

**ESTUDO DA REESTRUTURAÇÃO E DO PLANEJAMENTO DO ESPAÇO
TURÍSTICO DA PRAIA DE QUIXABA-CEARÁ COM FOCO NA GESTÃO DO
EVENTO PAIXÃO DE CRISTO**

**STUDY OF THE RESTRUCTURING AND PLANNING OF THE TOURIST AREA OF
QUIXABA BEACH, CEARÁ, WITH A FOCUS ON THE MANAGEMENT OF THE
PASSION OF CHRIST EVENT.**

Prof. Me. José Orlando Costa Nunes

Docente Universidade do Estado do Rio Grande do Norte – UERN

E-mail: joseorlando@uern.br

Universidade do Estado do Rio Grande do Norte (UERN),
Departamento de Administração (DAD)

Mossoró – RN

2024

RESUMO

Em geral sabe-se que as localidades que se desenvolvem turisticamente na maioria das vezes apresentam uma determinada vocação, sendo que o desenvolvimento desta é planejada e outros são originados por forças contingenciais que impõem uma lógica de atração a um número significativo de visitantes. Na verdade, a escolha acaba também interferindo na reorganização do espaço turístico, mudando muitas vezes o próprio cenário, a fim de obrigar a dinamizar a potencialidade do local e a sua vocação turística de forma mais evidente e satisfatória para o visitante. A localidade de Quixaba, litoral praiano do município de Aracati – Ceará também fez a sua escolha, pois já se pode observar de forma bem explícita a sua reorganização com foco num evento intitulado Paixão de Cristo, encenado a cada ano por ocasião da páscoa. Este evento tem como cenário suas falésias e o espaço natural ornamentados com equipamentos construídos para esse fim. Este estudo procura esclarecer a idéia da reorganização do espaço turístico desta localidade, priorizando compreender o seu processo de gestão de modo a se trabalhar melhorias para a realização do evento e para o incremento do turismo. A metodologia utilizada foi do tipo bibliográfica, pesquisa histórico-documental e pesquisa de campo, abordando os principais atores envolvidos no evento. Os resultados foram apresentados sob a ótica de diversas compreensões, tanto sobre a perspectiva histórica de desenvolvimento do evento, bem como sobre a organização do espaço territorial da localidade, priorizando uma identidade específica para ela. Outras questões pertinentes a gestão para o sucesso do evento e da localidade, com foco no turismo, também foram discutidas e analisadas com fins de se apresentar melhorias de diversas ordens como forma de contribuição desta pesquisa.

PALAVRAS CHAVES: Organização do Espaço Turístico. Gestão de Eventos. Gestão de Turismo.

ABSTRACT

In general it is known that locations that develop touristically, most often opt for a predetermined vocation since the choice is sometimes planned and sometimes caused by contingent forces that impose a logical which attract a significant number of visitors. In fact, the choice generally interfere in the reorganization of space tourism, changing often the scenario itself to make the local capability and his calling tourism is more evident and satisfactory for the visitor. The beach of Quixaba, beachy coast of the municipality of Aracati-Ceará. Also made his choice, it can be observed very explicitly its focus to reorganize an event entitled "Passion of Christ"(Paixão de Cristo) staged each year during the Easter. This event is set in its cliffs and natural spaces, decorated with equipment that has been constructed for this purpose. This study seeks to clarify the idea of reorganizing the tourist area of this town prioritizing understand the process of management seeking to work for improvements the event and the location of tourism. The methodology used was bibliographical, historical-documentary research and field research with main actors involved in the event. The results were presented in different understandings optical, on both the historical perspective Event development as the organization of territorial space location, prioritizing a specific identity for it. Other issues understanding of the management for the success of the event and location, focusing on tourism were also discussed and analyzed with purpose to show improvements in various orders, these events occurred with the search results.

KEYWORDS: Organisation of Tourist Area; Management of Events; Tourism Management.

1. INTRODUÇÃO

O turismo atualmente está bastante em evidência no cenário econômico nacional e segundo Cruz (2003, p.45) “o Brasil é um país de dimensões continentais (8.511.596,3 Km²), e a diversidade de ecossistema é uma característica sua”.

Segundo Coriolano (2012, p. 121): “No Brasil o turismo cresce e se consolida como atividade geradora de riqueza, tornando-se importante produto de exportação. No nordeste brasileiro, em especial no Ceará (...), o turismo ocupa o quarto lugar...”

Dada a grande extensão territorial do Brasil, este possui capacidade para a organização do espaço turístico no plano diverso e de acordo com a particularidade e vocação de cada lugar, conforme afirma Nascimento (2010) quando enfatiza que os diferentes fatores concorrem, com intensidades e ritmos temporal e espacialmente diferenciados, para a produção do seu espaço.

Dentre as diversas modalidades de território da região brasileira como zona urbana, zona litoral, zonas de serra, zonas florestais e zonas de mangues e pantanais destaca-se neste estudo o litoral, cujas praias têm atraído turistas de diversas partes do mundo seja para o lazer, descanso ou para outras atividades como a participação em eventos.

Para o turismo praiano, o Brasil apresenta destacada vocação, pois ao longo de sua história dada sua ocupação populacional ou ainda a grande incidência de visitantes nacionais ou estrangeiros sempre o litoral com suas praias paradisíacas e urbanas fizeram nome e desenvolveram culturas que cada vez mais atrai turistas para a sua visita. Oliveira (2005, p. 97) coloca que: “Nem todas as praias tem a possibilidade de oferecer as mesmas condições de uso. Há grande variedade nesse sentido”.

Costa, Santos e Yamashita (2005), esclarecendo sobre a vocação turística coloca que a segmentação do mercado possibilita que essa definição se realiza com base na mensuração e na identificação da principal segmentação do mercado daquela localidade.

Já Cruz (2003, p. 45), enfatizando a influência portuguesa no desenvolvimento do litoral brasileiro coloca que: “A forte concentração da população brasileira em uma estreita faixa próxima ao litoral é um resultado histórico da colonização portuguesa e de sua fixação, durante séculos, em terras próximas ao mar”. Esta faixa de terra denominada de litoral, têm-se desenvolvido no turismo, principalmente no nordeste do Brasil que tem nas praias a grande potencialidade para visita de turistas sejam eles nacionais e internacionais.

Nascimento (2010), referenciando a capacidade desses locais para se desenvolverem turisticamente, enfatiza que não se pode duvidar da capacidade que tem o turismo de mudar os lugares para que ele possa acontecer. Com essa ideia, associando a beleza natural a outras

questões atrativas, atualmente as localidades têm procurado desenvolver eventos como fonte de atração maior para o turista. É com este intuito que a paixão de Cristo na praia de Quixaba realizado a cada ano tem-se configurado como atrativo turístico.

Durante muito tempo às potencialidades da Praia de Quixaba no município de Aracati-CE, permaneceram inexploradas principalmente pela dificuldade de acesso, de infraestrutura, de hospedagem, de mão de obra desqualificadas, da falta de divulgação das riquezas e do calendário festivo, além da falta de informação ao turista.

Desta forma, o turismo nessa localidade deixa de gerar alternativas de empregos, nem atividade de lazer, ocasionando assim, uma maior falta de divulgação e de maior desenvolvimento na localidade de forma proeminente, o que tem causado preocupação para a comunidade que de forma bastante organizada tenta desenvolver o trabalho de turismo na mesma.

Para corroborar com essa ideia Carvalho (1998, p.07) diz que, apesar de o turismo constituir-se atualmente um dos mais importantes instrumentos de geração de empregos e de renda em todo o mundo, a atividade ainda não deixou de ser encarada como um setor menor da importância produtiva e, por conseguinte, precariamente compreendido no Brasil.

