



UNIVERSIDADE FEDERAL DE PERNAMBUCO  
CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS  
DEPARTAMENTO DE HOTELARIA E TURISMO  
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM HOTELARIA E TURISMO

LEONARDO SANTOS SALAZAR

**NOVO SISTEMA DE GESTÃO DO SÃO JOÃO DE CARUARU:  
uma pesquisa-ação sobre a organização do evento na Capital do Forró**

Recife  
2022

LEONARDO SANTOS SALAZAR

**NOVO SISTEMA DE GESTÃO DO SÃO JOÃO DE CARUARU:  
uma pesquisa-ação sobre a organização do evento na Capital do Forró**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Hotelaria e Turismo da Universidade Federal de Pernambuco, como requisito parcial para a obtenção do título de Mestre em Hotelaria e Turismo.

**Área de concentração:** Turismo, Cultura e Sociedade.

**Orientadora:** Prof.<sup>a</sup> Dr.<sup>a</sup> Isabela Andrade de Lima Morais

Recife  
2022



LEONARDO SANTOS SALAZAR

**NOVO SISTEMA DE GESTÃO DO SÃO JOÃO DE CARUARU:  
uma pesquisa-ação sobre a organização do evento na Capital do Forró**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Hotelaria e Turismo da Universidade Federal de Pernambuco, como requisito parcial para a obtenção do título de Mestre em Hotelaria e Turismo.

Aprovado em: 10/10/2022

**BANCA EXAMINADORA**

---

Prof.<sup>a</sup> Dr.<sup>a</sup> Isabela Andrade de Lima Moraes (orientadora)  
Universidade Federal de Pernambuco / PPHTUR

---

Prof.<sup>a</sup> Dr.<sup>a</sup> Carla Borba da Mota Silveira (examinadora interna)  
Universidade Federal de Pernambuco / PPHTUR

---

Prof. Dr. Fernando Gomes de Paiva Júnior (examinador externo)  
Universidade Federal de Pernambuco / PROPAD

Recife  
2022

## **AGRADECIMENTOS**

Agradeço, especialmente, aos professores André Durão e Carla Borba, à professora e orientadora Isabela Morais, e à professora e irmã Viviane Salazar.

*“Nenhuma cultura se renova senão pelo debate e pela crítica.”*

**Celso Furtado,**

no discurso de posse como  
Ministro da Cultura em 1986.

## RESUMO

O festejo junino é considerado o maior atrativo turístico do município de Caruaru-PE, conhecido nacionalmente como a “Capital do Forró”. Esta dissertação teve o propósito de compreender o novo sistema de gestão do São João de Caruaru implementado a partir de 2017. A metodologia escolhida foi de cunho qualitativo e a estratégia usada foi a pesquisa-ação. Os métodos de coleta de dados foram pesquisa documental, observação participante e entrevistas. A técnica de análise de dados utilizada foi a análise de conteúdo temática. Os resultados da pesquisa identificaram avanços significativos na gestão do evento, mas também questões em desconformidade com os padrões de governança. O principal achado positivo é o equilíbrio público-privado alcançado pelo novo sistema de gestão. A maior desconformidade é a centralização do processo decisório do São João de Caruaru no gabinete do(a) prefeito(a). No apêndice, quatorze ações corretivas são recomendadas, como proposta de encaminhamento, para serem implementadas até o São João de 2024, quando o festejo junino alcançará a marca da 40ª edição organizada pela prefeitura municipal.

Palavras-chave:

São João; Caruaru; Gestão cultural; Organização de eventos; Administração pública.

## **ABSTRACT**

São João is an annual festival in Brazil that is celebrated during the month of June. This festival is considered the biggest tourist attraction of the municipality of Caruaru-PE, nationally known as the "Capital of Forró". The research aims to understand this new way of managing the São João Festival implemented from 2017. The methodology chosen is qualitative and the strategy used is action research. The methods of data collection were documentary research, participant observation and interviews. The data analysis technique chosen was the thematic content analysis. The results of the research identified significant advances in the management of the event, but also some items in disagreement with the governance standards. The main positive finding was the public-private balance achieved by the new management system. The biggest disagreement was the centralization of the decision-making process of São João in the mayor's office. In appendage, fourteen corrective actions are recommended as a proposal for forwarding to be implemented until São João 2024, when the June festivities will reach the mark of the 40th edition organized by the municipal government.

Keywords:

São João; Caruaru; Cultural management; Event organization; Public administration.

## LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Quadro 1	Busca pelos termos “São João de Caruaru” e “Capital do Forró”.....	23
Figura 1	Relação entre governança e gestão.....	43
Quadro 2	Exemplo de definição de pesquisa (paradigma interpretativista).....	56
Quadro 3	Objetivos, estratégia de investigação, coleta e análise de dados.....	58
Figura 2	Ciclo da investigação-ação.....	61
Quadro 4	Protocolo para as entrevistas qualitativas.....	64
Figura 3	Linha do tempo da organização do São João a cargo da Prefeitura de Caruaru.....	67
Foto 1	Capa do Jornal Vanguarda em junho de 1984.....	73
Quadro 5	Polos juninos do São João de Caruaru sob responsabilidade da prefeitura (1983 a 2019).....	78
Quadro 6	Cargos comissionados da FCC após a reforma de 1997.....	84
Quadro 7	Criação de cargos comissionados na FCC em 2001.....	85
Quadro 8	Extinção de cargos comissionados na FCC em 2004.....	86
Quadro 9	Criação de cargos comissionados na Secretaria de Turismo.....	86
Quadro 10	Criação de cargos comissionados na FCC em 2005.....	87
Quadro 11	Fundação de Cultura versus Secretaria de Turismo (1984 a 2009)....	88
Quadro 12	Presidentes da Fundação de Cultura no período de 1985 a 2022.....	88
Figura 4	Novo sistema de gestão do São João de Caruaru.....	99
Figura 5	Elementos visuais criados por Ronaldo Fraga para o São João de Caruaru.....	102
Figura 6	Xilogravuras criadas por J. Borges para o São João de Caruaru.....	103
Foto 2	Festa de lançamento do São João de Caruaru na vila rural de Pau Santo.....	104
Figura 7	Mapa dos polos juninos descentralizados do São João de Caruaru..	105
Foto 3	Vista aérea do Parque de Eventos Luiz Lua Gonzaga.....	106

Imagem 1	Montagem de fotos das atrações do Polo Cultural da Estação Ferroviária.....	107
Imagem 2	Montagem de fotos das atrações do Polo Azulão.....	108
Imagem 3	Montagem de fotos das atrações do Polo Mestre Vitalino (Alto do Moura).....	109
Imagem 4	Montagem de fotos das atrações do São João na Roça.....	110
Foto 4	O Maior Cuscuz do Mundo (União dos Criadores das Comidas Gigantes).....	111
Imagem 5	Marcas patrocinadoras oficiais do São João de Caruaru 2018.....	112
Imagem 6	Montagem de fotos de ativações comerciais das marcas patrocinadoras.....	113
Quadro 13	Rol de processos licitatórios do novo sistema de gestão do São João de Caruaru.....	116
Imagem 7	Publicação no diário oficial do primeiro edital de seleção artística do SJC 2017.....	120
Foto 5	Reunião ordinária do Comitê Gestor do São João (CGSJ).....	122
Quadro 14	Cargos comissionados da FCTC após reforma de 2018.....	125
Gráfico 1	Evolução das receitas e das despesas do SJC (2017 a 2019).....	165
Quadro 15	Síntese do novo sistema de gestão do São João de Caruaru (2017).	183
Figura 8	Solução de governança e gestão para o São João de Caruaru.....	194
Quadro 16	Solução de governança e gestão para a Seculte.....	195
Quadro 17	Classificação de eventos por tipo.....	202
Quadro 18	Classificação de eventos por porte.....	203
Quadro 19	Classificação de eventos por abrangência.....	203
Quadro 20	Classificação de eventos por público.....	204
Quadro 21	Termos técnicos utilizados na gestão de eventos.....	204

