nas décadas de 1970 e 1980, a Geografia Cultural Saueriana, por meio de Reformas Curriculares, retorna com mais força na década de 1990, o que talvez até explique muitos equívocos de suas leituras.

A partir de então e com diversas influências (meados da década de 1990), a Geografia Cultural "ganhou fôlego" no Brasil: de um lado a tradição saueriana e do legado vidaliano e do outro a influência de filosofias como a do significado, da fenomenologia e do denominado materialismo cultural de Raymond Williams (ROSENDAHL; CORRÊA, 2014).

O conceito de cultura enquanto visão supraorgânica fora atualizada às características do período (meados de 1990). O fato é que a participação das comunidades menos favorecidas e o seu reconhecimento no processo de construção e modelação do espaço mundial se intensificaram, fortalecendo seu papel enquanto agente modelador do espaço. Em outras palavras, o mundo mudara e a ciência também.

A partir da década de 1990, por meio dos Parâmetros Curriculares Nacionais de Geografia (PCN), a Geografia Cultural ganhou espaço pela segunda vez e se "reergueu" em meio à Geografia brasileira; a organização da sociedade civil, o fortalecimento dos movimentos sociais, o surgimento de fenômenos, principalmente no espaço urbano, resultado da ocupação e valorização do solo urbano, das novas relações de trabalho, dentre outros aspectos, pediam novas leituras sobre esses fenômenos, que datam da década de 1920 e 1930 nos países de capitalismo clássico na Europa e nos Estados Unidos.

Além da reconstituição do conceito de cultura, outros aportes ocorreram no processo de amadurecimento da Geografia Cultural, dentre eles podemos citar a diversidade quanto à metodologia, à teoria e à temática apresentada, assim como a contribuição advinda de correntes e filosofias como o marxismo, a fenomenologia, a hermenêutica, das ciências sociais e humanidades (CORRÊA; ROSENDAHL, 2012). Os significados dos conceitos e categorias passaram então a se constituírem como palavras-chave dessa Geografia Cultural pós-1990 e sua análise, ainda segundo os autores (2012, p. 91), "[...] pode ser feita em relação a qualquer aspecto da espacialidade humana, qualquer período de tempo e em diferentes escalas espaciais". Mas estudar o significado de conceitos e categorias não é suficiente para garantir uma leitura cultural profunda de aspectos da Geografia.

No que diz respeito ao estudo da religião na Geografia, quando no período da escola Vidaliana (possibilista) e Saueriana, esta se preocupava com a força que a religião tinha em modificar a paisagem, inserindo-se no estudo da Geografia da religião os espaços sagrados e profanos (ROSENDAHL, 1997). De acordo com a referida autora (1997, p.122), o espaço sagrado corresponde a "um campo de forças e de valores que eleva o homem religioso acima de si mesmo, que o transporta para um meio distinto daquele no qual transcorre sua existência", ou seja, são espaços consagrados por atividades ligadas ao sagrado e promovidas em santuários, capelas ou mesmo na sala de estar de uma residência comum nos dias de celebração das chamadas novenas. Já o segundo (profano), ainda segundo Rosendahl (1997, p.132), "é o espaço destinado ao comércio e ao lazer, numa espetacular mescla entre cerimônia religiosa e atividades profanas". Essa mescla traduz-se pelo chamado espaço sacro-profano no qual um está ligado ao outro numa relação de complementação de si mesmo. O espaço sacro-profano corresponde assim a um complexo dinâmico e interdependente que engloba serviços e comércio articulados ao ofício religioso, especialmente nas chamadas cidades santuários.

Em Canindé, a partir das entrevistas com funcionários do santuário e com moradores comerciantes, o sagrado e o profano apresentam-se interdependentes: um não funciona sem o outro. O sagrado acarreta crescimento e manutenção sónica da cidade e o profano gera condições à execução da atividade religiosa, a partir do comércio e de serviços diversos. Sendo o homem religioso um agente modelador e ao mesmo tempo consumidor do espaço, cria-se assim um significado simbólico e especial da cidade santuário pelo romeiro capaz de levá-lo a um maior conhecimento acerca da conjuntura em que está inserido, refletindo inclusive nas paisagens do entorno da cidade, como nos lembra Rosendahl (1997).

Os conceitos de "lugar" e de "lugar sagrado" presentes nesta pesquisa foram embasados do livro "Espaço e Lugar", de Yi-Fu Tuan (1983), e no texto "Espaço, Cultura e Religião: dimensões de análise", de Zeny Rosendahl (2014), respectivamente. Para Tuan (1983), o lugar é um espaço transformado a partir da atribuição de valor e de seu maior conhecimento pelo homem: o lugar é segurança e estabilidade e está pautado na experiência humana que pode ser direta e íntima ou indireta e conceitual. Dessa forma, com a atribuição do valor do sagrado tem-se o chamado Lugar Sagrado, como nos apresenta Rosendahl (2014).