A praia tem sido vista pelos profissionais do turismo como um espaço não turístico, pois não tem a infraestrutura adequada. Some-se a isso os meios de hospedagem, que devem ser incrementados de forma a possibilitar o atendimento do desenvolvimento do turismo local, fato que não acontece, pois os órgãos públicos responsáveis por essa atividade não têm trabalhado a contento. A mão de obra atuante não especializada tem sido um fator preocupante, visto que o serviço é precário. Além do mais, as rodovias de acesso à localidade necessitam de melhorias.

Vale informar que, com a solução destes e outros problemas existentes, a praia de Quixaba no interior do Ceará deve aumentar seu potencial para receber o turista com infraestrutura em excelência, principalmente porque possui beleza ímpar e atualmente têm-se desenvolvido na área de eventos, ocasionando então uma maior visitação de turistas.

Assim para se fazer frente ao desenvolvimento, de modo a vir trabalhar na resolução da problemática da Praia de Quixaba na questão da gestão do turismo, é que se faz a seguinte pergunta de pesquisa: **Como se dá o processo de reorganização do espaço turístico da praia de Quixaba com a realização do evento anual Paixão de Cristo em suas falésias?**

Esta pesquisa objetiva melhor compreender esse processo, no intuito de melhor desenvolver essa particularidade de evento, busca unir um evento religioso e cultural com espaços de belezas naturais, resultando numa atratividade especial no período da páscoa.

Tem como objetivo geral conhecer o processo de organização do espaço turístico de praia de Quixaba no Ceará, com foco na encenação da Paixão de Cristo num cenário natural. E como objetivos específicos: 1) verificar a importância do poder da comunidade na estruturação desse processo; 2) identificar a principal perspectiva (religiosa ou cultural) do evento Paixão de Cristo, realizado na comunidade; 3) conhecer como está sendo trabalhado o processo de gestão do evento na comunidade e 4) conhecer a perspectiva histórica do evento Paixão de Cristo na praia de Quixaba/CE.

Segundo Cruz (2003, p.17): “foi, fundamentalmente, na década de 1990 que modalidades de turismo relacionadas a espaços naturais cresceram em importância no conjunto dos segmentos de viagens turísticas”. Tal fato atualmente tem sido bastante observado pelos gestores das comunidades que veem na realização de evento uma solução para a atratividade de seus espaços.

No Brasil, em 2005, de acordo com os dados da Empresa Brasileira de Turismo (Embratur), o turismo teve um faturamento significativo gerando um número considerável de empregos diretos e indiretos.

O Ceará vem se desenvolvendo nesta atividade unindo litoral, serra e sertão, afim de melhorar o turismo estadual. Neste cenário, a praia de Quixaba possui um grande potencial turístico, contando com as riquezas naturais, o turismo de Evento (Festival do Camarão e Carnaval), o turismo Religioso (Festa da Padroeira e Semana Santa) e o turismo de praia.

Cruz (2003, p. 45) coloca que: “Não por acaso, o turismo de massa no Brasil está concentrado, também, na faixa litorânea. Naturalmente, não apenas porque existem aí infraestrutura urbana, mas em função de uma conjunção de fatores”. Dentre esses fatores estão o suporte material para as práticas de turismo de massa, de um lado e os atrativos naturais (principalmente sol e praia), de outro.

Vale ainda informar que um estudo aprofundado sobre a praia de Quixaba no município de Aracati, poderá oferecer condições de diagnosticar, detectar e analisar a demanda turística, produtos e serviços desta localidade afim de oportunizar um projeto e desenvolvimento setorial de turismo daquela praia implementando programas de sensibilização, conscientização e envolvimento comunitário para o turismo.

Desta forma com a realização de eventos já consagrados, a praia de Quixaba pode ganhar mais espaço na mídia, aumentando o número de turistas e visitantes atraídos pelo turismo de praia, religioso e cultural que neste local apresenta dimensões únicas de desenvolvimento.

Portanto, justifica-se essa pesquisa pela necessidade de proporcionar uma maior compreensão da forma como o espaço turístico desta praia se configura a partir de atrativos como a encenação da Paixão de Cristo que ocorre anualmente por ocasião da páscoa com grande possibilidade de ampliação do turismo naquela localidade.

2. REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 Considerações teóricas de entendimento da organização do espaço turístico

O turismo no Brasil é uma atividade que se apresenta em expansão e que ganha a cada dia reconhecimento maior diante da necessidade de sua prática e pelo fato de promover desenvolvimento econômico nas localidades com vocação turística.

Coriolano (2012, p.11) diz: “O turismo é uma das atividades-chave da modernização contemporânea que privilegia relações sociais típicas da sociedade de consumo ao transformar o lazer em mercadoria a ser consumida em viagens”.

Portanto, como a atividade turística necessita de um trabalho bastante planejado de organização do espaço para poder receber as pessoas visitantes a fim de satisfazer desejos diversos. Esses espaços podem ser contextualizados na localidade, sejam eles espaços naturais, sociais ou culturais reorganizados para este fim.

Segundo Nascimento (2010) o turismo é a única prática social que consome elementarmente espaço. Assim, fica evidente a necessidade de que estes sejam reestruturados para melhor disponibilizar o seu atrativo turístico.

Costa e Souza (2009, p.10), enfatizando as possibilidades de se pensar turisticamente afirmam que a dinamicidade, imprevisibilidade e incertezas do momento atual requerem novas formas de pensar e agir. Na atividade turística as coisas não se processam diferentemente, as mesmas alterações de diversas questões sociais gerais são também experimentadas e analisadas.

No Brasil esta questão é bastante relevante, pois diante da sua grandiosidade de espaço, que comporta uma diversidade de opções, faz-se necessário, portanto, que sejam reestruturados de acordo, é claro, com um dos segmentos de turismo que precisam ser bem definidos.

Nascimento (2013) diz que quando é o Brasil que está em foco, o que se coloca para o observador é um contexto sócio-espacial de extrema diversidade, tanto do ponto de vista de sua natureza quanto no que tange à sua cultura e às suas características socioeconômicas.

Dentro dessas modalidades possíveis de desenvolvimento, os teóricos da área têm estabelecido uma predominância da organização desses espaços para o atendimento ao lazer

dos turistas que na localidade visitam, conforme Cruz (2003, p. 05) estabelece: “O paradoxo que se coloca entre definição oficial e situações práticas é que a lógica que orienta a organização dos espaços para o turismo é o lazer”.

Embora essa lógica possa vir a ter predominância, existem outras lógicas que podem ser trabalhadas de acordo com os desejos da comunidade em que esses espaços estão inseridos. No entanto, é relevante afirmar que a lógica trabalhada pela comunidade só é eficaz quando a mesma se fortalece e cria poder para impor a sua ordem na organização do espaço.

A lógica que orienta a organização do espaço pode ser considerada uma prática social com vocação para um determinado foco e que quando planejada numa inter-relação de espaço físico e espaço cultural pode vir a se tornar um atrativo, transformando não só a paisagem do local, mas também o próprio lugar que pode passar a ser turístico e aproveitar dos benefícios que essa atividade proporciona para os envolvidos.

Neste sentido, Cruz (2003, p. 05) reafirma: “O turismo, entendemos, é antes de mais nada, uma prática social, que envolve o deslocamento de pessoas pelo território e que tem no espaço geográfico seu principal objeto de consumo”.

Já Nascimento (2010), ainda estabelece que o turismo, tal como outras atividades e concorrendo com elas – introduz no espaço objetos definidos pela possibilidade de permitir o desenvolvimento da atividade.