## LISTA DE TABELAS

Tabela 1	Aprovação do público em 2019 comparativa a 2018 e 2017.....	132
Tabela 2	Gasto médio diário de turistas, excursionistas e moradores no SJC 2018.....	134
Tabela 3	Impacto econômico do São João de Caruaru 2018.....	135
Tabela 4	Custo de produção do SJC por categoria x ano.....	157
Tabela 5	Financiamento do SJC por fonte x ano.....	161
Tabela 6	Economicidade da infraestrutura do São João de Caruaru 2019 ante 2018.....	168

## LISTA DE SIGLAS

SJC	São João de Caruaru
FCC	Fundação de Cultura de Caruaru
FCTC	Fundação de Cultura e Turismo De Caruaru
FCTEC	Fundação de Cultura, Turismo e Esportes De Caruaru
TCE/PE	Tribunal de Contas do Estado de Pernambuco
MPPE	Ministério Público do Estado de Pernambuco
MPF/PE	Ministério Público Federal em Pernambuco
SPELL	<i>Scientific Periodicals Electronic Library</i>
BDTD	Biblioteca Digital Brasileira de Teses e Dissertações
RBTUR	Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo
CULT	Centro de Estudos Multidisciplinares em Cultura
NECCULT	Núcleo de Estudos em Economia Criativa e da Cultura
SciELO	<i>Scientific Electronic Library Online</i>
UNESCO	Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura
BID	Banco Interamericano de Desenvolvimento
IBGE	Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística
IPHAN	Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional
TCU	Tribunal de Contas da União
ABNT	Associação Brasileira de Normas Técnicas
MTUR	Ministério do Turismo
GRAMADOTUR	Autarquia Municipal de Turismo e Cultura
SECULTE	Secretaria de Cultura, Turismo e Economia Criativa
SALTUR	Empresa Salvador de Turismo

## SUMÁRIO

<b>1</b>	<b>INTRODUÇÃO.....</b>	<b>15</b>
1.1	PROBLEMA DE PESQUISA.....	20
1.2	PERGUNTA DE PESQUISA.....	21
1.3	OBJETIVO GERAL.....	21
1.4	OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	21
1.5	JUSTIFICATIVAS.....	21
<b>2</b>	<b>REFERENCIAL TEÓRICO.....</b>	<b>26</b>
2.1	ECONOMIA DA CULTURA.....	29
2.2	GESTÃO CULTURAL.....	35
2.3	PRODUÇÃO ASSOCIADA AO TURISMO.....	50
<b>3</b>	<b>MÉTODO DE PESQUISA.....</b>	<b>55</b>
3.1	PARADIGMA INTERPRETATIVISTA.....	55
3.2	ABORDAGEM QUALITATIVA.....	57
3.3	ESTRATÉGIA DE INVESTIGAÇÃO.....	58
3.4	COLETA DOS DADOS.....	61
3.5	ANÁLISE DOS DADOS.....	65
3.6	CONSIDERAÇÕES ÉTICAS.....	66
<b>4</b>	<b>RESULTADOS.....</b>	<b>67</b>
4.1	CONTEXTUALIZAÇÃO.....	69
4.1.1	<b>Arraial Terra da Gente.....</b>	<b>70</b>
4.1.2	<b>Fundação de Cultura, Turismo e Esportes de Caruaru (FCTEC).....</b>	<b>81</b>
4.1.3	<b>Normatização dos festejos juninos (lei nº 4.416).....</b>	<b>89</b>

4.1.4	Terceirização da organização.....	92
4.1.5	Recomendações do Tribunal de Contas.....	96
4.2	MUDANÇAS IMPLEMENTADAS.....	98
4.2.1	Concepção.....	100
4.2.2	Identidade visual.....	101
4.2.3	Polos de animação.....	104
4.2.4	Captação de recursos.....	111
4.2.5	Licitações e contratos.....	114
4.2.6	Seleção artística.....	118
4.2.7	Comitê Gestor do São João (CGSJ).....	121
4.2.8	Reforma administrativa da FCTC.....	124
4.2.9	Conselho Municipal de Política Cultural (CMPC).....	126
4.2.10	Plano Municipal de Cultura (PMC).....	129
4.3	AVALIAÇÃO CRÍTICA.....	131
4.3.1	Aprovação do público.....	132
4.3.2	Impacto econômico.....	133
4.3.3	Significado institucional.....	138
4.3.4	Terceirização da gestão do evento.....	140
4.3.5	Atrações musicais.....	143
4.3.6	Capital do Forró.....	153
4.3.7	Custo de produção.....	157
4.3.8	Fontes de financiamento.....	161
4.3.9	Economicidade do sistema.....	164
4.3.10	Atuação do Tribunal de Contas.....	165
4.3.11	Cultura <i>versus</i> Turismo.....	169
4.3.12	Governança do evento.....	172
4.3.13	Impactos socioeconômicos no Alto do Moura e na Feira de Caruaru.....	176

<b>5</b>	<b>CONCLUSÃO.....</b>	<b>182</b>
	<b>REFERÊNCIAS.....</b>	<b>186</b>
	<b>APÊNDICE A - RECOMENDAÇÕES À PREFEITURA DE CARUARU...</b>	<b>194</b>
	<b>ANEXO A - TERMOS TÉCNICOS DE GESTÃO DE EVENTOS.....</b>	<b>202</b>

## 1 INTRODUÇÃO

A dissertação é um documento que apresenta o resultado de uma pesquisa científica de tema único e delimitado, com o objetivo de reunir, analisar e interpretar informações, evidenciando o conhecimento existente na literatura sobre o assunto e a capacidade do pesquisador para sistematizar os dados coletados (ABNT, 2018).

O conteúdo desta dissertação está organizado em oito capítulos: (1) introdução, (2) referencial teórico, (3) método de pesquisa, (4) resultados, (5) conclusão, (6) referências, (7) apêndice e (8) anexo. Esta introdução inicia com uma versão histórica acerca do surgimento do festejo junino no Nordeste, depois apresenta Caruaru como a “Capital do Forró”, descreve o problema de pesquisa, formula a pergunta de pesquisa, apresenta o objetivo geral e os objetivos específicos, encerrando com as justificativas para a realização desta pesquisa.

Começo contando uma curiosa e quase desconhecida versão histórica acerca do surgimento do festejo junino no Nordeste envolvendo uma outra pandemia ocorrida no século XIX, o padroeiro São João Batista e o músico Luiz Gonzaga. Segundo o jornal “*O Cearense*”, a primeira vítima de cólera, no Crato-CE, foi uma mulher, a 30 de abril de 1862. Três meses depois, na edição do dia 31 de julho daquele fatídico ano, o jornal anunciava 1.100 mortes na maior cidade do cariri cearense. No Brasil todo foram mais de 200 mil mortes ocasionadas pelo vibrião colérico, que flagelou o mundo no período de 1846 a 1866. Essa pandemia começou na Índia, alastrou-se pela Europa e cruzou o oceano Atlântico, chegando à província do Grão-Pará e infestando finalmente o país (ALENCAR, 2018).

