



UNIVERSIDADE ESTADUAL DO CEARÁ
CENTRO DE ESTUDOS SOCIAIS APLICADOS
MESTRADO PROFISSIONAL EM GESTÃO DE NEGÓCIOS TURÍSTICOS

MARIA CACILDA FERREIRA LIMA

**O PATRIMÔNIO CULTURAL E A POTENCIALIDADE DO TURISMO NA CIDADE
DE ICÓ**

JUAZEIRO DO NORTE – CEARÁ
2018

MARIA CACILDA FERREIRA LIMA

O PATRIMÔNIO CULTURAL E A POTENCIALIDADE DO TURISMO NA CIDADE
DE ICÓ

Dissertação apresentada ao Curso de Mestrado Profissional em Gestão de Negócios Turísticos do Centro de Estudos Sociais Aplicados da Universidade Estadual do Ceará, como requisito parcial à obtenção do título de mestre em Gestão de Negócios Turísticos. Área de Concentração: Gestão de Negócios Turísticos.

Orientador: Prof. Dr. Francisco Agileu de Lima Gadelha.

JUAZEIRO DO NORTE – CEARÁ

2018

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação

Universidade Estadual do Ceará

Sistema de Bibliotecas

Lima, Maria Cacilda Ferreira.

O patrimônio cultural e a potencialidade do turismo na cidade de Icó [recurso eletrônico] / Maria Cacilda Ferreira Lima. - 2018.

1 CD-ROM: il.; 4 ¼ pol.

CD-ROM contendo o arquivo no formato PDF do trabalho acadêmico com 95 folhas, acondicionado em caixa de DVD Slim (19 x 14 cm x 7 mm).

Dissertação (mestrado profissional) - Universidade Estadual do Ceará, Centro de Estudos Sociais Aplicados, Mestrado Profissional em Gestão de Negócios Turísticos, Fortaleza, 2018.

Área de concentração: Gestão de Negócios Turísticos.
Orientação: Prof. Dr. Francisco Agileu de Lima Gadelha.

1. Cidade. 2. Patrimônio Cultural. 3. Turismo. 4. Potencialidade. I. Título.

MARIA CACILDA FERREIRA LIMA

O PATRIMÔNIO CULTURAL E A POTENCIALIDADE DO TURISMO NA CIDADE
DE ICÓ

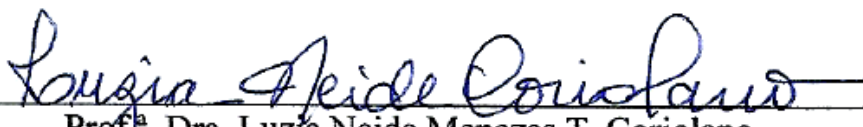
Dissertação apresentada ao Curso de Mestrado Profissional em Gestão de Negócios Turísticos do Centro de Estudos Sociais Aplicados da Universidade Estadual do Ceará, como requisito parcial para a obtenção do título de mestre em Gestão de Negócios Turísticos. Área de Concentração: Gestão de Negócios Turísticos.

Aprovada em: 02 de agosto de 2018.

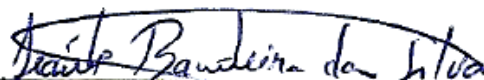
BANCA EXAMINADORA



Prof. Dr. Francisco Agileu de Lima Gadelha (Orientador)
Universidade Estadual do Ceará - UECE



Prof.^a. Dra. Luzia Neide Menezes T. Coriolano
Universidade Estadual do Ceará - UECE



Prof.^a. Dra. Isaide Bandeira da Silva

Faculdade de Educação, Ciências e Letras do Sertão Central – FECLESC/UECE

AGRADECIMENTOS

Agradeço a Deus pela dádiva da vida e por me permitir realizar tantos sonhos. Por sempre me conceder sabedoria nas escolhas dos melhores caminhos, coragem para acreditar, força para não desistir e proteção para me amparar.

Escrever uma dissertação é sem dúvida um desafio, porém muito gratificante, pois os conhecimentos adquiridos ao longo da pesquisa servem de base para o crescimento. Aos que partilharam comigo dessa experiência, meus sinceros agradecimentos. Agradeço a todos que confiaram em mim.

À família e aos verdadeiros amigos minha gratidão. A meu pai (*in memoriam*), que, onde quer que esteja, sempre confiou em mim, ensinou a persistir com determinação e coragem.

A minha mãe, pelo exemplo de vida que é, partilho a alegria deste momento.

Ao meu filho Israel que me serve de exemplo de determinação e responsabilidade e sempre me leva em direção às vitórias dos desafios. Orgulho de minha vida.

Aos irmãos que Deus colocou em minha vida: Celmar, Marcos, Antônio e Aninha pelo incentivo, perseverança e otimismo contagiante.

Ao meu sobrinho e afilhado Cícero César por fazer parte da minha vida.

Ao professor Agileu, orientador-amigo pela disponibilidade e leveza na condução do processo, essencial para a realização da dissertação.

A todos os professores do Mestrado Gestão de Negócios Turísticos – Turma do Cariri, representados pelas professoras Luzia Neide e Sandra, por me incentivarem a escrever.

À Célia e Valdiluce pelo empenho dedicado para a realização do Mestrado no Cariri.

A amiga Beta pela alegria e disponibilidade dispensada a mim, na trajetória, exemplo de bondade.

À Íris, com quem releio e passo a limpo diariamente as minhas anotações, agradeço pela sabedoria das palavras.

Ao colega Éder, por dividir comigo conhecimentos. Aos meus amigos Jânio, Inês, Janaina e Norma, agradeço a amizade, companheirismo e o carinho.

À Patrícia pelas orientações e dedicação durante todo o percurso.

A Napoleão, poeta da turma, agradeço por alegrar os dias na trajetória e encantar nas rimas.

A Iramar, Eriluce, Alana, André, Marli, Cícero, Rejane, Milo, Elias agradeço pela gratificante convivência ao longo do curso.

A Ana Cristina agradeço pela serenidade e paz que transmite.

A Aurilo agradeço as caronas, a companhia e a gentileza de todos os momentos.

Agradeço a todos da SEFAZ de Iguatu, em especial, ao Antônio Eugênio, a pessoa mais determinada.

Ninguém vence sozinha.

“A verdadeira viagem da descoberta
consiste não em buscar novas paisagens,
mas em ter olhos novos.”

(Marcel Proust)

RESUMO

Esta dissertação tem como objeto de investigação o Patrimônio cultural e a potencialidade turística da cidade de Icó, reestruturada com o Programa de Reconstrução de Cidades Históricas e o de Preservação do Patrimônio Cultural denominado Monumenta. Analisam-se as políticas de preservação do patrimônio cultural de Icó, pela criação do IPHAN com mudanças de paradigmas, em processos de intervenção de sítios históricos. A cidade de Icó, na região centro-sul do Ceará, possui rico patrimônio tombado, desde o ano de 1997. Sua história de ocupação contribui na construção do patrimônio arquitetônico que teve apogeu, entre crise e decadência, agora, atrativo turístico, ajuda a economia. Os pilares: gado, patrimônio e turismo estão vinculados, reordenando as atividades econômicas, para transformar Icó em lugar turístico. A problematização investigada busca responder os seguintes questionamentos: De que forma o Patrimônio Cultural da cidade de Icó tem sido utilizado pela gestão municipal para fins turísticos? Qual o patrimônio cultural e como tem contribuído para o turismo cultural? Qual uso turístico dado ao patrimônio cultural? Análise do patrimônio cultural, pelas ações desenvolvidas do IPHAN, Programa Monumenta e gestores públicos. Objetivos: Identificar práticas de proteção ao patrimônio cultural da Cidade. Identificar a potencialidade do turismo, conhecer estratégias e ações de incentivo à utilização turística do centro histórico. Estudo da festa do Senhor do Bonfim como patrimônio imaterial da cidade. A pesquisa teve como procedimentos técnicos de coletas de dados o levantamento bibliográfico, pesquisa documental e pesquisa de campo. Fez-se observação participante, principalmente na Festa do Senhor do Bonfim. A abordagem torna-se necessária quando se analisam as reclamações de proprietários de casarões, no que se refere ao estado de conservação que, apesar de aparentemente bem conservados, na parte externa, o interior carece de reformas urgentes, por colocar em risco vidas e patrimônio. Tem-se que o patrimônio precisa se aliar ao turismo, tendência no mundo moderno, para fazer crescer o município. O município apresenta potencialidades para promoção do desenvolvimento do turismo cultural, potencial subutilizado. Investir em turismo cultural que, aliado ao patrimônio edificado, valoriza Icó e ajuda a saída econômica para muitas famílias.

Palavras-chave: Cidade. Patrimônio Cultural. Turismo. Potencialidade.

ABSTRACT

This dissertation has as object of investigation the Cultural Patrimony and the tourist potential of the city of Icó, restructured with the Program of Reconstruction of Historical Cities and the one of Preservation of the Cultural Patrimony denominated Monumenta. The policies of preservation of the cultural heritage of Icó, by the creation of IPHAN with changes of paradigms, in processes of intervention of historical sites are analyzed. The city of Icó, in the south-central region of Ceará, has a rich heritage dating back to 1997. Its history of occupation contributes to the construction of the architectural patrimony that has had its apogee, between crisis and decay, now a tourist attraction, economy. The pillars: cattle, patrimony and tourism are linked, reordering the economic activities, to transform Icó into a tourist place. The investigated questioning seeks to answer the following questions: In what way has the Cultural Heritage of the city of Icó been used by municipal management for tourism purposes? What is the cultural heritage and how has it contributed to cultural tourism? What tourist use given to cultural heritage? Analysis of the cultural heritage, by the actions developed by IPHAN, Monumenta Program and public managers. Objectives: Identify practices to protect the city's cultural heritage. Identify the potential of tourism, know strategies and actions to encourage the use of tourism in the historic center. Study of the feast of Senhor do Bonfim as immaterial patrimony of the city. The research had as technical procedures of data collection the bibliographic survey, documentary research and field research. A participant observation was made, especially in the Feast of Senhor do Bonfim. The approach is necessary when analyzing the complaints of owners of houses, regarding the state of conservation that, although apparently well preserved, in the outside, the interior needs urgent reforms, because they put at risk lives and patrimony. It is necessary that the patrimony has to ally with the tourism, tendency in the modern world, to make grow the municipality. The municipality has potential to promote the development of cultural tourism, underutilized potential. Invest in cultural tourism that, together with built heritage, values Icó and helps economic exit for many families.

Keywords: City. Cultural heritage. Tourism. Potentiality.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – Regiões turísticas do Ceará	37
Figura 2 – Mapa de localização de Icó	46
Figura 3 – Igreja de Nossa Senhora da Expectação	59
Figura 4 – Teatro da Ribeira dos Icó's	60
Figura 5 – Lago do Theberge	61
Figura 6 – Igreja de Nossa Senhora do Rosário	62
Figura 7 – Igreja do Senhor do Bonfim	62
Figura 8 – Igreja de Nossa Senhora da Conceição	63
Figura 9 – Igreja de São José	64
Figura 10 – Rua Ilídio Sampaio	65
Figura 11 – Sobrado do Mirante.....	65
Figura 12 – Sobrado do Canela Preta.....	66
Figura 13 – Sobrado Mariinha Graça.....	67
Figura 14 – Casa de Câmara e Cadeia.....	67
Figura 15 – Casarão de Dona Glória.....	68
Figura 16 – Palácio da Alforria	69
Figura 17 – Mercado Público.....	69
Figura 18 – Solar da Família Antero	70
Figura 19 – Aula de música no Sobrado Canela Preta.....	71
Figura 20 – Bombas em homenagem ao Senhor do Bonfim	72
Figura 21 – Artesanato da cidade de Icó – CE	73
Figura 22 – Procissão do Senhor do Bonfim	76
Figura 23 – Tapete do Senhor do Bonfim.....	77
Figura 24 – Vista frontal do tapete do Senhor do Bonfim.....	78

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

ANTT	Agência Nacional de Transportes Terrestres
APROARTI	Associação dos Produtores de Artesanato, Gestores Culturais e Artistas de Icó
BID	Banco Interamericano de Desenvolvimento
DNOCS	Departamento Nacional de Obras Contra a Seca
DOE	Diário Oficial da União
DPHAN	Diretoria do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional
EMBRATUR	Instituto Brasileiro de Turismo
EMCETUR	Empresa Cearense de Turismo
FIFA	Federação Internacional de Futebol
IBGE	Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística
IPHAN	Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional
LGT	Lei Geral do Turismo
MTUR	Ministério do Turismo
OEA	Organização dos Estados Americanos
PAC	Programa de Aceleração do Crescimento
PIB	Produto Interno Bruto
PNT	Política Nacional do Turismo
PRODETUR	Programa de Desenvolvimento do Turismo
PRODETURIS	Programa de Desenvolvimento do Turismo no Litoral do Ceará
Proecotur	Programa de Desenvolvimento do Ecoturismo na Amazônia Legal
PROURB	Programa de Urbanização
SENAC	Serviço Nacional de Aprendizagem Comercial
SPHAN	Serviço do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional
SUDENE	Superintendência do Desenvolvimento do Nordeste
UCG	Unidade Central de Gestão
UECE	Universidade Estadual do Ceará
UNESCO	Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO.....	12
2	COMPREENSÃO TEÓRICA DA ATIVIDADE TURÍSTICA.....	18
2.1	CIDADES GESTADAS PELAS POLÍTICAS DO ESTADO.....	27
2.2	PASSOS DA PESQUISA.....	32
3	O ESTADO DO CEARÁ E O TURISMO	34
3.1	REGIÕES TURÍSTICAS DO CEARÁ	36
3.2	PLANOS DE TURISMO E NEGLIGÊNCIA COM O PATRIMÔNIO CULTURAL	40
4	CIDADE DE ICÓ E HISTÓRIA DO LUGAR	46
4.1	PLANO DE DESENVOLVIMENTO URBANO DE ICÓ E O MONUMENTA NA RESTAURAÇÃO DO PATRIMÔNIO	51
4.2	COMPREENSÃO DO PATRIMÔNIO MATERIAL E IMATERIAL.....	53
4.3	EVOLUÇÃO DO CONCEITO PATRIMONIAL.....	55
4.4	PATRIMÔNIO MATERIAL DA CIDADE DE ICÓ.....	58
4.5	PATRIMÔNIO IMATERIAL DA CIDADE DE ICÓ.....	70
4.6	FESTA DO SENHOR DO BOMFIM: PATRIMÔNIO IMATERIAL.....	74
5	CONCLUSÃO.....	83
	REFERÊNCIAS	86
	APÊNDICE	94
	APÊNDICE A – QUESTIONÁRIO PARA A SECRETARIA DE TURISMO.....	95

1 INTRODUÇÃO

Esta dissertação tem como objeto de investigação o Patrimônio Cultural e a Potencialidade Turística da Cidade de Icó e vincula-se ao Mestrado Profissional em Gestão de Negócios Turísticos da Universidade Estadual do Ceará (UECE). Analisa o patrimônio e o turismo culturais. Icó passa pela reestruturação implementada, desde os anos de 1990, com o Programa de Reconstrução de Cidades Históricas e o de Preservação do Patrimônio Cultural denominado Monumenta. Analisam-se as políticas de preservação do patrimônio cultural, na esfera federal, com a criação do sítio histórico de Icó, em 1997, tombado pelo Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (IPHAN), com mudanças de paradigmas em processos de intervenção de sítios históricos.

O turismo cultural estimula a preservação dos sítios históricos tombados, prática da política urbana. Muitas ações se desenvolvem pelo poder público, nas esferas federal, estadual e municipal, com a participação de instituições e organismo internacional, em especial da Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura (UNESCO).

A escolha do tema “Patrimônio Cultural de Icó” torna-se relevante, é que a cidade possui rico patrimônio cultural, datado do século XVIII, tombado, nacionalmente de valor histórico, arquitetônico, artístico e paisagístico, que valoriza a identidade cultural.

A cidade de Icó, na região centro-sul do estado do Ceará, possui rico patrimônio tombado desde o ano de 1997: núcleo histórico pelo entendimento de que a cidade é um “documento”, que registra a memória histórica. São concepções normatizadas pela Carta de Veneza de 1964 que agregam aos valores consagrados a ideia do caráter documental da cidade que passa a ser patrimônio nacional.

O IPHAN, órgão que prima pela preservação do patrimônio cultural do Brasil, não dispõe de recursos suficientes para manter obras de vulto, no entanto, a possibilidade de reversão do quadro de desgaste patrimonial de Icó se apresenta em duas direções, nas quais a cidade é contemplada pelo Programa de Urbanização dos Municípios do Ceará (PROURB), parceria do Governo do Estado com municípios, tendo como principal ação a estruturação urbana (NASCIMENTO, 2013), e Programa MONUMENTA, financiamento para recuperação de imóveis privados (DIOGO, 2009).

Muitos territórios são apropriados pelo turismo por oferecer atrativos e oportunidades de contemplação de artes, cabendo aos gestores públicos e operadores turísticos, oportunidades de práticas de responsabilidade para garantia da conservação e preservação de peças do patrimônio cultural.

No Brasil, o patrimônio cultural tem ajudado ao turismo e o turismo contribuído na conservação de patrimônios. Contudo sabe-se que a sociedade civil organizada se divide entre os que não acreditam no turismo como alternativa de ganhos e os que apostam no desenvolvimento do turismo como solução dos problemas patrimoniais.

O território cearense, desde o início da década de 1990, recebe dos governos estaduais, empreendedores e gestores municipais incentivo à inserção de municípios na rede de turismo nacional. No entanto, os programas e projetos governamentais não contemplam todo o território, uma vez que os atrativos naturais e culturais, especialmente sol e mar, são os mais demandados pelo turismo. Acredita-se que o turismo cultural complementa o turismo marítimo e ajuda a valorizar as cidades brasileiras.

A cultura cearense é ampla e variada, derivação também de atividades econômicas, em especial, pecuária que produz variedade cultural, sobremaneira no ciclo do gado. Recebeu influência de povos originários como o indígena, de brancos colonizadores e de negros que contribuíram para a formação da riqueza e do patrimônio cultural do país.

Relaciona-se o processo de ocupação e consolidação da região onde se encontra Icó, alicerçado na criação de gado, no cultivo de vazantes do Rio Salgado, sobretudo ao fato de a vila de Icó ter sido cruzamento de importantes trilhas de gado e de comunicação do Brasil colônia. Favorecidos pelo aspecto de comerciantes locais enriquecem atendendo a tocadores de gado vindos pela Estrada Geral do Rio Jaguaribe ou estrada das boiadas, caminhos de ligação do Ceará com os estados de Pernambuco, Paraíba e Piauí. A efervescência econômica muda a fisionomia urbana de Icó até a conversão de vila em cidade em 1842 (IBGE, 2018)¹.

A ocupação contribuiu para a construção do patrimônio arquitetônico que teve fase de apogeu, séculos XVIII e XIX, mas, entra em crise e decadência. Contudo, o patrimônio é conservado, agora, atrativo turístico, ajudando a sustentar a

¹ Disponível em: <<https://cidades.ibge.gov.br/brasil/ce/ico/historico>>. Acesso em: 20 maio 2018.

economia. Assim, os três pilares: gado, patrimônio e turismo estão vinculados, no reordenamento de atividades econômicas, podendo transformar Icó em lugar turístico.

O turismo se apropria da natureza e de ambientes produzidos, cidades, vilas, comunidades. Assim, turismo e meio ambiente são realidades inseparáveis. O turismo torna-se concreto quando viajantes entram em contato com lugares, paisagens e territórios e se encantam com patrimônios culturais existentes. É o turismo uma atividade capitalista que transforma lugares em mercadoria, aparentemente vendida, servindo para fazer crescer a economia. O principal elo da cadeia produtiva do turismo é o lugar, ou seja, cidade que recebe turista e se torna núcleo receptor, que pode ser conhecida pelo *marketing* que apresente o lugar ao país e ao mundo.

Icó é cidade de rico patrimônio arquitetônico, construída durante o apogeu econômico. Entre as peças patrimoniais, está o Teatro Ribeira dos Icó, que marca apogeu da cidade. Nascimento (2002, p.58), pesquisando o relatório da Comissão Científica de Exploração, afirma que Icó era o maior local comercial e social do centro da província. O princípio de decadência da cidade remete à epidemia de cólera, em 1862, terminando em 1864, com grande número de vítimas. Com a população rarefeita, Icó passa por catástrofe em 1877, com início de uma das secas mais terríveis da história icoense.

No século XX, a Estrada de Ferro de Baturité espalhou trilhos pela região, sem chegar a Icó. Cidades próximas à linha de ferro cresceram concentrando fluxos do comércio regional. Icó fica em segundo plano no desenvolvimento do estado, mas conserva o patrimônio arquitetônico e cultural, produzido durante 300 anos da fase de apogeu.

Assim, o Teatro Ribeira dos Icó é uma peça arquitetônica valiosa do acervo patrimonial, e, depois de muitos anos de abandono, é contemplado pelo Programa Monumenta/Iphan, do Ministério da Cultura, com proposta de restauração do patrimônio edificado.

Diz Coriolano (2006) que um lugar se torna turístico pela oferta e demanda, dessa forma, o turismo como serviço atende demandas da vida moderna, para lazer e entretenimento. A atividade se aloca em grandes cidades e em pequenas comunidades. Quando as pessoas de lugares visitados se envolvem com o turismo, é criada a cultura do turismo, ou seja, compreensão do que a moderna

atividade tem importância, causa impacto que precisa ser atenuado, sendo base necessária ao desenvolvimento sustentável, comenta a autora.

O turismo é uma forma de consumo, uma das mais novas formas de reprodução do capital. O turismo local, realizado com o envolvimento dos residentes, serve para desmistificar a atividade fazendo entender que não deve ser superestimada nem deve substituir nenhuma atividade econômica tradicional, mas fortalecer e apoiar-se na identidade local e atividades econômicas tradicionais, sustentam os teóricos do turismo.

A problematização investigada busca responder os seguintes questionamentos:

- De que forma o Patrimônio Cultural da cidade de Icó tem sido utilizado pela gestão municipal para fins turísticos?
- Qual o patrimônio cultural e como tem contribuído para o turismo cultural na cidade de Icó?
- Qual uso turístico dado ao patrimônio cultural?

A dissertação tem como **objetivo geral**:

- Analisar o Patrimônio Cultural da cidade de Icó pelas ações desenvolvidas pelo IPHAN e o Programa Monumenta e gestores públicos.

Objetivos específicos:

- Identificar as práticas de proteção ao Patrimônio Cultural da Cidade.
- Conhecer práticas de recuperação de peças patrimoniais;
- Relacionar o patrimônio cultural com o turismo de Icó;
- Identificar a potencialidade do turismo de Icó;
- Conhecer as estratégias e ações de incentivo à utilização turística do centro histórico, dos gestores públicos,
- Analisar a festa do Senhor do Bonfim como patrimônio imaterial da cidade.

O lugar para atrair visitantes utiliza atrativos naturais e culturais. A cultura cearense é rica, mas pouco direcionada ao turismo. A implantação dos grandes empreendimentos turísticos está concentrada principalmente em Fortaleza e nos municípios de Aquiraz, Aracati, Beberibe, Camocim, Cascavel e Caucaia (ARAÚJO; PEREIRA, 2011).

Contudo os atrativos do Ceará não residem apenas no litoral, mas também em atrativos culturais de cidades, que o povo elabora com história e identidade. O turismo cada vez mais se fortalece com a cultura, com patrimônio cultural e diferentes identidades. No turismo, se fabricam cenários, criam-se ilusões e se fazem *marketings* reais, sobretudo fantasiosos para atrair visitantes (CORIOLANO, 2006a). Icó tem patrimônio cultural, não precisa fantasiar, no entanto não tem produzido *marketing*.