O autor (2003, p.12) ainda diz que “além disso, objetos, preexistentes em dado espaço podem ser igualmente absorvidos pelo e para o turismo, tendo seu significado alterado para atender a uma nova demanda de uso, a demanda do uso turístico”.

Hall (2001, p. 26) coloca que: “Eventos de grande porte são extremamente significativos não só por causa dos visitantes em si, mas também em razão do impacto que tais acontecimentos exercem sobre a comunidade receptora”.

Figura 01: Palco do Evento Paixão de Cristo



Fonte: Autores (2014).

Os espaços pelo turismo de hoje não correspondem, aos territórios turísticos de amanhã, principalmente porque a lógica definida pela comunidade ou pelos órgãos interessados pode sofrer mudanças.

Na verdade, o espaço turístico precisa ser reorganizado para poder atender às necessidades, desejos e anseios de consumidores que visitam a localidade, claro que de acordo com os interesses dos atores envolvidos, principalmente da comunidade.

2.2 O processo de turistificação do espaço turístico

Em se tratando de territórios turísticos, segundo Nascimento (2010) são três os agentes de turistificação: os turistas, o mercado e os planejadores e promotores territoriais. Mello e Silva (1998, p.106) salienta que “É assim que reputo da mais alta importância o surgimento de esforços cooperativos, melhor dizendo, em parceria regionais e/ou locais, de cima para baixo”.

Segundo Petrocchi (1998, p.285) “Para o correto desenvolvimento do turismo, a proteção do cliente e a preservação da imagem do destino turístico no mercado, o poder público deve exercer seu poder regulador em conjunto com a sociedade”.

Já Cruz (2003, p.15) afirma que “os planejadores e promotores territoriais, por fim, são os agentes de turistificação dos lugares que têm uma ligação mais próxima com o lugar”. Trata-se, de iniciativas locais, regionais ou mesmo nacionais, assumidas pelos respectivos poderes públicos. O evento em estudo tem recebido apoio tanto da ordem do governo municipal (Aracati) como do governo do Estado (Ceará).

Em relação ao lugar turístico, Cruz (2003, p. 07) coloca: “lugar turístico é uma expressão utilizada tanto para se referir a lugares que já foram apropriados pela prática social do turismo como a lugares considerados potencialmente turísticos”.

Desta forma, pode-se estabelecer que a praia de Quixaba tem potencialidades para ser vista como um lugar turístico propício à visitação, muito embora este destino ainda precise ser melhor trabalhado.

Nascimento (2010) coloca que o lugar já apropriado pelo turismo corresponde àquela porção do espaço geográfico cuja produção está sendo determinada por uma participação mais significativa do turismo, relativamente a outras atividades, ainda que outras áreas possam também serem trabalhadas com foco nesse fim. Este fato tem ocorrido na praia de Quixaba o que ocasionou a sua predominância no evento Paixão de Cristo.

Cruz (2003, p.07) salienta que: “nenhum lugar turístico tem sentido por si mesmo, ou seja, fora do contexto cultural que promove sua valorização, em dado momento histórico”. Portanto, na valorização cultural predomina o atrativo e a visita ao local, devendo portanto, ser sempre trabalhada no espaço.

Para Nascimento (2010) o espaço geográfico é o principal objeto de consumo do turismo e disso decorre uma das mais importantes especificidades da sua prática; o consumidor-turista tem de se deslocar até o produto a ser consumido, o lugar turístico.

Na praia em estudo esse espaço tem atingido seu auge na páscoa, no momento em que espaço e evento se concretizam, recebendo um número maior de visitação com vista as emoções religiosas. Vale também ressaltar que mesmo fora da época da realização do evento, o local é visitado em menor escala, ainda merecendo, pois, um novo planejamento de forma mais efetiva para que as visitas se intensifiquem durante todo o ano.

Já em relação a paisagens turísticas, Nascimento (2010) coloca que as paisagens são a porção visível do espaço geográfico e, por isso, desempenham importante papel na constituição dos lugares e no direcionamento dos fluxos turísticos.

Cruz (2003, p. 10) enfatiza que “as paisagens consideradas mais atrativas pelo turismo na atualidade são criações culturais que têm muito a ver com o que se habituou a chamar de cultura de massa” e, portanto, com o papel da mídia na homogeneização de gostos e na disseminação de padrões de consumo homogeneizado na sociedade.

A mídia no caso do evento da Paixão de Cristo na praia de Quixaba precisa ser melhor trabalhada para que assim o evento e a localidade turística tenham realmente reconhecimento e isto não só em nível estadual e nacional, mas também um reconhecimento de nível internacional e que poderia trazer também para visitação um novo público, a exemplo de outras localidade

que trabalham, com esse tipo de evento e que já ganharam notoriedade nacional e internacional como a Paixão de Cristo de Nova Jerusalém em Pernambuco.

Para a questão de atrativo turístico Cruz (2003, p. 08) coloca que: “As praias tropicais, colocadas hoje entre os mais importantes recursos turísticos, assim o são porque as sociedades construíram culturalmente sua valorização”.

Portanto valorizar ainda mais o evento Paixão de Cristo na praia de Quixaba é de competência das Secretarias de Turismo tanto no âmbito municipal como no âmbito estadual. Percebe-se claramente que a comunidade tem se esforçado para a sua realização, pois a cada ano este evento tem acontecido de forma satisfatória, mesmo com poucos recursos, devendo-se à força da comunidade a grande sinergia.

3. A LOCALIDADE EM ESTUDO (PRAIA DE QUIXABA/CE) E SEUS ATRATIVOS NATURAIS

A praia de Quixaba é uma localidade do distrito de Aracati/CE, situada a 15 quilômetros deste município e 168 Quilômetros de Fortaleza, a capital do Estado. As localidades mais próximas da praia de Quixaba pela região oeste é a praia e Majorlândia e Canoa Quebrada na sequência e pela região leste a praia de Lagoa do Mato e a Praia de Retirinho, também em ordem sequencial.

Esta praia nasceu como uma vila de pescadores, inicialmente habitada pela família Germano que ainda hoje residem na comunidade de Quixaba. O nome Quixaba originou-se de uma planta que foi descoberta com a chegada da família. Sua ocupação se deu, objetivando o desenvolvimento da pecuária de corte e leiteira.

Atualmente os moradores tiram seu sustento da pesca, da coleta de mariscos, da agricultura e dos pequenos comércios. Caracterizados por sua estatura como homens de braços fortes superando a simplicidade oferecida pela natureza. Já, as noites são festejadas pelos luares e a apresentações teatrais ao ar livre.

Nos períodos de alta estação o município por ter um número pequeno de leitos deixa de receber um número bem maior de turistas. Com isso foi identificado que muitas famílias, alugam suas residências nos períodos de carnaval, semana santa e alta estação, a fim de suprir esta carência, além de adquirir uma renda extra, muitas destas não tem noções básicas de atendimento do cliente.

Os meios de acesso ao atrativo podem ser de diversos tipos, sendo o principal o transporte rodoviário, representado pela linha de ônibus da empresa São Benedito que faz o

translado de ida e volta de Fortaleza com destino a Praia de Quixaba e vice-versa. É possível também utilizar transporte marítimo, embora esta não seja uma pratica recomendada, pela falta de profissionalismo e segurança.

Outro meio de transporte é o ônibus local que faz o roteiro de Aracati, passando pela praia de Majorlândia na ida e na volta. O uso de transporte alternativo como *Topics* e *vans* incrementou mais o deslocamento, principalmente com a opção de ida e volta durante o dia e a noite para a praia de Canoa Quebrada, um destino turístico de renome internacional e distante da praia de Quixaba somente a 04 quilômetros.