As experiências humanas, neste caso, dos que estão diretamente envolvidos no ato religioso, fomentam o arcabouço estrutural e estruturante daquela referida conjuntura, a partir dos bens simbólicos e dos significados que estes possuem para seus usuários.

A natureza do bem simbólico reflete duas realidades: a mercadoria e o significado, isto é, o valor cultural e o valor mercantil do bem. Poderíamos dizer que os bens simbólicos são mercadorias que possuem valor de uso e que, em determinado contexto cultural, passam a ter associado o valor simbólico. [...] O bem religioso está profundamente comprometido com o sagrado e, como tal, é marcado por signos e significados; mas deve ser

reconhecido também como fornecedor de regras e sentidos aos grupos religiosos. É o bem simbólico que dá sentido e significado às práticas religiosas de diferentes grupos. [...] No catolicismo popular brasileiro há um conjunto de bens simbólicos - imagens, velas, ex-votos, terços, medalhas, santinhos e outros objetos - que suscitam um processo produtivo envolvendo mecanismos de mercado. A produção desses artigos religiosos é fortemente suscetível de variação intra-anual e interanual, a partir de especificidades da demanda ao sagrado (ROSENDAHL, 2014, p. 189-190-191).

A produção e comercialização desses artigos religiosos são constantes na cidade de Canindé, porém mais intensas no período próximo às festividades do padroeiro. Segundo dados dos questionários (2014), tal período corresponde essencialmente aos últimos seis meses do ano, pois nos seis primeiros a população vive basicamente daquilo que “colheu” durante o segundo semestre, juntamente às aposentadorias e outras fontes de renda. De acordo com os moradores comerciantes entrevistados, o comércio é bastante significativo a partir do mês de julho, sobretudo nos meses de setembro e outubro com a festa do padroeiro e de novembro e dezembro com o natal. Compreendendo que toda a dinâmica envolvendo o Santuário de São Francisco das Chagas faz parte da economia local, entende-se também que o Santuário não responde pela economia local e nem responde pelo emprego ou desemprego, em sua totalidade, evidenciando sua estreiteza ou não com as causas que defende.

## **ESTRUTURA E ACESSO À FESTA DE SÃO FRANCISCO DAS CHAGAS**

A cidade de Canindé possui um conjunto estrutural dedicado ao romeiro e ao turista, que serve também como principal atração de lazer de sua população. Essa estrutura corresponde ao chamado roteiro devocional que é empregado pelo santuário e que, auxiliado por serviços diversos como hotéis, pousadas, restaurantes e comércio, compõe o chamado espaço sacro-profano de Canindé.

Seguindo a ideia de espaço sagrado de Rosendahl (1997), Costa (2009, p.1) define a cidade de Canindé como um "lugar simbólico e expresso por seus templos, santuários, colinas, roteiros devocionais, estabelecendo uma ligação entre o espaço e o homem religioso, aproximando-o de sua vida comum". A estrutura dedicada ao romeiro e ao turista remete-se então a essas expressões que, cravadas no espaço de abrangência religiosa da cidade, dão condições à existência de um roteiro devocional e de um comércio religioso estrategicamente configurado, na qual o romeiro realiza com fervor. Segundo Costa (2009), a esse roteiro inclui-se, por exemplo, a estátua de São Francisco das Chagas com trinta metros de altura, inaugurada em 2005. Esta, localizada no "Morro do Moinho,

[...] arredores da cidade, trata-se de uma forma simbólica que dialoga com o símbolo maior do santuário que é a basílica, sendo um dos locais mais visitados na cidade. Juntamente com a Estátua de São Francisco e a basílica, a Praça do Romeiro, também conhecida como Cidade de Assis constitui outro ponto visitado pelo romeiro que vai a Canindé. Trata-se de um amplo anfiteatro, com capacidade para 110 mil pessoas, no qual costuma ficar lotado no período do novenário que acontece no final de setembro e início de outubro. Outro importante local de visitação é a Casa dos Milagres. Aí os romeiros costumam depositar os *ex-votos*, representados por objetos como fotografias, pinturas, roupas, mechas de cabelo, entre outros objetos, a fim de registrar a graça alcançada. (COSTA, 2009, p. 3).

Além destes, tem-se ainda o complexo confessional São Damião que, anexo à Casa dos Milagres, corresponde a um espaço composto por 20 salas de confissões; o Santuário de São Francisco das Chagas (Figura 6); a Capela do Painel, na qual abriga o painel de São Francisco, que é conduzido nas ruas pelos romeiros durante as novenas (corredor religioso da cidade); o Museu Regional São Francisco, construído originalmente em 1972 pelo ex-vigário Frei Lucas Dolle com o objetivo de expor o que os devotos deixavam na cidade; a Praça dos Romeiros; a Sede da Campanha dos Benfeitores, criada em 2008, com a função de receber doações que são direcionadas à concretização de obras ligadas ao Santuário e para

manutenção da festa do padroeiro; o bebedouro; as instalações sanitárias; um zoológico, que também recebe o nome do santo padroeiro; dois abrigos para romeiros, dentre outros.