Pois bem. Os moradores de Exu-PE, separados do Crato somente pela Chapada do Araripe, estavam aterrorizados com as mortes causadas pela peste desconhecida na cidade vizinha. Foi então que o delegado da Vila de Exu, Gualter Martiniano de Alencar Araripe, sobrinho de Bárbara de Alencar, heroína da Revolução Pernambucana de 1817, e que mais tarde se tornaria o Barão de Exu, achou por bem tomar duas providências: (1) postar homens armados nas estradas que ligavam o Crato a Exu para impedir qualquer comunicação com a zona flagelada; e (2) apelar para a providência divina:

“Meu glorioso São João Batista! Concedei-nos a graça dessa doença não nos atingir, que eu trocarei vossa imagem e construirei uma igreja no

Araripe, e logo esse ano começarei vosso festejo na minha casa, até terminar a construção da igreja. **Depois da minha morte, o vosso festejo, meu glorioso São João Batista, será continuado de geração em geração**". (ALENCAR, 1992, grifo nosso)

Resumindo a história: nenhuma morte no Exu e o Barão cumpriu sua promessa. Mandou buscar na França a imagem do santo protetor, inaugurou a Igreja de São João Batista do Araripe no dia 23 de junho de 1868, data que permanece gravada em relevo no frontispício da própria igreja, e iniciou o festejo do padroeiro.

Quis o destino que o músico Luiz Gonzaga nascesse junto à Fazenda Caiçara, vizinha ao povoado Araripe, solo abençoado pelo padroeiro São João Batista, e que fosse filho de tocador e consertador de sanfona. O desenrolar deste enredo é público e notório, entretanto um fato ainda é pouco conhecido da maioria. Em 1968, Gonzagão lançou o disco "*São João do Araripe*" para celebrar o centenário da Igreja de São João Batista do Araripe. Na contracapa do referido álbum consta um texto de apresentação escrito pela historiadora exuense Thereza Oldam de Alencar, relacionando a história do festejo de São João Batista, padroeiro do Araripe, com a vida e a obra musical do Rei do Baião.

O povoado do Araripe, tantas vezes cantado pelo Rei do Baião, é o desdobramento da antiga fazenda do Barão de Exu. Domina-o ainda a casa grande, de estilo colonial, e a **capela de São João Batista do Araripe** - hoje centenária. Está situado à margem esquerda do riacho da Brígida, a dois passos da Fazenda Caiçara - a primeira da região e berço de Bárbara de Alencar.

Para os descendentes diretos dos primeiros povoadores, o São João do Araripe é único. É o culto das suas melhores tradições. Anualmente, os festejos juninos são um pretexto para a confraternização, pois no calor da fogueira, comendo milho assado, discutem política, exaltam os seus heróis, choram seus mortos e pedem aos céus a oportunidade de voltar sempre, sempre ao Araripe...

Aí aprenderam a venerar São João Batista ouvindo as vozes de Sinharinha e Nova ecoando no coro da capela. Quem dos seus desconhece o Barão de Exu, Sinhô Ayres, Neném de João Moreira, Santana de Januário, Dona de Seu Sete ou Donana de João Carlos? Qual dos seus meninos não sentiu o irresistível desejo de puxar a corda do sino da igreja?

O Araripe é um santuário de fraternidade do presente com o passado. Seu fundador deu-lhe fidalguia e tradição e um seu filho deu-lhe a melodia do Baião.

**Luiz Gonzaga nasceu no Araripe e aí "sempre viveu"**. Ninguém melhor do que ele preservou as suas tradições e podemos afirmar que Luiz Gonzaga é a encarnação do Araripe, no amor que dedica à sua terra, na exaltação de sua gente.

Os Alencares do Exu sentem o Araripe na mensagem de paz e de amor de sua história, mas somente Luiz Gonzaga encontrou a linguagem própria para cantá-lo.

Ainda menino, correndo por aqueles patamares, gritando o bode ou tocando forró, crepitava em seu peito a ternura do Araripe, sem saber por

quê. Era a voz de um pássaro, os costumes do sertão, a beleza das coisas... E fugiu... Fugiu porque seu coração não comportaria aquele grito d'alma! Era a voz da terra! Era a arte!

E a arte explodiu: surgiu o artista, o Rei do Baião, o filho de Januário e Santana, o cantor do Araripe!

E hoje, por ocasião do seu centenário, o Araripe recebe comovido a homenagem de Luiz Gonzaga. É uma homenagem de arte e de amor: da arte que nasceu dele e não cabe nele; do amor que o torna maior fazendo os outros felizes.

O Araripe pede a Deus para seu filho a eternidade da arte que o persegue.

Thereza Oldam  
Exu, 20/02/1968

(ALENCAR, 2018, p. 236)

Daí em diante, o festejo espalhou-se do sertão ao litoral levado pela voz e pela sanfona do músico exuense Luiz Gonzaga, o Rei do Baião. E a tradição, que começou em homenagem a São João Batista, hoje inclui também Santo Antônio e São Pedro, transformando o mês de junho no mais significativo de todo o calendário de festas populares dos municípios nordestinos. E especialmente para Caruaru-PE.

No contexto do mapa do turismo brasileiro, o município de Caruaru está classificado na categoria “B” e integra a região turística Serras e Artes de Pernambuco. Segundo a base pública de dados oficiais do Ministério do Turismo, a atividade turística no município está caracterizada conforme os seguintes parâmetros (MTUR, 2022):

- a) 693.464 visitantes domésticos;
- b) 2.653 visitantes internacionais;
- c) 28 meios de hospedagem;
- d) 397 empregos;
- e) R\$ 3.597.999,00 gerados em impostos federais.

Caruaru lidera o ranking do turismo dentro de sua região turística em todos esses parâmetros consolidados pelo Programa de Regionalização do Turismo/MTur. O município abriga em seu território um vasto patrimônio natural e histórico-cultural, como a famosa Feira de Caruaru, bem tombado como Patrimônio Cultural Imaterial do Brasil<sup>1</sup>. A cidade também é promovida nacionalmente como a “Capital do Forró”.

Em sua dissertação de mestrado apresentada ao Programa de Pós-graduação em História da Universidade Federal de Pernambuco, o pesquisador

---

<sup>1</sup> Em 2006 a Feira de Caruaru foi inscrita no Livro de Registro dos Lugares pelo Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (IPHAN, 2009).

José Daniel da Silva (2010) descreveu os motivos que levaram Caruaru a ser conhecida como a “Capital do Forró”. Para isso, ele pesquisou o período de 1950 a 1985 para compreender a evolução histórica dos festejos juninos em Caruaru.

Até meados da década de 1950 não se tinha notícia de que em Caruaru havia uma tradição junina. Por essa época, Caruaru era conhecida nacionalmente por conta da arte figurativa do ceramista popular Mestre Vitalino, e também pela produção intelectual de escritores como Austregésilo de Athayde e Álvaro Lins, membros da Academia Brasileira de Letras. As duas festas mais populares da cidade até então eram o Carnaval e a Festa do Comércio (SILVA, 2010).

Silva (2010) observa o incremento dos festejos juninos na zona urbana de Caruaru a partir de 1955 com a realização de concursos de quadrilhas matutas, as festividades promovidas pelos clubes sociais, as caravanas com apresentações de forrozeiros organizadas pelas emissoras de rádio da cidade – Difusora, Liberdade e Cultura –, a urbanização dos arraiais juninos com a montagem de palhoções e com as decorações das ruas feita por seus moradores, a ação de empresários patrocinando esses eventos e promovendo suas marcas mas, principalmente, a forte influência exercida pelas músicas que forjaram no inconsciente coletivo a relação intrínseca entre a cidade de Caruaru, a festa de São João e o gênero musical Forró.