A rodovia que finaliza na praia de Quixaba, apresenta-se em boas condições, tendo sido reinaugurada recentemente, o que proporcionou uma melhoria na estrada, principalmente nas curvas sinuosas que antes eram muito estreitas, portanto, muito propícia a acidentes.

A praia de Quixaba é propícia à pesca e por conta disso, pode-se fazer passeio de jangada, embora ninguém esteja realizando esta atividade como forma de lazer. Outra atividade interessante de se fazer é caminhada na praia e nas dunas, visto que a paisagem é belíssima e contrasta com a indumentária que a paisagem possui que são os palcos da encenação da Paixão de Cristo, realizada todos os anos. Ainda há avista da casa de Florinda Bolkan, atriz e cineasta cearense conhecida internacionalmente no mundo do cinema.

A praia de Quixaba já foi cenário do filme brasileiro de Bruno Barreto, “*Bella Dona*”, cujas paisagens foram fotografadas e utilizadas na encenação romântica dos personagens representando um pescador e uma estrangeira.

Em relação à jurisdição, a praia de Quixaba possui área pública e área privada, a área pública é administrada pelos órgãos públicos e pela própria comunidade e a área privada é representada pelas propriedades particulares dos nativos e dos residentes de veraneio, que também é intenso e dentre eles alguns estrangeiros que também lá começam a se fixar, sendo a maioria portugueses.

Quanto ao acesso para veículos, a praia possui um estacionamento na descida da ladeira, de frente para a praia e para a passagem para as barracas de forma permanente. Como o estacionamento não é amplo, no período de férias pode ocasionar congestionamento e até acidentes devido a passagem estar localizada numa ladeira e não ter via de mão dupla.

Do estacionamento é possível fazer o percurso a pé para as barracas que na praia funcionam. A de maior estrutura é a barraca Brisa do Mar que atualmente encontra-se fechada. Esta é de propriedade de um estrangeiro, que segundo relato dos moradores, foi pouco frequentada. No momento está à venda, pois segundo relatos não conquistou a clientela esperada pelo seu proprietário.

A ocupação e a exploração turística ainda são incipientes embora já comece a apresentar sinais de interesse de desenvolvimento tanto por parte da comunidade quanto dos visitantes. A tendência turística da praia é o turismo de veraneio, sendo os principais veranistas originados das cidades próximas como Aracati, Russas, Fortaleza e Mossoró, no Estado do Rio Grande do Norte.

Outra tendência predominante na atualidade é o turismo de evento que tem ganhado foco, como uma estratégia competitiva para a localidade. Assim, a Paixão de Cristo encenada na páscoa ganhou importância significativa no Estado do Ceará. O festival de gastronomia intitulado Festival do Camarão, por sua vez, é outro evento que também se destaca e que ganha relevância turística para a comunidade, no período das férias de julho.

A taxa de ocupação do solo da praia se caracteriza tanto pelo seu formato de turismo que é o de veraneio, onde o turista busca sossego e romantismo no período das férias e feriados prolongados, quanto pelo turismo de eventos quando o turista busca o lazer, que em média esta condicionado aos finais de semanas prolongados.

Em relação aos atrativos turísticos, estes apresentam potencialidades em termos de dimensão, pois o centro da localidade está bem próximo da praia, permitindo que se transita tranquilamente por ele. A beleza cênica da construção do atrativo turístico foi estruturada de forma incondicional, associando atrativos naturais aos atrativos religioso-culturais, representados pelos palcos da encenação da Paixão de Cristo distribuídos em diversas partes da localidade, complementando a beleza da paisagem que pode ser utilizada no marketing quando da divulgação do atrativo.

Figura 02: Maria e Jesus em Paixão de Cristo



Fonte: Autores (2014).

O conjunto paisagístico é composto por mar, dunas e vegetação ímpar, em que predomina o verde agregado à beleza das dunas de cor branca. Esta formação dá à praia de Quixaba uma particularidade de grande atrativo natural.

Os equipamentos turísticos existentes necessitam ser melhor aperfeiçoados, como por exemplos pousadas e restaurantes. Cafês, *cyber* cafês, bares e outros empreendimentos também poderiam ser implantados para melhor atender o turista.

A conservação e a limpeza da localidade é crítica e precisa ser bem trabalhada. A rede de abastecimento de água é problemática, além do que não existe rede de esgoto. Um trabalho de prevenção e de educação faz-se necessário para minimizar os problemas de poluição no mar e de danos à saúde da comunidade em termos futuro, pois pode-se perceber claramente o descuido com este item.

Quanto as informações e sinalizações para o turista, recentemente, nota-se que houve uma preocupação. Vale ressaltar que isso partiu dos moradores veranistas que possuem interesse no desenvolvimento da localidade. O sistema de sinalização das rodovias e das ruas do povoado foi implantado tendo como referências indicativos da localidade associados ao evento de Paixão de Cristo.

Para conhecer bem a praia de Quixaba é necessário no mínimo três dias, mas o prazo de uma semana também deve ser considerado, pois este período pode proporcionar uma maior integração com a comunidade da praia, cujo local de encontro é a praça Nossa Senhora Auxiliadora ou ainda a Praça Armando Praça, local onde se realizam os eventos.

A praia ainda não tem definido nenhum roteiro de atividade programada, portando nenhum sendo comercializado. Mas visitas guiadas às praias vizinhas de Majorlândia e Lagoa do Mato poderia ser um bom roteiro, que poderia ser complementado com um *by night* em Canoa Quebrada. Visita programada ao entardecer, aos locais onde é encenada a Paixão de Cristo também seria recomendável.

Em relação a equipamentos e serviços, a praia de Quixaba conta com alugueis de quartos em 05 pousadas e em 01 hotel de charme mais sofisticado (*Domus Carpe Diem*) e nas casas de veraneio. Deste total apenas três pousadas se caracterizam com serviços mais adequados para área. Outras duas têm um serviço de recepção não muito satisfatório para o cliente, pois não possuem funcionário com esta função. Outros problemas evidentes referem-se a segurança, pois tem também uma pousada que se localiza-se na frente da praia, precisamente na rua Beira Mar, e lá a noite é bastante deserta.

Já em relação aos serviços de alimentação, também são precários, as refeições durante o dia são servidas nas barracas que oferecem mariscos e frutos do mar, com um preço considerável, comparado com outras praias da região.

Podem ser citados também problemas de sanitário público e de balcão de atendimento com informações turísticas, o que faz observar que a comunidade e os seus dirigentes ainda não despertaram para a importância deste item para o bem estar do turista.

Os visitantes são em sua maioria de Aracati, Fortaleza, Mossoró e Russas em primeira ordem. Geralmente a chegada de ônibus do tipo *pic nic* não causa alegria aos proprietários de barracas devido às vendas e a higiene da praia, mas é bastante frequente. A localidade recebe além de turistas nacionais, turistas internacionais, embora estes com pequeno percentual de frequência.

4. METODOLOGIA DA PESQUISA

Este estudo foi desenvolvido por meio de 03 (três) tipos de pesquisas, a saber: bibliográfica, documental e de campo. Todos os três tipos de pesquisa possibilitaram um entendimento sobre a forma como o espaço da praia de Quixaba no interior de Aracati/Ceará se reorganizou dentro de uma lógica de entendimento que é a realização do evento Paixão de Cristo que anualmente é realizada pela comunidade com o apoio de diversos atores.