**Figura 6.** Santuário de São Francisco das Chagas (Canindé-CE)



Fonte: SANTUARIODECANINDE.COM (2015); modificado por LIMA (2015)

O tempo sagrado parece nunca exilar-se em Canindé, típico de cidade santuário, e apesar de sua característica de periodicidade, quando dos ritos festivos (ELIADE, 1992), a presença do romeiro lhe proporciona continuidade e significado. Esse tempo corresponde, segundo Eliade (1992), ao tempo da festa. Este é um tempo mítico primordial tornado presente e reatualizado a partir do evento religioso, mas mantendo-se parmenidiano, ou seja, igual a si mesmo, sem esgotamento. Diferente deste, há o tempo profano que corresponde à "[...] duração temporal ordinária na qual se inscrevem os atos privados de significado religioso" (ELIADE, 1992, p. 63).

Na cidade de Canindé, o tempo sagrado se dá concomitantemente ao tempo profano, cada um em seu devido espaço, porém interagindo entre si (a missa no santuário — o comércio de lembrancinhas; as novenas nas casas de populares — a pipoca nos carrinhos de esquina; a procissão de acolhida — a barraca de lanche e água). É o espaço profano pelos atos não religiosos intimamente ligado ao espaço-tempo sagrado garantindo a sobrevivência simbólica do ritual e a manutenção econômica de famílias na cidade.

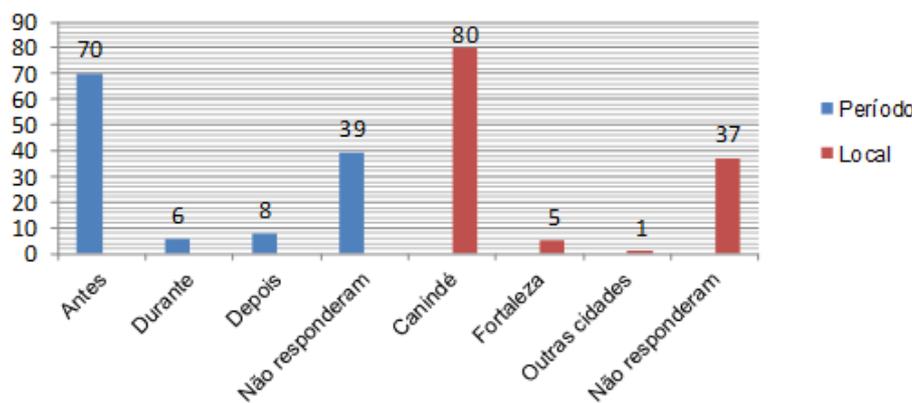
## RESULTADOS E DISCUSSÃO

### ***REFLEXOS DA FESTA DE SÃO FRANCISCO DAS CHAGAS: ADAPTAÇÕES DA POPULAÇÃO***

Apesar do acesso gratuito à maioria dos espaços que compõem o roteiro devocional destinado aos romeiros, a população reclama do aumento nos preços de algumas mercadorias no período das festividades: não somente àquelas restritas aos artigos religiosos, mas aos produtos diversos como roupas, redes, bebidas alcoólicas e artigos para casa. Esse impacto nos preços é sentido tanto pelo romeiro quanto pela população local. Neste caso, segundo dados dos questionários (2014), a população tenta se adequar ao período, no que se refere ao

comportamento diante da alta dos preços: no planejamento da chamada "feira do mês" (abastecimento mensal ou quinzenal da casa através de compras no mercado/comércio) para antes da festa ou para o pós-festa; deixa-se para o último dia as compras nas feiras/ambulantes (roupas, tecidos, panelas, travesseiros, etc.), pois ocorre uma queda satisfatória no preço das mercadorias (Figura 7).

**Figura 7.** A "feira do mês" em relação à festa de São Francisco das Chagas (Morador comerciante e morador não comerciante)



Fonte: LIMA (2015)

Como aponta a figura 7, tanto moradores comerciantes quanto moradores não comerciantes priorizam o antes da festa para realizarem suas compras na cidade, principalmente compras mais caras e/ou do cotidiano do lar. Segundo estes, o motivo é a elevação dos preços de alguns produtos que compõem a chamada cesta básica e de outros produtos mais comuns como cerveja, lanche, utensílio doméstico, dentre outros. A população tenta adaptar-se ao momento, principalmente pela dificuldade de acesso e pela busca de redução de gastos: "é bem mais difícil ir ao mercado ou a outros locais para comprar alguma coisa, pois o movimento de romeiros na cidade e de turistas é muito grande" (QUESTIONÁRIO, 2014). A festa provoca o aumento no número de pessoas na cidade dificultando assim o deslocamento e acesso dos moradores aos serviços e comércio da cidade.