Senão, vejamos. Em 1955 o cantor paraibano Jackson do Pandeiro gravou a música “Forró em Caruaru”, de Zé Dantas, que teve boa repercussão nacional. Em 1957 – ano do centenário da cidade – Luiz Gonzaga gravou a emblemática “A Feira de Caruaru”, música de Onildo Almeida, e gravou também “Capital do Agreste”, música de Onildo Almeida e Nelson Barbalho. A relação entre Luiz Gonzaga e Caruaru só fez crescer, chegando ao ponto de o Rei do Baião receber o título de Cidadão de Caruaru em 1972, tendo em vista a divulgação das músicas que vinham contribuindo para a projeção de Caruaru em território nacional (SILVA, 2010).

Mas o auge desse fenômeno ocorreu em 1980 com o lançamento da música “A Capital do Forró”, de autoria de Jorge de Altinho e Lindu, gravada pela banda de forró de maior sucesso comercial da época, o Trio Nordestino. Essa música foi veiculada pelas emissoras de rádio de todo o país e registrou na mente dos brasileiros a imagem da cidade de Caruaru como a “Capital do Forró”.

Quem nunca foi já ouviu falar  
Se você for vai gostar  
Quem já foi volta sempre lá

Pra dançar forró no arraiá  
 Trinta dias antes do São João  
**As ruas já estão enfeitadas**  
 Já tem milho verde na feira  
 A terra de brejo molhada  
 O velho carrega o bacamarte  
 O menino conserta a ronqueira  
 A moça faz o vestido novo  
 A velha atiça a fogueira  
**As rádios de lá saem pelas ruas**  
 Não deixa o baião um minuto só

É por isso que Caruaru é a capital do forró  
 É a capital do forró, é a capital do forró  
 É por isso que Caruaru é a capital do forró  
 É a capital do forró, é a capital do forró  
 É por isso que Caruaru é a capital do forró

Bonito pra você ver é na noite de São João  
 Quem vem pra Caruaru, de longe vê o clarão  
 O céu fica colorido, de tantos foguetes e balões  
 Se você quiser dançar forró  
**Lá tem pra mais de quinze palhoções**  
 A dança termina de manhã  
 Bigode dá nó em cocó

É por isso que Caruaru é a capital do forró  
 É a capital do forró, é a capital do forró  
 É por isso que Caruaru é a capital do forró  
 É a capital do forró, é a capital do forró  
 É por isso que Caruaru é a capital do forró  
 (ALTINHO; LINDU, 1980, grifo nosso)

Mas, o que antes era uma festa de rua organizada pelos próprios moradores, clubes sociais, rádios e empresários da cidade, todavia, a partir de 1983, o festejo junino passou a ser organizado diretamente pela prefeitura municipal, transformando-se, na visão de Silva, em um atrativo turístico espetacularizado.

Por sua vez, houve a ressignificação das festas juninas, transformadas em "festas da cidade". As festas de São João caruaruense foram transformadas em atrativo turístico, sendo uma das mais conhecidas do Brasil. Sua construção como "marca" da cidade remete aos anos 60 e 70, a partir da ação da população, da mídia, dos poderes públicos (níveis municipal, estadual e federal) e das músicas de forró em homenagem a Caruaru. Atração turística, a festa junina era vista e mostrada como folclórica, tradicional, sendo a cidade denominada de "Capital do Forró" ou "Maior e Melhor São João do Mundo", fazendo parte das festas com apelo de "espetacularização", seguindo a tendência das festas capitalistas das últimas décadas. (2010, p. 9)

O São João de Caruaru, então, teve sua tradição cultural reinventada e ressignificada, transformando-se em atrativo para os turistas, em pico das vendas para o comércio local, em geração de renda para comerciantes ambulantes, em

oportunidade de emprego para trabalhadores temporários, em ativação promocional para as marcas patrocinadoras, em conteúdo para os veículos de comunicação e em importante vitrine para os artistas, sejam eles locais, regionais ou nacionais.

## 1.1 PROBLEMA DE PESQUISA

O São João de Caruaru (SJC) pode ser classificado como um festival cultural nacional de grande porte (ABNT, 2017)<sup>2</sup>. Em 30 dias de evento, centenas de atrações artísticas são exibidas nos polos de animação, espalhados pela cidade e zona rural do município, atraindo para Caruaru um fluxo de milhares de visitantes, gerando um impacto positivo em toda a cadeia produtiva associada ao turismo.

Foi a partir de 1983 que a prefeitura passou a montar estruturas temporárias, a contratar artistas de renome nacional, a buscar patrocinadores e a promover o São João como um ativo capaz de aquecer a economia e a política da “Capital do Forró”. Em 1995 o evento passou a ocorrer no Parque de Eventos Luiz Lua Gonzaga, espaço exclusivo preparado para receber até 84 mil pessoas por noite. Grandes empresas nacionais passaram a patrocinar o evento, que passou a ser visto como fator estratégico para a penetração e o posicionamento das marcas no Nordeste.

Em 2001, sem condições de acompanhar o rápido crescimento do festejo junino, a Prefeitura de Caruaru começou a terceirizar, no todo ou em parte, os serviços de organização do São João. Empresas organizadoras de eventos passaram a cuidar da captação de recursos e também a custear parte das despesas do evento com a verba que arrecadavam de patrocínio. Outras empresas também passaram a intermediar a contratação de artistas e de grupos culturais para compor a programação dos polos oficiais de animação do SJC.

Contudo, a partir de 2013, o Tribunal de Contas do Estado de Pernambuco (TCE/PE) passou a questionar tanto a forma de contratação dessas empresas como a não contabilização, por parte da administração pública, das receitas e das despesas relacionadas com o evento. Na esfera judicial, o Ministério Público de Pernambuco (MPPE) e o Ministério Público Federal em Pernambuco (MPF/PE)

---

<sup>2</sup> O São João de Caruaru, enquanto objeto de estudo, é um fenômeno complexo que pode ser investigado em diferentes programas de pós-graduação, através de abordagens qualitativas ou quantitativas. Nesta dissertação, ele é examinado na perspectiva da gestão de um evento público.

instauraram processos para investigar possíveis irregularidades cometidas pela Fundação de Cultura relacionadas à gestão do São João de Caruaru (MPF, 2016).

A partir de 2017 foi implementado um novo sistema de gestão para responder às possíveis irregularidades anteriormente apontadas pelo TCE/PE, pelo MPPE e pelo MPF/PE. Esses novos processos administrativos geridos pela Fundação de Cultura foram aperfeiçoados em 2018 e 2019, inclusive com a participação de uma equipe de auditoria do TCE/PE (PERNAMBUCO, 2019). Nos anos de 2020 e 2021, entretanto, o São João de Caruaru não aconteceu devido à pandemia do coronavírus Covid-19, interrompendo bruscamente uma série histórica de 37 anos.

## 1.2 PERGUNTA DE PESQUISA

Qual é a compreensão do novo sistema de gestão do São João de Caruaru implementado a partir de 2017?

## 1.3 OBJETIVO GERAL

Compreender o novo sistema de gestão do São João de Caruaru implementado a partir de 2017.

## 1.4 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- a) contextualizar a organização do São João a cargo da Prefeitura de Caruaru no período de 1983 a 2016;
- b) descrever as mudanças implementadas no sistema de gestão do São João de Caruaru no período de 2017 a 2019; e
- c) avaliar criticamente o novo sistema de gestão do São João de Caruaru.

## 1.5 JUSTIFICATIVAS

Eu aderi à linha de pesquisa “Turismo, cultura e sociedade”, do Programa de Pós-Graduação em Hotelaria e Turismo da Universidade Federal de Pernambuco. Nesse sentido, esta dissertação está alinhada aos objetivos da linha de pesquisa ao investigar fenômenos de natureza social, econômica e cultural próprios da região Nordeste, tratando com a mesma importância os aspectos teóricos e empíricos da pesquisa em hotelaria, turismo e áreas afins. A seguir, descrevo as justificativas acadêmicas, pessoais e práticas para a realização desta pesquisa científica.