A pesquisa bibliográfica focou os estudos no campo teórico da organização do espaço turístico trabalhando alguns entendimentos de forma relacionada com o local para explicitar algumas denominações como o lugar turístico, paisagens turísticas, espaço social, lógica do turismo, agentes de turistificação, processo de turistificação, espaço turístico, espaço geográfico, territórios turísticos entre outros, e ainda, como essas definições de fato se aplicam à localidade.

Em relação à pesquisa documental, buscou-se entender aspectos da história do desenvolvimento do evento Paixão de Cristo, bem como a história da própria localidade (Quixaba), além de aspectos da gestão para o desenvolvimento do evento e da localidade, principalmente focando a realização do evento como fator de institucionalização do espaço da praia.

Já a pesquisa de campo constou de uma entrevista com os principais atores que trabalham para o sucesso do evento e da comunidade. Assim, foram feitas entrevistas com a fundadora do evento, passando pelos grupos de apoio, pelos representantes da comunidade até a principal organizadora do evento.

Desse modo, com base nos três campos de pesquisa, pode-se caracterizar este trabalho como uma pesquisa exploratória, pois até o presente momento não havia ainda sido realizada uma pesquisa de nível acadêmico para entendimento e sugestões de melhorias. Pode-se também caracterizar esta como uma pesquisa descritiva, pois objetiva conhecer e descrever aspectos da história do evento bem como seus aspectos de gestão. Descrever-se-ão também os trabalhos de turistificação do espaço turístico da praia.

Na pesquisa de campo utilizou-se a técnica de coleta de dados do tipo entrevista, esta foi realizada seguindo um roteiro composto por questões abertas em que a conversação seguia de forma mais livre para que os fatos pudessem ser mencionados de forma mais esclarecedora.

A população e a amostra se equivaleram na medida em que foi selecionado cada um dos grupos envolvidos com a realização e com a gestão do evento na localidade, contando ao todo 07 (sete) categorias para a coleta de dados. Todos eles trabalharam com afinco na organização e na gestão do evento, o que levou a acreditar que todos possuem grande conhecimento sobre a realidade atual e futura do evento. Para maiores esclarecimento segue o quadro 01, contendo a lista do grupo que participou na pesquisa e que vem apresentado a seguir:

Quadro 01: Lista dos respondentes da pesquisa por função

Item	Participante de Evento: Categorias Representativas de classes	Quantitativo
01	Fundadora	01
02	Principal Gestora	01
03	Atores	01
04	Apoio Técnico	01
05	Representante apoio de Aracati/Ce	01
06	Representante apoio de Fortaleza/Ce	01
07	Comunidade (apoiadora)	01

Fonte: Dados de pesquisa (2014)

O tratamento dos dados foi do tipo análise de conteúdo e isto nos três tipos de pesquisa, a saber: nos livros para a bibliográfica; nos documentos, jornais e revistas para a documental e nas respostas das questões abertas das entrevistas para a pesquisa de campo.

A pesquisa, por ser descritiva, limitou-se apenas a relacionar cada uma das ideias das falas das entrevistas, não priorizando quem citou, pois todos os pensamentos apontados foram apresentados nos resultados para verificação e análises. Vale ainda informar que dualidades de pensamentos não foram registradas.

5. APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DOS DADOS

5.1 Análise da organização do espaço turístico para o evento paixão de cristo na praia de Quixaba/CE

A Praia de Quixaba é uma localidade de grande potencialidade turística, no entanto, ainda está em processo de desenvolvimento, pois conforme apresentado na pesquisa, pode-se já perceber a necessidade de equipamentos turísticos, áreas de visitação entre outros itens também necessários para o atendimento ao turista. Um dos pontos fundamentais de desenvolvimento é a organização da comunidade que atua, de certa forma, resistindo às ações externas que tentam a custos diversos se estabelecer e explorar o espaço.

Neste sentido, pode-se definir a organização do turismo da localidade como um tipo de turismo comunitário em que as ações predominantes e o controle efetivo delas são originadas da comunidade, o que favorece ainda também a manifestação de conflitos diversos.

A estratégia trabalhada para a manutenção da captação de turistas na comunidade é a realização de eventos que começa a predominar na comunidade, sendo os mais significativos a Paixão de Cristo, o Festival do Camarão dentre outros festejos durante todo o ano.

Dos eventos ocorridos na localidade, o de maior predominância é a Paixão de Cristo cuja encenação acontece na páscoa e que já existe há 18 anos, constituindo-se atualmente uma dimensão de grande importância, pois é a partir deste evento que a comunidade tenta se reestruturar, mudando sua paisagem e fortalecendo a sua cultura, principalmente no aspecto religioso.

O espetáculo da Paixão de Cristo teve início em 1998, de lá para cá muitos fatos tem acontecido, que de forma alguma afetaram o interesse e a garra da comunidade em fazer esse espetáculo que muito orgulha os moradores da comunidade.

Segundo a pesquisa histórica, o início do espetáculo se deu quando o pai de uma médica de família tradicional católica de Russas/CE, que possuía residência de veraneio na praia de Quixaba, chamou a atenção de sua filha sugerindo que fizesse uma ação religiosa na comunidade.

Atendendo ao pedido do pai, a Dra. Silvânia Mascarenha começou a organizar uma via sacra com a imagem de Cristo nas ruas e nas casas da comunidade. Assim a cruz de madeira era transportada passando nas residências e finalizava na Praça da Nossa Senhora Auxiliadora para o culto religioso e encerramento.

Após um ano desse movimento, a Dra. Silvânia Mascarenha percebeu que poderia transformar a via sacra numa encenação da Paixão de Cristo ao ar livre, mas ainda não tinha decidido a começar os trabalhos.

Foi então, que a médica teve um sonho e nele ela se viu realizando a encenação ao ar livre na Praia de Quixaba. Este sonho causou grande impressão para a médica que chegou a compreendê-lo o seu sonho como um pedido de Deus para que o ato pudesse ser concretizado.

Trabalhando em Fortaleza, no seu consultório, e ainda impressionada, ao atender um paciente numa conversa informal, em que este se apresentou dizendo ser carismático (pessoas religiosas na nova filosofia da igreja católica – *Shalom*), contou-lhe sobre o sonho e este a incentivou a concretizar seu sonho. Este senhor incentivou-a a ir em frente, indicou-lhe uma diretora de teatro que também era bastante religiosa (carismática), recomendando que a contratasse para o trabalho inicial.

Uma outra nativa que residia e trabalhava na casa do Diretor do Teatro José de Alencar, na época favoreceu o encontro pois conhecia bem a diretora do teatro e reforçou o pedido do encontro da fundadora com a referida diretora. Esta nativa atualmente faz o serviço de costura e controle dos figurinos que compõem o espetáculo e sempre esteve presente na execução deste trabalho.

Dando início as atividades, a médica também convidaram sua cunhada, que trabalhava com teatro. Assim um primeiro cenário foi montado: o da Santa Ceia, e logo todos começaram a trabalhar intuitivamente até que a diretora apresentou o roteiro técnico da encenação. De modo que passaram, assim a trabalhar de forma mais sistemática.

Após esse primeiro ano, a encenação da Paixão de Cristo, foi se aperfeiçoando em todos os aspectos. Após 05 anos de trabalho árduo, a Dra. Silvânia Mascarenha desligou-se do projeto, alegando motivos pessoais, sendo que os palcos já construídos em locais estratégicos já compunham a paisagem da localidade.

Em 2011 diante das dificuldades e da necessidade de apoio, a presidente da associação firmou parceria com a Secretaria de Cultura de Aracati, no entanto os trabalhos não tiveram o sucesso esperado, visto que os conflitos entre os grupos e trabalhos da comunidade e servidores desta prefeitura surgiram e a parceria não pode se estender no seguinte ano.