Apesar de Canindé receber anualmente muitos romeiros desprovidos de condições financeiras favoráveis à estadia na cidade e ao consumo, essa realidade não é comum a todos: existem aqueles com transporte próprio e em condições de consumo em restaurantes e de estadia em hotéis, além do que, os abrigos não comportam todos os romeiros, pois suas abrangências são limitadas/insuficientes à quantidade de romeiros que participam no período — cerca de um milhão de pessoas, de acordo com dados do Santuário e da Prefeitura (2015).

Apesar de a cidade possuir um conjunto estrutural dedicado ao romeiro, Canindé não está totalmente preparada para recebê-lo durante a festa do padroeiro (final do mês de setembro a início do mês de outubro), segundo dados dos questionários (2014): dos 123 entrevistados via questionário, 100 acreditam que a cidade não está totalmente preparada, o que corresponde a 82% do total. É o que aponta a figura abaixo (Quadro 1).

**Quadro 1.** O preparo da cidade para receber os romeiros/turistas (Morador comerciante e morador não comerciante)

Você acha a cidade preparada para receber os romeiros/turistas?	
23 para Sim (18%)	Cidade bem desenvolvida; porque já recebemos os romeiros todos os anos há muito tempo; a cidade se prepara para a festa e o governo ajuda; eles (os romeiros) se preparam o ano todo para isso; depende, as vezes deixa a desejar; só na época da festa; até certo ponto (igreja sim, município não)  <b>Obs.:</b> 50% não justificou a resposta.
100 para Não (82 %)	Falta d'água; além da atividade religiosa, não há outros atrativos na cidade; precisa de maior amparo da prefeitura; melhorar infraestrutura (abrigos para os romeiros, trânsito, segurança, estátua de São Francisco que hoje possui

	<p>moradia irregular (barracas de madeira), paróquia, ornamentação, estacionamento, hotelaria, pousadas, saneamento, praças, banheiros, asfalto, mercado público); "Canindé é quando der"; aumentar organização; melhor cuidado e amparo para com os romeiros e turistas; não acha a cidade bonita; melhorar o planejamento dos comerciantes; as casas alugadas são as vezes caras para o romeiro; precisa de mais pessoas ajudando com informações (como guia turístico); melhorar refeitório; a cidade fica "apertada" (não há espaço para comportar os visitantes)</p> <p><b>Obs.:</b> A grande maioria reclamou da falta de infraestrutura da cidade e da necessidade de outros atrativos além dos da igreja (religioso).</p>
--	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

**Fonte:** LIMA (2015)

Como já mencionado, a festa de São Francisco das Chagas possui muitos significados à população canindeense: de fé e devoção; de reprodução e manutenção cosmogônica; de acoplamento da cidade aos festejos; de fonte de renda; de avalio espiritual e material; de representatividade perante o mundo. Contudo, para a população, um maior investimento nas condições estruturais da cidade se faz necessário à sua própria manutenção, a partir da criação ou ampliação de determinados elementos: lazer, geração de empregos diversificados e fora do contexto religioso, atrações turísticas também desconectadas do religioso, educação (especialmente de nível superior). Isso resultaria numa maior aceitação da cidade e possivelmente na firmação, no sentido de morar, daqueles que anseiam viver em outros locais, movidos pelos problemas estruturais e pela baixa diversidade de empregos em Canindé. No ano de 2014, por exemplo, a falta d'água foi um grande empecilho às festividades, exigindo a construção emergencial de poços artesianos com esforços do Santuário e da Prefeitura.

Apesar dos problemas existentes na cidade apontados pelos entrevistados, percebeu-se a alegria e a satisfação destes quando tratado o tema romaria de São Francisco das Chagas, não só por serem também devotos (em maioria), mas pela importância e significância que o santo e sua romaria representam em suas vidas, mesmo para alguns poucos não devotos. A questão relevante é que é atribuído ao santo, tanto pelos entrevistados devotos quanto pelos não devotos, o fator histórico de criação da cidade, a força da devoção dos romeiros, o alcançar da satisfação espiritual e do regozijo econômico e, porque não dizer, político da cidade, ou seja, elementos que tornam Canindé uma cidade com sua relevância no estado do Ceará, o que mostra e comprova a relação de dependência política, econômica e cultural da cidade ao santo padroeiro.

Para cada setor especificado, há participação direta e/ou indireta do padroeiro, de seus significados simbólicos nas tomadas de decisões estruturais, sociais, políticas e econômicas providas da administração da cidade e/ou pelas famílias em suas residências.

#### **INTERDEPENDÊNCIA E SOBREVIVÊNCIA: CANINDÉ-CE E A FESTA DO PADROEIRO**

"Canindé é quando dá"! Esta foi a expressão utilizada nas finalizações de algumas entrevistas e aplicações de questionários aos entrevistados. Bastava tratar de um tema envolvendo a representatividade da festa e a participação do poder público frente ao crescimento econômico e de expressividade da cidade que logo se ouvia algo assim. Traduzida ao entendimento, essa expressão quer dizer "Canindé funciona quando a cidade funciona", ou seja, quando o poder público e a igreja, a partir do santuário de São Francisco das Chagas, frente às necessidades da festa do padroeiro, decidem prepará-la àquela conjuntura, pois, para grande parte da população, preparada ela não está. Essa expressão também está relacionada diretamente à presença do romeiro na cidade, em outras palavras, quando sua presença acarreta um movimento significativo na cidade, do ponto de vista econômico e espiritual.