O São João de Caruaru ainda é pouco investigado enquanto objeto de pesquisa científica. Como está demonstrado no Quadro 1, nenhum estudo publicado até então investigou o São João de Caruaru da forma proposta por este projeto de pesquisa. Identificamos esse nicho de estudo ao realizar uma revisão seletiva da literatura. “O principal propósito da revisão seletiva é aguçar suas considerações preliminares sobre o seu tema de estudo, método e fontes de dados”, afirma Yin (2016, p. 55).

Nosso levantamento utilizou os termos “São João de Caruaru” e “Capital do Forró” para identificar os estudos acadêmicos publicados sobre o tema. As fontes primárias consultadas incluíram artigos científicos, dissertações e teses em língua portuguesa. As bases de pesquisa utilizadas foram as seguintes bibliotecas virtuais: Google Acadêmico, Sistema Pergamum da Biblioteca da UFPE, *Scientific Periodicals Electronic Library* (SPELL), *Scientific Electronic Library Online* (SciELO), Biblioteca Digital Brasileira de Teses e Dissertações (BDTD), Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo (RBTUR), Programa de Pós-graduação em Turismo da Universidade de São Paulo (Ppgtur/USP), Centro de Estudos Multidisciplinares em Cultura da Universidade Federal da Bahia (CULT/UFBA) e Núcleo de Estudos em Economia Criativa e da Cultura da Universidade Federal do Rio Grande do Sul (NECCULT/UFRGS).

Foram identificadas três dissertações de mestrado e sete artigos publicados. A busca não localizou nenhuma tese de doutorado. Nenhuma das dissertações publicadas estavam relacionadas a programas de pós-graduação em hotelaria, turismo ou áreas afins. A dissertação mais recente abordou o São João de Caruaru na perspectiva da etnomusicologia, e a mais antiga o fez sob a ótica da comunicação. A terceira é a já citada dissertação de Silva (2010).

Vale a pena mencionar o artigo de Vieira e Dutra (2005), que teve o objetivo de identificar o modelo de negócio turístico do São João de Caruaru e, após isso,

analisar sua adaptabilidade e aplicabilidade em eventos públicos de outros municípios. A coleta de dados abrangeu o ano de 2005, quando a Prefeitura de Caruaru passou a terceirizar, no todo ou em parte, os serviços de organização do São João. Uma das principais conclusões do artigo confirma nossa linha de raciocínio apresentada na seção da problematização, ao apontar falhas no modelo de terceirização: “A hipótese deste estudo não é comprovada em sua totalidade. De fato, há uma grande relação entre os atores que gerenciam o evento, porém, não trabalham de forma tão integrada e interativa.” (VIEIRA; DUTRA; 2005).

Quadro 1 - Busca pelos termos “São João de Caruaru” e “Capital do Forró”

#	Estudo (autor, ano): Título	Área / Programa	Subárea / Abordagem	Palavras-chave
01	Dissertação (SALES SILVA, 2017): Ser forrozeiro em Caruaru: prática musical, mudança e continuidade na “Capital do Forró”	Música	Etnomusicologia	Forró; São João; Caruaru.
02	Dissertação (SILVA, 2010): Festas boas de Caruaru - da Conceição à Capital do Forró	História	Mudanças históricas	Festas juninas; Carnaval; Festa do comércio; Caruaru.
03	Dissertação (PROCÓPIO, 2007): Caruaru - a construção midiática da marca Capital do Forró	Comunicação	Construção midiática	Construção da realidade; Rede Globo; Caruaru; Capital do Forró.
04	Artigo (CARVALHO, MENELAU, SOARES, 2020): Análise das licitações dos artistas do São João de Caruaru com base na lei 8.666/93	Gestão Pública	Princípios da Administração Pública	Licitações; São João; Caruaru.
05	Artigo (SALES SILVA, 2019): Das rádios às caravanas do forró - desenvolvimento da música de Caruaru através das mídias locais	Música	Etnomusicologia	Forró; Música popular; São João.
06	Artigo (COSTA, RODRIGUES, SILVA, 2018): O Embate das atrações musicais do São João 2017 através de critérios de noticiabilidade: forró versus sertanejo	Comunicação	Critérios de noticiabilidade	Notícias; Festejos juninos; Caruaru.
07	Artigo (PROCÓPIO, 2016): A Capital do Forró Made in Rede Globo: Diálogos e Reflexões Teóricas Sobre a Construção Social da Realidade	Comunicação	Construção social da realidade	Caruaru; Capital do Forró; Rede Globo.
08	Artigo (PROCÓPIO, PATRIOTA, 2016): Estratégias de Folkmarketing no São João de Caruaru e a identidade cultural local - uma análise do branding de	Comunicação	Folkmarketing	Indústria cultural; Folkmarketing; Caruaru; Capital

	corporações globais na contemporaneidade			do Forró.
09	Artigo (MARQUES, 2009): Que festa é essa? Analisando as Festas Juninas de Caruaru e Campina Grande das Revistas de Turismo	Antropologia	Análise do discurso	Festa junina; Revistas; Turismo.
10	Artigo (VIEIRA, DUTRA, 2005): Modelo de negócio turístico – um estudo de caso sobre os eventos juninos do município de Caruaru em Pernambuco	Turismo e hospitalidade	Marketing	Modelo de negócio; Evento público; Caruaru; São João.

Fonte: elaborado pelo autor (2022)

Esta pesquisa investigou a construção do novo sistema de gestão do São João de Caruaru através de uma abordagem qualitativa descritiva e analítica. Afirmamos, sendo assim, que este estudo é inédito e original, conforme entendimento do autor de metodologia de pesquisa Robert K. Yin:

“Original significa que o estudo deve ser de sua própria responsabilidade, **usando suas próprias ideias, palavras e dados**. Tanto quanto possível, inclusive com seus esforços explícitos para verificar isso, você deve fazer um estudo que não tenha sido feito antes” (2016, p. 45, grifo nosso).

Também não foi por acaso que eu escolhi como tema de dissertação o novo sistema de gestão do São João de Caruaru. Além do interesse pelo tema do festejo junino, pesou na escolha a experiência pessoal com o fenômeno estudado. Eu ocupei cargo comissionado na Fundação de Cultura de Caruaru nos anos de 2017, 2018 e 2019, exercendo as seguintes funções: coordenador especial de eventos, presidente do Comitê Gestor do São João, vice-presidente da Fundação de Cultura e Turismo, vice-presidente do Conselho Municipal de Política Cultural e representante do município de Caruaru junto ao Sistema Nacional de Cultura.

Minha experiência profissional e acadêmica também é um fator que influenciou na escolha pelo tema. Eu sou produtor cultural e autor do livro “Música Ltda: o negócio da música para empreendedores”. Tenho diplomas de bacharel em Comunicação Social/Jornalismo, de especialista em Administração/Gestão de Negócios e de técnico em Contabilidade. Fui instrutor e consultor credenciado do Sebrae, atuando por nove anos nos setores da cultura e da economia criativa.