Segundo o pessoal da secretaria, o fato se deu porque os participantes da comunidade eram pessoas difíceis de trabalhar, e por outro lado os participantes da comunidade afirmaram que os nativos não aceitavam o caráter predominante artístico (cordel) e não bíblico que a organização de Aracati tentou implementar no trabalho, neste ano.

Já em relação às parcerias com os grupos de Fortaleza, parece que com esses, os trabalhos fluíram melhor, pois no ano de 2012, por exemplo, um grupo de atores, diretores e outros membros do grupo que vieram a convite para participar da encenação, deram grande contribuição de forma voluntária. Nesse ano também foi constatado que os principais papéis da encenação foram feitos pelos próprios nativos da comunidade, inclusive o ator que representava Cristo foi escolhido para encenar o personagem por ser da comunidade e por apresentar aspecto físico próprio para o papel.

Segundo os organizadores, o ator pela primeira vez que representou Jesus Cristo tinha feito uma atuação amadora, mas que no ano seguinte sua interpretação já acontecia de forma mais artística. No ano de 2012 com uma nova direção o espetáculo foi representado com muita dificuldade, no entanto ele aconteceu mantendo a tradição da representação bíblica no local.

Em abril de 2012, após a última encenação, o grupo que iniciou o espetáculo na comunidade de forma artesanal comandado pela Dra. Silvânia Mascarenha, fez uma nova reunião na praça Arnaldo Praça, apresentando um novo planejamento para o espetáculo em 2013 e para o desenvolvimento turístico da localidade associado ao evento da Paixão de Cristo.

A proposta foi apresentada para a comunidade com duas alternativas de planejamento para serem votadas de acordo pelos moradores presentes na ocasião. Fato esse que ocorreu positivamente, pelo menos na escolha da melhor alternativa para o planejamento, segundo eles.

O planejamento apresentado estabelecia a construção de diversas estruturas cênicas em locais de visitação, onde o turista pudesse tirar fotografias e ser atendido de acordo com as suas solicitações de compras e outros itens.

A criação de um mural inspirado na cidade de Jerusalém, logo na entrada foi apresentada como ícone para a localidade. Camisas e bonés com a logomarca da Paixão de Cristo com a referência à Praia de Quixaba seriam vendidos em pousadas e no centro de informações turísticas, que também seria implantado.

Outra questão importante apresentada no planejamento e que já foi implantada é a sinalização de placas na rodovia que dá acesso à localidade. A inscrição “Terra da Paixão a 01 Quilômetro” por exemplos sugere o planejamento turístico da localidade com foco no evento.

Ainda neste sentido, outro trabalho já realizado foi a inauguração de placas contendo indicativo de ruas, tais placas contem a logomarca da Paixão de Cristo e bem como a alusão ao centenário de aniversário da comunidade. Fato relevante, ainda neste item é que o processo de oficialização das ruas está ainda sendo estruturado na Prefeitura de Aracati, e como ainda não foi apresentado na Câmara dos Vereadores, ainda é possível que sejam sugeridas as mudanças

de nomes, no entanto ninguém parece querer assumir. Na definição de nomes quando a comunidade não estiver satisfeita, ela questiona estes e até pode boicotar.

Em 2014, o evento foi coordenado pelos próprios nativos da praia, que já encenavam a maioria dos papéis e que nesse período passaram também a desempenhar o papel de coordenadores do evento. Houve para tanto, um trabalho de mentoria da última coordenadora para com o nativo que é o atual responsável pela organização e que atualmente trabalha na gestão.

Já em 2015 esse trabalho de gestão realizado pelos nativos ficou ainda mais consolidado, visto que a Prefeitura local voltou a apoiar com maior afinco as atividades, O mesmo ocorreu em 2016, possibilitando um maior envolvimento dos nativos da gestão, estes agora com maior experiência no trabalho.

No ano de 2016, ano de eleição municipais, foi apresentada proposta de desenvolvimento do evento para um dos candidatos a prefeito do município de Aracati, o Senhor Bismarck Maia, que ficou de apreciá-la.

De acordo com o estudo realizado, pode-se concluir que a estruturação do espaço turístico da praia de Quixaba tem sido planejada de forma fragmentada, pela participação de grupos diversos, embora tenham como interesse comum o desenvolvimento, mas devido aos inúmeros conflitos existentes não têm conseguido trabalhar de forma conjunta, o que acaba dificultando a otimização do trabalho.

O foco principal dessa estruturação é o evento da Paixão de Cristo que é realizado a cada ano e que ganha dimensão turística no Estado do Ceará com uma encenação única ao ar livre e que causa o seu diferencial. A comunidade da localidade se orgulha desse evento e tenta encená-lo da melhor forma possível.

Cruz (2003, p. 19) enfatiza que, em se tratando de unidades de conservação, algumas das transformações espaciais decorrentes do uso turístico do território dizem respeito à abertura de trilhas ao longo das quais podem ser instalados instrumentos de educação ambiental, como placas informativas ou outros. O autor (2003, p. 19) ainda coloca que “podem ser cobrados ingressos aos visitantes como forma de arrecadar recursos necessários à autossustentabilidade financeira dessas unidades de conservação”. Fato este também a se pensar na organização deste evento.

5.2 Análise das entrevistas dos participantes envolvidos com o evento na comunidade

Ao indagar algumas pessoas sobre o evento Paixão de Cristo na praia de Quixaba, foi interessante ouvir a opinião de cada um para poder registrar as opiniões a respeito. Pelas respostas dadas, vale destacar que a maioria afirma que a “realização do evento atrai turistas e ajuda a comunidade com vendas de produtos diversos”. Outro respondente diz que o evento “retrata a fé cristã e que isso é muito bom para a comunidade”. Já outro assegura que “desenvolve a cultura e preserva o tradicionalismo. Destacaram também que o evento tem importância cultural e turística”. Além de que também citaram que “atrai os cristãos e seguidores da palavra de Cristo”. Um respondente ressaltou ainda que “toda a apresentação é muito bonita que o evento recebe turistas e que ele encanta com a beleza do espetáculo”.

Avaliando de um modo geral, pode-se afirmar que a Paixão de Cristo de Quixaba, na opinião dos envolvidos, é um evento turístico e cultural que preserva o tradicional e a fé cristã. Encanta também pela sua beleza cênica e dramaturgia ocasionando a vinda de visitantes para conhecer e vivenciar o evento.

Outra indagação pertinente aos participantes, refere-se ao fato de se conhecer quais são as dificuldades que a organização encontra para poder realizar o evento. Segundo os respondentes a questão maior “é a falta de patrocinadores efetivos, pois o evento é muito caro e a organização precisa de recursos para poder realizá-lo, principalmente com as despesas de alimentação da equipe, material para o trabalho, vestimentas e reformas de figurinos”.

Um respondente destacou que “existe a falta de um maior compromisso das pessoas envolvidas, dos órgãos públicos e da comunidade de um modo geral”. Outro entrevistado lembrou que “o deslocamento dos atores de fora da comunidade também é uma dificuldade, pois eles precisam se hospedar, se alimentar o que é custeado pela comunidade, uma vez que não existe uma “verba” definida, com valor fixo para cada ano”. Quanto a divulgação, “ainda é pouca, merece então o espetáculo uma maior divulgação para atrair um número maior de público e turistas”. Também foi mencionada a questão da frequência dos nativos, pois “estes pescam e acabam dificultando mais os ensaios”.