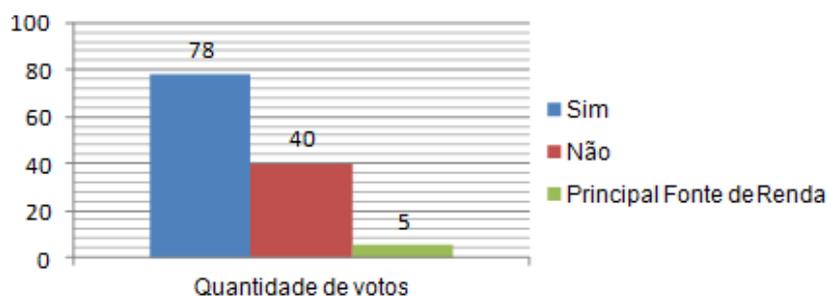
A festa de São Francisco das Chagas é o que há de mais importante na vida de parte significativa dos moradores de Canindé, tanto espiritual quanto materialmente, fato que se explica através da relação de interdependência sacro-profana que caracteriza aquele espaço. Quando se questionou, por exemplo, aos entrevistados acerca da importância da cidade e da festa do padroeiro em suas vidas, as respostas pairaram basicamente nestes significados, ou

seja, no que eles representam à população e à própria cidade: de acordo com os questionários (2014), alguns explanaram que "se não fosse a festa de São Francisco, a população morreria de fome, pois com a festa se ganha o suficiente para se passar bem os outros cinco ou seis meses do ano" (período referente ao primeiro semestre de cada ano, onde o movimento de romeiros cai, mas não cessa).

Na atual conjuntura, a falta do santo padroeiro seria de fato seriamente sentida pela população, tanto do ponto de vista econômico quanto dos significados e da identidade, bem como pelos romeiros que buscam satisfação espiritual e material, o que não resultaria realmente na ruína da cidade, pois esta assumiria outra função dentro do modo de produção capitalista e a mesma seguiria produzindo e se reproduzindo.

De acordo com os questionários (2014), há uma preocupação justificada por parte dos entrevistados sobre a preparação da cidade à festa: o romeiro e a atividade festiva são as grandes influências direta e/ou indireta na renda de suas famílias, apesar de não se configurarem como sendo as principais, mas como importantes complementos (Figura 8 e Quadro 2). A justificativa à preocupação está exatamente nesse despreparo da cidade ao acolhimento adequado dos romeiros, especialmente no quesito infraestrutura.

**Figura 8.** A festa de São Francisco das Chagas influencia na renda familiar (Morador comerciante e morador não comerciante)



Fonte: LIMA (2015)

Segundo os moradores comerciantes (2015), a festa impacta em todos os setores: o comércio de produtos para a reforma de casas, por exemplo, vende bastante aos hotéis da cidade, assim como também ganham aqueles que vendem água, papel higiênico e outros produtos necessários aos hotéis e/ou aos ambulantes.

**Quadro 2.** A festa de São Francisco das Chagas influencia na renda familiar (Morador comerciante e morador não comerciante)

Respostas	Justificativas
Sim (64%)	Devido ao movimento e ao turismo; aumentam as vendas; alugo a frente da loja no período; a esposa arma barraca para venda de merendas; ganha-se mais na festas, todos ganham; passo o ano esperando a festa para aumentar as vendas; alugo casa para romeiros (conhece pessoa que vive disso); meu pai vende artigos religiosos somente no período; abro uma lanchonete durante; vivo disso; é onde entra mais dinheiro no ano; alugo quarto para romeiros; Canindé não seria nada sem a romaria, pois não há indústria, etc., somente a romaria; quando passa a festa, pronto!, só no Natal para melhorar, depois não há mais nada; meu avô "vende banho", almoço, aluga casa; minha mãe tem uma "banquinha" (venda de peças íntimas); vendo água; o comércio religioso depende do romeiro; compro almofadas e artigos religiosos para revender no período da festa (compro por 7 reais e vendo por 10); não dependo exclusivamente da festa, mas é o período de maior venda; aumenta os serviços na cidade; ganho mais com as comissões de vendas da loja;
Não (33%)	Fecho o meu comércio, pois não vendo bem (comércio eletrônico); Não sou comerciante; Já influenciou bastante, mas não mais.
Principal Fonte de Renda (3%)	Livra o prejuízo dos outros meses; vivo do comércio que é bem diferente na romaria; a festa chega a ser 70 a 80% do lucro do ano.