A sociedade cobra dos gestores maior atenção com os temas de identidade cultural e locação de verbas para programas culturais, que não são prioridades. A população é negada, não considerada no planejamento, decisões, embora seja elemento chave do desenvolvimento.

Considerando a natureza do problema, a opção é pelo método dialético, tendo em vista a necessidade de análise do objeto, considerando o jogo de forças, conflitos e contradições da cidade e do turismo. A dialética permite enxergar para além da aparência, processos e inter-relações e determinações da realidade. O método incita a revisão do passado, à luz do que acontece no presente que questiona em nome do futuro, o que está sendo em nome do que “ainda não é”, afirma Konder (1981). A dialética entende o objeto como totalidade, analisa-o na busca de determinações e não faz dicotomias.

A pesquisa, segundo Minayo (2009, p. 26), envolve três etapas: exploratória, trabalho de campo e análise do material coletado. A autora considera que o objeto investigado atinge nível de interpretação pelos dados que não podem ser apenas quantificados, mas interpretados.

Considera-se a pesquisa busca do conhecimento, orientada pelo emprego do método científico para compreensão da realidade. Para Dencker (1998, p. 21), “a tarefa do pesquisador consiste em tentar aproximar o modelo teórico da realidade de forma sistemática e controlada, visando diminuir as chances de erro nas avaliações efetuadas”.

A dissertação está estruturada em cinco partes: Primeira, introdução com contextualização do objeto, justificativa, problemática do tema, questionamentos. Segunda, apresentação da atividade turística. Na primeira seção da parte dois, cidades gestadas pelas políticas do Estado, por relevante para o desenvolvimento da atividade turística, a organização do espaço com políticas públicas. Na segunda, passos da pesquisa, importantes para realização do trabalho, no qual se recorre à revisão da literatura de autores nacionais, pesquisa documental e institucional, pesquisa de dados primários por meio de observação, entrevistas e questionários.

A terceira parte retrata o estado do Ceará e o turismo. A relevância dada se justifica por estar o município de Icó localizado no estado do Ceará e tornar-se necessário conhecer a ocupação do espaço geográfico cearense pelo poder público, com infraestrutura para incentivar a iniciativa privada e impulsionar o turismo. Na quarta, centrada no município de Icó, apresentação de sua história. Coloca-se em evidência o patrimônio que retrata por meio de perspectiva histórica e os elementos que deram origem ao patrimônio cultural, capaz de agregar valores de memória e identidade, na tentativa de preservar vestígios materiais e imateriais que sugerem o uso turístico como meio de revitalização. Na quinta parte, relatam-se as conclusões, sintetizando as principais avaliações e resultados da pesquisa. Apontam-se sugestões para contribuir para o desenvolvimento do turismo no município, uma vez que o patrimônio cultural das cidades históricas, a exemplo da cidade de Icó, ganha evidência para uso turístico, porém a carência de infraestrutura e de políticas públicas para o turismo inviabiliza o uso do patrimônio cultural para a atividade turística.

2 COMPREENSÃO TEÓRICA DA ATIVIDADE TURÍSTICA

O turismo é uma atividade de setores da sociedade e da economia. Nesse contexto, os lugares entram em competição transformando espaços em espetáculos como atrativo turístico. As cidades se transformam, diante da nova atividade, e reordenam núcleos históricos urbanos, criam roteiros temáticos e utilizam personagens da história, produzidos para o turismo. Para atender ao turista, cria-se infraestrutura que se reverte em benefício da própria comunidade.

Nesse sentido, Coriolano (2014, p. 81) afirma que “o turismo vive de imagens para o consumo, de praias desertas a monumentos históricos, portanto, tudo pode vir a ser objeto de contemplação e de atração turística”.

As condições fundamentais para o turismo é o deslocamento, ou viagem associada ao lazer. O turismo é a atividade de serviço em destaque no mundo para atender a demanda da vida moderna direcionada ao lazer e entretenimento, estimulada pelas estratégias de *marketing* disponibilizadas, em diversas mídias que incentivam o consumo (BRASIL, 2014). A evolução histórica do turismo envolve mudanças, principalmente em nível sociocultural, influenciadas pela Revolução Industrial e pela dos transportes.

A Revolução dos transportes dinamiza a atividade ao diminuir o tempo de deslocamento. O surgimento de espaços de lazer e estâncias termas dedicadas às elites afirmaram-se como espaços de relação social da burguesia para ocupar o tempo livre, e a conquista de férias pagas serviu para impulsionar as viagens.

As viagens turísticas são motivadas por vários fatores, desde lazer a negócios. A diversidade é a palavra de ordem quando o assunto é turismo que se apresenta de diversas formas, turismo cultural, de sol e praia, de aventura, religioso.

O turismo cultural considera-se forma de salvaguarda do patrimônio, da preservação de identidade e tradição. Na concepção de Barreto (2007, p. 84), o turismo cultural tem origem no *Grand Tour*, século XVIII, caracterizada pelo contato com culturas, formado de grupo de turistas seletivos, considerado uma das primeiras formas de turismo, posteriormente, a partir de 1950, o turismo de sol e praia ganha evidência.

As viagens de interesse cultural têm início na Europa, com apoio do renascimento italiano, quando a aristocracia se desloca para buscar inspiração em sítios históricos e arqueológicos. Daí nasceu o *Grand Tour* inspirado pelas viagens renascentistas, considerado a primeira forma de turismo que precede o turismo

moderno do século XIX e tem como base o contato com culturas da Europa continental, na busca pelo conhecimento.

Nesse período, a nobreza europeia enviava os filhos em viagens educativas que chegavam a durar até anos. Vistas como *Grand Tour*, assumiam o valor de diploma que lhes conferia importante *status* social, considerado embrião do turismo cultural, por estar relacionado com algum aspecto da cultura. Os deslocamentos ocorriam em regiões da Europa, Grécia e Oriente Médio, consideradas berço da civilização e onde existia grande número de monumentos expressivos que conferiam *status* social aos visitantes.

Barretto (2007), na obra “Turismo e Cultura”, relembra que, no *Grand Tour*, arquitetura e monumentos eram objeto de atração para viajantes. Na atualidade, bens associados à *petite histoire* aumentam a visibilidade para visitaçã o e têm contribuído para a preservação de bens tombados impedindo a substituição pelos bens em estilo moderno.

A atividade turística desponta como alternativa para a movimentação da economia de lugares que investem no turismo. Sua relação e atividades representam a cadeia produtiva formada de elos que impulsionam a oferta de trabalho. Ao abordar a capacidade de desenvolvimento econômico, percebe-se que o turismo ganha importância pela dinamização e estímulo à produção de bens e serviços. Nesse entendimento, corrobora-se a afirmação de Coriolano (2003) de que a análise da cadeia produtiva do turismo é constituída por elos interligados formando o negócio turístico. Lugar e atrativos são hiatos naturais e culturais. Os transportes são responsáveis pelos fluxos, e os meios de hospedagens são elos de ocupação, e a alimentação que pega pela boca, serviços de apoio que aproximam os turistas dos residentes, na utilização da infraestrutura urbana, e a comercialização é o da consolidação da mercadoria – pacote turístico.

A atividade turística realiza-se por meio do conjunto de serviços de hospedagem, alimentação, telecomunicações, sinalização turística, estrada, segurança que, somadas aos atrativos turísticos, promovem o turismo nas diversas localidades. “O conjunto de atrativos, serviços, equipamentos turísticos e infraestrutura de apoio ao turismo constitui a oferta turística” (CORIOLANO, 2014, p. 149).

Os serviços turísticos estão intimamente relacionados com a oferta. Quando da decisão de viajar, visualizam-se, além da atração turística, fatores como

conforto de hotel, facilidade de deslocamento, meios de comunicação, assim, a oferta compreende a atração turística aliada a equipamentos e serviços turísticos.

Representam o conjunto de edificações, instalações e serviços indispensáveis ao desenvolvimento da atividade turística, como os meios de hospedagem, serviços de alimentação, de entretenimento, de agenciamento, de informação e outros (CAMPOS, 2010, p. 15).

Segundo Dias (2005), os meios de hospedagem referem-se aos estabelecimentos hoteleiros classificados ou não, e extra-hoteleiros, *camping*, colônia de férias, pensões, casas de família, etc. A alimentação inclui restaurantes, bares, cafés, lanchonetes, casas de chá, confeitarias, cervejarias, casas de sucos e sorvetes. Áreas de recreação, instalações desportivas, parques de diversão são consideradas entretenimento enquanto agência de viagem e turismo, informações turísticas são classificadas em outros serviços. Para superar os desafios de mercado competitivo e o nível de exigência dos consumidores, não basta satisfazer os clientes com serviços básicos, é preciso superar os desejos proporcionando algo que se deseja, com o propósito de encantar.

Diz Fernandes (2014) que o governo cearense, juntamente com a iniciativa privada, investe em obra de grande porte, direcionada à atividade turística, especialmente no que se refere à oferta hoteleira, agência de viagens, meios de hospedagem, organizadores de eventos, transportadoras turísticas, cooperativas de táxi, guias de turismo, restaurantes e boxes de artesanato. Afirma: cresce a empregabilidade na rede hoteleira e de alimentação de todos os municípios turísticos.

A previsão da SETUR, para o Estado do Ceará, é cada vez mais promissora. O Ceará deve receber cerca de 825 mil turistas, no período de férias, de 15 de dezembro de 2017 a 31 de janeiro de 2018, com incremento de 6,2% maior que o registrado no mesmo período do ano anterior. O crescimento influi na rede hoteleira e gera expectativa de crescimento, em torno de 10,5% mais que 79,7% do ano anterior.

O secretário do turismo, Arialdo Pinho, afirma que a SETUR investiu 27,3 milhões em promoção e publicidade. Os investimentos são responsáveis pela movimentação econômica causada pelo aumento do número de voos e, conseqüentemente, do aumento de turistas (NASCIMENTO, 2018).

O Ceará avança no setor de serviços turísticos. Entre os empreendimentos, destaca-se a parceria com empresas, a alemã Fraport,

responsável pela administração e ampliação do Aeroporto Internacional Pinto Martins, conquista das companhias Air France, KLM e GOL; inauguração do Aeroporto Regional de Jericoacoara, em 2017, e aumento do número de cruzeiros que chegam a Fortaleza. Investimentos de grande porte, aliados ao turismo, confirmam a vocação do Estado e permitem consolidar, cada vez mais, o turismo no Ceará. Os gestores apostam na promoção do turismo para impulso à economia que concentra a maior parte do PIB, no setor de serviços.

O Ceará aposta no turismo de cruzeiro e na receptividade à atração de turistas. Conforme a SETUR (2018), o total de turistas que chegam ao Ceará de navio soma 85% dos que chegaram em 2017. São 11.300 turistas estrangeiros, no Terminal de Passageiros do Porto do Mucuripe, em Fortaleza. Por ocasião de curta estadia, são recepcionados pela ação da SETUR, que distribui mapas, guias bilíngues e brindes.

A previsão é superar o número de turistas, o ano passado, em cruzeiro. Até abril, o Ceará deve receber cerca de oito mil turistas, dessa forma, em número que deve ultrapassar a quantidade, em 2015 com a recepção de 18.500 turistas no Porto do Mucuripe. A expectativa de crescimento do turismo, por meio de cruzeiros, aposta na licitação da dragagem do Terminal de Passageiros do Mucuripe possibilitando embarque e desembarque. O secretário de turismo visualiza o crescimento da atividade aliada à quantidade de cruzeiros, no Terminal de Passageiros do Porto do Mucuripe (SETUR, 2018).

Para Lima (2008, p. 57), o transporte, além da ligação entre áreas emissoras e receptoras de turismo, atua no desenvolvimento econômico, à medida que exerce o poder de facilitar ou limitar o acesso aos destinos. A autora afirma que os transportes podem ser parte integrante da atração turística e reconhece que “essa especificidade se refere a casos em que o transporte se torna um produto turístico atrativo por si só, como os cruzeiros marítimos, por exemplo”.

Nessa lógica, Coriolano (2006, p. 150) afirma que os governos empresariais são pressionados pelos empresários que passam a exigir investimentos em infraestrutura para atrair equipamentos turísticos relacionados a serviços de agenciamento, hospedagem, alimentação e entretenimento.

O turismo, no Ceará, se concentra basicamente no litoral, atrelado ao segmento de sol e praia, imagem vendida em diversas mídias, o que justifica o elevado número de investimentos em recebimento de turistas. A cidade de Icó está

localizada a 375 km da capital, com patrimônio cultural que data da fundação, tombado pelo IPHAN, considerado atrativo essencial ao desenvolvimento do turismo cultural.

Os tipos de meios de hospedagem referem-se a dois hotéis, no centro, sem classificação, e pousadas. Ônibus e alternativos, topic, fazem a ligação com estados e municípios vizinhos, isto é, por meio de transporte rodoviário.

No centro, restaurantes servem comida regional, além de bares, sorveterias e pizzarias. No distrito de Lima Campos, restaurantes servem a tradicional “Peixada de Lima Campos,” quem visita a cidade não deixa de ir até o distrito e saborear a peixada, sucesso na região.

Há uma agência de turismo. Acompanha os visitantes o professor e historiador Altino Afonso. Em entrevista à TV Ribeira do Salgado, em 29 de abril de 2015, o professor relata a quantidade de pessoas recepcionadas até a data de 15 de abril de 2015. Diz também o seguinte: “Icó já recebeu mais de quinhentas pessoas que vieram conhecer o centro histórico, infelizmente ainda não temos um projeto turístico da cidade de Icó para que as pessoas possam vir e ficar aqui, falta o receptivo”.

Viagens sempre existiram, no entanto não significa afirmar que o turismo existe desde tempos memoráveis. O turismo tal como conhecido é produto da sociedade capitalista. O lugar do turismo, no mundo moderno, relaciona-se com o trabalho e tempo de ócio. Para compensar o desgaste físico, o homem faz surgir o tempo do não trabalho e o lazer. Nas atividades desenvolvidas em tempo livre, quando não inserido no deslocamento, tem-se lazer enquanto o turismo consiste na atividade de quem viaja.

Existem inúmeras possibilidades de classificação do turismo do ponto de vista da motivação, no entanto podem ser resumidas em duas: turismo que tem como atrativo recursos naturais, e o que tem como principal atração a cultura, relacionada ao aspecto da cultura humana, segundo Barreto (2000, p. 19).

Toda viagem turística envolve experiência cultural. A afirmação considera que o turista, ao sair do ambiente de trabalho, entra em contato com várias formas de vivência e condução da rotina diária do local visitado incluindo os novos sabores da culinária, músicas mais tocadas e, até mesmo, as relações que se estabelecem entre residentes e visitantes. Mas o que define o turista cultural é a motivação da viagem, em torno de elementos da cultura.

As motivações de viagem, desde o início até a atualidade, têm como essência assimilar a cultura e, durante muito tempo, se resumiam exclusivamente em conhecer os grandes conjuntos arquitetônicos, museus e lugares símbolo dos bens materiais de culturas passadas. Com a evolução do conceito de cultura, por considerar novos entendimentos acerca do termo patrimônio cultural, são introduzidas características específicas que passam a definir o turismo cultural, perfil do turista cultural e a relação do turismo com a cultura.

O turismo cultural tal como concebemos atualmente, implica não apenas a oferta de espetáculos ou eventos, mas também a existência e preservação de um patrimônio cultural representado por museus, monumentos e locais históricos (FUNARI; PINSK, 2001, p. 13).

Barreto (2007), na obra “Turismo e Cultura”, relata a contribuição do turismo para a preservação do patrimônio. De acordo com a autora,

Turismo deixa um legado positivo, sobretudo na preservação de áreas históricas ou naturais para atrair turistas, assim como no enriquecimento do repertório de informações das comunidades visitadas (BARRETO, 2007, p. 36).

O turismo, com base no legado cultural, tem no patrimônio oferta principal. Seu desenvolvimento, quando bem planejado, leva a valorização e promoção das culturas, locais e regionais, além de contribuir para a preservação do patrimônio histórico. Exerce importante papel na manutenção de prédio, bairro e até cidade, não permitindo que sejam substituídos pelas novas formas arquitetônicas.

Na medida em que construções arquitetônicas são vistas como elementos problematizadores da vida urbana e do cotidiano de lugares, outra forma de visualização consiste na reorganização de espaços como elementos de visitação turística, desenvolvendo, assim, possibilidades de preservação e valorização do patrimônio cultural. Segundo Meneses (2006, p. 43), “cultura é para nós, tudo o que se constrói na vivência coletiva, fruto de difusões de culturas distintas e de criações e saídas novas para problemas cotidianos.” Dessa forma, o turismo cultural abrange cultura e expressões do meio social.

As cidades históricas, além do patrimônio arquitetônico, são possuidoras de dinâmica social que extrapola critérios de preservação. Observam-se manifestações culturais relacionadas à culinária, música e festas religiosas e populares. De acordo com Silva (2007, p. 30), “o conjunto de atividades reforça a ideia de autenticidade e acrescenta à paisagem urbana elementos pitorescos como restaurantes de culinária típica e lojas de artesanato”.

A relação entre turismo e cultura, passa a visão de interdependência de que parece não existir turismo sem cultura e, conseqüentemente, o turismo contribui para a manutenção e conservação das culturas. Os deslocamentos, independente da motivação, implicam contato humano e cultural. Oportunizam trocas de experiências entre os turistas e residentes fortalecendo vínculos sociais, econômicos e culturais. A primeira definição de cultura, no âmbito da antropologia, atribui-se ao antropólogo britânico Edward Burnett Tylor, para quem:

Cultura e civilização, tomado em seu sentido etnológico mais vasto, são um conjunto complexo que inclui o conhecimento, as crenças, a arte, a moral, o direito, os costumes e as outras capacidades ou hábitos adquiridos pelo homem enquanto membro da sociedade (1871, p.1 *apud* CUCHE, 1999, p. 35).

Para Tylor *apud* Cuhe (1999, p. 35), o termo cultura representa a totalidade da vida social do homem. Enquanto a palavra civilização marca o estágio avançado de determinada sociedade humana, para se referir às sociedades primitivas, a palavra cultura afasta a ideia.

O conceito de cultura também foi estudado por Franz Boas, chegando à conclusão de que a diferença entre os grupos humanos é de natureza cultural e não racial, como se pensava, acreditando-se que cada cultura possui estilo particular que se expressa pela língua, crenças, costumes, arte, com influência no comportamento dos indivíduos (CUCHE, 1999, p. 45).

Segundo o MTUR (2010, p. 11), “a cultura envolve todas as formas de expressão do homem desde o sentir, o agir, o pensar, o fazer, bem como as relações entre os seres humanos e destes com o meio ambiente.” Pela definição de cultura, percebe-se que o Brasil possui patrimônio diversificado, considerado atrativo turístico que incentiva turistas ao deslocamento para vivência de aspectos peculiares da cultura, possibilitando promoção e preservação da cultura brasileira.

Turistas motivados pela cultura, em contato com o patrimônio histórico e cultural e determinados eventos, adquirem experiências positivas, na medida em que valoriza os atrativos de cunho cultural, ao atribuir sentido à contribuição na preservação. Para captar a essência da cultura do outro ou aspecto cultural, o turista interage para conhecer, interpretar, compreender e valorizar o que é objeto de visita, além de participar de atividades que possibilitem experiências contemplativas e de entretenimento.

As pessoas, no contexto social, desenvolvem formas de expressão cultural estruturada, conforme interesses específicos, que, por sua vez, geram demandas de viagens no turismo cultural. Nesse caso, consideram-se os aspectos relacionados à religião, à gastronomia e, à arqueologia, entre outros.

De acordo com o MTUR (2010, p. 18), o turismo cultural pode ser compreendido em segmentos considerando a diversidade de manifestações culturais apresentadas, no território brasileiro, enriquecendo o potencial turístico do país. Entre os característicos, mencionam-se:

- Turismo Cívico em que se verifica deslocamento para conhecimento de monumentos, acompanhamento ou rememoração de fatos relacionados a eventos cívicos. O monumento, nesse caso, difere dos demais, por envolver fatos relacionados à nação, a exemplo, consideram-se:

As comemorações realizadas em feriados nacionais relacionados a fatos e personagens da pátria, os eventos para troca de bandeiras, as posses de presidentes, governadores e prefeitos, as visitas guiadas a lugares de evocação do espírito cívico de uma nação, entre outros (MTUR, 2010, p.18).

Os deslocamentos característicos do segmento turismo cultural compreendem as esferas municipal, estadual, nacional e internacional.

- Turismo Gastronômico – é o segmento capaz de marcar destinos turísticos acrescentando valor à experiência do visitante, por meio da culinária típica. Os serviços de alimentação fazem parte da oferta, item necessário à estada do turista, com vantagem no desenvolvimento do turismo do lugar.

As principais atividades do turista, que tem por motivação tal segmento, são participação em eventos gastronômicos quando a comercialização é a gastronomia típica do lugar, visitação a roteiros, rotas e circuitos gastronômicos, além da oferta de locais possíveis de fortalecer o turismo da natureza, bares, restaurantes e similares.

O turismo gastronômico segue as novas tendências econômicas mundiais da sociedade de informação. Os turistas buscam vivenciar experiências únicas, em viagem em que se pode observar autenticidade dos atributos históricos e culturais do lugar. Assim, como vivência de experiência única, alia-se ao surgimento do conceito “Economia da Experiência” que surgiu a partir de 1999, de estudiosos como o dinamarquês Rolf Janser, na obra “A Sociedade dos Sonhos”, e outros como James Gilmore e Joseph Pine. O conceito traz na essência, a ideia de “inovação”

incorporada ao turismo, de forma a agregar valor à oferta turística para atender as expectativas dos consumidores exigentes e aos gestores do turismo que desejam inovar os produtos comercializados.

Na obra “Turismo Cultural: orientações básicas”, do Ministério do Turismo, de 2010, relata-se a experiência vivenciada com base na valorização dos aspectos singulares da cultura, por meio da culinária. Assim, temos o seguinte relato:

Para formatação da visita, um restaurante aliou à oferta da culinária regional o alimento mais famoso do Pará: o açaí. Com isso agregou valor à visita ao oferecer para o cliente a experiência única de não apenas saborear uma tigela do produto, mas também processá-lo para então degustá-lo acompanhado de um prato típico (MTUR, 2010, p. 26).

- Turismo Religioso compreende as atividades turísticas decorrentes da busca espiritual e prática religiosa que se efetua pelo deslocamento a locais e participação em eventos para fins de peregrinação e romaria, festa e comemoração de cunho religioso. Segundo Dias (2005, p. 17)

O turismo religioso apresenta características que coincidem com o turismo cultural, devido à visita que ocorre num entorno considerado como patrimônio cultural, os eventos religiosos constituem-se em expressões culturais de determinados grupos sociais ou expressa uma realidade histórico-cultural expressiva e representativa de determinada região.

O universo cultural é historicamente criado no sentido e valor que o sustentam, precisando ser evidenciado. Considerando que cultura é tudo que a humanidade constrói pelas práticas significativas, Eagleton afirma que nem todas as práticas podem ser culturais, por não ter caráter significativo, e, na obra “A Ideia da Cultura”, afirma que Geertz, por exemplo, “vê a cultura como as redes de significação nas quais está suspensa a humanidade” (EAGLETON, 2005, p. 53).

A cultura pode ser mediadora da valorização espacial, manifestada pela fé, tradição e modos particulares de ser, agir e transformar a realidade vista como forma de expressão, capaz de manter o passado e o presente construído por meio de símbolos, presentes no espaço geográfico. Segundo Geertz (2008, p. 66) cultura:

Denota um padrão de significados transmitidos historicamente, incorporado em símbolos, um sistema de concepções herdadas expressas em formas simbólicas por meio das quais os homens comunicam, perpetuam e desenvolvem seu conhecimento e suas atividades em relação à vida.