Tenho consciência do meu papel como instrumento de pesquisa, por isso eu vou adotar o ceticismo e a triangulação como estratégia para garantir o teor crítico necessário à pesquisa científica, acolhendo o alerta de Yin:

Ser o principal instrumento de pesquisa exige que o pesquisador esteja ciente das potenciais tendenciosidades e idiosincrasias do instrumento (ou seja, as suas). Elas incluem condições resultantes de seus antecedentes pessoais, suas razões para fazer a pesquisa e suas categorias ou filtros que poderiam influenciar seu entendimento dos eventos e ações no ambiente. (2016, p. 109)

Como justificativa prática, duas questões merecem destaque. A primeira é que a memória da organização do São João de Caruaru se encontra dispersa em documentos precariamente arquivados na Fundação de Cultura de Caruaru, tornando-se necessária a realização de um trabalho que contextualize sua trajetória desde sua implementação. A segunda questão é que os achados desta pesquisa poderão extrapolar seu propósito para referenciar a atuação de outros gestores públicos, principalmente com relação à gestão dos festejos juninos em outras centenas de municípios nordestinos. Pois os festejos juninos organizados pelas prefeituras municipais, em menor ou maior grau, enfrentam semelhantes desafios quanto à sua gestão, ainda mais porque, a cada quatro anos, as mudanças políticas ocasionadas pelas eleições municipais ameaçam a preservação da memória e sua continuidade administrativa sempre que um grupo político adversário vence o pleito eleitoral, pois é quase inexistente o quadro de servidores efetivos (concursados) trabalhando em fundações ou secretarias municipais de cultura e/ou turismo, órgãos geralmente responsáveis pela gestão dos festejos juninos nesses municípios.

## 2 REFERENCIAL TEÓRICO

Este capítulo desenvolve a noção da cultura como um recurso, tal qual proposta por Yúdice (2013), através de três desdobramentos:

- a) na economia;
- b) na administração pública; e
- c) no turismo.

Eu retomo a compreensão da cultura como recurso discutida exaustivamente por George Yúdice nas 650 páginas de seu livro “*A conveniência da cultura: usos da cultura na era global*”. No resumo da obra, o autor discute como a cultura teve seu papel expandido para os campos da política e da economia, e como a abordagem da cultura como recurso é apropriada para as questões latinoamericanas inerentes à era da globalização, em detrimento de outras concepções de cultura, a exemplo das definições da antropologia cultural ou da teoria crítica. “Este livro visa fornecer uma compreensão, além de uma série de ilustrações particularmente da América Latina, de como a cultura enquanto recurso ganhou legitimidade e deslocou ou absorveu outros conceitos a ela conferidos”, diz Yúdice (2013, p. 11).

A noção de cultura como recurso pressupõe seu gerenciamento, **uma perspectiva que não era característica nem da alta cultura nem da cultura cotidiana no sentido antropológico**. E para complicar ainda mais a questão, a cultura como recurso circula globalmente, numa velocidade crescente. (YÚDICE, 2013, p. 12, grifo nosso)

Yúdice (2013) relata como a cultura tem sido convenientemente utilizada como recurso, seja para resolver problemas de segurança pública, seja para recuperar áreas urbanas degradadas, seja para promover o turismo cultural ou ainda para fomentar o crescimento de setores econômicos. Ele também demonstra que não somente governos locais usam a estratégia da cultura como recurso, mas também associações sem fins lucrativos, fundações internacionais e órgãos multilaterais como a Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura (UNESCO) e o Banco Interamericano de Desenvolvimento (BID).

“... hoje em dia é quase impossível encontrar declarações públicas que não arregimentem a **instrumentalização da arte e da cultura**, ora para

melhorar as condições sociais, como na criação de tolerância multicultural e participação cívica através de defesas como as da UNESCO pela cidadania cultural e por direitos culturais, ora para estimular o crescimento econômico através de projetos de desenvolvimento cultural urbano e a concomitante proliferação de museus para o turismo cultural...” (YÚDICE, 2013, p. 27, grifo nosso)

Esse novo papel da cultura na sociedade, comprometido em resolver problemas urbanos, sociais e econômicos, está sendo operacionalizado por uma nova classe de profissionais dedicados. “Essa reorientação das artes está sendo realizada por seus administradores”, explica Yúdice (2013, p. 30).

“... também o setor artístico e cultural se expandiu criando uma enorme rede de **administradores da arte** que intermediam as fontes de fomento, por um lado, e artistas e/ou comunidades, por outro. Como suas contrapartes na universidade e no mundo dos negócios, eles precisam produzir e distribuir os produtores de arte e de cultura, que, por sua vez, alimentam comunidades ou consumidores”. (YÚDICE, 2013, p.30, grifo nosso)

Yúdice (2013) lembra que o Banco Mundial, através de seu ex-presidente James D. Wolfensohn, foi o primeiro banco internacional multilateral a inserir a cultura na discussão do desenvolvimento. Ele cita uma conferência da instituição, ocorrida em outubro de 1999, que teve como tema de abertura “*As contas da cultura: financiamento, recursos e a economia da cultura em desenvolvimento sustentável*” (YÚDICE, 2013, p. 31).

Ele comenta: “Existem dimensões de desenvolvimento da cultura. A cultura material e expressiva é um recurso subvalorizado nos países em desenvolvimento. **Ela pode gerar renda através do turismo, do artesanato, e outros empreendimentos culturais.** (...) O patrimônio gera valor. Parte do nosso desafio mútuo é analisar os retornos locais e nacionais dos investimentos que restauram e extraem valor do patrimônio cultural - não importando se a expressão é construída ou natural, tais como a música indígena, o teatro, as artes” (YÚDICE, 2013, p. 31, grifo nosso)

Ao se propor a financiar a cultura para promover o desenvolvimento, as instituições bancárias se depararam com a questão de como avaliar os projetos culturais, evidenciando, pela primeira vez, a dificuldade que os bancos têm em lidar com a cultura, situação problemática que persiste até os dias atuais. Essas instituições estão habituadas a decidir sobre um financiamento com base no exame de um plano de negócio, documento técnico que detalha toda a operação do negócio, principalmente fluxo de caixa, margem de lucro e prazos de retorno do investimento (SALAZAR, 2015). Yúdice ilustra esse desafio narrando o caso de um

festival de música na Colômbia que buscava financiamento junto a um banco de desenvolvimento multilateral.

Todavia, para se receber financiamentos deve haver dados quantitativos para que a equipe técnica do banco possa avaliar o impacto dos festivais e medir o benefício em termos de um ambiente mais seguro para investimento e retorno. Os instrumentos de aferição precisam medir as possibilidades além das intuições e opiniões. (...) **Desprovidos de dados concretos, indicadores, por exemplo, é difícil justificar investimentos em projetos.** E, é claro, existem dificuldades metodológicas no desenvolvimento de indicadores para a cultura. O conceito é cunhado segundo indicadores econômicos, que possibilitam aos economistas a determinação da “saúde” econômica e a previsão dos tipos de intervenções que a fortalecerão. (YÚDICE, 2013, p. 35, grifo nosso)

Nesse cenário, o argumento da “cultura pela cultura” nunca receberá investimento algum, a não ser que se possa oferecer um tipo de retorno, mesmo que de forma indireta. Dessa maneira, “o resultado final é que as instituições culturais e financiadoras estão cada vez mais voltadas para a medida da utilidade, pois não há outra legitimação aceita para o investimento social” explica Yúdice (2013, p. 35).

Importa compreender que tratar a cultura como recurso é perceber a conveniência do uso da cultura enquanto estratégia para alcançar outros objetivos. “É por haver um propósito que se torna possível falar de cultura como recurso”, afirma Yúdice (2013, p. 68). Que fique claro que existe sim um jogo de interesses. Entretanto, essa compreensão não deve ser interpretada como uma desqualificação ou redução da noção de cultura. Pelo contrário, o reconhecimento da conveniência de tratar a cultura como recurso a desloca para um lugar central na sociedade globalizada. “A cultura enquanto recurso é o componente principal do que poderia definir-se como uma episteme pós-moderna”, conclui Yúdice (2013, p. 56).