Fonte: LIMA (2015)

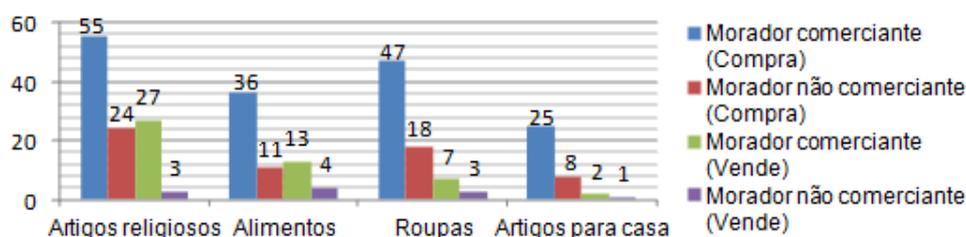
Aqueles que não conseguem usufruir dos frutos diretos da festa (por exemplo, por conta do tipo de comércio que possuem quando desvinculado do sagrado ou mesmo de produtos e atividades de auxílio às festividades), procuram se adaptar ou basicamente fecham suas lojas no período, mostrando que, de alguma forma, a influência existe e comanda suas ações.

### **METAMORFOSE COMO ADAPTAÇÃO E ESTRATÉGIA ECONÔMICA**

A presença dos romeiros na cidade de Canindé, como já mencionada, promove uma dinamização particular capaz de alterar o dia a dia de cada morador, desde o ato de ir ao mercado fazer a chamada "feira do mês", à transformação de parte da população em "verdadeiros comerciantes de mão cheia". Essa metamorfose da população canindeense é quase que contínua, permanente, acentuando-se entre os meses de setembro e dezembro, período que abrange a festa de São Francisco das Chagas e o Natal. A metamorfose como um reflexo da festa consiste nessa transformação do morador comum não comerciante, da dona de casa, do cabeleireiro, enfim, do trabalhador não comerciante em um potencial comerciante ambulante ou de prestador de serviços ligados ao sagrado ou a outras atividades: o objetivo é o de conseguir aumentar ou complementar a renda familiar para que esta dure até o período mais próximo da festa do ano seguinte.

De acordo com entrevista a vendedores ambulantes (2015) e de pesquisa exploratória realizada em julho de 2014, há comerciantes que conseguem faturar até 8 mil reais na venda de painéis durante a festa, algo peculiar e chamativo por não se tratar de um artigo religioso ou mesmo de um material secundário de auxílio às festividades, mas de um utensílio do cotidiano do lar. Tal peculiaridade implicou na inclusão de uma pergunta específica nos questionários (Figura 9 e Quadro 3): questionou-se se durante a festa do padroeiro o entrevistado costuma comprar ou vender alguma coisa e qual(is) o(s) produto(s) mais procurado(s) durante a festa.

**Figura 9.** Compra e venda de produtos durante a festa do padroeiro (Morador comerciante e morador não comerciante)



Fonte: LIMA (2015)

**Quadro 3.** Produtos mais procurados durante a festa de São Francisco das Chagas (Morador comerciante e morador não comerciante - ambos como vendedores)

Produtos	Votos
Artigos religiosos	50
Roupas/calçados	11
Alimentos	11
Água	9
Artigo para casa/decoração	6
Medicamentos (farmácia)	2
Compensado para barracas; Fotografia; Bebida alcoólica; Produtos de beleza; Brinquedo	1

Fonte: LIMA (2015)

É importante frisar que, assim como é mostrada na figura 7, a prioridade das compras feitas pela população de Canindé se dá antes da festa: sobretudo, a chamada feira do mês e as compras de produtos com preços mais significativos/elevados. Assim, a figura 12 representa compras dentro da festa, porém de produtos mais específicos e baratos, especialmente aqueles adquiridos nas feiras/ambulantes da cidade, como roupas e artigos religiosos (fitinhas, cds/dvds, santinhos, dentre outros). Ainda sobre a figura 12, esta consta apenas a colaboração de 90 (≈73%) entrevistados, pois 33 (≈27%) não souberam ou não quiseram responder.

O resultado apresentou o seguinte: há venda de produtos diferentes daqueles ofertados normalmente nas lojas (caso dos moradores comerciantes) como forma de adaptação ao período; percebeu-se também que o morador comerciante não é só um vendedor, mas um consumidor importante dos festejos, principalmente de artigos religiosos e vestimentas; o motivo da compra de artigos religiosos, neste caso, não se resume ao motivo da compra de "lembrancinhas", em sua função principal de recordação, mas como uma condição ao "pertencimento àquela conjuntura" e uma essencialidade à satisfação espiritual do indivíduo; tanto moradores comerciantes quanto moradores não comerciantes passam por esse processo de metamorfose, sendo mais perceptível nos moradores não comerciantes.

De acordo com entrevista a funcionários do Santuário (2015), a basílica de Canindé compra anualmente quantidade significativa de garrafas d'água para serem vendidas durante a festa, sendo estas produzidas, embaladas e enviadas do Rio Grande do Norte até Canindé carregando consigo a marca registrada do santuário. Ainda segundo estes (2015), o Santuário possui a exclusividade da venda desta garrafa específica no local e os lucros são investidos na preparação dos festejos do ano seguinte.