Cultura, patrimônio e turismo vêm sendo amplamente divulgados, ao longo dos anos, pelo fato de estarem intimamente relacionadas sendo impossível, nos tempos atuais, dissociá-los, em todas as relações dos grupos sociais. Turismo é

um conjunto de atividades que vão além da busca do lazer, prazer e conhecimento. O turista que se desloca motivado por tais aspectos distancia-se dos viajantes de séculos passados, quando se analisa a questão do lazer, no entanto eles se aproximam quando a observação se vincula aos aspectos culturais específicos, capazes de admiração.

Além do lazer e do conhecimento, o turismo converge para ações de preservação do patrimônio cultural, resgate da memória e valorização de manifestações culturais e religiosas da sociedade. Pela análise, Pérez (2009, p. 8) informa que “o turismo como um fenômeno sociocultural complexo não deve ser só medido estatisticamente, como também interpretado qualitativamente na sua complexidade humana”.

Nesse contexto, destinos turísticos que divulgam práticas simbólicas e de representatividade cultural demonstram o valor das tradições sociais de maneira a respaldar os costumes singulares da comunidade.

2.1 CIDADES GESTADAS PELAS POLÍTICAS DO ESTADO

As cidades se constituem, desde muito tempo, atrativo para viajantes, mesmo quando as motivações de viagem não estão ligadas ao lazer. Com a projeção da atividade turística, a cidade se converte em importante atrativo turístico, pois materializa fases do processo de urbanização, transformando importantes artefatos culturais em atrativos turísticos.

Estruturas espaciais e consolidadas auxiliam no desenvolvimento da atividade turística. “A cidade se configura como centro de emissão de turistas e também importante centro de recepção” (PAIVA, 2011, p. 45).

Metrópoles atraem fluxos turísticos por motivos diversos, compra, atividade cultural, negócio e evento, ou pelo próprio fascínio que os grandes centros urbanos exercem. As cidades se reorganizam e novos espaços turísticos, para além do litoral, são produzidos. Nesse sentido, explica Boullón (2002, p. 79) que:

O espaço turístico é consequência da presença e distribuição territorial dos atrativos turísticos que, não devemos esquecer, são matéria-prima do turismo. Este elemento do patrimônio turístico, mais o empreendimento e a infraestrutura turística, são suficientes para definir o espaço turístico de qualquer país.

A configuração territorial se modifica. As cidades turísticas aproveitam patrimônios históricos, além de receber obras de infraestrutura e melhorias urbanas com caráter embelezador, para produzir cenários que influenciam na escolha do turista. Silva (2004, p. 23) explica:

As cidades são pressionadas pela necessidade de manter a atratividade e, ao mesmo tempo, solucionar ou amenizar os conflitos urbanos comuns às grandes cidades, que tem raízes em problemas estruturais históricos, advindos da má distribuição de renda.

O poder público instrumentaliza a metrópole para servir ao turismo e deixa, em segundo plano, os serviços destinados aos residentes, causando insatisfações.

O turismo, no Ceará e no Icó, se irradia pela lógica metropolitana. Fortaleza, sede da região metropolitana, exerce papel importante na concentração e distribuição de fluxos turísticos, na região urbana e nas regiões turísticas do estado. Atratividade para o turismo, tempo de permanência do turista, oferta de bens e serviços turísticos e redução da sazonalidade são questões que passam a fazer parte da pauta de discussões sobre o turismo.

A atividade turística, apesar de contraditória e abrigar conflitos, é setor econômico estratégico de desenvolvimento do Ceará. Em conjunto com outras atividades, contribui para o bem-estar do cearense, direta ou indiretamente, ligado à cadeia produtiva do turismo. Torna-se alternativa viável para incrementar ofertas de emprego, qualificar profissionais do setor, gerar impostos. “Contribui para criar, melhorar ou ampliar infraestrutura em áreas com potencial turístico, aumentando a oferta de serviços necessários ao residente e ao visitante” (SOUZA, 2013, p. 129).

Atrativos turísticos de cidades litorâneas exercem papel relevante para impulso do turismo. A manutenção da atividade com a atração de fluxos turísticos constantes depende de componentes. Tudo o que compõe o lugar complementa e enriquece a oferta turística. Para que o destino turístico seja capaz de atrair fluxo constante de visitantes e gerar emprego e renda para a cidade, além dos atrativos, é preciso ter infraestrutura, planejamento e estratégia para funcionamento da cadeia produtiva do turismo, desde a promoção do destino, hospedagem, alimentação e todos os serviços impactados pelo turismo. Neste sentido Freire (2015) esclarece:

Para realização da viagem, essencial a prática turística, precisa-se de estrutura direcionada à recepção do turista, meios de hospedagem, alimentação, eventos, entretenimento, entre outros. Para tanto são necessárias infraestruturas urbanas e turísticas, aeroportos, rodovias, marinas, redes de esgoto, instalações de tratamento de água, restauração de monumentos históricos, museus e centros de preservação ambiental, que beneficiam turistas e a população residente. O Estado funciona como intermediário entre escalas internacionais e nacionais, o que é fundamental para manutenção do sistema capitalista, por fornecer infraestruturas e incentivos fiscais para as empresas instalarem-se em determinadas regiões (p. 50).

A escolha do destino a ser visitado tem motivações diversas, algumas de ordem subjetiva, particulares do turista. Outras relacionadas à infraestrutura do lugar. São aspectos relativos à segurança, limpeza, facilidade de acesso e de comunicação, meio de transporte, preservação do patrimônio histórico. Panosso Netto e Trigo (2009, p. 137) afirmam que o turista também escolhe o destino se “nele houver infraestrutura, atrativos, coisas para se conhecer, boa gastronomia e segurança, dentre outros fatores”.

Facilidade de acesso à informação muda o perfil do turista, que é seletivo e exigente na escolha do lugar. O turista cada vez mais participa da formatação de suas viagens. “A motivação deixa de ser mera busca pelo sol e se torna busca por novos conhecimentos e novas experiências” (IGNARRA, 2003, p. 216).

O desenvolvimento das atividades urbanas da Metrópole Fortaleza é suporte à atividade turística. O turismo se desenvolve na cidade porque esta oferece infraestrutura e a cidade se beneficia da atividade. Diz Coriolano (2014):

O uso da cidade para o turista pressupõe o uso para o residente. A circulação dos turistas na cidade, a localização dos atrativos, dos equipamentos e serviços turísticos, tudo isso tem relação com as condições urbanas da cidade (p. 400).

Neste sentido, a atuação da gestão pública é fundamental para organizar o espaço urbano, criar e gerir espaços públicos, construir e manter equipamento e para fornecer apoio à iniciativa privada. A atividade turística se inter-relaciona com as demais atividades do lugar, com influência não só de políticas públicas diretamente ligadas ao turismo, mas de todas as políticas aplicadas aos setores. Políticas públicas são essencialmente transversais, pois necessitam do envolvimento de setores para viabilização do setor turístico (CORIOLANO; LEITÃO, 2008). Nesse sentido, Freire (2015) acrescenta:

Políticas urbanas que incidem sobre o litoral da Metrópole dotam o território com equipamentos que viabilizam a apropriação dos espaços pelos diferentes sujeitos sociais. Prerrogativas garantem o caráter público dos espaços, de modo a regular o uso pelos diferentes sujeitos sociais. Entre os usos do território estão inclusas práticas de lazer e turismo (p. 63).

Políticas públicas se definem como ações executadas pelo poder público para atender aos interesses da coletividade. Nas palavras de Schindler (2014, p. 29), políticas públicas “são todas as decisões do Estado direcionadas a garantir os interesses da sociedade em algum assunto mais específico”. Nesse sentido, as políticas públicas de turismo ou direcionadas a setores diversos são essenciais ao desenvolvimento da atividade turística. Afirmam Barbosa e Coriolano (2016):

O turismo é promovido por políticas, especialmente as públicas. O Estado atua como incentivador e parceiro de grupos empresariais que com políticas de turismo constroem hotéis, restaurantes, espaços propícios ao lazer. Empreendedores conseguem incentivos fiscais, além de serem beneficiados com infraestruturas básicas nos locais de instalação dos empreendimentos. Apropriam-se também de recursos naturais e culturais de lugares, transformando-os em atrativos turísticos divulgados pela mídia e comercializados, pois, no turismo vende-se o lugar seja praia, clima, sol (p. 256).

O turismo promove-se por políticas, especialmente públicas. O Estado atua como incentivador, dota os lugares potencialmente turísticos de infraestrutura básica e estabelece parcerias com empresários que instalam hotéis, restaurantes e equipamentos turísticos.

No capitalismo contemporâneo, as transformações espaciais decorrentes da atividade turística têm o Estado como principal agente ou sujeito promotor de ações públicas para o turismo. O Estado atua em instâncias, mas destaca-se o papel que cumpre “na provisão de infraestrutura, na legitimação da ideologia e na idealização e implementação de políticas públicas” (PAIVA, 2011, p. 126).

A atuação eficiente da gestão pública, nas cidades, é fundamental à atração de fluxos turísticos. O poder público é responsável pelo ambiente no qual o produto turístico é ofertado. Serviços essenciais à comunidade, saneamento básico, limpeza urbana, fornecimento de água, energia elétrica, comunicações, transporte público e segurança são necessários também a que o mercado turístico seja propício à negociação de bens e serviços.

O Estado alterna o exercício de papéis, em face de necessidades da sociedade contemporânea. Promotor de desenvolvimento, regulador, investidor, exerce funções no contexto de economias modernas, globalizadas, baseadas em

premissas relativas ao livre exercício de atividades econômicas e redução de gastos públicos. E assim oportuniza condições favoráveis à acumulação de capital, extraindo deste receitas necessárias ao financiamento das atividades destinadas a atender às demandas sociais. Exerce papel de regulador e de provedor de infraestrutura, também de ente tributante.

O turismo impulsiona a criação de áreas turistificadas, criando o imaginário de que turismo e lazer estão aliados ao consumo. Consumo gera tributos, dos quais o Estado lança mão para atender às demandas da coletividade. Nesse cenário, turismo e arrecadação de impostos são aspectos de coexistência necessária e, muitas vezes, contraditória entre o capital e o poder público. Trata-se de relação dialética e conflituosa. O Estado regula a sociedade e é influenciado por ela, na consecução de políticas públicas. Pereira (2010) mostra que:

O governo do Estado pode e deve procurar arbitrar os conflitos de classe; governar é, afinal, tomar decisões. Mas essa arbitragem não é neutra – ela reflete a relação de poder entre as classes – e está longe de ser soberana. Ainda que as decisões atendam melhor a alguns grupos ou classes sociais, serão sempre fruto de compromissos ou concessões mútuas. Os governantes estão necessariamente inseridos no ambiente político e social e suas decisões não têm o caráter de uma arbitragem neutra, mas constituem o difícil e contraditório processo de governar (p. 127).

A atividade tem efeitos multiplicadores, diretos e indiretos. Turistas e residentes são consumidores em potencial. Gastos, em lugares visitados, movimentam a economia, geram renda para integrantes da cadeia produtiva e contribuem para a arrecadação de tributos. “O espaço turístico é objeto de consumo em si e também é palco de distintos níveis e formas de consumo” (PAIVA, 2011, p. 30).

Turismo e lazer associam-se ao consumo. Compras fazem parte do cotidiano de residentes e turistas, admitindo-se hoje segmento específico: turismo de compras. Independente do segmento, o visitante adquire serviços de hospedagem, alimenta-se em bares e restaurantes e vai a atrações turísticas para compras, em maior ou menor quantidade. Esclarece Paiva (2011) que a:

Atividade turística tem uma abrangência econômica significativa, pois articula desde os setores mais modernos da produção até modos de produção considerados arcaicos, como a manufatura e o artesanato, repercutindo nas atividades de comércio e serviços, dirigidos para o consumo turístico e compondo a diferenciação espacial dos lugares (p. 49).

O Estado necessita de recursos para o exercício das funções e a tributação é a forma de obter meios financeiros que lhe permitem atender os fins

para os quais foi criado. “No exercício da soberania, o Estado exige que os indivíduos lhe forneçam os recursos de que necessita. Institui o tributo. O poder de tributar nada mais é que um aspecto da soberania estatal, ou uma parcela desta” (MACHADO, 2016, p. 26).

Tem o dever de impulsionar a livre atividade econômica, incluindo-se as atividades de turismo, com o direito de exigir contrapartida financeira, pois as regras da vida em sociedade não podem ser interpretadas no contexto de proteção ao direito individual, senão de garantia de justa distribuição de encargos.

2.2 PASSOS DA PESQUISA

A pesquisa teve como procedimentos técnicos de coletas de dados o levantamento bibliográfico, pesquisa documental e pesquisa de campo. O passo inicial corresponde ao levantamento bibliográfico, para análise do que se produziu e registrou, a respeito do tema. Para melhor embasamento teórico, recorre-se a fontes secundárias, livros, artigos de periódicos e teses. Em seguida, em pesquisa documental, buscam-se informações oficiais. Os documentos analisados foram disponibilizados pelos diretores do evento, tais como fotografia, vídeo, relatório, *releases* e matéria de jornais.

Além da pesquisa bibliográfica e documental, realiza-se também a pesquisa de campo com coleta de dados. A pesquisa de campo é utilizada com o objetivo de conseguir informações e/ou conhecimentos acerca de problema para o que se procura resposta, proporcionando conhecimento direto da realidade. Assim, na intenção de investigar o objeto de pesquisa, utilizam-se diferentes técnicas de coleta de dados, questionários e entrevistas.

O levantamento de dados ocorre inicialmente por meio de questionário semiestruturado, composto de perguntas abertas e fechadas: técnica de pesquisa que se caracteriza por envolver questões, sistematicamente articuladas, que se destinam a levantar informações sobre o objeto investigado, com vistas a conhecer opinião sobre assuntos em estudo.

A coleta de dados feita por meio de pesquisa, baseada em entrevistas, tendo questionário como elemento central de informação, sobre o que as perguntas são formuladas, de modo a fornecer dados para análise, no caso, realidade socioeconômica de Icó. Sobretudo a situação do patrimônio cultural da cidade, por

meio de pesquisa direta e entrevista com gestores responsáveis. Assim, a utilização da técnica viabiliza reunir aspectos relacionados ao tema.

Os procedimentos metodológicos para a apreensão da realidade levaram a estudos documentais, históricos, com pesquisas institucionais e de campo. Identificaram-se obras públicas e intervenções no território cearense. A pesquisa documental tem por base materiais dispostos em acervos da Secretaria do Turismo do Estado do Ceará (SETUR/CE), sobretudo do IPHAN e Secretarias Municipais de Icó. Para obtenção de dados da pesquisa, utilizaram-se diversas técnicas de dados. A pesquisa institucional fundamentou-se em livros acerca do assunto “Patrimônio Cultural de Icó”, encontrados na Secretaria de Cultura e Turismo e revisão bibliográfica de autores, sobre os temas: Patrimônio, Cultura e Turismo. A Revisão da Literatura, segundo Lakatos e Marconi (2003, p. 183), “[...] abrange a bibliografia relacionada ao tema de estudo, desde publicações avulsas, boletins, jornais, revistas, livros, pesquisas, monografias, teses e dissertações”.

A pesquisa de campo, semanal, consiste em entrevistas informais, com proprietários de casarões tombados e moradores da cidade, à medida que se constituem agentes portadores de valores locais capazes de fornecer respostas, no âmbito do desenvolvimento do turismo, e manifestações culturais, já que a cidade se reconhece pelo patrimônio tombado pelo IPHAN.

Fez-se observação participante, principalmente na Festa do Senhor do Bonfim. A dissertação conta com fotografias, formulários junto à Secretaria de Turismo e entrevistas informais com servidores da Secretaria de Cultura e Turismo, ao considerá-los agentes responsáveis pelo desenvolvimento da atividade no município.

A pesquisa iniciou em 2017, no começo das aulas de mestrado, quando se define o objeto relacionado com turismo. Delimitou-se o tema à cidade de Icó. A percepção, em relação ao patrimônio cultural, com foco no turismo, era bastante limitada. Ampliada, adquiriu sentido com a revisão literária de autores que abordam temas: patrimônio, cultura e turismo, com visita de campo e com novo olhar.

3 O ESTADO DO CEARÁ E O TURISMO

O Ceará, na Região Nordeste do Brasil, limita-se ao Norte com o Oceano Atlântico, ao Sul com o Estado de Pernambuco, a Leste com os Estados do Rio Grande do Norte e Paraíba e a Oeste com o Estado do Piauí, com área de 148.886,3 km². Desta forma, é o quarto maior da Região Nordeste e décimo sétimo, no Brasil, em termos de extensão. Na divisão político-administrativa, compõe-se de 184 municípios (IBGE, 2010).

A localização geográfica, aliada às características físicas, favorece o desempenho da atividade turística. Sua formação compreende litoral, serra e sertão, o que fortalece a oferta turística pela diversidade ambiental. Explorar a atividade tem relação com fatores, como diz Coriolano (2014, p. 147)

As possibilidades turísticas do Ceará guardam uma estreita relação com uma série de fatores, como: a proximidade dos polos emissores ou consumidores do turismo cearense, as vias de acesso a todo o território, a oferta dos atrativos naturais e culturais, a qualidade profissional dos serviços prestados, os equipamentos turísticos e o *marketing*.

No Ceará, antes dos anos de 1980, executaram-se obras para lazer e turismo, alargamento da orla marítima de Fortaleza, com o prolongamento da Av. Santos Dumont, construção da estrada ao maciço de Baturité, verticalização da orla marítima e criação da Empresa Cearense de Turismo (EMCETUR), com possibilidade de desenvolvimento do turismo por isso não faz parte de política de turismo consistente.

A percepção do Ceará turismo começa no final da década de 1980, quando empresários assumem o governo do estado e passam a investir em infraestrutura para atrair equipamentos turísticos, meios de hospedagem, serviços de agenciamento, lazer e alimentação. Para os governos, a indústria do turismo seria a maneira rápida de atingir o desenvolvimento econômico e passaram a valorizar os espaços urbanos e industriais.

No início da década de 1990, o turismo no Ceará ganha proporção, à medida que confirma a atual “fase dos empresários” e rompe laços com a “fase dos

coronéis²". Os governos estaduais avançam na política do turismo, um dos principais vetores de desenvolvimento do Estado, e enfatizam a ideia do moderno e a dinâmica da atividade, à medida que ressignifica a imagem do Estado. Assim, analisam teóricos cearenses sobre o fato.

Coriolano (2006, p. 88), em "O turismo nos Discursos, nas Políticas e no Combate à Pobreza", relata que, no final da segunda gestão de Tasso, implantaram-se programas estruturantes aliados à visão moderna do espaço, como o Complexo Industrial e Portuário do Pecém. O Programa de Desenvolvimento do Turismo no Litoral do Ceará (PRODETURIS), desenvolvido em 1989, serve de base à implantação do Programa de Desenvolvimento do Turismo do Nordeste (PRODETUR).

Planeja os estados para turismo desenvolvendo infraestrutura, fazendo *marketing* para atração de empresas. O programa coordenado pelo Instituto Brasileiro de Turismo (EMBRATUR) segue normas da Política Nacional do Turismo e atribui o papel ao Governo Federal de coordenar e impulsionar a atividade turística, em diversas regiões. Nesse contexto, EMBRATUR e Superintendência do Desenvolvimento do Nordeste (SUDENE) criam o PRODETUR-NE. Com a modernização do espaço, com destaque para o turismo, diz Coriolano (2006, p. 111):

O turismo no Ceará não surge por acaso, nem por uma simples vontade ou decreto dos governadores, mas como decorrência da ordem econômica mundial que, ao transformara maneira de industrializar tornando-a flexível, por globalizar a produção e aproximar os espaços pelas tecnologias, precisa dos lugares periféricos estruturados para suporte a essas mudanças.

A imagem do Ceará turístico é vendida pelas mídias. Emerge um Ceará encantador, ensolarado, propício ao turismo. Alinha-se a imagem produzida do Ceará à implantação de infraestrutura dotada de equipamentos urbanos e embelezamento que escondem a realidade social.

O *marketing* do turismo modifica os aspectos geoambientais. Assim, sol associado à pobreza e à vegetação típica do sertão coloca-se em roteiros turísticos, pela nova realidade projetada com atrativos naturais e culturais.

² Grupo político que assumiu o poder político do Ceará por 19 anos, entre 1963 a 1978, conhecido como Governo dos coronéis (César Cals, Adauto Bezerra e Virgílio Távora). No coronelismo "o poder é exercido por chefes políticos sobre certo número de pessoas que deles dependem. Tal situação visa objetivos eleitorais que permitam aos coronéis a imposição de nomes para cargos que eles indicam. Têm sua autoridade reconhecida pelo consenso do grupo social de base local, distrital ou municipal e, algumas vezes, regional, geralmente devido a seu poder econômico de grandes estancieiros ou grandes proprietários" (FÉLIX, 1996:28).

O Ceará turístico desenvolveu, desde o início, de forma planejada, com forte apelo ao turismo de sol e praia excluindo particularidades de identidade do povo sertanejo considerando a cultura do povo como de menor valor. A cultura está presente em formas de ser do cearense, sertanejo forte, de Euclides da Cunha, sofredor das agruras da seca a quem Patativa do Assaré se refere e cearense brincalhão representado pelos humoristas.

Patrimônio cultural é o principal atrativo do turismo cultural e desperta a curiosidade dos turistas em conhecer os bens produzidos pelo homem. Num estado em que os atrativos turísticos são direcionados à praia fortalecida pelos equipamentos hoteleiros, resorts e parques temáticos, a cultura, como afirma Coriolano (2014, p. 153), “é riquíssima, mas ainda pouco direcionada ao Turismo”.

A cultura formada pela mistura de raças deixa variedade cultural, monumentos arquitetônicos, sítios históricos e manifestações culturais, mas pouco inseridos na oferta turística.

O Ceará atrai cada vez mais turistas. As previsões, para o final de 2017 e início de 2018, estimam crescimento de 6,2% maior que o registrado, no mesmo período de férias do ano passado. Em função do turismo, ampliam-se formas de negócios, taxa de ocupação hoteleira que deve chegar a 88,1%, percentual 10,5% maior que o do ano anterior, com 79,7% (SETUR, 2017).