Figura 03 – Encenação do Evento



Fonte: Autores (2014).

“A falta de preparação de alguns participantes da comunidade dificulta o trabalho de atuação em equipe”. Falta “curso de representação para tornar o espetáculo mais original e verdadeiro”. A equipe organizadora também foi citada no que se refere “ao fato de não aceitar inovação nem mesmo nas aceitações de ideias”.

Analisando de forma mais direta este ponto, pode-se concluir que se faz necessário organizar um calendário para os ensaios, como também a implementar cursos de interpretação e de relações humanas para viabilizar melhor os trabalhos tanto da organização como também da equipe interpretação.

Na terceira questão foi indagado sobre o que o espetáculo Paixão de Cristo trazia como diferencial competitivo, para ser trabalhado como produto turístico. Assim, foram apresentadas as respostas à saber: “A simplicidade, a humildade e o caráter religioso estava presente, pois o evento atraía até adeptos de outras religiões para assistir o espetáculo”. “A peregrinação ao ar livre” também foi citada como algo diferente e atrativo. Outro respondente citou que a “encenação ao ar livre é o diferencial, pois a encenação aproveita da paisagem ao ar livre”. “O patrimônio cultural também foi mencionado devido “a grandiosidade do espetáculo e a beleza paisagística como o cenário”, “a praia e a tradição religiosa também foram citadas, como diferencial que de certa forma atrai o turista”. “O cenário é natural, a encenação acontece no meio das falésias de forma que o evento enfatiza as belezas naturais da praia”. Outro respondente citou que “a encenação é única, pois é realizada nas falésias e define que ela é um verdadeiro teatro de arena litoral”. Foi citada como diferencial “a participação de atores nativos no espetáculo”. Estimado um percentual de 80% de nativos interpretando a Paixão de Cristo, além de também produzirem o figurino. Ainda foi abordado que “existe uma boa organização do espetáculo, focando a questão bíblica que na data festiva da páscoa atrai visitantes e turistas

para conhecer o espetáculo”. A comunidade como um todo, também se envolve no evento ajudando de todas as formas para que ele seja acontecido com sucesso. “A comunidade atua até nos principais papéis”.

Em relação ao trabalho de marketing desenvolvido para a divulgação da encenação foram colhidas as seguintes afirmativas: um dos respondentes disse que “no início foi bem mais atuante, mas atualmente precisa melhorar para inclusive fazer o acompanhamento das inovações já que é desejo de todos os envolvidos é buscar um maior público”. Outro considerou fraco e acha que “deve ser divulgado mais fora da cidade de Aracati, cidade sede”. Outro entrevistado concluiu que “é péssimo, pois é necessário que a direção da organização esteja sempre presente para direcionar esteticamente panfletos, *splots*, *outdoor* entre outros”. Outro afirmou que “o trabalho do marketing é muito restrito devido à falta de verba para este tipo de trabalho”. Já o outro citou que “a nível do Estado do Ceará está bom, mas precisa ser melhorado a divulgação para atingir cenário nacional e este trabalho precisa ser desenvolvido muito antes das vésperas do evento”.

De acordo com as respostas pode-se perceber que existe a necessidade de se trabalhar o marketing do evento tanto em termos locais, como no Estado e até em âmbito nacional. Maiores verbas precisam ser direcionadas para esse trabalho cuja organização deve começar bem antes da apresentação do evento.

A pergunta que analisava a responsabilidade de Aracati, cidade de jurisdição administrativa do evento da praia de Quixaba, cuja prefeitura, representada pela secretaria de turismo, deve apoio ao evento, uma vez que este já faz parte do calendário de evento da cidade. As respostas apontaram que “anteriormente a prefeitura do município foi mais atuante, pois um ex-prefeito desejou transformar o evento em um grande espetáculo”. “Hoje existe a necessidade de mais apoio na infraestrutura e nas verbas além da necessidade de participação de mais atores e figurantes”. Um outro respondente já afirmou que “acha fraca e que já tentaram dar um caráter mais artístico do que bíblico ao espetáculo, fato este que a comunidade não gostou”. E ele completou que o “som e a iluminação oriunda da Prefeitura só são decididos em última hora, o mesmo aconteceu com os fogos de artifícios”. “A Coelce órgão responsável pela energia do município também não apóia de forma significativa, muitas vezes até não vindo acender os refletores”.

Em relação ao apoio do município, os respondentes afirmam que “a prefeitura deveria melhorar o sistema de som, colocar mais segurança, as ruas não são fechadas, as pessoas se misturam com os atores, deveriam ter uma melhor organização neste fim”.

Outra questão apontada é que “o espetáculo não envolve muitos profissionais da cidade, visto que a cidade de Aracati é conhecida como um celeiro de artistas, estes poderiam muito ajudar”. Outro afirmou que “na comunidade de Quixaba há muito artistas amadores e que eles acabam interferindo no trabalho dos profissionais e no desenvolvimento do espetáculo”. Apontaram ainda que “o município recebe uma verba para ser repassada para os vários espetáculos de Paixão de Cristo no município, sendo que o da praia de Quixaba recebe um valor igual aos de outras localidades”, o que não deveria acontecer, pois devido a grandiosidade do espetáculo na praia de Quixaba, os gastos são bem maiores para a realização,

Já em relação aos parceiros da capital Fortaleza, em prol do sucesso do evento, os respondentes afirmaram que “Contribuem com trabalho voluntário e que os envolvidos ajudam na organização em geral”. Um respondente afirma que “em relação aos atores de Fortaleza, estes não seriam necessários, pois na comunidade tem como substituí-los principalmente porque os atores principais já são da própria comunidade”. Outro afirmou que “desde o início do espetáculo o grupo de Fortaleza tem apoiado na forma de voluntários e que sua ajuda foi e é fundamental para o sucesso do espetáculo”. Um pesquisado acha que “a vinda deles é desnecessária, pois assim acarreta mais despesas, pois precisam de alimentação, hospedagem e traslados”. Um outro respondente afirmou que “o pessoal dá o máximo de apoio no que pode, alguns colocam até em risco seu emprego vindo para a comunidade na temporada de ensaios e trabalhos”. “Eles gostam de participar, tem amor ao espetáculo e isso é muito significativo, pois gostam da comunidade e alguns até confeccionam seu próprio figurino para poder representar”. Um outro respondente ainda afirmou que “o grupo de Fortaleza tem contribuído muito, pois eles têm experiência na arte de representar e assim acabam transmitindo essa vivência e arte para os nativos da comunidade”. “Os nativos vêem neles uma oportunidade de se desenvolver nas artes cênicas, visto que a maioria já são profissionais. Eles treinam as pessoas da comunidade, não cobram cachês e trabalham por amor à arte e a comunidade”.

E ainda em relação ao trabalho de apoio da comunidade no evento, foram obtidas as seguintes respostas: “o espetáculo tem que ser melhor trabalhado com treinamentos de diversos tipos para poderem então melhor se profissionalizar”. Eles se esforçam bastante para fazerem um bonito espetáculo, bem como para atender bem os visitantes. “Eles mesmo vão atrás de patrocínio, buscam apoio da prefeitura local”. Um pesquisado ainda afirmou que “a comunidade é desarticuladora e amadora”. Outro diz que atualmente “a comunidade está à frente do espetáculo de forma ativa”. Para os principais envolvidos foram realizados uma espécie de mentoria para que a comunidade assimilasse o trabalho e o fizesse com sucesso. Já um indagado diz que “eles deveriam serem mais unidos, assim a força deveria ser maior”.