Os resultados mostram ainda que os artigos para casa, como panela, vassoura, cadeira, dentre outros, configuram-se como os menos procurados pelos entrevistados. Além destes produtos, foi mencionada também a compra de redes, tecidos e colchas de cama, bem como a venda de cds e dvds (com imagens da festa, principalmente) pelos moradores comerciantes e não comerciantes. Segundo um dos vendedores (2014) destes cds e dvds (neste caso, um vendedor ambulante), o mesmo consegue apurar em torno de 15 mil reais durante os dez dias de festa, valor bem acima do que um trabalhador registrado com um salário mínimo conseguiria em um ano.

Os moradores não comerciantes de Canindé, dentro dessa metamorfose, atuam principalmente na venda de produtos; já os moradores comerciantes, na compra de artigos religiosos e de vestimentas, mas também, em alguns casos, na venda de lanches em barraquinhas colocadas na frente de suas casas ou das lojas nas ruas, mediante pagamento de aluguel. Outro dado importante dessa metamorfose consiste na existência de pessoas trabalhando exclusivamente como locadores informais de imóveis (casas, em particular), um tipo de atividade complementar que, ao passar dos anos, se transformou em principal e/ou única atividade de renda de alguns poucos canindeenses, baseado no grau de necessidade da cidade à estadia dos romeiros.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

No presente artigo, o principal intento foi de apresentar os resultados de uma análise geográfica sobre os significados da festa de São Francisco das Chagas de Canindé em sua conjuntura de interdependência sacro-profana no comércio e na cotidianidade da população da referida cidade, identificando a função da festa, o seu reflexo no comércio varejista local, bem como o seu papel enquanto propulsora de satisfação espiritual e de manutenção socioeconômica e cultural desta cidade. Observou-se, portanto, a existência dessa interdependência sacro-profana, a qual, juntamente ao propósito de busca de satisfação espiritual e festiva pelo devoto, serviu de auxílio à afirmação do status de cidade de função religiosa que, identitariamente aos canindeenses, compreende-se enquanto lugar sagrado.

A pesquisa possibilitou um aprofundamento da compreensão acerca das cidades santuários ou sagradas, fornecendo um arcabouço prático-teórico que servirá como fonte de pesquisa à futuros trabalhos em mesma área ou relacionada. Além disso, um dos diferenciais dessa pesquisa é o enfoque no setor econômico, através do comércio varejista da cidade. Um exemplo desse apontamento é que, aos olhos da população canindeense, a festa, o santo e a

cidade de Canindé apresentam-se enquanto sinonimidades. Mas o que significa dizer isso? significa, basicamente, que o valor de um reflete no/ou outro. Tais valores são, em essência: devoção, identidade, representação qualitativa perante o mundo, geração e fonte de renda, tradição e cultura, tranquilidade e segurança (especialmente em comparação à capital do estado, Fortaleza) e satisfação espiritual e material. Isso nos mostra o quão relevante é a preocupação da população canindeense sobre a manutenção material e imaterial de sua cidade e da festa de São Francisco das Chagas, pois, assim como o santo padroeiro, também são sagradas e fundamentais ao desenvolvimento sociocultural do povo local: o desejo é de haver um maior investimento em infraestrutura, educação, trabalho e conforto, não só para aqueles que chegam ao local, como os romeiros e turistas, mas à própria população canindeense, especialmente com alternativas fora do contexto religioso à geração de emprego.

Essa pouca oportunidade de emprego fora do contexto religioso força, de certa forma, a adaptação de seu mercado e de sua população ao atendimento ao romeiro, onde a festa do padroeiro entra como prioridade promovendo a chamada metamorfose da população. Em alguns casos, resulta no desejo de emigração pelos canindeenses (visando melhoria de vida, principalmente emprego e educação).

A população canindeense, portanto, se identifica material e imaterialmente com a festa, com a cidade e com o santo padroeiro, pelas oportunidades econômicas, culturais, espirituais e imagéticas que estes proporcionam. Contudo, tal população sente também as consequências da pouca diversificação suscitada (mercado de trabalho) e da pouca variabilidade em termos de lazer (incluindo àquele desconexo da religião), consequência do fato de ser esta uma cidade santuário de função religiosa.

## AGRADECIMENTOS

O primeiro autor agradece a CAPES pela ajuda financeira via bolsa de estudo de mestrado.