A discussão da cultura como recurso pode nos levar em várias direções. A partir do exame da obra de Yúdice (2013), eu derivei seis entendimentos acerca da noção da cultura como um recurso:

- a) a globalização acelerou a transformação da cultura em recurso;
- b) o deslocamento da posição da cultura para um papel central na sociedade;
- c) a cultura se tornou um ativo a ser administrado;
- d) a cultura é convenientemente dirigida para atender a outros propósitos;
- e) a gestão da cultura demanda técnicos, administradores e dirigentes; e
- f) os indicadores culturais são necessários para a medição de impactos e a avaliação de resultados dos programas/projetos/ações culturais.

Interessa particularmente a este estudo o aprofundamento sobre (1) a cultura como recurso para a economia, (2) a cultura como recurso para a administração pública e (3) a cultura como recurso para o turismo. Uma pesquisa exploratória na literatura identificou três categorias temáticas pertinentes ao nosso propósito:

- a) economia da cultura (cultura e economia);
- b) gestão cultural (cultura e administração pública); e
- c) produção associada ao turismo (cultura e turismo).

Somente através da noção da cultura como recurso é que se torna viável e oportuna a discussão sobre economia da cultura, gestão cultural e produção associada ao turismo.

## 2.1 ECONOMIA DA CULTURA

O que se pretende demonstrar nesta seção é que a cultura pode ser pensada economicamente. O argumento principal dos economistas é que a cultura também é um setor econômico capaz de gerar consumo, trabalho e renda. Esse argumento justifica, inclusive, a intervenção estatal no setor cultural, assim como ocorre em outros setores econômicos importantes para a sociedade.

Apresento a seguir os principais estudos sobre os fundamentos econômicos das políticas culturais, pois avalio seus modelos mais adequados para o propósito desta dissertação. “Qualquer que seja o campo, a intervenção do Estado, geralmente controversa, contribui para moldar a oferta e condicionar a demanda”, avisa Benhamou (2009, p. 20).

Um argumento-chave para justificar o investimento público em cultura é o efeito externo positivo multiplicador dos gastos culturais. Benhamou (2009) cita o exemplo do ex-prefeito de Nova York, Rudolph Giuliani, que em 1992 anunciou que a prefeitura iria conceder bolsas a instituições culturais. “Para convencer os contribuintes da legitimidade desses gastos, apoiou-se num estudo que mostra que o impacto econômico total da cultura teria chegado a 55 bilhões de francos”, relata a economista francesa (2009, p. 150). Em outro exemplo, ela cita o caso do Festival

de Avignon de 1985, que em contrapartida a uma subvenção de 13,5 milhões de francos, o festival teria gerado 25,5 milhões de gastos (BENHAMOU, 2009, p. 151).

Assim, alguns estudos de impacto dedicaram-se a avaliar as consequências econômicas dos gastos culturais. **Distinguem-se três grandes categorias de fluxo: diretos** (gastos locais, salários, compras feitas das instituições), **indiretos** (gastos efetuados por todos aqueles que frequentam o organismo cultural) **e induzidos** (retornos positivos desses gastos a longo prazo). Quanto aos custos, compreendem as subvenções e as ajudas *in natura* (cessão de locais e de pessoal). Todos esses estudos mostram que o investimento cultural gera fluxos de renda multiplicados. Parece importante a conclusão: gastar com a cultura redonda em benefício para a vida econômica... (BENHAMOU, 2009, p. 151, grifo nosso)

Um tema amplamente discutido pelos pesquisadores da economia da cultura, e que mais se assemelha ao caso do São João de Caruaru, é o estudo econômico dos festivais. Mesmo em se tratando de festivais privados, organizados por associações culturais, são os modelos que mais se aproximam de um festival público como o São João de Caruaru. “Os festivais são, por definição, os melhores exemplos possíveis do turismo cultural, pois são organizados visando, prioritariamente, essa categoria de espectadores”, diz Greffe (2013, p. 324).

O crescimento da oferta de festivais pode ser explicado pelo cruzamento da oferta cultural com a demanda turística. “Os festivais são exemplos quase ideais da conjunção de uma demanda por eventos culturais da parte dos turistas com uma oferta feita por empresários artísticos, patrocinadores e empresas de discos” (BENHAMOU, 2007, p. 71).

Professor de economia da cultura da Universidade de Paris I - Sorbonne, e consultor convidado da Unesco e da União Européia, Xavier Greffe comenta que as análises mais conhecidas incidiram sobre os festivais de Salzburg e de Avignon.

Na Áustria, o **Festival de Salzburg** continua sendo o principal evento turístico do verão. Desde 1920, sua reputação não deixa de crescer, e ele atraiu, em média, nestes últimos anos, cerca de 200 mil visitantes por ano. **Seus custos são altos e 40% de seu grande déficit é coberto pelo Estado federal, o resto sendo dividido igualmente pela região, pela cidade e pelo fundo local de promoção turística.** Todo mundo concorda, então, em dizer que as repercussões locais justificam esses esforços, sendo que o território recebe, através do viés das despesas dos turistas, a contrapartida dos esforços fiscais. Mas não é bem assim, com exceção da repercussão em termos de imagem.

O cancelamento do **Festival de Avignon** (mas não do festival *off*) em julho de 2003, por causa do movimento dos temporários do espetáculo ao vivo, colocou em primeiro plano a questão das repercussões econômicas desse tipo de evento. Vários estudos haviam sido realizados, periodicamente, para

avaliar o impacto econômico desse festival. Todos chegaram à conclusão de um impacto positivo na economia local, mas o tamanho desse impacto variava de um estudo para outro, tendo em conta metodologias diferentes ou campos de estudos variáveis, integrando ou não o festival *off*. **A pesquisa de 1986 evidenciava várias categorias de resultados:** os resultados diretos (as despesas de produção), avaliados em 2,12 milhões de euros, dos quais 66% beneficiavam diretamente a região metropolitana de Avignon, e 10% a região Paca (Provence-Alpes-Côte-d'Azur); repercussões indiretas (as despesas turísticas com alojamentos, refeições etc), avaliadas em 1,66 milhões de euros; resultados induzidos, não numéricos e consistindo em um reforço do poder de atração cultural, bem como imobiliária, de Avignon. A pesquisa de 1986 avaliou o número de empregos criados: 458 empregos temporários criados diretamente pelo festival e uma centena de empregos permanentes nas empresas prestadoras de serviços. (GREFFE, 2013, p. 325, grifo nosso)

As subvenções públicas aos festivais são praxe em todo o mundo. “Hoje praticamente não existe festival que consiga prescindir totalmente de ajuda do Estado”, sentencia Benhamou (2008, p. 71). O déficit dos festivais é explicado pela “Lei de Baumol”, também chamada de lei da fatalidade dos custos. Em 1965, contratados pela Fundação Ford, os economistas William J. Baumol e William G. Bowen analisaram os problemas financeiros enfrentados pelos teatros da Broadway. Eles construíram um modelo para explicar que o setor de espetáculos ao vivo está impossibilitado de obter ganhos de produtividade por conta do lugar central que o trabalho artístico ocupa nele. Não se pode simplesmente substituir o artista sem perder a qualidade do espetáculo. Pressionado pelo sindicato e pelo mercado, o cachê do artista tende a subir a cada ano, bem como as outras despesas diretas e indiretas da montagem dos espetáculos. “A consequência é um aumento permanente dos custos relativos do espetáculo ao vivo” (BENHAMOU, 2007, p. 57).

A análise desses autores marcou a economia da cultura, **com a conclusão implícita da especificidade do setor e da vinculação necessária das atividades culturais à esfera não-comercial subvencionada.** (...) Continua sendo um instrumento de análise do crescimento endêmico das subvenções concedidas ao espetáculo ao vivo. (BENHAMOU, 2007, p. 62, grifo nosso)

Greffe (2013), não obstante, levanta três questionamentos pertinentes, evidenciando sua visão cética a respeito da eficácia da função dos festivais.