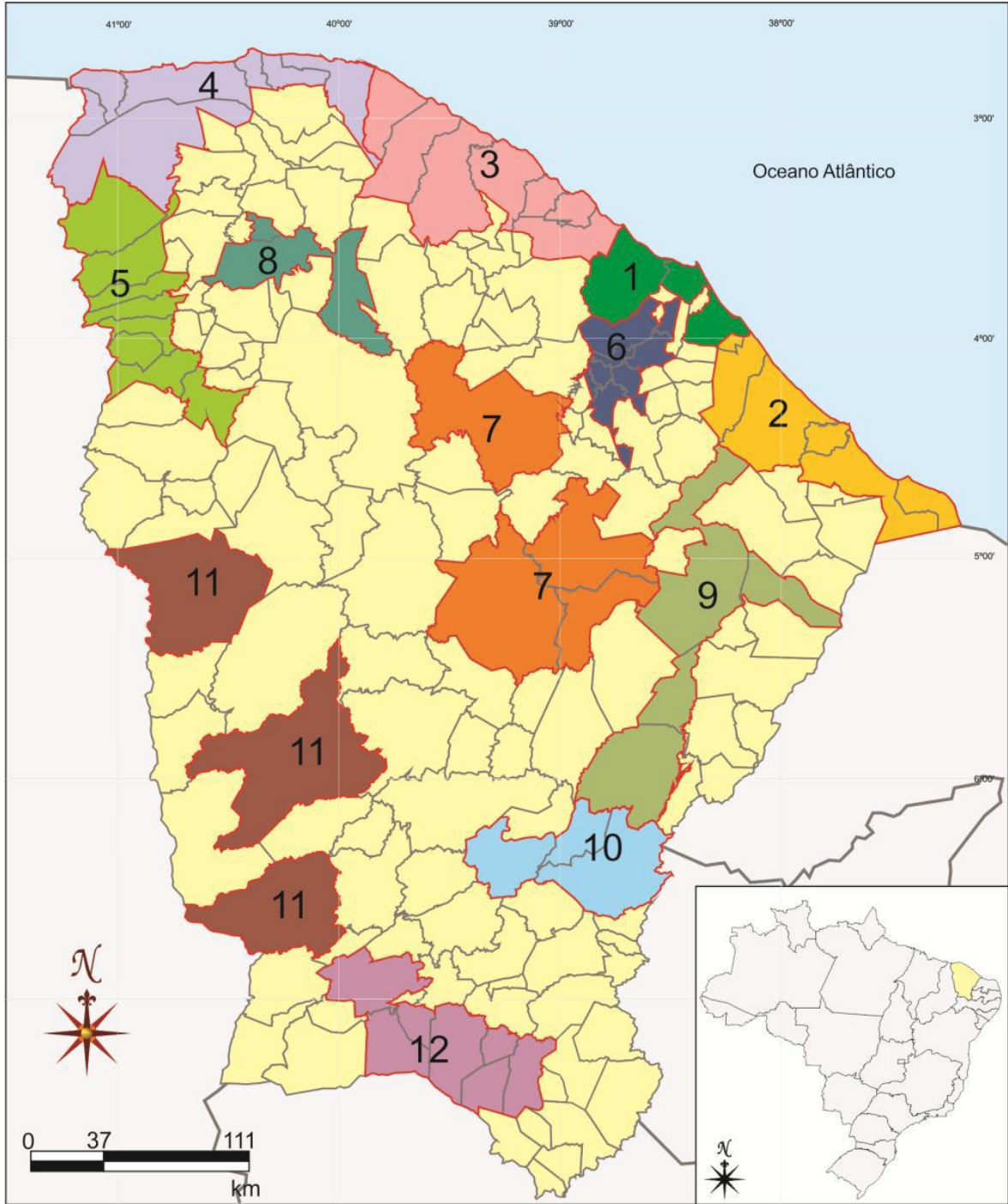
A perspectiva para 2018 é crescimento do número de turista, o que movimentará a economia e geração de riqueza. Para a Secretaria do Turismo (SETUR), o crescimento deve-se ao investimento, em torno de R\$ 27,3 milhões, em promoção e publicidade, pela SETUR, somado à atração de novos voos.

A forma de promoção do Ceará ao turismo instiga planejadores a preparar a infraestrutura, com menos zelo com o patrimônio material construído e transformado em patrimônio cultural.

3.1 REGIÕES TURÍSTICAS DO CEARÁ

Regiões turísticas do Ceará (Figura 1) são territórios formados pelos municípios podendo haver os que não recebem turistas, mas se beneficiam da situação. Os classificados nas categorias D e E servem de apoio aos de intenso fluxo turístico. Figura e Quadro 1: regiões turísticas do Ceará.

Figura 1 – Regiões turísticas do Ceará



LEGENDA		Regiões Turísticas do Ceará	
Municípios do Ceará	1 - Fortaleza	7 - Sertão Central	8 - Vale do Acaraú
Estados do Brasil	2 - Litoral Leste	3 - Litoral Oeste	9 - Vale do Jaguaribe
Limites das regiões turísticas	4 - Litoral Extremo Oeste	10 - Centro Sul/Vale do Salgado	11 - Sertão dos Inhamuns
	5 - Chapada da Ibiapaba	6 - Serras de Aratanha e Baturité	12 - Cariri

Fonte: Fernandes (2014).

Quadro 1 – Regiões Turísticas do Estado do Ceará

REGIÃO	MUNICÍPIOS
Cariri	Assaré, Barbalha, Brejo Santo, Crato, Jardim, Juazeiro do Norte, Lavras da Mangabeira, Missão Velha, Nova Olinda e Santana do Cariri, Várzea Alegre.
Centro Sul/Vale do Salgado	Icó, Iguatu, Orós.
Chapada da Ibiapaba	Carnaubal, Guaraciaba do Norte, Ibiapina, Ipu, São Benedito, Tianguá, Ubajara, Viçosa do Ceará.
Fortaleza	Caucaia, Fortaleza, Maracanaú.
Litoral Extremo Oeste	Acaraú, Barroquinha, Bela Cruz, Camocim, Chaval, Cruz, Itarema, Jijoca de Jericoacoara.
Litoral Leste	Aquiraz, Aracati, Beberibe, Cascavel, Chorozinho, Eusébio, Fortim, Icapuí, Pacajus, Pindoretama.
Litoral Oeste	Amontada, Itapipoca, Paracuru, Paraipaba, São Gonçalo do Amarante, Trairi.
Serras de Aratanha e Baturité	Baturité, Guaiúba, Guaramiranga, Maranguape, Pacatuba, Pacoti, Palmácia, Redenção.
Sertão Central	Banabuiú, Canindé, Quixadá, Quixeramobim, Tejuçuoca.
Sertão dos Inhamuns	Crateús, Tauá
Vale do Acaraú	Alcântaras, Meruoca, Sobral.
Vale do Jaguaribe	Jaguaretama, Jaguaribara, Jaguaribe, Limoeiro do Norte, Morada Nova, Solonópole, Tabuleiro do Norte.

Fonte: Adaptado de Ministério do Turismo (2017).

O Mapa do Turismo do Ceará divulgado, em 14 de setembro de 2017, pelo Ministério do Turismo, mostra o aumento do número de cidades com vocação turística, em doze regiões. Segundo o Ministro do Turismo, Marx Beltrão, a partir de 2017, o Mapa passa por alterações a cada dois anos, estratégia para fortalecimento do setor de viagem. Em comparação com o ano de 2016, o número de cidades com vocação turística vai de cinquenta e nove para setenta e quatro.

A região turística, segundo o Ministério do Turismo, é a base de planejamento e ordenamento da oferta existente podendo rotas, roteiros e destinos constituir produto turístico a ser comercializado. **É o espaço** geográfico que apresenta características e potencialidades semelhantes e complementares e definem o território.

Estratégias de implantação e fortalecimento do Programa de Regionalização passam a utilizar segmentação aliada aos aspectos naturais ou culturais específicos da região, cidade ou localidade orientada ao desenvolvimento de produtos, promoção e posicionamento do mercado que atenda a público específico. “A segmentação no turismo pode auxiliar a orientação no planejamento, gestão, marketing e diferenciação de produtos turísticos” (MTUR, 2011, p. 29).

Identificar destinos em segmentos potencializa sua comercialização e divulgação, de forma conjunta fortalecendo regiões turísticas como atrações, com possibilidade de ações específicas e identificação de públicos rentáveis. O Ceará trabalha com segmentos turísticos: de Sol e Praia, Turismo Religioso, Turismo de Aventura e Negócios e Eventos.

Acompanha o modelo elaborado pelo Ministério do Turismo para avaliação de desempenho dos municípios de regiões turísticas pela categorização. O instrumento possibilita tomar decisões assertivas para implementação de políticas públicas que considere as especificidades de cada município.

O Mapa do Turismo do Ceará divulgado em 2017 contempla trinta e dois municípios nas categorias “A”, “B” e “C” evidenciando o desempenho da economia do setor através do fluxo turístico, dos meios de hospedagem e crescimento no número de empregos. As categorias “D” e “E” somam quarenta e dois municípios e reflete o desempenho negativo tomando por base as variáveis analisadas. A cadeia produtiva do turismo engloba vários serviços, segundo Coriolano (2006, p. 121) os serviços de alojamento e de alimentação permite mensurar o desempenho da economia do turismo os outros aguardam metodologia da Conta Satélite para serem mensurados. A cidade de Icó está inserida na categoria “D” pouco influenciada pela atividade turística para promover o desenvolvimento econômico.

3.2 PLANOS DE TURISMO E NEGLIGÊNCIA COM O PATRIMÔNIO CULTURAL

O Plano Nacional de Turismo 2003-2007 é lançado no mesmo ano da criação do Ministério do Turismo, com a proposta de consolidação do Ministério como articulador do processo de integração de segmentos turísticos. Com base em diagnóstico da realidade turística, o documento orienta estados, municípios e governo federal quanto às atividades a implementar; direcionamento dos recursos e financiamentos; diretrizes e metas a serem alcançadas para crescimento do turismo, e ampliação do mercado turístico. Trata-se do primeiro documento de caráter generalizante voltado à organização e ao desenvolvimento do setor de turismo no Brasil.

Volta-se ao incremento do turismo interno, reforça a política social e demonstra preocupação com a descentralização de gestão, para atingir, em última instância, o município, onde efetivamente o turismo acontece. Como parte da política descentralizadora e participativa, os municípios são incentivados a criar conselhos municipais de turismo e a organizar consórcios, para formação de roteiros integrados, diversificação de oferta turística, a criar conjunto de produtos e completar o sistema de gestão do turismo nacional.

Assim, são objetivos gerais do Plano Nacional de Turismo 2003-2007: desenvolver produtos turísticos de qualidade, contemplando diversidades regionais, culturais e naturais; estimular e facilitar o consumo do produto turístico, nos mercados nacional e internacional; dar qualidade ao produto turístico; diversificar a oferta turística; estruturar destinos; ampliar e qualificar o mercado de trabalho; aumentar a inserção competitiva do produto turístico no mercado internacional; ampliar o consumo do produto turístico no mercado nacional e aumentar a taxa de permanência e gasto médio do turista (BRASIL, 2003).

Para alcance do planejado, estabelecem-se macroprogramas, com definição de ações institucionais, no tocante à gestão de relações institucionais; fomento – programas de atração de investimento e financiamento para o turismo; infraestrutura – programa de desenvolvimento regional e acessibilidade aérea, terrestre, marítima e fluvial; estruturação e diversificação da oferta turística, por meio do programa de roteiros integrados.

Qualidade do produto turístico, por meio da normatização e qualificação profissional; promoção e apoio à comercialização – para construção da imagem do

Brasil como destino turístico moderno, com credibilidade, alegre, jovem, hospitaleiro, capaz de proporcionar lazer de qualidade, novas experiências a visitantes, negócio, evento e incentivo.

Informações turísticas com programa de base de dados, pesquisa de demanda e avaliação de impactos do turismo e oportunidade de investimento, para dar suporte à tomada de decisão de dirigente público e privado do turismo; e decisões de investidores potenciais do setor. Ainda não se pensa aproveitar o patrimônio histórico e cultural do País.

De acordo com o plano, os macroprogramas são o resultado de contribuições de todas as entidades, instituições e empresas de porte nacional e representativas, no segmento turístico, ouvidas e manifestas. Constituem estratégia do plano e traz consigo o Programa de Regionalização do Turismo.

Metas para o turismo do Brasil, no período de 2003 a 2007: criar condições para gerar 1.200.000 novos empregos e ocupações; aumentar para nove milhões o número de turistas estrangeiros no Brasil; gerar oito bilhões de dólares em divisas; aumentar para 65 milhões chegadas de passageiros em voos domésticos; ampliar oferta turística brasileira, desenvolvendo, no mínimo, três produtos de qualidade, em cada Estado da Federação e Distrito Federal (BRASIL, 2003).

O turismo, como produto, é fruto de condições decorrentes de relações entre cultura, mercado e políticas públicas que proporcionam o desenvolvimento da atividade. Acredita-se que o discurso gera uma espécie de crença generalizada de que o Brasil dispõe naturalmente de condições de destaque, no *ranking* internacional de destino turístico quando, na verdade, o posicionamento depende de ações internas e de externalidades sobre as quais não se tem possibilidade de gerência. O teor da mensagem contribui para repetida ideia de que o turismo é a salvação da pátria.

Defende Coriolano (2006) que sujeitos produtores do turismo possuem diferentes ideologias que sustentam políticas, estratégias e posturas diferenciadas, diante do fenômeno, perceptíveis em discursos e práticas. Para grupos sociais, por exemplo, o turismo representa atividade redentora, salvadora da pátria, outros a têm ação devastadora da natureza, comprometedora da sociedade ou meramente econômica, diferente dos que a percebem atividade essencialmente cultural. Por um ângulo, é entendida como atividade concentradora de renda, ao contrário dos que a defendem como atividade distribuidora de emprego e ganho.

Metas alcançadas e resultados do Plano Nacional de Turismo 2003-2007 servem de base para que algumas questões sejam repensadas e reformuladas. A partir daí, foi elaborado o Plano Nacional de Turismo 2007-2010. O Plano Nacional de Turismo 2003-2007 deixa o legado da criação de inúmeros empregos diretos, do aumento do consumo de viagens de baixa temporada, do aumento da entrada de divisas estrangeiras e investimentos públicos, diversifica a oferta turística brasileira.

No entanto, balanço retroativo do Plano Nacional de Turismo 2007-2010 revela que metas do plano anterior não são plenamente alcançadas. Cita-se que o ano de 2006 registra chegada de cinco milhões de turistas estrangeiros, quatro milhões aquém da meta estipulada; gera 4,3 bilhões de dólares em divisas, ao invés de oito bilhões de dólares esperados; a chegada de 46 milhões de passageiros em voos domésticos, contra 65 milhões estimados; e criação de 890 mil empregos formais, ante 1,2 milhão estipulado (ARAÚJO, 2012).

É mais que carta de intenções: é instrumento de ação estratégica, planejamento e gestão, que tem o turismo como atividade indutora de desenvolvimento e geração de emprego e renda, com a missão de apresentar a política nacional de turismo consolidada e sistemática, dando continuidade às ações desenvolvidas até então pelo Ministério do Turismo e pela EMBRATUR. Quanto a isso, Araújo (2012) observa que o Plano Nacional de Turismo 2007-2010 não apenas abrange ações do plano anterior, dando-lhe continuidade, o que é considerado fato raro, em se tratando de políticas públicas brasileiras, como também as revigora, dando relevância e aprofundamento à política adotada e implementada, entre os anos 2003 e 2006.

O Plano traz como prioridade o fortalecimento do mercado interno, alcançável pelas vias de produção, com a criação de novos postos de trabalho, ocupação e renda; e de consumo, com a absorção de novos turistas do mercado interno (BRASIL, 2007). E desconhece o patrimônio cultural que deveria estar inserido logo no início.

São metas: realização de 217 milhões de viagens no mercado interno; criação de 1,7 milhão de novos empregos e ocupações; estruturação de 65 destinos turísticos, em padrão de qualidade internacional e geração de 7,7 bilhões de dólares em divisas. De acordo com o documento, as metas apontam na direção de crescimento sólido do turismo (BRASIL, 2007a). Ressalta-se que a meta relativa ao desenvolvimento dos produtos turísticos de qualidade passa por adequação

conceitual, pois, para o período compreendido de 2007 a 2010, o plano propõe enfatizar ações, em destinos turísticos selecionados, de modo a se constituírem indutores do desenvolvimento do turismo regional e da roteirização turística, gerando modelos para segmentos turísticos e referências de sucesso para demais destinos turísticos brasileiros, conforme mapeamento apresentado pelo Programa de Regionalização do Turismo – Roteiros.

Para atendimento de metas propostas, macroprogramas se estruturam e se definem como desdobramentos temáticos, construídos para resolver problemas e obstáculos que impedem o crescimento do turismo no Brasil.

Entre os macroprogramas, destaca-se “Regionalização Turística”, que confere novo *status* à regionalização do turismo, elevado à condição de macroprograma. A regionalização constitui base territorial do Plano Nacional de Turismo 2007-2010, com os programas: Programa de Planejamento e Gestão da Regionalização; Programa de Estruturação dos Segmentos Turísticos; Programa de Estruturação da Produção Associada ao Turismo; e Programa de Apoio ao Desenvolvimento Regional do Turismo.

O Macroprograma de Regionalização utiliza-se da lógica de organizar o setor e deixa claro o papel norteador do Prodetur, como agente de financiamento e provisão de infraestrutura. Nesse plano, o Prodetur Nordeste avança para Prodetur Nacional, ao sair do escopo do Nordeste, e busca crédito no Banco Interamericano de Desenvolvimento (BID) para execução da fase do Prodetur Nordeste e desenvolvimento do Prodetur Sul (Mato Grosso do Sul, Paraná, Rio Grande do Sul e Santa Catarina), Prodetur JK (Centro-Oeste e parte do Sudeste), e Proecotur (Amazônia Legal).

A partir de 2011, a política nacional prioriza investimento em melhoria de infraestrutura de acesso e esportiva, a fim de que o País possa sediar megaeventos, inclusive os maiores eventos esportivos do mundo: Copa das Confederações, em 2013; Copa do Mundo FIFA, em 2014; Olimpíadas e Paralimpíadas do Rio de Janeiro, em 2016. Para isso, planos e projetos são trabalhados pelo Ministério do Turismo, com ações de capacitação e aperfeiçoamento de recursos humanos e infraestrutura urbana, com o Plano de Aceleração do Crescimento (PAC); além de ações de marketing nacional e internacional, por meio do Plano Cores do Brasil e do Plano Aquarela, respectivamente.

O Plano Nacional de Turismo, lançado em meados de 2013, com vigência até 2016, traz o *slogan* “O turismo fazendo muito mais pelo Brasil”. A base para elaboração do plano é o Documento Referencial “Turismo no Brasil 2011-2014”. No âmbito de gestão, as diretrizes que norteiam o desenvolvimento do turismo brasileiro são geração de oportunidades de emprego e empreendedorismo; participação e diálogo com a sociedade; incentivo à inovação e ao conhecimento; e regionalização, como abordagem territorial e institucional para planejamento.

O Plano amplia a participação de estados e municípios, na formulação de políticas de turismo, por meio do Programa de Regionalização do Turismo, com elaboração de diagnóstico completo das potencialidades e problemas das regiões turísticas do país, para ajudar as cidades no posicionamento de destino competitivo.

De acordo com o plano, o maior desafio diz respeito à plena inclusão social de mais de 40 milhões de pessoas, na última década (BRASIL, 2013).

Em 2017, na falta de novo plano, e em meio ao cenário de instabilidade política e econômica do período, é lançado o "Brasil + Turismo", pacote de medidas do governo federal para fortalecimento do turismo brasileiro, com metas ambiciosas de aumento do número de turistas internacionais de 6,6 milhões em 2016, para 12 milhões em 2022. No Brasil + Turismo, são definidas medidas para impulsionar o turismo, mas o patrimônio cultural é negligenciado.

- Emissão de visto eletrônico:
- Ampliação da conectividade aérea:
- Modernização do modelo de gestão da Embratur:
- Modernização da Lei Geral do Turismo (LGT):
- Melhor aproveitamento de áreas da União:
- Qualificação profissional:
- Atualização do Mapa do Turismo Brasileiro:
- Fortalecimento dos órgãos estaduais de Turismo:
- Parceria com a Agência Nacional de Transportes Terrestres (ANTT):
- Parques Temáticos:

Assim, é lançado “Brasil + Turismo”, sem previsão de lançamento do próximo plano, para continuidade do Plano Nacional de Turismo 2013-2016. Ressalta-se que, a cada plano, o Ministério do Turismo apresenta diagnóstico, com resultados do turismo, no Brasil, relativos ao período anterior, estabelecendo novas

metas para o subsequente. Devido à falta de novo plano, não existem dados do resultado dos anos de 2013 a 2016. Trata-se de período de descontinuidade de planos nacionais, quando o direcionamento de políticas nacionais de turismo é reduzido a pacote de ações acima elencadas. O hiato atribui-se ao cenário de instabilidade política e econômica do período.

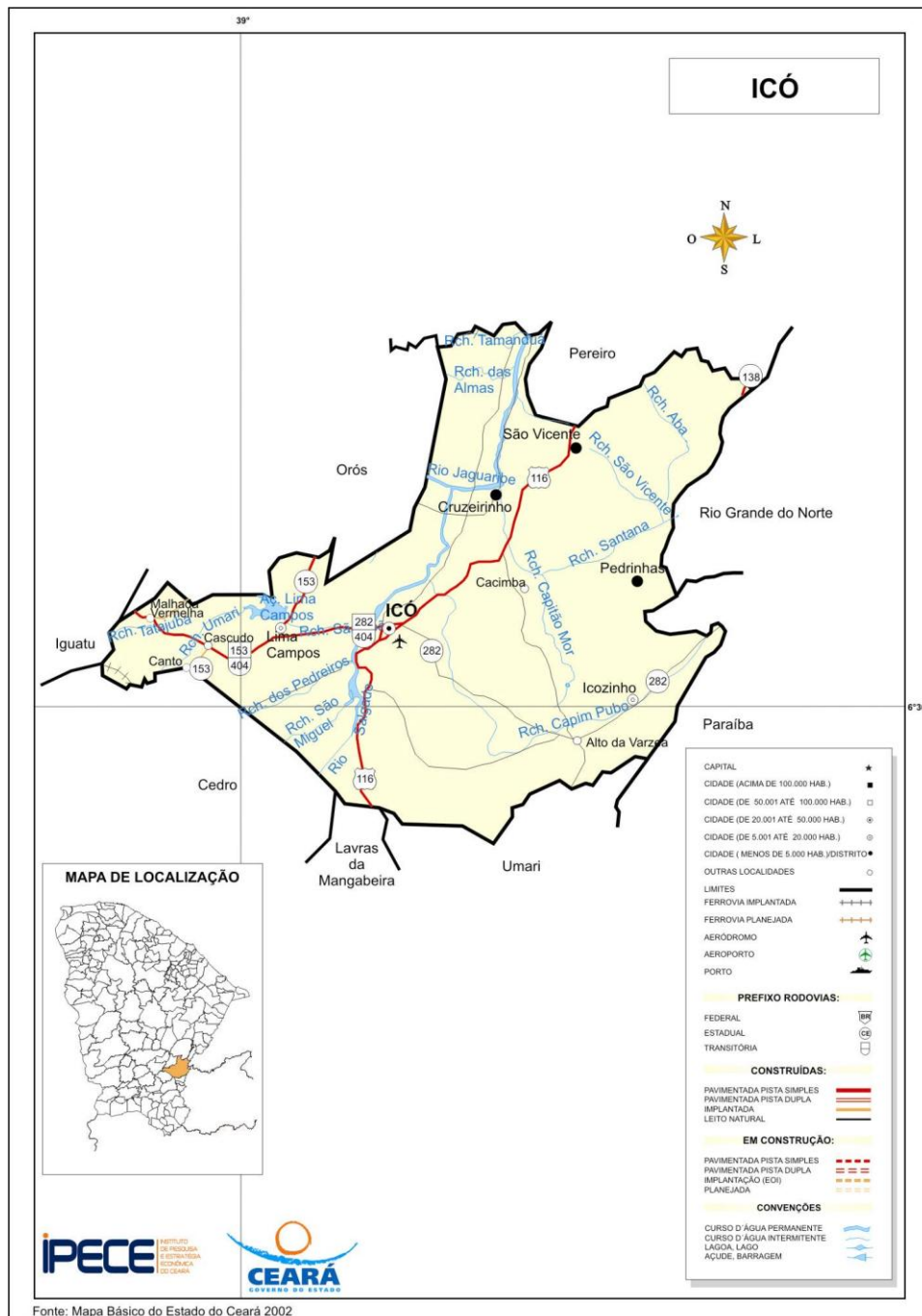
Em análise sobre políticas públicas brasileiras, Cooper, Hall e Trigo (2011) observam que, nos últimos anos, ocorre transformação substancial do papel do governo, em geral, e do turismo em particular.

