

# RIF Ensaio Fotográfico

DOI –10.5212/RIF.v.23.i50.0014

**Padre Cícero e a religiosidade no Cariri cearense:  
onipresença que permeia o turismo, o marketing e a arte**

**Father Cícero and the Religiosity in Ceará's Cariri:  
Omnipresence Permeating Tourism, Marketing, and Art**

**Padre Cícero y la Religiosidad en el Cariri Cearense:  
Omnipresencia que Permea el Turismo, el Marketing y el  
Arte**

*Vinícius da Silva Coutinho<sup>1</sup>*

*Antônio Jorlan Soares de Abreu<sup>2</sup>*

Submetido em: 28/09/2024

Aceito em: 28/10/2024

Este ensaio tem como objetivo mostrar, a partir dos registros fotográficos, a onipresença de Padre Cícero nas diversas manifestações culturais do Cariri cearense, como também, seus impactos nas atualizações da teoria Folkcomunicação (Beltrão, 1980).

As fotografias deste ensaio mostram que a vida das pessoas aparece entrelaçada com a história do Pe. Cícero, que por sua vez está inter-relacionada com o crescimento da região do Cariri, até mesmo pelas estratégias de comunicação, os elementos do marketing e o

---

<sup>1</sup> Mestre em Educação, Cultura e Territórios Semiáridos (UNEB); Jornalista (UESPI); Membro da Rede Folkcom e Professor substituto da UESPI e da UNEB. Correio eletrônico: [viniciuscoutinho96@gmail.com](mailto:viniciuscoutinho96@gmail.com)

<sup>2</sup> Mestrando no Programa de Pós-Graduação em Turismo (UFPR). Mestre em Ciência da Comunicação (UNISINOS). Professor efetivo do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Maranhão (IFMA). Correio eletrônico: [antonio.abreu@ifma.edu.br](mailto:antonio.abreu@ifma.edu.br)

movimento da economia das cidades. Por isso, Santana, Tessarotto e Coutinho (2022) afirmam que a folkcomunicação tem poder de expressividade que pode modificar estados comportamentais.

Praticamente durante todos os meses do ano, com intenso deslocamento, promovendo intercâmbios culturais e financeiros, as relações folkturísticas (Abreu, 2022), de folkmarketing (Lucena Filho, 2009) e folkartísticas se materializam no Cariri. As fotografias a seguir evidenciam elementos do turismo movido pela fé, com diversos veículos em frente às igrejas; os itens à venda, sempre com a reprodução da imagem de Pe. Cícero, em pontos próximos aos santuários que recebem os turistas mostram também as intersecções do folkturismo com o folkmarketing; e, também, nos elementos mais tradicionais do catolicismo, como o pagamento de promessas e as procissões, que, como a luz das velas, mantém acesas também a crença e a fé.

Este ensaio é fruto de um trabalho fotoetnográfico, realizado em 24 de julho de 2022, e entre os dias 31 de janeiro e três de fevereiro de 2024. Para a composição do material, realizamos uma seleção prévia das fotografias, descartando imagens similares ou duplicadas e, em seguida, organizamos por data, local e horário, contabilizando, após esta sistematização, 118 fotografias. Aqui, trazemos apenas 15 delas.

**Foto 01: Procissão de Nossa Senhora das Candeias**



**Autoria:** Antônio Abreu (2024)

**Foto 02: Ex-votos de madeira no Museu do Horto do Padre Cícero**



**Autoria:** Vinícius Coutinho (2022)

**Foto 03: Procissão de Nossa Senhora das Candeias**



**Autoria:** Antônio Abreu (2024)

**Foto 04: Movimentação folkturística na Capela de Nossa Senhora do Perpétuo Socorro, em Juazeiro do Norte**



**Autoria:** Antônio Abreu (2024)

**Foto 05: Amarração das fitinhas dos pedidos evidencia a permanência da tradição e da crença, aos pés da estátua de Pe. Cícero**



**Autoria:** Vinícius Coutinho (2022)



**Foto 06: Turismo religioso movimenta Igreja de São Francisco das Chagas**



**Autoria:** Antônio Abreu (2024)

**Foto 07: Devota em oração na Capela de Nossa Senhora do Perpétuo Socorro**



**Autoria:** Antônio Abreu (2024)

**Foto 08: SENAI distribui leques com imagem de Padre Cícero durante procissão de Nossa Senhora das Candeias**



**Autoria:** Antônio Abreu (2024)

**Foto 09: Folkmarketing - Empreendimento utiliza imagem de Pe. Cícero e slogan 'sabor e fé' na composição de sua identidade visual**