Quando indagados em relação às parcerias, os respondentes afirmaram que “no início o apoio era através de amizades, mas hoje já tem algumas organizações parceiras apoiando”. Um outro indagado afirmou que “elas existem, mas precisam ser melhoradas com a inclusão de novos parceiros”. Outros citam que “são feitos por voluntários, os amantes da cultura”. Já outro pesquisado, diz que “é muito interno da organização, não se sabe a contabilidade, é divulgado os nomes dos patrocinadores, mas não se sabe quanto entra para que o diretor artístico possa melhor trabalhar”. Foram citados como parceiros a Prefeitura local, o SEBRAE, a TV Diários entre outros, mas segundo os respondentes, estes representam ainda um número pequeno, merecendo mais captação para o crescimento do espetáculo.

Ainda sobre o que deveria ser feito para melhorar a “Paixão de Cristo” as respostas foram: “As pessoas deveriam se unir mais, acabar com os conflitos. Deveriam aprender a trabalhar com parcerias, com maior amizade, ter união acima de tudo”. Outro colocou que “deveria ter inovação, trabalho em equipe, maior profissionalização, novas estruturas, uma sede para a organização, participação de um ator famoso para dar maior visibilidade ao espetáculo em termos nacionais”. “O trabalho deveria ser organizado bem antes, logo após o término da última apresentação do espetáculo. É preciso melhorar os figurinos e dar manutenção aos palcos, melhorar a cenografia, trabalhar a mídia com uma apresentação mais profissional”. “Reorganizar as verbas; maior participação da população, melhorar o acesso dos transportes para os visitantes, um tempo maior de trabalho dedicado ao espetáculo, deve também isolar o público do espetáculo para dar uma maior visualização e melhorar a iluminação”. “Devem ser oferecidas oficinas de treinamentos de teatro, cursos profissionalizantes e de arte”.

6. CONSIDERAÇÕES FINAIS

De acordo com a coleta de dados desta pesquisa, pode-se concluir que o espetáculo da Paixão de Cristo na Praia de Quixaba é um evento que tem potencialidade turística para se desenvolver como um produto cultural, religioso e de lazer, no entanto precisa haver um planejamento estratégico mais efetivo de modo que o mesmo venha se profissionalizar nos seus mais diversos aspectos para que assim possa ter sucesso e viabilidade econômica para a comunidade.

Nesses aspectos, pode-se citar o desenvolvimento do marketing de forma a abranger uma dimensão maior a nível estadual, nacional e até internacional. Este trabalho requer uma união de diversos órgãos interessados no desenvolvimento do evento.

Com relação à infraestrutura é urgente reorganizar os espaços de modo a oferecer uma melhor visualização para o público, além de se criar uma estratégia de translados dos atores, separados dos visitantes no momento ápice do evento.

A valorização das particularidades específicas do evento como a participação dos artistas nativos na encenação, principalmente assumindo os papéis principais, denota que a comunidade está envolvida e interessada em organizar e administrar o evento que antes era organizado por um grupo de pessoas vindas da capital Fortaleza. Outra questão relacionada a esse aspecto é a utilização dos espaços geográficos do lugar como o uso das falésias na encenação, isto por si só já contribui para o diferencial competitivo do evento.

A questão da religiosidade como vetor principal para a definição da identidade do evento na praia de Quixaba é também uma marcante. A comunidade não aceita uma representação com foco mais artístico como a interpretação em forma de cordel, como já se tentou realizar anteriormente. A religiosidade do povo de Quixaba pode ser percebida nesse momento especial, principalmente porque a época favorece este sentimento e a comunidade dada a sua formação cristã, envolve-se em sua atmosfera.

A captação de parceiros precisa ser mais intensificada, pois o produto turístico já existe, necessitando apenas de um maior tratamento pelas organizações municipais e estaduais, principalmente porque o evento tem uma característica ímpar e que merece ser melhor explorado para contribuir para o desenvolvimento econômico da região.

É notável que a localidade assumiu a identidade do evento conforme mostra o *slogan* divulgador em placas identificativas na rodovia que dá acesso à praia. “Quixaba terra da Paixão”.

De um modo geral, percebe-se que o evento e a localidade precisam de investimentos para que possam estar aptos no receptivo de turistas e visitantes que para ali se desloca no período em que se comemora a vida e morte de Jesus Cristo. Que o atrativo da religiosidade, um dos principais atrativo da visita, seria o captador para incrementar o turismo no período da páscoa, como fonte de renda para garantir uma melhor qualidade de vida para aquela população.

REFERÊNCIAS

CARVALHO, Caio Luiz de. **Um Paradigma de Qualidade**. In: BENI, Mário Carlos Beni. *Análise Estrutural do Turismo*. São Paulo: Editora Senac, 1998.

CORIOLOANO, Luzia Neide. **O Turismo Comunitário no Nordeste Brasileiro**. In: CORIOLOANO, Luzia Neide e VASCONCELOS, Fábio Perdigão (Orgs.). Turismo, Território e Conflitos Imobiliários. Fortaleza/CE: Eduece, 2012.

_____. **O Turismo Comunitário no Contexto a Globalização**. In: CORIOLOANO, Luzia Neide e VASCONCELOS, Fábio Perdigão (Orgs.). Turismo, Território e Conflitos Imobiliários. Fortaleza/CE: Eduece, 2012.

COSTA, Jean Henrique; SOUSA, Michele de (Orgs.). **Política de Turismo e Desenvolvimento: reflexões gerais e experiências locais**. Mossoró/RN: Fundação *Ving-Un* Rosado, 2010.

COSTA, Jocilene Otília; SANTOS, Lilian da Silva e YAMASHITA, Yaeko. **Análise dos Modelos de Previsão de Demanda do Transporte Aéreo**. Rio de Janeiro/RJ: (In) Anais do VII SITRAER – Simpósio de Transporte Aéreo, 2005.

CRUZ, Rita de Cássia Ariza da Cruz. **Introdução à Geografia do Turismo**. 2ª ed. São Paulo: Roca, 2003.

GIRÃO, Raimundo. **Geografia Estética de Fortaleza**. Fortaleza/Ce.: Banco do Nordeste do Brasil S.A., 1979.

HALL, C. Michael. **A Tomada de Decisão Política e o Planejamento Centralizado**: Darling Harbour, Sydney. In: Gestão de Turismo Municipal: teoria e prática de planejamento turístico nos centros urbanos. TYLER, Duncan; GUERRIER, Yvonne e ROBERTSON, Martin (Orgs.). São Paulo: Futura, 2001.

MEIRA, Silvio Lemos. **Novos Negócios Inovadores de Crescimento Empreendedor no Brasil**. Rio de Janeiro: Casa da Palavra, 2013.

MELLO E SILVA, Sylvio Bandeira de. **Atração Global, Estratégias Locais e Turismo**. In: CORIOLOANO, Luzia Neide M. T. (Org.). Turismo com Ética Fortaleza/CE: UECE, 1998.

NASCIMENTO, Claudia Regina Tavares do. **A Participação dos Residentes no Processo de Produção do Território Turístico em Canoa Quebrada/Ce**. Natal/RN: Dissertação de Mestrado do Programa de Pós-Graduação e Pesquisa em Geografia da UFRN, 2010.

OLIVEIRA, Antonio Pereira. **Turismo e Desenvolvimento: planejamento e organização**. 5ª Ed. – São Paulo: Atlas, 2005.

PETROCCHI, Mário. **Turismo: planejamento e gestão**. 2ª Ed. São Paulo: *Pearson Prentice Hall*, 2009.

_____. **Turismo: planejamento e gestão**. 6 Ed. São Paulo: Futura, 1998.