Apesar de avanços, a estrutura legal da atividade turística é falha por não dirigida ao patrimônio cultural nacional. As políticas de turismo brasileiras são marcadas por relações desconexas dos planos econômicos instaurados no país. Admite-se que as políticas públicas de turismo precisam valorizar o patrimônio cultural do país e incluí-lo nos planos de turismo.

4 CIDADE DE ICÓ E HISTÓRIA DO LUGAR

O município de Icó situa-se na região centro-sul do estado do Ceará, possui uma das maiores áreas territoriais do estado, com 1.871,98 km². Limita-se ao norte com os municípios de Jaguaribe e Pereiro; ao sul com Cedro, Lavras da Mangabeira e Umari; a leste com os estados de Rio Grande do Norte e Paraíba e a oeste, Iguatu e Orós (Figura 2).

Figura 2 – Mapa de localização de Icó



Fonte: Ipece (2009).

A origem do nome Icó deriva-se de tribo tapuia da nação Cariri que habitava as margens do Rio Salgado até o Rio do Peixe na Paraíba e significa “água da roça.” Outra definição faz referência à copa de árvore da família das caparidáceas, conhecida como icozeiro. No contexto histórico, recebeu definições, segundo afirma Ferreira (2014, p. 48) “Ribeira dos Icó, Arraial Velho, Arraial Novo, Arraial de Nossa Senhora do Ó, Sítio de Nossa Senhora do Ó dos Icó, Povoação do Salgado, Icó dos Fonseca, Icó dos Montes e, finalmente, Icó”.

A história de Icó começa por volta de 24/01/1682, com a chegada da missão “homens de São Francisco”³, comandados pelo capitão Bartolomeu Nabo Correia. Com eles vieram duas famílias: os Montes e os FONSECAS.

Nas margens do Rio Salgado fundaram-se as primeiras habitações e dava-se início ao sinal de urbanização em terras dos Icó. A família Fonseca se instalou na fazenda Bonsucesso, dando origem ao Icó dos Fonseca, tempos depois as famílias, ao perderem terras com as enchentes do Rio Salgado, saem do lugar. A família Monte se instalou na fazenda Pilar, fazenda de Francisco Monte Silva, o fundador de Icó.

A pecuária marca a atividade econômica da cidade desde o início do povoamento, ao lado da cultura algodoeira. O cultivo do algodão encontra, nas terras cearenses, solo adequado para seu desenvolvimento, além de mão de obra não absorvida pela expansão pecuária, causada pelas secas que assolaram a região.

Segundo Nascimento (2002, p. 70), “O binômio gado-algodão passa a atuar como elemento responsável pela expansão do povoamento da província.” Pela Carta Régia, Icó foi elevada à categoria de vila e se torna uma das mais prósperas da província do Ceará. A elevação de Icó a vila incentiva a construção de prédios para atender a política urbana da coroa portuguesa e a uniformização do espaço. Conforme Nascimento (2002, p. 68), a regulamentação da Carta Régia de 1736, que criou a vila de Icó, era necessária a existência da Igreja Matriz, bem como a construção da Casa de Câmara e Cadeia, importante para o desenvolvimento da população fixa e a política urbanizadora prevista pela coroa.

A emancipação política da cidade, antes comemorada na data de 25 de outubro, passa a ser no dia 04 de maio, a partir de 2017. A alteração faz parte das pesquisas realizadas pelo historiador Altino Afonso Medeiros, em diversos órgãos

³ Disponível em: <<https://putegi.blogspot.com/2015/11/bartholomeu-nabo-correa-e-domingos-paes.html>>. Acesso em: 10 jul. 2018.

administrativos, e análise de documentos registrados pelo Dr. Pedro Theberge, intitulado “Extractos Assentos de Antigo Senado do Icó: desde 1738 até 1835”, e afirma que o termo senado assimila-se à câmara, instalado juntamente com a vila, como corpo político administrativo da época, criado na data de 04 de maio de 1738.

Icó faz parte dos municípios mais antigos do Estado do Ceará, precedido somente por Aquiraz e Fortaleza. Em 04 de maio de 1738, o Arraial de Nossa Senhora do Ó passa a ser Vila de Icó, criada pela Carta Régia de dom João V, então rei de Portugal.

A formação de rua larga demonstra a presença da rota da boiada. As habitações seguem características portuguesas, construídas em lotes compridos refletindo a formação da sociedade da época, com característica rural e início do meio urbano.

O espaço constituído pelos prédios públicos, em conjunto com a grande via formada pelo trajeto natural das boiadas, a implantação das primeiras casas com seus quintais, ocupando todo o lote urbano e o surgimento dos becos, perpendiculares às vias constituídas pelo conjunto de casas, vão corresponder ao quadro urbano da vila, no final do século XVIII. (NASCIMENTO, 2002, p. 70).

Pela Estrada Geral do Jaguaribe, atual Largo do Theberge, eram transportados os produtos que vinham da Europa através do porto de Aracati para os estados de Pernambuco, Piauí, Rio Grande do Norte e Paraíba. Era centro comercial de bois e, durante muito tempo, consolidou-se como província rica do Ceará. Para corroborar o que se afirma, tem-se o relato da Comissão Científica de 1859:

Naqueles dias a cidade de Icó era o maior empório comercial e social do centro da província. Tinha uns seis mil habitantes, muitos deles comerciantes, portugueses ou descendentes destes, que supriam o interior e os sertões das províncias vizinhas com mercadorias europeias. Mais de 1000 carros de bois transitavam anualmente do Icó para o Aracati. Comboios de centenas de cavalgaduras, por ocasião da safra, vindos do cariri, dos altos sertões do Jaguaribe, do Piauí e das proximidades paraibanas enchiam o quadro urbano, constituído de três ruas principais, quatro igrejas, uma cadeia, um mercado. Uma escola de latim e duas primárias atendiam a religião, à Ordem, ao ventre e às Letras da cidade, meia dúzia de sobrados revestidos de azulejos, plantado no meio do casario chato e pesadão, envaidecia os icoenses e pasmava os simplórios sertanejos (Relato da Comissão Científica, 1859 *apud* NASCIMENTO, 2002, p. 58).

A imagem da colônia, a partir dos anos XX, passa por transformações no espaço físico e no aspecto cultural, influenciada pela vinda da família real para o

Brasil. As cidades de Aracati e Icó incluem-se nesse contexto justificado pelo poder econômico.

O desenvolvimento econômico e a introdução de hábitos trazidos da Europa marcam o processo civilizatório que influenciou a elevação da vila à cidade, com o título de Princesa dos Sertões. A chegada da família Theberge ao Icó trouxe costumes da Europa, com a utilização do piano, realização de sarau e concerto de piano. A construção do Teatro da Ribeira dos Icó, em 1860, pelo francês Pedro Theberge e a implantação de novos costumes fazem parte do processo civilizatório, afirma Nascimento (2002).

A atividade econômica com base no ciclo do gado possibilitou a riqueza da cidade, no século XVIII, no entanto o processo de decadência da Princesa dos Sertões tem início em 1862, com a epidemia de cólera que atingiu parte da população (ALEXANDRE, 2013).

Fato relevante para o declínio da cidade foi a seca de 1877 a 1879 provocando a morte de toda a criação de gado, que se mantinha nas fazendas próximas às margens do Rio Salgado e Rio Jaguaribe. O gado era levado para Aracati onde era abatido e transformado em charque e o couro voltava para Icó onde era curtido e exportado para a Europa (NASCIMENTO, 2002).

Icó surgiu com o ciclo do couro e a criação de gado aliada à localização da cidade em local privilegiado, no entroncamento de estradas coloniais importantes como: a Estrada Geral do Jaguaribe que ligava o Ceará a Pernambuco através do Aracati e chegava ao Vale do Cariri; Estrada das Boiadas que ligava o Piauí com a Paraíba, passando pelos sertões dos Inhamuns; a Estrada Nova das Boiadas, que partia do Vale do Acaraú e passava pelo sertão central cearense até atingir a Paraíba e Pernambuco. As estradas impulsionaram a economia da cidade, no século XVIII e XIX, através da pecuária e o escoamento da produção de algodão (ROLIM, 2012).

Em seguida, veio o traçado da linha de ferro com a construção da Estrada de Ferro de Baturité. Desviada para Iguatu, em 1910, ligava diretamente o Porto de Fortaleza ao sul do estado contribuindo para que Icó perdesse o papel centralizador dos produtos comercializados. O documento Monumenta (2008) registra:

Se estradas de boiadas proporcionaram a prosperidade do Icó, comércio pungente, talvez o mais próspero do interior do Ceará até o terceiro quartel do século XIX, o traçado de outra estrada, a estrada de ferro, do início do século XX, decretou o fim das esperanças de retorno aos dias gloriosos de prosperidade comercial (p. 25).

Segundo Nascimento (2002, p. 80), o processo de desenvolvimento converteu-se em transição, entre os séculos XIX e XX, em consequência da política centralizadora de poderes na capital e consolida o polo econômico de Fortaleza. E no Monumenta registra:

Esse traçado fez Icó perder definitivamente o papel de coletar, em imensas áreas do sul do Ceará e regiões limítrofes dos estados vizinhos, os produtos a serem exportados para o litoral. Também perdeu a função de distribuir nessas imensas áreas os produtos vindos do litoral. Assim desmoronou de vez o poderoso eixo econômico Aracati-Icó, montado no período colonial (MONUMENTA, 2008, p. 25).

A tentativa de minimizar os efeitos da seca veio com a construção do Açude de Lima Campos, antes conhecido como Açude do Estreito. A cidade de Icó é contemplada com obras do governo por meio da Inspetoria Federal de Obras contra a seca, posteriormente DNOCS, a partir dos anos 1930, renovando as esperanças do povo icoense. Na década de 1970, com a implantação do Perímetro Irrigado Icó Lima Campos, sob a direção do DNOCS, o que seria um sonho tornou-se pesadelo. O projeto de produção agropecuária não atingiu o objetivo que era gerar trabalho e renda para as famílias sendo mais um caso de abandono (BARBOSA, 2017).

Sobre o assunto, Nascimento (2002, p. 89) afirma ter sido uma tentativa de revalorização do sertão, no caso, Icó, o Perímetro Irrigado Icó/Lima Campos não obteve êxito, pois as terras foram entregues a pessoas que não tinham o conhecimento do cultivo, aliado a esse fato, houve aumento da população, motivado pela promessa de dias melhores e que passaram a ocupar a periferia da cidade.

A construção da rodovia federal apresenta a possibilidade de reintegrar Icó na circulação de mercadorias, mas torna-se impossível, pois já havia perdido sua posição para Iguatu e Crato pela ação de introduzir o sistema ferroviário. No entanto, o plano geográfico em que está inserido acaba por incluir ao circuito rodoviário com a construção da ponte Piquet Carneiro sobre o Rio Salgado por representar ponto de passagem obrigatório e de ligação entre o sul e o norte do estado, nos limites da zona urbana (NASCIMENTO, 2002).

As alterações do sistema viário da cidade e a construção da ponte Piquet Carneiro possibilitaram o isolamento do conjunto arquitetônico e desintegração da malha viária acabando, de uma vez por todas, a prosperidade econômica da cidade de Icó, por outro lado há histórias, lendas e patrimônio cultural no coração do semiárido, base para o turismo.

A prática de planejamento urbano, no Brasil, a partir dos anos 1980, pregava um discurso de descentralização de políticas, especialmente em programas e ações. Na tentativa de reverter o quadro de decadência, a cidade de Icó é contemplada com o Programa de Urbanização dos Municípios do Ceará (PROURB) e o Programa Monumenta.

4.1 PLANO DE DESENVOLVIMENTO URBANO DE ICÓ E O MONUMENTA NA RESTAURAÇÃO DO PATRIMÔNIO

O Plano Diretor de Desenvolvimento Urbano de Icó contém projetos e ações articulados, tendo como base o Plano Estratégico e o Plano de Estruturação, apoiando-se, entre outros aspectos, no incremento da atividade urbana e turística. E o Programa Monumenta é federal executado pelo Ministério da Cultura, patrocinado pelo BID que consiste, na reforma e resgate, do patrimônio cultural urbano do Brasil, desde 1995 atendendo 26 cidades.

Voltado à requalificação de centros históricos urbanos, no território nacional, de forma inovadora porque agrega à prática de restauração de edificações e espaços públicos, financiamento de imóveis privados de valor sócio-histórico, e projetos no campo da educação patrimonial e da economia da cultura, aliando à memória social da comunidade e ao desenvolvimento econômico. Para cumprir os objetivos, o Programa atua em 26 cidades do País. A gestão geral do Programa é centralizada em Unidade Central de Gestão (UCG), situada no IPHAN, em Brasília, que monitora a condução dos projetos nas cidades de acordo com o plano estratégico adotado pelas cidades.

Icó é patrimônio nacional justificada pelo processo, trabalha com 4 valores: histórico, paisagístico, urbanístico e arquitetônico. Corroborados pelos diversos pareceres que recomendaram a homologação do processo, que destaca a importância do tombamento pela representatividade do espaço, no que diz respeito ao povoamento e consolidação do interior do Estado, riqueza arquitetônica e urbanística do espaço, como fonte documental e permanência do traçado urbano original, facilitando a identificação e delimitação do “centro histórico de Icó”. Nascimento (2002, p. 125) criticando o direcionamento para o turismo que são estratégias de convencimento, dada a dificuldade de se chegar a Icó.

É necessária uma política que justifique tamanho empreendimento, visto que o município está localizado em região marcada pela seca, fica distante 375 km da capital do Estado. O que chamou de estratégias de convencimento.

O destino turístico assimila-se a qualquer produto de valor comercial para ser trabalhado mercadologicamente precisa ser planejado. “Há que se trabalhar os destinos turísticos como produto nacional, regional e local, utilizando a tecnologia de informação e o marketing de relacionamento, para fidelizar clientes aos destinos” (CORIOLANO; GUIMARÃES, 2014, p. 250).

Sabe-se que Icó não é um destino turístico, e se não houver uma política de turismo bem definida, com um bom plano de *marketing* divulgando o lugar, os turistas não chegarão, apesar de possuir forte atrativo turístico, o patrimônio arquitetônico e cultural. O patrimônio arquitetônico, visto como herança cultural e lugar de memória, justifica a necessidade de preservá-lo e transformá-lo em atrativo turístico.

O turismo cultural, tal qual o concebemos, implica não apenas a oferta de espetáculos ou eventos, mas também a existência e preservação de patrimônio cultural representado pelos museus, monumentos e locais históricos (FUNARI; PINSKY, 2001, p. 15).

Conjuntos históricos, importante acervo arquitetônico da cidade de Icó considerado Patrimônio Nacional, desde 1997, adquirem sentido cultural. O IPHAN, pelo Programa Monumenta, com recursos vindos do Ministério da Cultura e do BID, recupera e tenta preservar espaços antigos, prédios históricos transformando-os em atrativos turísticos.

A salvaguarda do patrimônio é necessária diante da ameaça de perda, frente ao crescimento urbano proveniente do desenvolvimento industrial, aliado à perspectiva de interesse público, diferente dos anos de 1930, voltado apenas ao desenvolvimento econômico. A visita de representantes da UNESCO ao Brasil, na década de 1960, foi decisivo para estabelecimento de interesses de salvaguardar o patrimônio do Icó, sendo o turismo alternativa para a promoção, desenvolvimento e sustento do patrimônio cultural.

O IPHAN, juntamente com a UNESCO, protege patrimônios monumentais de interesse público, com potencial para promover o desenvolvimento econômico, incentivado pela Organização dos Estados Americanos (OEA), responsável pelas Normas divulgadas em Quito. A cooperação, entre os órgãos, para promover turismo

cultural, conta com recurso financeiro, por meio de linha de crédito internacional, sob a responsabilidade da UNESCO.

O objetivo principal do Programa Monumenta ou Programa de Preservação do Patrimônio Cultural Urbano é a recuperação sustentável do patrimônio histórico urbano, em nível nacional, tombado ou considerado de interesse do IPHAN. Elaborado durante o primeiro mandato do governo presidente do Brasil, Fernando Henrique Cardoso, inspirado em experiência de preservação de recuperação do centro histórico de Quito mostra o novo modelo de gestão dos monumentos nacionais que passa a responsabilizar o poder político local pela preservação, aliado ao uso econômico.

Para candidatar-se ao programa, o município apresenta um “Plano Estratégico” de gestão urbana demonstrando a capacidade de sustentabilidade econômica e a existência de um consenso social, acerca da necessidade de intervenções urbanas nas regiões portadoras de monumentos protegidos, em nível federal, e a regulamentação de diversos acordos.

Atendendo às características requisitadas no acordo, o Programa Monumenta passou a ser objeto de intervenção e recuperação patrimonial, em Icó. As intervenções do Monumenta, além de restauração de monumentos e espaços públicos, desenvolvem também projetos de capacitação e promoção de atividades econômicas.

Em 1997, o conjunto arquitetônico e urbanístico de Icó foi tombado por representar o processo de povoamento do interior do Ceará, por servir como “documentação” para o fato histórico, e continua a trabalhar com a noção de monumentalidade.

4.2 COMPREENSÃO DO PATRIMÔNIO MATERIAL E IMATERIAL

O conceito de patrimônio, representado pelo conjunto de bens transmitidos aos herdeiros, pode ser analisado sob dois aspectos: patrimônio individual e patrimônio coletivo. No individual, incluem-se os bens materiais de valor comercial e podem ser mencionados em testamento, dando origem ao sentido legal do termo. Os ensinamentos e lições de vida que recebemos dos antepassados correspondem ao patrimônio imaterial.

O patrimônio coletivo corresponde aos bens determinados pelas pessoas, a depender dos interesses e dos benefícios que se espera obter. Nesse sentido, o conceito de patrimônio reflete interesses sociais, por isso convém analisar de acordo com a sociedade e os valores apreendidos ao longo do tempo.

A trajetória do patrimônio, no contexto mundial, desde a origem latina da palavra, se referia, entre os antigos romanos, a tudo o que pertencia ao pai de família. O patrimônio era um valor aristocrático e privado, referente à transmissão de bens no seio da elite patriarcal romana (FUNARI; PELEGRINI, 2009, p. 11).

O conceito moderno de patrimônio desenvolveu inicialmente, na França, a partir de 1789, com a Revolução Francesa, com base no discurso nacionalista contrariando o poder da monarquia. A noção de patrimônio como bem coletivo associado ao sentimento nacional dá-se inicialmente num viés histórico e pelo um sentimento de perda. Era preciso salvar os vestígios do passado ameaçados de destruição. Assim, as heranças dos nobres eram apropriadas como heranças do povo.

O significado de patrimônio adquiriu sentido amplo, incluindo o conjunto de cidadãos. Desenvolve-se a concepção de bem comum e ainda que alguns bens formam a riqueza material e moral do conjunto da nação. Analisando os escritos de Bourdieu (1998), constata-se que os símbolos representavam a cultura da nobreza.

Para a integração fictícia da sociedade no seu conjunto, portanto, à desmobilização (falsa consciência) das classes dominadas; para a legitimação da ordem distinções (hierarquias) e para a legitimação dessas distinções (BOURDIEU, 1998, p. 10).

Segundo Barreto (2007, p. 114), a normalização da conservação do patrimônio surgiu, no século XX, pela França, pois é dela a primeira lei sobre Monumento Histórico, em 1913, concentradas nos conjuntos arquitetônicos de valor histórico. As iniciativas para a proteção do patrimônio histórico e cultural da humanidade ganharam impulso em 1931, com a primeira conferência internacional sobre monumentos, a Conferência Internacional de Atenas, da qual resultou a Carta de Atenas.

No final da Segunda Guerra Mundial, há a contestação de que tudo ocorreu, na segunda guerra mundial, grupos organizados na sociedade passam a contestar ideais de nacionalidade e lutar por liberdade religiosa, liberdade de expressão. As discussões repercutem em países que, na época, se chamavam de terceiro mundo; países pobres que haviam sido colonizadas e tinham populações

não letradas, como indígenas e ex-escravos. As populações tinham manifestações na oralidade, danças, festas e o tipo de manifestação não se enquadrava no conceito que se tinha de patrimônio. Abreu e Chagas (2009) explicam,

Contraopondo-se as tendências racistas que haviam desencadeado a guerra que acabara de acontecer, o conceito antropológico de cultura foi apropriado como antídoto aos conflitos entre os povos. Cientistas sociais, especialmente antropólogos, foram chamados para traçar planos de ação e de investigação, na área de patrimônio, que contemplassem as chamadas diversidades culturais (p. 36).

O patrimônio material e imaterial, na concepção moderna, corresponde ao que chamamos de patrimônio cultural, formado pelo conjunto de monumentos, saberes e fazeres, festas, músicas, danças que identificam uma sociedade e, portanto, devem ser preservados. Na escolha do que se deve ser preservado, entram, nesse contexto, o estado através de instituições e leis específicas e, principalmente, a sociedade que se reconhece nos bens e atribui valores únicos capazes de rememorar experiências coletivas repassadas de geração em geração.

4.3 EVOLUÇÃO DO CONCEITO PATRIMONIAL

No Brasil, a preocupação com os bens culturais tem raízes no período da Revolução Francesa, período em que os bens adquirem valor nacional e conferem identidade ao país. Na década de 1920, chama a atenção dos intelectuais, o descaso com as cidades históricas comprometendo o próprio país perante as nações tidas como civilizadas, assunto que repercutiu no Congresso Nacional, nas instituições culturais e, na imprensa, pela preservação de monumentos e objetos de valor histórico e artístico.

A transformação do conceito de patrimônio cultural reúne três fatos específicos (RODRIGUES, 2006, p. 2). Os fatos os quais Rodrigues (2006) menciona são a Semana de Arte Moderna de 1922, o Estado Novo e a criação do Serviço do Patrimônio Histórico Artístico Nacional (SPHAN), em defesa do acervo memorável para a história do Brasil.

No ano de 1937, entra em vigor o Decreto-Lei nº 25/37, que cria o SPHAN, sob a direção de Rodrigo Melo Franco de Andrade e cria também o tombamento. A princípio, patrimônio cultural compreendia bens móveis e imóveis

vinculados a fatos memoráveis da história do Brasil excluindo a concepção de arte abordada no anteprojeto de Mário de Andrade.

Mário de Andrade antecipou-se a sua época, propondo a preservação de bens culturais imateriais, aspecto rejeitado pelo Decreto-Lei nº 25/37 e que somente no final do século XX veio a ser regulamentado pelo Decreto 3551, de 04 de agosto de 2000, que criou o Programa Nacional do Patrimônio Imaterial (MARTINS, 2006, p. 4).

A concepção de patrimônio, no Estado Novo, confere caráter elitista representado pelos bens materiais de valor estético e arquitetônico como símbolo da cultura brasileira, conhecida como “fase heroica” do SPHAN. As ações públicas partiram dos estados possuidores de acervos significativos do período colonial brasileiro, como Minas Gerais, Bahia e Pernambuco.

De acordo com Silva (2007, p. 27), o reconhecimento da cidade de Ouro Preto como patrimônio nacional, em 1933, constitui o primeiro ato de proteção. Daí em diante, cidades inteiras, conjuntos arquitetônicos e edifícios foram incluídos. Mas somente a partir de 1960, foram potencializados para a atividade turística, aliada à melhoria de acessos pelo sistema rodoviário. O turismo se apresenta como principal instrumento para o desenvolvimento econômico e a capacidade de promover a autossustentabilidade para salvaguardar o patrimônio cultural presente nos discursos da UNESCO.