**Autoria:** Vinícius Coutinho (2022)

**Foto 10: Governo do Ceará utiliza imagem com silhueta de Pe. Cícero em todas as cabines do Teleférico do Horto**



**Autoria:** Vinícius Coutinho (2022)

**Foto 11: Folkmarketing - Empreendimento do ramo de hotelaria tem o nome do Pe. Cícero e também utiliza sua imagem atrelada à comunicação**



**Autoria:** Antônio Abreu (2024)



**Foto 12: Folkmarketing - Empreendimento utiliza imagem de Pe. Cícero atrelada aos produtos ofertados**



Autoria: Antônio Abreu (2024)

**Foto 13: Turismo religioso movimenta e aquece comércio local**



Autoria: Antônio Abreu (2024)

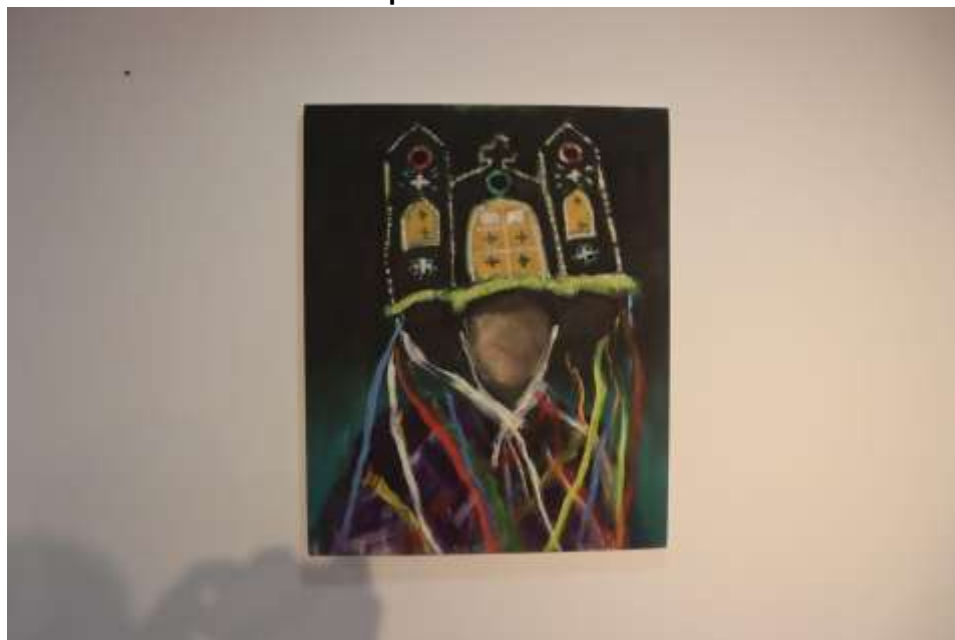


**Foto 14: Folkarte - Exposição artística visual do Centro Cultural Banco do Nordeste (CCBN) tem quadro com imagem de Pe. Cícero**



**Autoria:** Antônio Abreu (2024)

**Foto 15: Quadro da exposição do CCBN mostra a força da religiosidade sobre a cabeça do povo caririense**



**Autoria:** Antônio Abreu (2024)

## Referências

ABREU, Antônio Jorlan Soares de. **O Bumba Meu Boi Circulando nas Redes Sociais**. São Paulo: Dialética, 2022.

BELTRÃO, Luiz. **Folkcomunicação**: A comunicação dos marginalizados. São Paulo: Editora Cortez, 1980.

LUCENA FILHO, Severino Alves de. O Maior São João do Mundo em Campina Grande - PB: um evento gerador de discursos culturais. **Cultura Midiática**. vol. II, n. 1– jan./jun./2009. Disponível em: <https://periodicos.ufpb.br/ojs/index.php/cm/article/view/11695/6721>. Acesso em 28 set. 2024.

SANTANA, Flávio Menezes; TESSAROTTO, Marco Antônio de Oliveira; COUTINHO, Vinícius da Silva. Do Piauí para os piauienses: estratégias de folkmarketing da cerveja Berrió na sociedade midiaticizada. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 45, **Anais [...]**, João Pessoa-PB, 2022. Disponível em: <https://www.portalintercom.org.br/anais/nacional2022/resumo/0720202217014562d85f293422>. Acesso em 29 set. de 2024.