## REFERÊNCIAS

- CORRÊA, R.L.; ROSENDAHL, Z. **A geografia cultural brasileira**: uma avaliação preliminar. In: CORRÊA, R.L.; ROSENDAHL, Z. (Org.). Geografia Cultural: uma antologia. Rio de Janeiro: EdUERJ, 2012, p. 87-103.
- CORRÊA, R.L.; ROSENDAHL, Z. **Introdução a temática, os textos e uma agenda**. In: CORRÊA, R.L.; ROSENDAHL, Z. (Org.). Introdução a Geografia Cultural. Ed. 6. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2014, p. 9-18.
- COSTA, O.J.L. **O Santuário de Canindé**: a expressão geossimbólica do sagrado no sertão cearense. 12<sup>o</sup> EGAL, 2009. Disponível em: <[http://observatoriogeograficoamericalatina.org.mx/egal12/Geografiasocioeconomica/Geografia\\_cultural/26.pdf](http://observatoriogeograficoamericalatina.org.mx/egal12/Geografiasocioeconomica/Geografia_cultural/26.pdf)>. Acesso em 20 de Outubro de 2014.
- COSTA, O.J.L. **Sertões de Canindé**: uma interpretação geossimbólica da paisagem. Espaço e Cultura, Rio de Janeiro, n. 26, p. 49-57, Jan./Dez. 2009.
- ELIADE, M. **O Sagrado e o Profano**: A essência das religiões. 3. ed. São Paulo: Martins Fontes, 1992.
- FRANÇA, M.C. **Pequenos Centros Paulistas de Função Religiosa**. São Paulo: IG/USP, 1975.
- GIL, A.C. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2008.
- IBGE. (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística). **Cidade de Canindé**. Disponível em: <<http://cidades.ibge.gov.br/xtras/perfil.php?codmun=230280>>. Acesso em 9 de Novembro de 2014.

IPECE. (Instituto de Pesquisa e Estratégia Econômica do Ceará). **Cidade de Canindé**. Disponível em: <[http://www.ipece.ce.gov.br/publicacoes/perfil\\_basico/pbm-2014/Caninde.pdf](http://www.ipece.ce.gov.br/publicacoes/perfil_basico/pbm-2014/Caninde.pdf)>. Acesso em 2 de Fevereiro de 2015.

LIMA, F.J.L.A.P. "**Canindé é quando dé**": trabalho e recompensa. 88 f. Dissertação (Mestrado em Geografia). Programa de Pós Graduação em Geografia – PGE, Universidade Estadual de Maringá – UEM. Maringá, 2016.

MAGALHÃES, A.C.C. **Permanências e rupturas na construção do espaço em Canindé-CE, em função da romaria em homenagem a São Francisco das Chagas**. 96 f. Dissertação em Geografia. Universidade Federal de Pernambuco. Recife. 2007.

MARANGONI, A.M.M.C. Questionários e entrevistas algumas considerações. In: VENTURI, L. A. B. (Ed.). **Praticando Geografia: técnicas de campo e laboratório**. São Paulo: Oficina de Textos, 2005, p. 167-174.

MONBEIG, P. **Novos estudos de geografia humana brasileira**. São Paulo: Difusão Européia do Livro, 1957.

PREFEITURA DE CANINDÉ. Disponível em: <<http://www.caninde.ce.gov.br/>>. Acesso em 20 de Fevereiro de 2015.

ROSENDAHL, Z. Espaço, Cultura e Religião: dimensões de análise. In CORRÊA, R. Lobato; ROSENDAHL, Z. (Org.). **Introdução a Geografia Cultural**. Ed. 6. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2014, p. 187-220.

\_\_\_\_\_. **Hierópolis: O Sagrado e o Urbano**. Rio de Janeiro: EDUERJ/NEPEC, 1999.

\_\_\_\_\_. O Sagrado e o Espaço. In: CASTRO, I.E. de; GOMES, P.C. da C; CORRÊA, R.L. (Org.). **Explorações geográficas: percursos no fim do século**. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 1997, p.119-154.

SANTOS, M. **Metamorfoses do Espaço Habitado: fundamentos Teórico e metodológico da geografia**. São Paulo: Editora Hucitec, 1988.

SANTUÁRIO DE CANINDÉ. Disponível em: <<http://www.santuariodecaninde.com/santuاريو/historia/>>. Acesso em 20 de Julho de 2015.

SAUER, C.O.A morfologia da paisagem. In: CORRÊA, R.L.; ROSENDAHL, Z. (Org.). **Geografia Cultural: uma antologia**. Rio de Janeiro: EdUERJ, 2012, p. 181-218.

\_\_\_\_\_. Desenvolvimentos recentes em Geografia Cultural. In: CORRÊA, R.L.; ROSENDAHL, Z. (Org.). **Geografia Cultural: uma antologia**. Rio de Janeiro: EdUERJ, 2012, p. 43-86.

\_\_\_\_\_. Geografia Cultural. In: CORRÊA, R.L.; ROSENDAHL, Z. (Org.). **Introdução a Geografia Cultural**. Ed. 6. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2014, p. 19-26.

TUAN, Yi-Fu. **Espaço e Lugar: a perspectiva da experiência**. Tradução de Livia de Oliveira. São Paulo: Difel, 1983, 250 p.

ZANATTA, B.A. A abordagem cultural na Geografia. **temporis[ação]**, Goiás, n.9, v.1, p. 224-235, 2007.