As ações desenvolvidas, nos centros de cidades históricas deterioradas, têm levado à especulação imobiliária, a exemplo, cidade de Parati, no Rio de Janeiro. No pós-período de isolamento, o quadro de estagnação se reverte com a divulgação e valorização do patrimônio histórico passando os sobrados e as casas a ocupar lojas de artesanato, bares e restaurantes elevando o valor imobiliário. Rodrigues (2006) afirma

O conceito de cultura estava ligado, primordialmente, aos bens móveis ou imóveis. A proteção do chamado patrimônio cultural resumia-se a tombamentos e inscrições de obras que, ou eram belas, sob o conceito de beleza de um grupo de tecnocratas, ou traduziam fatos marcantes da história do Brasil, sob o critério meramente empírico, sem qualquer fundamento científico e, juntando-se a isto, ausência de mecanismos para a proteção do patrimônio cultural do povo, da massa, dos grupos marginalizados (p. 8).

Patrimônios culturais não são classificados apenas em materiais, mas também em imateriais. A nova percepção surge de países asiáticos e do chamado

Terceiro Mundo que reconhecem, nas criações populares anônimas, expressões de conhecimento (SANT'ANNA, 2009).

As pessoas que detêm o conhecimento preservam e transmitem as tradições tornando-se mais importantes do que as coisas que as corporificam. A prática ocidental de preservação, com apoio, no tombamento, não dá conta da nova noção de patrimônio cultural, “mais relevante do que conservar um objeto como testemunho de um processo histórico e cultural passado é preservar e transmitir o saber que o produz, permitindo a vivência da tradição no presente.” (SANT'ANNA, 2003, p. 52).

Patrimônio cultural compreendia obras monumentais, belas ou ligadas a fatos marcantes da história do Brasil, “mas existem outras artes, aquelas que transcorrem no tempo, como a dança, a literatura, a música.” (BARRETO, 2000, p. 10). Verifica-se a durabilidade do bem, associada à valorização cultural, simbólica ou econômica pelas sociedades envolvidas. No âmbito do processo patrimonial, a categoria bem intangível ou imaterial, separada do patrimônio material.

A Constituição Federal de 1988, nos artigos 215 e 216, amplia a noção de patrimônio cultural ao reconhecer a existência de bens culturais de natureza material e imaterial e ao estabelecer formas de preservação como registro e inventário. O registro é um instrumento legal instituído pelo Decreto 3.551/2000, que estabelece o reconhecimento e a valorização do patrimônio cultural imaterial brasileiro podendo ser inscrito em um ou mais dos seguintes livros: Livro de Registro dos Saberes, Livro de Registro das Celebrações, Livro de Registro das Formas de Expressão e Livro de Registro dos Lugares. “Demonstra a importância da proteção do fazer cultural” (ABREU; CHAGAS, 2009).

A importância do patrimônio cultural imaterial, como elemento de diversidade cultural, aliada à necessidade de sensibilização de gerações mais jovens para salvaguarda, a UNESCO assim define:

Entende-se por ‘patrimônio cultural imaterial’ as práticas, representações, expressões, conhecimentos e competências – bem como os instrumentos, objetos, artefatos e espaços culturais que lhes estão associados – que as comunidades, grupos e, eventualmente, indivíduos reconhecem como parte do seu patrimônio cultural (UNESCO, 2014, p. 5).

O patrimônio cultural imaterial, transmitido de geração em geração, é constantemente recriado pelas comunidades e grupos em função do meio em que vivem, da sua interação com a natureza e da sua história, e confere-lhes um sentido

de identidade e de comunidade, promovendo, assim, o respeito pela diversidade cultural e criatividade humana

4.4 PATRIMÔNIO MATERIAL DA CIDADE DE ICÓ

A cidade de Icó é conhecida pelo patrimônio material de valor histórico, cultural e de valor afetivo para a população. O conjunto arquitetônico e urbanístico tombado pelo IPHAN, desde 1997, mostra a arquitetura de estilo barroco⁴, com características ao mesmo tempo da região nordeste e linhas do neoclássico francês, concentrada principalmente no centro histórico, e documenta importante capítulo da história do país considerado aspecto importante para o tombamento, considerada Patrimônio Nacional desde o final de 1997.

O processo de N° 968-T-78 contém o tombamento do Conjunto Arquitetônico e Urbanístico da cidade de Icó, publicado no DOE, em 13 de julho de 1998, e compreende o perímetro que corresponde às atuais Ruas Dr. Inácio Dias, Ilídio Sampaio, Regente Feijó, Frutuoso Agostinho e 7 de setembro, por encontrar nesse espaço, o conjunto arquitetônico de maior relevância e integridade, bem como o traçado urbanístico imposto pelas normas da coroa portuguesa.

O processo de tombamento passa por alterações, a partir de 2013, com o processo de rerratificação acrescentando a inclusão no tombamento da Igreja do Rosário, do Mercado Público e da Igreja Nossa Senhora do Monte e cemitério anexo, por se tratar de símbolos importantes na formação e transformação da cidade, além do mais, o processo de tombamento anterior exclui quadras e vias resultantes da aplicação de normas do plano urbanístico de 1850, reconhecido pela portaria n° 33, de 05 de maio de 2015, do Ministério da Cultura, publicada no DOU, em 06 de maio de 2015.

A percepção leva a valorização do lugar como espaço de competitividade que norteia as ações do Programa de Urbanização dos Municípios do Ceará (PROURB) para atrair capital. Nessa lógica, a cidade de Icó elabora o Plano Estratégico, na tentativa de alcançar desenvolvimento sustentável, pelo incremento da atividade turística aliada ao acervo arquitetônico.

⁴ A arte barroca surgiu no século XVIII, na Itália. A igreja católica adotou e difundiu o estilo barroco em construções por vários países da Europa. A palavra 'barroco', de origem portuguesa, significa pedra preciosa imperfeita, com os formatos irregulares. Disponível em: <<http://arte-barroca.info/>>. Acesso em: 25 jul. 2018.

A implementação do financiamento, seguida pelo programa Monumenta, para recuperação de imóveis privados, possibilitou a aproximação da população às questões de preservação do patrimônio. Foram lançados dois editais de seleção de imóveis, em 2005 e 2007, para sessenta e duas propostas apresentadas com financiamento, entre valores de R\$ 3.000,00 a R\$ 164.430,00. Pendências não resolvidas pelos gestores municipais influenciaram na demanda por financiamento que acabou não atendendo toda a demanda. Enquanto áreas urbanas encontram-se descaracterizadas, Icó guarda exemplares da arquitetura de estilo colonial e neoclássico, casarões, igrejas e sobrados, somados as manifestações populares, tradição e gastronomia.

A igreja de Nossa Senhora da Expectação ou Nossa Senhora do Ó (Figura 3) é conhecida como Igreja Matriz, capela dos Montes, tendo sido construída para sepultura da filha do coronel Francisco de Monte e Silva, fundador da cidade. Na falta de igreja, logo foi transformada em matriz. Erguida em 1709, é templo com características do barroco do século XVIII, adaptadas ao modelo sertanejo com destaque para o altar trabalhado em madeira de lei que realça o santuário de Nossa Senhora da Expectação, ou Nossa Senhora do Ó, padroeira da cidade. Nossa Senhora do Ó é uma devoção mariana surgida em Toledo, na Espanha, remontando à época do X Concílio, presidido pelo arcebispo Santo Eugênio, quando se estipulou que a festa da Anunciação fosse transferida para o dia 18 de dezembro.

Figura 3 – Igreja de Nossa Senhora da Expectação



Fonte: Própria autora (2018).

A festa em homenagem à padroeira acontece no período de 09 a 18 de dezembro, teve como primeiro vigário o padre Domingos Dias da Silveira. Segundo Viana (2011, p. 09), a igreja matriz foi restaurada pelo IPHAN e devolvida à comunidade, em 15 de abril de 2000.

O Teatro da Ribeira dos Icó's (Figura 4), edificado em 1860 pelo médico e historiador francês Dr. Pedro Theberge, demonstra o símbolo de poder, em meados do século XIX, é patrimônio nacional e estadual. Protegido pelo tombamento estadual, segundo a lei nº 9.109, de 30 de julho de 1968, pelo decreto nº 16.237, de 30 de novembro de 1983. Passou por recuperação no período de 1979 a 1980, por estar incluído no Programa Cidades Históricas.

Figura 4 – Teatro da Ribeira dos Icó's



Fonte: Própria autora (2018).

A justificativa do tombamento se faz pelas características neoclássicas pouco encontradas em nível nacional. Considerado teatro mais antigo do Ceará em funcionamento, revela importante marco arquitetônico da cidade. Atualmente é palco de espetáculos teatrais por grupos de atores, além de servir como local de reuniões comunitárias e eventos cívicos municipais, show de humor e diversas atividades sociais.

O Lago do Theberge Compreende área de 955 metros (Figura 5). Era o ponto de encontro dos tangedores de boi, local onde se realizava a maior feira de gado do Nordeste. Nesse espaço, encontram-se as principais edificações históricas, restauradas pelo Monumenta: Teatro Ribeira dos Icó's, sobrado Barão do Crato,

igrejas Matriz de Nossa Senhora da Expectação e de Nosso Senhor do Bonfim, Casa de Câmara e Cadeia, sobrados da Paróquia e do Canela Preta e casas cujas fachadas mostram arranjos formais e coloridos, típicos da arquitetura popular.

Figura 5 – Lago do Theberge



Fonte: Iphan⁵.

Aos olhos dos turistas e residentes, exhibe-se a praça com características do período colonial recuperada pelo programa Monumenta, com implantação de pavimentação, jardins e projeto luminotécnico. É o principal local público de Icó, onde se realizam festas populares, forrós, celebrações religiosas e, no início do ano, festa do Senhor do Bonfim.

A Igreja de Nossa Senhora do Rosário (Figura 6), conhecida como Igreja dos escravos, edificada em 1828, possui características da arquitetura portuguesa, antigamente considerada refúgio dos homens pretos.

⁵ Disponível em: <<http://portal.iphan.gov.br/pagina/detalhes/240>>. Acesso em: 25 jul. 2018.

Figura 6 – Igreja de Nossa Senhora do Rosário



Fonte: Própria autora (2018).

As festividades religiosas em homenagem a Nossa Senhora do Rosário iniciam no dia 27 de setembro com o hasteamento da bandeira e encerram-se no dia 07 de outubro com a procissão e benção do Santíssimo.

A Igreja do Senhor do Bonfim (Figura 7), edificada no ano de 1749 pelo primeiro capitão-mor de ordenança de Icó, Bento da Silva Oliveira, inspira uma das festas do nordeste brasileiro.

Figura 7 – Igreja do Senhor do Bonfim



Fonte: Própria autora (2018).

Com a igreja pequena para acomodação dos fiéis, constrói-se outra que leva o mesmo nome, mas a transferência de nome não se efetiva, o povo se revoltou não permitindo a mudança e lhe deu o nome de São José. Segundo a tradição oral, a imagem do Senhor do Bonfim guarda uma baleia adormecida, e, retirada a imagem, a baleia vai acordar e começar a jorrar água, transformando Icó em um braço do mar.

As homenagens ao Senhor do Bonfim acontecem de 22 de dezembro a 06 de janeiro. O ponto alto da festa é no dia 1º de janeiro, com grande procissão que atrai milhares de pessoas do município e de outros estados, tornando o evento religioso o terceiro maior do Ceará.

No final da procissão, com o retorno da imagem, os fiéis recebem-na com grandiosa queima de fogos, em louvor ao santo. As homenagens se estendem até o dia 06 de janeiro com a visita dos devotos ao santuário e com a subida da imagem ao altar.

A Igreja de Nossa Senhora da Conceição situa-se no alto de pequeno monte, de onde se tem a visão panorâmica da cidade, ao lado do cemitério público. Construída no século XVIII, apresenta característica da arquitetura portuguesa, ornada por coruchéus. Possui nave única, telhado de duas águas e escadas (cada superfície plana e inclinada constitui o telhado), duas janelas simétricas, torre lateral e escada em tijoleira na entrada. Pode-se encontrar, no interior, o altar-mor, obra de arte barroca revestida com fios de ouro (Figura 8).

Figura 8 – Igreja de Nossa Senhora da Conceição



Fonte: Própria autora (2018).

Os festejos, em alusão a Nossa Senhora da Conceição, realizam-se a partir de 28 de novembro a 08 de dezembro.

A Igreja de São José (Figura 9) é a mais espaçosa e moderna da cidade. O Padre Antônio Vieira deu início à construção, em 1957, mas não chegou a concluir. No início de 1980, reiniciada, somente, em 1995, foi concluída com o apoio do Padre José Augusto e mobilização da comunidade.

Figura 9 – Igreja de São José



Fonte: Própria autora (2018).

As festividades, em homenagem a São José, têm início a 09 de março e seguem até o dia 19, encerrando os festejos com procissão.

A Rua Ilídio Sampaio ou Rua dos Sobrados (Figura 10) concentra a maior parte dos casarões. A proteção conferida aos bens deve-se ao valor excepcional com traços que relembram características originais.

Figura 10 – Rua Ilídio Sampaio



Fonte: Própria autora (2018).

O Sobrado do Mirante (Figura 11), em estilo colonial, com três pavimentos, tem o terceiro funcionando como mirante, exigência da época, devido às grandes agitações sociais nordestinas. Com oito janelas, duas de cada lado, retrata-se o luxo e a riqueza do passado icoense, proporcionando vista panorâmica da cidade, faz parte do Patrimônio Histórico Nacional.

Figura 11 – Sobrado do Mirante



Fonte: Própria autora (2018).

O Mirante, na Avenida Ilídio Sampaio, nº 2076, tinha por finalidade visualizar os arredores do salgado e das várzeas e proteger os moradores de ataques inesperados.

O Sobrado do Canela Preta (Figura 12), ao lado da Igreja Matriz de Nossa Senhora da Expectação, local privilegiado do Largo do Theberge. João André Teixeira Mendes, nome verdadeiro, sujeito rico e poderoso, teve vida violenta falece com quase 100 anos de idade.

Figura 12 – Sobrado do Canela Preta



Fonte: Própria autora (2018).

Uma das edificações mais antigas do Largo do Theberge. Após restauração pelo IPHAN, o Monumenta passou a ser sede do Núcleo de Música Canela Preta.

O Sobrado Mariinha Graça (Figura 13), com características da época do Brasil Colonial, demonstra, na arquitetura, o estilo da moradia do povo icoense do período glorioso da “princesa do sertão.” No sobrado, nasce Heráclito de Alencastro Pereira da Graça, tio do escritor Graça Aranha. O sobrado acolhe duas instituições: Casa de Cultura Mariinha e Turismo.

As obras de restauração pelo IPHAN duraram cerca dois anos. No dia em que o Brasil comemora o Dia Nacional do Patrimônio Cultural, 17 de agosto, ganha o Icó “Casa do Patrimônio”, instalada na Casa de Cultura Mariinha da Graça, em 2017.

Figura 13 – Sobrado Mariinha Graça



Fonte: Própria autora (2018).

A iniciativa permite divulgação, promoção e circulação de atividades que valorizam o patrimônio cultural e mantêm, viva, a memória do povo.

A Casa de Câmara e Cadeia (Figura 14) foi tombada pelo IPHAN, processo: 653-T-1962, Livro do Tombo Histórico: Insc. Nº 456, de 17/11/1975 e recuperada pelo Programa Monumenta para ser o Centro de Memória, Cultura e Arte de Icó.

Construído entre 1780 e 1800, foi um dos primeiros edifícios públicos a atender as modificações impostas pela legislação penitenciária imperial. Em linhas neoclássicas, caracteriza-se pela clareza e simplicidade das formas.

Figura 14 – Casa de Câmara e Cadeia



Fonte: Própria autora (2018).

O Casarão de Dona Glória, senhora descendente do Visconde do Icó, localiza-se na R. Desembargador José Bastos, em frente às tamarineiras, árvores plantadas pela dona do imóvel, as quais serviam de abrigo aos animais que transportavam funcionários da fazenda e traziam alimentos.

As árvores foram alvo de desentendimento com o vizinho Barão do Crato que, incomodado com o barulho e a sujeira causada pelos animais, anuncia a derrubada das árvores. Dona Glória resolveu enfrentá-lo ameaçando explodir o sobrado, caso o anunciado se realizasse.

Temendo a ameaça da dona Glória, o Barão do Crato recuou e os barris foram doados à festa do Senhor do Bonfim, iniciando a tradição da queima de fogos, o que continua até os dias atuais (Figura 15).

Figura 15 – Casarão de Dona Glória



Fonte: <<https://bit.ly/2Lp5eBq>>.

O Palácio da Alforria é em estilo colonial, construído provavelmente em 1835. A fachada conserva linhas originárias, duas biqueiras tipo “Boca de Jacaré”, com sacadas em ferro trabalhadas.

A origem do nome Palácio da Alforria deve-se ao fato de a cidade ter sido uma das primeiras a libertar os escravos. A edificação, desde 1972, é sede da Prefeitura Municipal de Icó, transformada em Paço Municipal, na gestão de João Jaime de Alencar. Figura 16: Palácio da Alforria.

Figura 16 – Palácio da Alforria



Fonte: Própria autora (2018).

O Mercado, edificado por volta de 1875, com o objetivo de separar a área comercial da residencial, atende ao indicativo da Câmara Municipal para suprir exigências do comércio.

Monumento histórico que parece não receber tratamento adequado, há muito tempo, oculta por trás de construções e barracas que impedem a visibilidade, é possível perceber, no final do dia, traços arquitetônicos da construção, do antigo mercado, com quatro fachadas iguais, portas ogivais, na Avenida Nogueira Acioly (Figura 17).

Figura 17 – Mercado Público



Fonte: Própria autora (2018).

Solar da Família Antero ou antiga casa da família Antero (Figura 18) atualmente Colégio Senhor do Bonfim.

Figura 18 – Solar da Família Antero



Fonte: Própria autora (2018).

O imóvel compõe o Conjunto Arquitetônico e Urbanístico, conforme processo de rerratificação⁶ justificado pelo estado de preservação em que se encontravam antigas chácaras no local e ser um instrumento que marca a trajetória urbana.

4.5 PATRIMÔNIO IMATERIAL DA CIDADE DE ICÓ

A cidade, como "patrimônio nacional", espaço sertanejo por excelência, entende-se como imagem do sertão, sem conflitos, nem tensões, cheia de cultura com forte apelo ao consumo. O espaço de significação cultural vira produto, vira atração pelo turismo.

Patrimônio cultural imaterial são práticas, representações, expressões, conhecimentos e técnicas transmitidos de geração em geração e constantemente recriados pelas comunidades e grupos, em função do ambiente, da interação com a natureza e da história, num sentimento de identidade e pertencimento (ALVES, 2010).

Icó também é marcada pelas histórias das ruas. O visitante ouve histórias e lendas bem ao gosto popular. Uma é a de duzentos pianos, no período glorioso.

⁶ “Ato de retificar parcialmente uma certidão, contrato etc., e ratificar os demais termos não alterados”. Disponível em: <<https://www.dicio.com.br/rerratificacao/>>. Acesso em: 15 jul. 2018.

Se a quantidade parece exagerada não se podem negar os instrumentos e o interesse dos icoense pela música.

Comprova a afirmação a implantação do Núcleo de Música Sobrado Canela Preta, em 2007, financiado pelo programa Monumenta, em parceria com a Secretaria da Cultura estadual e a prefeitura. O projeto recebeu influência do Festival de Música na cidade, em 2005.

O Núcleo de Música Sobrado Canela Preta foi criado em 2007, desde quando o imóvel teve a restauração concluída. As atividades são mantidas pela Prefeitura Municipal de Icó, por meio da Secretaria Municipal da Cultura. (Figura 19).

Figura 19 – Aula de música no Sobrado Canela Preta



Fonte: <<https://bit.ly/2JeaThj>>.

A música, no Sobrado do Canela Preta, tombado pelo Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (IPHAN), cumpre papel sociocultural de oferecer cursos aos jovens. Acordes dos instrumentos ecoam entre as paredes antigas do imóvel e trazem novas sinfonias ao Largo do Theberge, no centro histórico. O som que sai das janelas centenárias relembra aos moradores espaço de aprendizagem de arte e promoção de saberes culturais.

O uso do patrimônio arquitetônico tombado, para instalação do projeto, alia-se aos objetivos do programa Monumenta que estimula a apropriação pela comunidade como fonte de geração de renda e de pertencimento.

Os grupos de música aproveitam dias de festejos para apresentações. A programação especial “Canela Preta *In Concert*”, foi realizada, em 26 de maio de 2016, data de celebração de *Corpus Christi* pelos católicos, além do dia 27.

Professores e alunos de violão, bateria, violino, flauta, canto e coral apresentaram músicas instrumentais compostas e interpretadas pelos artistas da região, Luiz Gonzaga e Dominginhos.

A programação tem a finalidade de ressaltar e divulgar o trabalho cultural, além de ampliação de interação entre o Núcleo de Música Sobrado Canela Preta e a comunidade, com apresentação gratuita à população.

A queima de fogos é tradição de mais de duzentos anos, transmitida de pais a filhos. Explosão de milhares de bombas assinala a chegada da imagem do Senhor do Bonfim ao santuário e atrai pagadores de promessas do mundo inteiro e impressiona visitantes com o rito religioso. A montagem inicia ao lado da Igreja de São José, em direção à Casa de Câmara e Cadeia, Teatro Ribeira dos Icó's e Igreja do Senhor do Bonfim.

A confecção das bombas é artesanal, usadas, em média, 2.100 varas tabocas, com seis bombas cada, totalizando 12.600 bombas. Segundo a oralidade, a tradição teve início com o desentendimento entre o Barão do Crato e Dona Maria da Glória, perto da Igreja do Senhor do Bonfim. De desentendimentos e ameaças, restaram bombas doadas à festa do Senhor do Bonfim. Para Meneses (2006, p. 99), “transformar a tradição em produto turístico não nos parece algo novo, posto que antigas práticas culturais são frequentemente motivação para planejamentos turísticos e para viagens turísticas” (Figura 20).

Figura 20 – Bombas em homenagem ao Senhor do Bonfim



Fonte: *Blog Olhar Evoluído* (2014)⁷.

⁷ Disponível em: <<http://olharevoluido.blogspot.com/2014/01/hoje-festa-do-senhor-do-bonfim-do-ico-3.html>>. Acesso em: 10 jun. 2018.

O artesanato (Figura 21) retrata o patrimônio histórico e o divulga por todo o país e até mesmo no exterior. A identidade do povo se faz presente no bordado rococó, no cruzar de linhas do ponto cruz e nas obras produzidas em couro que marcam a memória. A cerâmica tem destaque em painéis de barro que relembram o período do ciclo do couro quando tocadores de bois, vindos da Paraíba, pernoitavam e o gado “maiava”, dando nome ao local de Sítio Maia. As conhecidas Painéis do Maia remontam a mais de cem anos e têm valor cultural, por utilizar técnicas tradicionais, como afirma o relato abaixo:

A história das painéis de barro todo mundo já conhecia há mais de cem anos, e há mais de vinte anos estava desativada. Eles fazem umas painéis de barro. O barro é preto e depois de queimado ele fica branco. Só que antes de queimar eles pintam com o toar, que é uma pedra vermelha. Eles desmancham o toar na água, bota a pedrinha na água, aquela água fica vermelha eles fazem a pintura nas painéis de barro, nos potes. Onde tem o barro preto tem essa pedra vermelha e quando pinta e queima a painela, ela fica branca com a pintura vermelha e não é encontrado em qualquer lugar. (Maria Soares Cândido, presidente da APROARTI)

Figura 21 – Artesanato da cidade de Icó – CE



Fonte: Própria autora (2018).

No centro de vendas da Associação dos Produtores de Artesanato, Gestores Culturais e Artistas de Icó (APROARTI), os visitantes encontram peças, jogo americano, toalha, almofada, bolsa com a arquitetura das fachadas dos sobrados e identifica os habitantes. O patrimônio edificado faz parte da memória dos

habitantes e sua recuperação por meio do artesanato leva-os a reconhecer a história, além do desenvolvimento do sentimento de pertença.

Azulejos portugueses do casario colonial são peças de tapeçaria e agregam valores culturais, históricos, e arte. O artesanato é forma de resgatar símbolos significantes do desenvolvimento econômico, apoiado na pecuária. O ferro de marcação do gado são peças produzidas pelos artesãos e inspiração para o trabalho e renda para o município.

A APROARTI teve início em 2005, com a finalidade de promover o artesanato e proporcionar melhores condições aos artesãos destacando estrutura, formação profissional e divulgação. Ao longo da história adquire reconhecimento pelo compromisso em manter viva a memória contada pelas mãos das bordadeiras e artesãos. Nesse sentido, Barreto (2000, p. 44) afirma que a memória coletiva incentiva o indivíduo a fazer parte de sua história e sua cultura.

4.6 FESTA DO SENHOR DO BOMFIM: PATRIMÔNIO IMATERIAL

A Festa do Senhor do Bonfim mostra elementos culturais, materiais e imateriais, evento vinculado à identidade cultural-religiosa da cidade. Os rituais da festa se realizam em torno do centro histórico, tombado nacionalmente pelo IPHAN.

O turismo cultural, em destaque, vincula-se ao patrimônio cultural que ganha visibilidade na Festa do Senhor do Bonfim e, ao mesmo tempo, configura o turismo de raiz, “segmento praticado predominantemente por pessoas que emigraram do campo para as grandes cidades, e retornam de férias para curtir o sertão” (SANTOS, 2012, p.113), realizado pelos antigos moradores que retornam trazendo amigos e parentes, principalmente em datas festivas. A cidade ganha visibilidade, principalmente nos meses de novembro, dezembro e início do ano por ocasião dos festejos dedicados ao Senhor do Bonfim, que atraem os “filhos da terra” e considerável número de visitantes com laços de afetividade.

Nesse contexto, práticas de religiosidade, saberes e ofícios são vistos como elementos culturais, pois revelam momentos de significação e identidade sociocultural dos residentes e visitantes.

A Festa do Senhor do Bonfim, vista como produto cultural, social e turístico, tem relevância à medida que o turismo cultural avança no país, ganhando

espaço com a valorização da cultura dos lugares e patrimônio, sustentado, em manifestações da cultura popular e revitalização do patrimônio histórico.

Ela confere a Igreja Nosso Senhor do Bonfim e entorno “lugar de festas,” convertendo o espaço cotidiano em espaço festivo e sagrado, palco de representações de memórias e ações coletivas, com que a comunidade dividida e heterogênea se expressa de forma única, pelos gestos, símbolos, cores e sons diminuindo conflitos e diferenças.

A imagem do Senhor do Bonfim (Jesus Crucificado) veio de Portugal e, de Salvador, Bahia, foi trazida para o sertão, conduzida em lombo de cavalo, chegando à cidade no ano de 1750. A escultura é talhada em madeira, restaurada no ano de 2007, retornando às cores originais, do século XVIII.

Os católicos celebram, há 267 anos, a festa do Senhor do Bonfim que representa uma das maiores e mais antigas celebrações do estado, superando o número de pessoas que participam dos festejos da padroeira, Nossa Senhora da Expectação. A tradição teve início em 1º de janeiro de 1749, pela promessa da esposa do primeiro capitão-mor Bento da Silva.

No ano de 2017, as festividades iniciaram no dia 22 de dezembro, com a celebração do novenário “Em Jesus, o senhor do Bonfim, celebremos nossa vida, fé e missão,” e prosseguiram até o dia 06 de janeiro de 2018, com a recondução da imagem do santo ao altar-mor.

A demonstração de fé começa cedo. Durante dez dias, diariamente, às quatro horas e trinta minutos da madrugada, os fiéis fazem caminhadas pelos bairros e à noite celebram novenas com a presença dos pregadores da Diocese de Iguatu.

As novenas têm a celebração campal, ao lado do santuário, no Largo do Theberge, centro histórico. Os devotos ocupam ampla área e espalham-se até o Theatro Ribeira dos Icós. Homens e mulheres, jovens e idosos, cantam e rezam em louvor a Jesus Cristo crucificado.

A cada ano, a tradição é mantida com fervor e devoção. O número de fiéis tem aumentado, segundo os organizadores, o crescimento se deu com a chegada de frades carmelitas que motivam os devotos, fazem peregrinação nos bairros e comunidades rurais da região.

A festa do Senhor do Bonfim (Figura 22), sempre no dia primeiro de janeiro, tem apelo turístico forte, baseado em sequência de rituais, queima de fogos, novena e aparato de atrações e divertimento, característicos de festas populares. A celebração da

missa solene de encerramento acontece pela manhã. A festa do ano de 2017 foi celebrada pelo bispo da Diocese de Iguatu, Dom João Costa, às 09 horas e, a partir das 17 horas, teve início a procissão com a condução do andor pelas ruas do centro histórico.

Figura 22 – Procissão do Senhor do Bonfim



Fonte: Própria autora (2018).

A procissão assinala o fim do novenário e atrai devotos, pagadores de promessa do Ceará e de estados, pessoas de todas as idades. Alguns andam descalços, outros com pedras sobre a cabeça e, a maioria, com roupas brancas. O andor, com a imagem de Jesus Crucificado, é harmoniosamente ornamentado para veneração dos católicos.

Depois de horas, a imagem chega ao santuário, momento da esperada queima de fogos e rojões em fila dupla, numa extensão de quinhentos metros, no Largo do Thebérge. O evento dura em média cinco minutos e assinala a chegada da imagem ao altar.

Caminhar entre bombas é uma experiência vivenciada pelos devotos. A expectativa pelo acontecimento começa à tarde quando a procissão percorre as ruas do centro e homens que parecem meninos, sem camisa, se preparam para o momento e, numa forma de provocar outros, gritam: “Queima”, “Queima”, “Queima” incitando o começo das explosões.

Com o sinal, inicia a queima. Enquanto a multidão acompanha o rastilho de bombas, os passos apressam e o espaço parece diminuir diante de tanta agitação em direção ao santuário onde as explosões alcançam maior dimensão e adquirem significado importante interpretado pelos devotos do Senhor do Bonfim.

O fogo pela queima das bombas tem significado importante no enredo da festa. A fumaça tem a dimensão simbólica interpretada pelo sertanejo como sinalização de inverno, ou seja, fumaça em direção ao santuário e ao Rio Salgado é indicativo de bom inverno, caso contrário, indica ano de estiagem. Destaca-se o “Tapete do Senhor do Bonfim” (Figura 23), feito com raspa de madeira, pintado em vermelho e branco que emocionam os devotos.

Figura 23 – Tapete do Senhor do Bonfim



Fonte: Blog Olhar Evoluído (2014).⁸

No percurso, casas enfeitadas com altares às janelas para reverenciar o santo. Na principal avenida, Ilídio Sampaio, onde fica a sede da Prefeitura e Câmara Municipal, além de sobrados e casarões históricos. O uso do tapete (Figura 24) é de 1974 trazido por visitante do sul do país. A partir de 1975, a prefeitura encarregou-se da confecção que passou a integrar o festejo religioso.

⁸ Disponível em: <<http://olharevoluido.blogspot.com/2014/01/hoje-festa-do-senhor-do-bonfim-do-ico-3.html>>. Acesso em: 10 jul. 2018.

Figura 24 – Vista frontal do tapete do Senhor do Bonfim



Fonte: Blog Olhar Evoluído (2014).⁹

No período de 01 a 06 de janeiro, a imagem fica exposta à devoção dos católicos que seguem movidos pela fé. Cantam, rezam, fazem pedidos e agradecimentos, alguns aproveitam para tirar fotos e guardar de lembrança.

O encerramento é no dia 06 (Dia de Reis), com a recondução da imagem ao altar, acompanhada de celebração e nova queima de fogos. Um grupo de devotos coloca a imagem na parte elevada do altar onde permanecerá até o próximo dia primeiro.

O turismo cultural de cidades históricas, detentoras de patrimônio histórico e arquitetônico tombado pelo IPHAN, ganha notoriedade e relevância como fator de atração. Em Icó, o modelo arquitetônico e o traçado urbano permanecem ao longo dos anos e o centro histórico constitui o cenário que representa a identidade cultural dos moradores.

No intuito de investigar as atuações de gestores, com relação ao Patrimônio Cultural da cidade e uso turístico, constituem-se sujeitos da pesquisa gestores públicos municipais que atuam nos segmentos da cultura e do turismo, no

⁹ Disponível em: <<http://olharevoluido.blogspot.com/2014/01/hoje-festa-do-senhor-do-bonfim-do-ico-3.html>>. Acesso em: 10 jul. 2018.

sentido de analisar ações desenvolvidas no âmbito do turismo. Para tanto, foi aplicado questionário na Secretaria de Turismo, em que se questiona a existência do inventário turístico. Constatou-se que a cidade não dispõe de inventário turístico, entendido como registro de todos os atrativos e oferta, essencial ao planejamento e organização da atividade. As informações vieram confirmar investigações realizadas durante o trabalho de campo, acerca da percepção dos moradores sobre o desenvolvimento da atividade.

Os gestores públicos sabem que a atividade é tímida diante de fatores, compreendida no trecho abaixo:

O turismo não tem uma ação mais efetiva até por conta do recurso da pasta. A nossa secretaria tem três funcionalidades, o nosso nome é Secretaria de Desenvolvimento Econômico, Cultura e Turismo, só que na realidade a gente trabalha mais com a cultura, não que os outros sejam menos importante, mas por conta dos recursos muito pouco e a gente trabalha mais em parcerias com instituições. Na parte do turismo seria necessário primeiramente a estruturação que infelizmente necessita do básico como a infraestrutura que aí teria que ter ações coordenadas com outras secretarias que não compete a gente, a exemplo da rodoviária, mas também entraria hotéis, pousadas, restaurantes e toda cadeia produtiva. Falta trabalhar a infraestrutura para ter condições de receber, quanto o receptivo (Gestor 1, 2018).

O relato confirma o discurso político de promoção do desenvolvimento econômico regional que defende a implantação de infraestrutura e estratégias de *marketing* e incentiva o consumo. Nesse sentido, Coriolano (2006, p. 150) afirma que “os governos precisam implantar infraestruturas urbanas para atrair os equipamentos e investimentos turísticos, tais como os serviços de agenciamento, hospedagem, alimentação e entretenimento”.

O espaço criado para o turista é o mesmo utilizado pelos moradores, com condições básicas de utilidade pública, serviço de esgoto, água, energia, transporte, rodoviária e serviços que devem ser analisados de acordo com o perfil de visitantes que se quer atrair para garantia de qualidade de receptividade.

A cidade não é potencializada para o turismo, com base em atrativos culturais, sendo o turismo de sol e praia o maior responsável pelo fluxo turístico do estado do Ceará, por isso implantação de infraestrutura e embelezamento do litoral. Elementos específicos que marcam o homem do sertão e da pecuária não são inseridos em roteiros turísticos, considerados aspectos da cultura que não engrandecem o povo cearense.

O patrimônio cultural contribui para o desenvolvimento da atividade turística de cunho cultural, desde que aliado à oferta turística. Identificaram-se, na pesquisa, ações e estratégias de gestores públicos para potencialização da atividade turística. As ações levaram a restauração do patrimônio edificado, no sentido de revitalizar e rememorar fatos importantes a serem preservados na memória coletiva, restauração do Teatro Ribeira dos Icó, peça ímpar de valor histórico e memorialístico, além de edificações. A restauração do Sobrado Canela Preta pelo IPHAN e Monumenta serviu para sediar o Núcleo de Música e atualmente abriga a APROARTI. São ações que contribuem para salvaguarda do patrimônio.

O Programa Monumenta promove cursos em parceria com o SENAC. A iniciativa resgata tradições ameaçadas de desaparecimento, a exemplo da culinária à base de peixe que faz parte do cardápio, no distrito de Lima Campos, e representa atrativo de valor imaterial. Outros cursos foram ofertados pelo Programa Monumenta, de educação patrimonial e de restauração de monumentos arquitetônicos.

Na pesquisa de campo, não foi possível a aplicação do questionário à secretária de turismo¹⁰, no entanto servidores ligados diretamente à secretaria, considerados relevantes por exercerem atividades conjuntas, foram fundamentais para o desenvolvimento da pesquisa, com base no questionário. Em relação às ações de gestores públicos que potencializam o turismo de cunho cultural, tem-se o seguinte relato do secretário adjunto de cultura¹¹.

Hoje a gente trabalha alguns projetos e também mantemos um calendário até a nível nacional e internacional, como a Primavera dos Museus, a Semana Internacional do Teatro e vários outros atrativos que os grupos locais fazem. O Programa Monumenta foi um grande incentivador não no sentido de bancar os artistas, mas de deixar um legado, uma casa apropriada para receber todos os artistas e aí vários projetos são desenvolvidos lá (2018).

O entrevistado relata ações específicas desenvolvidas, desde o ano de 2017, direcionadas a serviços turísticos que incentivam a atividade. Consistem na articulação com segmentos da sociedade, taxista, mototaxista, dono de hotel, pousada e pizzaria, diretamente ligados ao turismo. Nesse sentido, o seguinte relato:

Esse envolvimento com os mesmos é para que através de um projeto que nós chamamos de “Crescer é Preciso”, nós possamos estar conscientizando, fomentando nesses empresários que trabalham

¹⁰ Ana Glesse Batista Bezerra Oliveira, desde 01 de janeiro de 2017.

¹¹ Claudio Pereira - Secretário Adj. de cultura - 16/04/ 2018.

diretamente com o turista para a formalidade. Para que eles estejam realmente aptos a partir de cursos, de oficinas desde como receber o turista até proporcionar aos mesmos o bem estar para que eles se sintam bem e possam voltar ao nosso município (2018).

Envolvimento da sociedade com a cultura do turismo continua a ser estratégia de gestores, no fomento do turismo. Em continuidade às ações, em breve, fórum de cultura e turismo, para o que será convocada a sociedade, com o objetivo de traçar metas e definir políticas públicas para o desenvolvimento turístico. Diante das informações dadas pelos gestores públicos municipais, por meio do questionário aplicado, percebe-se a falta do turismo planejado.

A cidade recebe considerável número de visitantes que, muitas vezes, chegam no final de semana e a secretaria de turismo encontra-se fechada. A cidade não dispõe de guia turístico e há ocasião em que é agendado o historiador Altino Afonso para acompanhar os visitantes, na função de guia de turismo.

Dessa forma, não se tem registro do tempo de permanência e quantidade de pessoas visitantes, fato devido em parte à falta de hotel para recebê-los e também de não haver atrativos, apresentações culturais, em barzinho ou pela iniciativa da própria secretaria, que incentivem os visitantes ao pernoite. A alternativa para manter o turista, em determinado lugar, é oferecer opções de lazer que tenham relação com os aspectos culturais da cidade. Os turistas do segmento são percebidos como os de melhor nível cultural e buscam lugares que preservem características físicas e culturais.

Evento cultural é estratégia de revitalização do patrimônio, na tentativa de estímulo ao turismo. Na cidade, entre eventos culturais de maior visibilidade que fortalecem o turismo de raízes e atraem turistas, identificou-se o festival de cultura ICOZEIRO, festa do Senhor do Bonfim, e o Forricó. ICOZEIRO é realizado no mês de dezembro, de 18 a 30 e constitui atrativo especial de lazer e entretenimento apresentado à comunidade e visitantes que chegam para festas de final e início de ano, em especial, festa do Senhor do Bonfim. ICOZEIRO está inserido no calendário de eventos do município, com programação artística, teatro, dança, música, artes visuais, audiovisual, Workshop, palestra, e faz parte da memória coletiva do povo, ao resgatar e incorporar a imagem histórica no espaço.

A festa do Senhor do Bonfim é a manifestação cultural de cunho religioso, terceira maior do estado. Representa importante fator de identidade que se mantém, ao longo dos anos, e atrai turistas. Nesse período, a cidade se prepara para receber

os filhos da terra e turistas. O turismo em destaque é o de raiz, dada a importância que os filhos da terra atribuem à festa, há mais de trezentos anos, e comemorar significa “conservar algo que ficou na memória coletiva” (MOURA, 2001, p. 35).

Forricó é uma festa popular na cidade, há vinte e cinco anos. Festa de forró, de caráter tradicional e cultural do município, acontece no mês de julho, período de férias escolares, no sentido de facilitar a presença dos filhos da terra e visitantes. A estrutura é montada no Largo do Theberge, conhecido como Praça do Forricó, e conta com barracas padronizadas que representam as fachadas dos casarões históricos. São quatro dias de festejos, com apresentações de cantores e bandas de forró, com apoio da Prefeitura Municipal e empresas privadas.

Outras manifestações culturais de cunho religioso são realizadas, sempre em clima de alegria, festa de Nossa Senhora da Imaculada Conceição, Festa de Nossa Senhora do Rosário, Festa de Nossa Senhora da Expectação, Festa de Reis, Festa de São José.

A Secretaria de Desenvolvimento Econômico, Cultura e Turismo aposta no projeto “Terraços dos Icós”, com o objetivo de promover o turismo. O projeto tem como finalidade desenvolver pousadas familiares dentro do sítio histórico, proporcionando ao turista atrativo a mais: convívio com os habitantes. O modelo de turismo, chamado comunitário, surge como alternativa para as comunidades que não tiveram atrativos inseridos nos roteiros turísticos e lutam para atrair visitantes que valorizem sua cultura, estabeleçam laços de amizade, alternativa para se manter na cadeia produtiva do turismo. Para Coriolano (2006, p. 203), “constitui uma das principais estratégias e opções de sobrevivência de pequenos municípios e comunidades”.

A maioria dos pequenos municípios dotados de atrativos culturais e naturais não foi incluída no circuito do turismo, pela falta de infraestrutura essencial à implantação da atividade e atração de investidores.

5 CONCLUSÃO

Icó possui patrimônio tombado de valor histórico e cultural, no entanto, ações implementadas pelos gestores públicos não conseguem alcançar o desenvolvimento do turismo cultural pela falta de políticas públicas de turismo. As da Secretaria de Cultura e Turismo, relacionadas à promoção da cultura como turismo constituem desafio diante da deficiência de infraestrutura e serviços turísticos aliados ao discurso otimista, em níveis nacional e estadual, da relevância da atividade como alternativa de desenvolvimento econômico de segmentos e preservação do patrimônio cultural.

Com o programa Monumenta, a cidade recupera bens tombados, na tentativa de promover desenvolvimento sustentável do patrimônio cultural e contribuir para a geração de renda, por meio da atividade turística. No entanto o estado não reconhece, no patrimônio cultural, o principal atrativo, com o turismo de sol e praia privilegiado pelas políticas públicas concentrando a demanda turística. O litoral é o espaço privilegiado para onde foram direcionados recursos públicos para atrair investidores e os municípios sertanejos ficam preteridos.

O patrimônio histórico de Icó não é valorizado pelos gestores estaduais. Ação preservacionista, aliada ao turismo cultural, aproveita o patrimônio arquitetônico, desafio à cidade. Seu patrimônio arquitetônico não é valorizado para desenvolvimento do turismo, ficando apenas em potencial.

Sabe-se que somente atrativos turísticos do patrimônio cultural da cidade não são suficientes para implementação da atividade: faz-se necessário vontade política, o que não existe em quem não acredita no turismo. O turismo envolve quantidade relevante de serviços colocados à disposição dos turistas, com agregação de valor ao lugar. Os serviços possibilitam vinda e permanência de turistas. Assim, sem serviços de qualidade e equipamentos e estrutura necessária ao crescimento, não se fortalece o turismo.

Faz-se necessário que os moradores que reconhecem a importância do patrimônio, capaz de atrair turistas, a exemplo de cidades históricas, Ouro Preto, Minas Gerais, tenham iniciativa e sejam empreendedores, em parceria com o poder público.

Investir no turismo cultural valoriza a cidade e ajuda a economia de muitas famílias. A abordagem torna-se necessária quando se analisam reclamações de proprietários de casarões, no que se refere ao estado de conservação que,

apesar de aparentemente bem conservado na parte externa, o interior carece de reforma urgente colocando em risco vidas e patrimônio.

O centro histórico é o espaço público em que se desenvolvem as relações sociais, festas religiosas, eventos culturais e festas tradicionais atraindo considerável número de pessoas. Os gestores precisam instalar serviços em parceria com o setor privado, zelar pela manutenção dos espaços públicos, sobretudo, do patrimônio ao descaso. Os proprietários não podem consertar e o estado não toma iniciativa.

A riqueza cultural de Icó se destaca pelas lendas guardadas na memória coletiva acrescentando valor ao lugar. Narrativas orais, não se sabe ao certo, se realmente aconteceram, fazem parte da história como recurso cultural aplicado ao turismo.

Mantém-se a tradição do espaço histórico na memória coletiva. Os moradores reinventam o passado ao festejar a festa do Senhor do Bonfim, com a tradicional queima de fogos buscam os evocadores da memória, que se transforma em atrativo para consumo dos icoenses que voltam à terra natal, agora como turista de raiz. Tradição que interage com os saberes e fazeres que se reproduzem ao início de ano e fortalecem a memória e identidade do povo. Os gestores municipais demonstram orgulho pela festa do Senhor do Bonfim e pela existência do “Mestre da Cultura”, responsável pela confecção das bombas para folguedos.

Constatou-se o turismo de raiz, em períodos de férias escolares, por ocasião da chegada dos filhos da terra. A cidade, pelos gestores, promovem eventos culturais como ICOZEIRO para entretenimento e incentivo à cultura, ao mesmo tempo, o que contribui para a preservação do patrimônio.

Sugestões em contribuição com ações direcionadas ao patrimônio cultural para fins turísticos:

- Inventário Turístico, entendido como registro de atrativos turísticos, equipamentos, serviços e infraestrutura de apoio, como alternativa de aumento de permanência do turista na cidade.
- Melhorar a infraestrutura da cidade para atender com qualidade a comunidade e visitante.
- Investir na divulgação e promoção do patrimônio cultural para fins turísticos;

- Estimular a formação de guias turísticos da cidade. Os turistas do segmento se mostram exigentes e procuram experiências que tragam conhecimento e lazer.
- Incentivar e apoiar o artesanato.
- Criar roteiro turístico integrado que inclua o artesanato, gastronomia e visitação aos bens materiais.
- Implementar políticas públicas de turismo.
- Articular políticas culturais com turísticas.

Apesar da importância histórica e cultural, a cidade de Icó não faz parte oficialmente dos municípios turísticos do Estado do Ceará. Diante da relevância que se tem dado ao turismo cultural, há que se utilizar as potencialidades da cidade, na perspectiva de promover o turismo cultural.

Conclui-se que o patrimônio da cidade de Icó precisa aliar-se ao turismo, como é tendência no mundo moderno, para fazer crescer o município. A cidade apresenta potencialidades para promoção do desenvolvimento do turismo cultural, subutilizado.

REFERÊNCIAS

- ABREU, R. A emergência do patrimônio genético e a nova configuração do campo do patrimônio. In: ABREU, R.; CHAGAS, M. (Org.). **Memória e patrimônio: ensaios contemporâneos**. 2. ed. Rio de Janeiro: Lamparina, 2009.
- ABREU, R.; CHAGAS, M. (Org.). **Memória e patrimônio: ensaios contemporâneos**. 2. ed. Rio de Janeiro: Lamparina, 2009.
- ALEXANDRE, J. F. O monstro cruel devorou centenas: o cólera e o medo na cidade de Crato, Ceará (1862). **Revista de História da UESPI**, v.2, n.1, p.5-20, 2013. Disponível em: <<http://revistavozes.uespi.br/ojs/index.php/revistavozes/article/view/3/3>>. Acesso em: 24 jul. 2018.
- ALVES, E. P. M. Diversidade cultural, patrimônio cultural material e cultura popular: a Unesco e a construção de um universalismo global. **Sociedade e Estado**, Brasília, v.25, n.3, p.539-560, set./dec. 2010. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/se/v25n3/07.pdf>>. Acesso em: 20 jul. 2018.
- ARAÚJO, A. M. M. Inserção e competição no mercado turístico. In: CORIOLANO, L. N. M. T.; VASCONCELOS, F. P. (Org.). **Turismo, território e conflitos imobiliários**. Fortaleza: EdUECE, 2012. p. 393-410.
- ARAÚJO, E. F.; PEREIRA, A. Q.; O turismo e a valorização do litoral metropolitano: espacialidade turística em Caucaia-CE. **RA'EGA**, Curitiba, n.21, p.78-104, 2011. Disponível em: <<https://revistas.ufpr.br/raega/article/viewFile/17049/13996>>. Acesso em: 24 jul. 2018.
- BARBOSA, H. 60% das terras do Icó-Lima Campos estão ociosas. **Diário do Nordeste**, Fortaleza, 28 jan. 2017. Doc. Disponível em: <<http://diariodonordeste.verdesmares.com.br/cadernos/doc/60-das-terras-do-ico-lima-campos-estao-ociosas-1.1694697>>. Acesso em: 01 jan. 2018.
- BARBOSA, H. Fiéis celebram Nossa Senhora da Expectação. **Diário do Nordeste**, Fortaleza, 19 dez. 2017. Regional. Disponível em: <<http://diariodonordeste.verdesmares.com.br/cadernos/regional/fieis-celebram-nossa-senhora-da-expectacao-1.1867066>>. Acesso em: 10 mar. 2018.
- BARBOSA, H. Icó celebra uma das festas mais antigas do Estado. **Diário do Nordeste**, Fortaleza, 30 dez. 2016. Regional. Disponível em: <<http://diariodonordeste.verdesmares.com.br/cadernos/regional/ico-celebra-uma-das-festas-mais-antigas-do-estado-1.1678387>>. Acesso em: 03 jan. 2018.
- BARBOSA, H. Milhares de católicos participam da tradicional procissão em louvor ao Senhor do Bonfim em Icó. **Diário do Nordeste**, Fortaleza, 01 jan. 2018. Diário Centro Sul. Disponível em: <<http://blogs.diariodonordeste.com.br/centrosul/cidades/22732/>>. Acesso em: 01 jan. 2018.

BARBOSA, L. G. M. **Estudo de competitividade de produtos turísticos**. Brasília: SEBRAE, 2011.

BARBOSA, L. M.; CORIOLANO, L. N. Políticas territoriais de turismo no Nordeste: o PRODETUR como estratégia socioeconômica. **Geosaberes**, Fortaleza, v.6, n.3, p. 255-277, 2016.

BARRETO, M. **Cultura e turismo**: discussões contemporâneas. São Paulo: Papirus, 2007.

BARRETO, M. **Turismo e legado cultural**: as possibilidades do planejamento. São Paulo: Papirus, 2000.

BECKER, B. Políticas e planejamento do turismo no Brasil. In: YÁZIGI, E.; CARLOS, A. F. A.; CRUZ, R. C. A. (Orgs.). **Turismo**: espaço, paisagem e cultura. 2. ed. São Paulo: Hucitec, 1999.

BORTOLOTTI, P. Barão do Crato: arrogância, crueldade, brigas e a paixão impossível pela irmã. **O Povo**, Fortaleza, 15 jan. 2010. Roteiro de Férias. Disponível em: <<http://blogs.opovo.com.br/pliniobortolotti/2010/01/15/barao-do-crato-arrogancia-crueldade-brigas-e-a-paixao-impossivel-pela-irma/>>. Acesso em: 01 mar. 2018.

BOULLON. R. C. **Planejamento do espaço turístico**. Bauru, SP: EDUSP, 2002.

BOURDIEU, P. **O poder simbólico**. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 1998.

BRASIL. Casa Civil. **Decreto n. 3.551, de 4 de agosto de 2000**. Institui o Registro de Bens Culturais de Natureza Imaterial que constituem patrimônio cultural brasileiro, cria o Programa Nacional do Patrimônio Imaterial e dá outras providências. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/decreto/d3551.htm>. Acesso em: 14 jun. 2018.

BRASIL. Casa Civil. **Decreto-lei n. 25, de 30 de novembro de 1937**. Organiza a proteção do patrimônio histórico e artístico nacional. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/decreto-lei/Del0025.htm>. Acesso em: 14 jun. 2018.

BRASIL. Constituição (1988). **Constituição da República Federativa do Brasil**: promulgada em 5 de outubro de 1988. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicao.htm>. Acesso em: 20 jun. 2018.

BRASIL. Ministério do Turismo. **Estudo de competitividade de produtos turísticos**. Disponível em: <www.turismo.gov.br>. Acesso em: 09 mar. 2018.

BRASIL. Ministério do Turismo. **Mapa do turismo do Ceará cresce e estado chega a 74 municípios com potencial turístico**. Brasília: MTur, 2017. Disponível em: <<http://turismo.gov.br/assuntos>>. Acesso em: 14 set. 2017.

BRASIL. Ministério do Turismo. **Plano estratégico de marketing turístico do Brasil**. Brasília: Mtur, 2014. Disponível em: <http://www.turismo.gov.br/sites/default/turismo/DPROD/Contrato_BID_2229_UCP/Plano_de_Marketing/Plano_de_Marketing_Experiencias_do_Brasil.pdf>. Acesso em: 10 jun. 2018.

BRASIL. Ministério do Turismo. **Plano nacional de turismo**. Brasília: MTur, 2003.

BRASIL. Ministério do Turismo. **Plano nacional de turismo**. Brasília: MTur, 2007.

BRASIL. Ministério do Turismo. **Segmentação do turismo e o mercado**. Disponível em: <http://www.turismo.gov.br/sites/default/turismo/o_ministerio/publicacoes/downloads_publicacoes/Segmentaxo_do_Mercado_Versxo_Final_IMPRESSxO_.pdf>. Acesso em: 15 dez. 2017.

BRASIL. Ministério do Turismo. **Turismo cultural: orientações básicas**. 3. ed. Brasília: MTur, 2010.

CAMPOS, S. S. **Segmentos do turismo**. Rio de Janeiro: Fundação CECIERJ, 2010.

CEARÁ em Fotos. **O Barão do Crato e seu romance proibido**. Disponível em: <cearaemfotos.blogs.com.br>. Acesso em: 01 mar. 2018.

CEARÁ. Secretaria do Turismo. **Ceará transparente: o que muda no turismo do estado a partir de agora**. Disponível em: <www.setur.ce.gov.br>. Acesso em: 16 dez. 2017.

CEARÁ. Secretaria do Turismo. **Estudos turísticos: evolução do turismo no Ceará 2006-2016**. Disponível em: <www.setur.ce.gov.br> Acesso em 13 de outubro de 2017.

CEARÁ. Secretaria do Turismo. **Prodetur Nacional: estudos de mercado dos polos turísticos no Ceará, produto 7 – consolidação dos estudos**. Disponível em: <www.setur.ce.gov.br>. Acesso em: 09 mar. 2018.

CEARÁ. Secretaria do Turismo. **Prodetur Nacional: polos turísticos do Ceará: Plano Nacional de Marketing turístico**. Disponível em: <www.setur.ce.gov.br>. Acesso em: 09 mar. 2018.

CESNIK, F. S.; BELTRAME, P. A. **Globalização da cultura**. São Paulo: Manole, 2005.

COOPER, C.; HALL, C. M.; TRIGO, L. G. G. **Turismo contemporâneo**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2011.

CORDEIRO, J. A.; BRANDÃO, B. D. **O Barão do Crato**. Disponível em: <coisadeceareense.com.br> Acesso em: 01 mar. 2018.

CORIOLANO, L. N. M. T. (Org.). **O turismo de inclusão e o desenvolvimento local**. Fortaleza: FUNECE, 2003.

CORIOLOANO, L. N. M. T. Lazer e turismo como atividades para o desenvolvimento humano. In: BATISTA, M. M.; VENTURA, A. (Orgs.). **Do ócio: debates no contexto cultural contemporâneo**. Coimbra: Grácio, 2014. p. 49-62.

CORIOLOANO, L. N. M. T.; FERNANDES, L. M. M. F. Políticas de turismo: ações e contradições da realidade cearense. In: CORIOLOANO, L. N. M. T.; VASCONCELOS, F. P. (Orgs.). **O turismo e a relação sociedade-natureza: realidades, conflitos e resistências**. 2. ed Fortaleza: EdUECE, 2014.

CORIOLOANO, L. N. M. T.; GUIMARÃES, I. O marketing de fidelização como ferramenta de desenvolvimento de um destino turístico. In: CORIOLOANO, L. N. M. T.; VASCONCELOS, F. P. (Org.). **O turismo e a relação sociedade-natureza: realidades, conflitos e resistências**. 2. ed. Fortaleza: EdUECE, 2014.

CORIOLOANO, L. N. M. T.; LEITÃO, C. Turismo, cultura e desenvolvimento: entre sustentabilidades e (in)sustentabilidades. **Pasos**, Laguna, ES, v.6, n.3, p. 467-479, 2008.

CORIOLOANO, L. N. M. T.; NASCIMENTO, I. V. Conhecimento tácito e aprendido em Arranjos Produtivos Locais (APL) do turismo comunitário em Trairi, Ceará. In: CORIOLOANO, L. N. M. T.; VASCONCELOS, F. P. (Orgs.). **Turismo, território e conflitos imobiliários**. Fortaleza: EdUECE, 2012.

CORIOLOANO, L. N. M. T.; ROCHA, A. M. Territórios do espetáculo para o turismo em Fortaleza. In: CORIOLOANO, L. N. M. T.; VASCONCELOS, F. P. (org). **O turismo e a relação sociedade-natureza: realidades, conflitos e resistências**. 2. ed Fortaleza: EdUECE, 2014.

CORIOLOANO, L. N. M. T.; SILVA, S. C. B. M. **Turismo e Geografia: abordagens críticas**. Fortaleza: EdUECE, 2005.

CORIOLOANO, L. N. M. T.; SILVA, S. C. B. M. Turismo: prática social de apropriação e dominação de territórios. In: CORIOLOANO, L. N. M. T.; VASCONCELOS, F. P. (Orgs.). **O turismo e a relação sociedade-natureza: realidades, conflitos e resistências**. 2. ed. Fortaleza: EdUECE, 2014.

CORIOLOANO, L. N. M. T. O turismo na construção das identidades contemporâneas: cearensidade. In: SILVA, J. B.; LIMA, L. C.; ELIAS, D. (Orgs.). **Panorama da Geografia brasileira I**. São Paulo: Annablume, 2006. p. 137-150.

CORIOLOANO, L. N. M. T. **O turismo nos discursos, nas políticas e no combate à pobreza**. São Paulo: Annablume, 2006.

CUCHE, D. **A noção de cultura nas ciências sociais**. Bauru: EDUSC, 1999.

DENCKER, A. F. M. **Pesquisa em turismo: planejamento, métodos e técnicas**. São Paulo: Futura, 1998.

DIAS, R. **Introdução ao turismo**. São Paulo: Atlas, 2005.

DIOGO, E. (Org.). **Recuperação de imóveis privados em centros históricos**. Brasília: IPHAN; Programa Monumenta, 2009. Disponível em: <http://portal.iphan.gov.br/uploads/publicacao/ColReg_RecuperacaoImoveisPrivadosCentrosHistoricos_m.pdf>. Acesso em: 20 jun. 2018.

EAGLETON, T. **A ideia de cultura**. São Paulo: UNESP, 2005.

FÉLIX, L. O. **Coronelismo, borgismo e cooptação política**. 2. ed. Porto Alegre: Mercado Aberto, 1996.

FERNANDES, L. M. M. **O Ceará turístico: política de regionalização e governança nos destinos indutores**. 2014. 360 f. Tese (Doutorado em Geografia) – Centro de Ciências e Tecnologia, Universidade Estadual do Ceará, Fortaleza, 2014. Disponível em: <http://www.uece.br/mag/dmdocuments/laura_mary_marques_fernandes.pdf>. Acesso em: 20 jun. 2018.

FERREIRA, M. N. B. **A formação docente e a constituição dos saberes dos professores de história de Icó – CE**. 2014. 170 f. Dissertação (Mestrado em Educação) – Centro de Educação, Universidade Estadual do Ceará, Fortaleza, 2014. Disponível em: <http://www.uece.br/ppge/dmdocuments/dissertacao_nahir_batista.pdf>. Acesso em: 12 jun. 2018.

FESTA do Senhor do Bonfim: turistas e romeiros se preparam para a terceira maior festa religiosa do estado do Ceará em Icó. Disponível em: <<http://iconarede.blogspot.com/2017/11/festa-do-senhor-do-bonfim-turistas-e.html>>. Acesso em: 25 fev. 2018.

FREIRE, D. F. **Lazer e turismo nas barracas da Praia do Futuro: usos e conflitos territoriais na metrópole**. 2015. 180 f. Dissertação (Mestrado em Geografia) – Centro de Ciências e Tecnologia, Universidade Estadual do Ceará, Fortaleza, 2015. Disponível em: <http://www.uece.br/mag/dmdocuments/debora_ferreira_freire.pdf>. Acesso em: 12 jun. 2018.

FUNARI, P. P.; PELEGRINI, S. de C. A. **Patrimônio histórico e cultural**. 2. ed. Rio de Janeiro: Zahar, 2009.

FUNARI, P. P.; PINSKY, J. **Turismo e patrimônio cultural**. São Paulo: Contexto, 2001.

GEERTZ, C. **A interpretação das culturas**. Rio de Janeiro: LTC, 2008.

ICÓ. Prefeitura Municipal. **Tapete do Senhor do Bonfim em Icó**. Disponível em: <www.ico.ce.gov.br>. Acesso em: 26 jan. 2018.

ICOZEIRO. **VI Festival da cultura icoense 2016**. Disponível em: <<https://www.kickante.com.br/campanhas/vi-festival-da-cultura-icoense-icozeiro-2016>>. Acesso em: 28 fev. 2018.

IGNARRA, L. R. **Fundamentos do turismo**. São Paulo: Pioneira, 2003.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. **Censo 2010**. Brasília: IBGE, 2010. Disponível em: <<https://censo2010.ibge.gov.br/>>. Acesso em: 14 abr. 2018.

INSTITUTO DE PESQUISA E ESTRATÉGIA ECONÔMICA DO CEARÁ. **Ceará em mapas**. Fortaleza: IPECE, 2018. Disponível em: <<http://www2.ipece.ce.gov.br/atlas/lista/>>. Acesso em: 20 maio 2018.

INSTITUTO DE PESQUISA E ESTRATÉGIA ECONÔMICA DO CEARÁ. **Perfil básico municipal Icó**. Fortaleza: Ipece, 2009. Disponível em: <http://www.ipece.ce.gov.br/perfil_basico_municipal/2009/Ico_Br_office.pdf>. Acesso em: 20 jul. 2018.

INSTITUTO DO PATRIMÔNIO HISTÓRICO E ARTÍSTICO NACIONAL. **Estudo para tombamento do conjunto arquitetônico e urbanístico da cidade de Icó-Ceará**. [s.l.]: IPHAN, 1997. Disponível em: <http://portal.iphan.gov.br/uploads/ckfinder/arquivos/Banco_de_Pareceres_Tombamento_Conjunto_Arquitetonico_e_Urbanistico_na_cidade_de_Ico.pdf>. Acesso em: 10 abr. 2018.

INSTITUTO DO PATRIMÔNIO HISTÓRICO E ARTÍSTICO NACIONAL. **Rerratificação do Tombamento Conjunto Arquitetônico e Urbanístico na Cidade de Icó**. Disponível em: <http://portal.iphan.gov.br/uploads/ckfinder/arquivos/Banco_de_Pareceres_Tombamento_Conjunto_Arquitetonico_e_Urbanistico_na_cidade_de_Ico.pdf>. Acesso em: 06 mar. 2018.

KONDER, L. **O que é dialética**. 25. ed. São Paulo: Brasiliense, 1981.

LAKATOS, E. M.; MARCONI, M. A. **Fundamentos da Metodologia Científica**. 5. ed. São Paulo: Atlas 2003.

LIMA, L. C. O planejamento regional ajuda o turismo? In: YÁZIGI, E.; CARLOS, A. F. A.; CRUZ, R. C. A. (Org.). **Turismo: espaço, paisagem e cultura**. 2. ed. São Paulo: Hucitec, 1999.

LIMA, F.E.T. O turismo e os transportes. In: CORIOLANO, L. N. M.T. (Org.). **Turismo: gestão da cadeia produtiva**. Fortaleza: Edições Demócrito Rocha, 2008.

MAPURUNGA, J. **Bem vindo ao reino do louro e da peixada: Icó patrimônio nacional**. Fortaleza: Expressão gráfica, 2009.

MARTINS, C. (Org.). **Patrimônio cultural: da memória ao sentido do lugar**. São Paulo: Roca, 2006.

MENESES, J. N. C. **História & turismo cultural**. Belo Horizonte: Autêntica, 2006.

MINAYO, M. C. S. (Org.). **O desafio da pesquisa social**. 28. ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2009.

MINAYO, M.C. S.; DESLANDES, S. F.; GOMES, R. Teoria, método e criatividade. In: MINAYO, M. C. S. (Org.). **O desafio da pesquisa social**. 28. ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2009.

MONUMENTA. Série preservação e desenvolvimento. **Ribeira dos Icó, Icó-Ce**. Brasília: IPHAN/Programa Monumenta, 2008.

NASCIMENTO, H. R. Aéreas investem no Ceará na vitrine do mundo turístico. **Diário do Nordeste**, Fortaleza, 13 mar. 2018. Negócios. Disponível em: <<http://diariodonordeste.verdesmares.com.br/cadernos/negocios/aereas-investem-no-ceara-na-vitrine-do-mundo-turistico-1.1910329>>. Acesso em: 20 maio 2018.

NASCIMENTO, J. C. **Uma princesa “tombada” às margens do rio Salgado: dinâmica urbana e ações preservacionistas na cidade de Icó-CE**. 2002. 181 f. Dissertação (Mestrado em Arquitetura e Urbanismo) - Universidade Federal da Bahia, Salvador, 2002. Disponível em: <<https://repositorio.ufba.br/ri/handle/ri/11649>>. Acesso em: 23 jun. 2018.

_____. **(Re)Descobriram o Ceará?** Representações dos sítios históricos de Icó e Sobral: entre areal e patrimônio nacional. Salvador: EDUFBA, 2013.

ORGANIZAÇÃO DAS NAÇÕES UNIDAS PARA A EDUCAÇÃO, A CIÊNCIA E A CULTURA. **Textos básicos da Convenção para a Salvaguarda do patrimônio cultural imaterial de 2003**. Paris: Unesco, 2014. 117p. Disponível em: <<http://unesdoc.unesco.org/images/0023/002305/230504POR.pdf>>. Acesso em: 10 mar. 2018.

PAIVA, R. A. **A Metrópole híbrida: o papel do turismo no processo de urbanização da Região Metropolitana de Fortaleza**. 2011.305 f. Tese (Doutorado em Arquitetura e Urbanismo) – Faculdade de Arquitetura e Urbanismo, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2011. Disponível em: <<http://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/16/16139/tde-13012012-160306/pt-br.php>>. Acesso em: 20 fev. 2018.

PANOSSO NETTO, A. P.; TRIGO, L. G. G. **Cenários do turismo brasileiro**. São Paulo: Aleph, 2009.

PÉREZ, X. P. **Turismo cultural: uma visão antropológica**. Espanha: Pasos, 2009.

PORTAL DE NOTÍCIA. **VII Festival Icozeiro homenageia os literatos icoenses Antônio Jota e Chico Vitor em 2017**. Disponível em: <<https://www.portaldenoticiace.com.br/2017/12/vii-festival-icozeiro-homenageia-os.html>>. Acesso em: 28 fev. 2018.

PROCISSÃO e foguetório da festa do Senhor do Bonfim leva multidão para as ruas de Icó. Disponível em: <<http://www.pinheirinho.net/2018/01/procissao-e-foguetorio-da-festa-do.html>>. Acesso em: 23 fev. 2018.

RODRIGUES, F. L. L. Conceito de patrimônio cultural no Brasil: do conde de Galvéias à Constituição Federal de 1988. In: MARTINS, Clerton (Org.). **Patrimônio cultural: da memória ao sentido do lugar**. São Paulo: Roca, 2006.

ROLIM, L. C. **Tempo das carnes no Siará Grande**: dinâmica social, produção e comércio de carnes secas na Vila de Santa Cruz do Aracati (c.1690-c.1802). 2012. 245 f. Dissertação (Mestrado em História) – Centro de Ciências Humanas, Letras e Artes, Universidade Federal da Paraíba, João Pessoa, 2012. Disponível em: <http://www.cchla.ufpb.br/ppgh/2012_mest_leonardo_rolim.pdf>. Acesso em: 02 jul. 2018.

SALGUEIRO, V. Grand tour: uma contribuição à história do viajar por prazer e por amor à cultura. **Revista Brasileira de História**, São Paulo, v.22, n.44, p.289-310, 2002. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/rbh/v22n44/14001.pdf>>. Acesso em: 20 jun. 2018.

SANT'ANNA, M. A face imaterial do patrimônio cultural: os novos instrumentos de reconhecimento e valorização. In: ABREU, R.; CHAGAS, M. (Org.). **Memória e patrimônio**: ensaios contemporâneos. 2. ed. Rio de Janeiro: Lamparina, 2009. p.49-58. Disponível em: <http://www.reginaabreu.com/site/images/attachments/coletaneas/06-memoria-e-patrimonio_ensaios-contemporaneos.pdf>. Acesso em: 19 jun. 2018.

SANTOS, F. P. **Itaiçaba**: negócios, lazer e turismo de raiz no Baixo Jaguaribe. 2012. 143 f. Dissertação (Mestrado em Geografia) – Centro de Ciências e Tecnologia, Universidade Estadual do Ceará, Fortaleza, 2012. Disponível em: <http://www.uece.br/mag/dmdocuments/frank_santos.pdf>. Acesso em: 20 maio 2018.

SANTOS, M. F. J. “Só aqui no Icó nós temos uma festa bonita assim”: sacralização do espaço e da memória na festa do Senhor do Bonfim de Icó/CE. **Revista Brasileira de História das Religiões**, Maringá, PR, v. 10, n. 30, p. 259-284, jan./abr. 2018. Disponível em: <<http://www.periodicos.uem.br/ojs/index.php/RbhrAnpuh/article/view/36820/21510>>. Acesso em: 02 jul. 2018.

SERVIÇO NACIONAL DO COMÉRCIO. **Icó**: história, cultura e tradição. Fortaleza: SENAC Ceará, 2009.

SILVA, M. G. L. Turismo cultural e desenvolvimento urbano. In: SOUZA, R. C. A.; SÁ, N. C.; MOUSINHO, M. C. A. M. (Orgs.). **Turismo cultural**: novos desafios. Salvador: UNIFACS, 2007.

APÉNDICE

APÊNDICE A – Questionário para a Secretaria de Turismo

NOME: _____

FUNÇÃO: _____

1. A Secretaria possui inventário Turístico do Município?

2. Quais as ações, programas e projetos desenvolvidos atualmente que contempla o turismo?

3. Quais as ações, programas e projetos a serem implementados em prol do turismo?

4. Quais são as parcerias estabelecidas com empresas privadas como incentivo ao desenvolvimento do turismo cultural?