Podem eles contribuir para um desenvolvimento que dure, levando em conta seu caráter temporário? Para o que for essencial, eles não irão importar competências e empregos, requisitando-os de outros territórios, não enriquecendo nem o emprego, nem as competências do território em questão? **O desenvolvimento da mídia, que leva os festivais a**

**umentar, sempre mais, seus orçamentos, não os mergulha em um círculo vicioso?** (GREFFE, 2013, p.324, grifo nosso)

A dimensão econômica, entretanto, não deve ser a única justificativa para o investimento cultural, até porque, na maioria dos casos, o retorno econômico do investimento cultural nem sempre cobre a despesa. “Aliás, justificar a qualquer custo o gasto cultural pelo retorno econômico que possa proporcionar não equivaleria a endossar um arrogante economicismo?”, questiona Benhamou (2009, p. 181).

Em contraponto ao predomínio da análise do retorno econômico, surgiu dentre os próprios economistas uma nova dimensão de análise, de natureza qualitativa, para os efeitos externos positivos dos investimentos culturais, que é sua utilidade educativa para formar melhores cidadãos. Isto é, o gasto cultural contribui para expandir a formação cidadã da população. “Assim, a isenção de impostos de que gozam os museus norte-americanos é resultado da função educativa que exercem”, afirma Benhamou (2009, p. 152).

“Entre seus efeitos externos, a produção e o consumo de bens culturais exercem efeitos positivos sobre a sociedade, mediante a contribuição que fazem à **coesão social e à formação dos homens**” [Pigou]. Scitovsky [1972] julga que o único argumento de peso que pode justificar a ajuda pública é este: educar a inclinação estética dos homens, e com isso eles experimentarão maior bem-estar. (BENHAMOU, 2009, p. 152, grifo nosso)

A maneira como se utiliza a arte e a cultura enquanto estratégia urbana para o desenvolvimento local é uma preocupação de Xavier Greffe. “Hoje a arte e a cultura são, justamente, apresentadas como uma das alavancas mais potentes dessa celebrada transformação dos territórios” (2013, p. 311).

A contribuição positiva das atividades culturais depende de uma conjunção entre o tipo de atividade e as características do território onde elas se situam. Portanto, várias condições estão em jogo.

- **As atividades permanentes oferecem um potencial de desenvolvimento mais elevado do que as outras**, o que é compreensível, pois elas podem dar lugar a antecipações e investimentos. Pelo contrário, um bom número de exposições ou de festivais não causa os mesmos efeitos, não levando a reestruturar, de maneira positiva, o tecido econômico local ou, pior, levando a importar os recursos necessários e a fazer com que o território em questão pague a conta.
- As atividades culturais têm um efeito maior quando o território onde elas se situam é densamente povoado, ou seja, metropolitano. Apenas as cidades grandes dispõem da capacidade necessária de oferecer serviços que satisfaçam as necessidades dos turistas, podendo, então, captar suas receitas. Pelo contrário, os territórios

pouco diversificados e pequenos serão obrigados a importar, de fora, esses mesmos meios para que possam, efetivamente, conservar os turistas em seus territórios.

- **As atividades culturais têm um efeito maior quando as necessidades dos habitantes locais são levadas em consideração.** Transformar um potencial cultural em fontes de atividades variadas utilizáveis durante o ano todo, e não apenas na estação turística, conservar um conjunto patrimonial, achar os meios fiscais para sustentar determinados investimentos, mobilizar um trabalho beneficente, jogar com a solidariedade para evitar a degradação de um conjunto local, implicam, ao mesmo tempo, a consideração e a participação dos habitantes e das comunidades locais.
- Enfim, as atividades culturais têm um efeito maior quando se apoiam mutuamente, criando assim resultados conjuntos. (GRAFFE, 2013, p. 334, grifo nosso)

Grefe (2013) comenta algumas estratégias para o desenvolvimento territorial das cidades a partir da arte e da cultura, destacando o caso dos distritos culturais. Ele conta que a criação dos distritos culturais atende a vários objetivos, citando alguns: “reforçar a identidade, o poder de atração e a competitividade das cidades; estimular uma abordagem empresarial da arte e da cultura; encontrar um novo uso para locais degradados; e estimular a democracia e a diversidade culturais”, exemplifica Grefe (2013, p. 317).

Ele apresenta o caso do distrito cultural de Sheffield, na Inglaterra, criado há mais de 20 anos, ocupando inicialmente uma área industrial abandonada, e que hoje abriga cerca de 3.000 profissionais e 300 empresas em diversas atividades culturais. Conta ainda que recentemente o município ampliou o escopo do distrito para setores da indústria criativa, como publicidade, arquitetura, moda e design (GREFFE, 2013).

No Brasil, o escopo dos setores criativos contemplados pelo Plano da Secretaria da Economia Criativa, publicado em 2011 pelo então Ministério da Cultura, são os seguintes: (1) Patrimônio Material, (2) Patrimônio Imaterial, (3) Arquivos, (4) Museus, (5) Artesanato, (6) Culturas Populares, (7) Culturas Indígenas, (8) Culturas Afro-brasileiras, (9) Artes Visuais, (10) Arte Digital, (11) Dança, (12) Música, (13) Circo, (14) Teatro, (15) Cinema e Vídeo, (16) Publicações e Mídias Impressas, (17) Moda, (18) Design e (19) Arquitetura (BRASIL, 2012. p. 30).

Os setores criativos são todos aqueles cujas atividades produtivas têm como processo principal um ato criativo gerador de um produto, bem ou serviço, **cujas dimensão simbólica é determinante do seu valor**, resultando em produção de riqueza cultural, econômica e social. (BRASIL, 2012, p.22, grifo nosso)

A tendência recente de ampliação do escopo desses distritos para incorporar as atividades das indústrias criativas provocou uma mudança na denominação desses territórios para distritos criativos. Wittmann e Testoni (2019) afirmam que o conceito de distritos criativos começou a aflorar a partir de estudos acadêmicos que tinham como foco a regeneração urbana de pequenas regiões com base na criatividade. “Seja por um processo orgânico ou planejado, os distritos criativos são espaços urbanos onde existe uma expressiva concentração de negócios e atividades criativas”, pontuam as autoras (WITTMANN; TESTONI. 2019, p. 21).

**Outra característica é o uso misto da região, tanto para moradia, quanto para lazer e trabalho.** A localização de tais distritos normalmente se dá em zonas que antes estavam degradadas ou abandonadas, muitas vezes por conta de mudanças das áreas de negócios ou de moradia para outros locais nas cidades. (WITTMANN; TESTONI. 2019, p. 21, grifo nosso).

Dotado de uma visão crítica aguçada, Greffe (2013) chama atenção para a importância da administração desses distritos. Para ele, nem sempre essa política toma a forma esperada devido à pressão de interesses imobiliários, políticos e comerciais, fazendo com que o projeto possa tomar uma direção diferente.

Assim recuperados, armazéns, conventos, cais, monastérios, gasômetros, quartéis etc. podem tornar-se fonte de exclusão. A arte torna-se um pretexto, uma espécie de chamariz por trás do qual caminham interesses comerciais e políticos. O próprio aviso de que serão criados distritos culturais pode provocar uma alta nos valores imobiliários, a rejeição anunciada dos artistas que viriam a se instalar ali e, com certeza, dos artesãos que lá permaneciam, uma colisão entre a procura pelo lazer, a emoção e o comércio. Além disso, **alguns distritos culturais que acolheram grandes cadeias de distribuição de produtos mais ou menos culturais bem depressa se transformaram em distritos comerciais**, como o Veemarktkwartier de Tilburg. (GREFFE, 2013, p. 319, grifo nosso)

A partir dessa exposição, entendo que os distritos criativos são territórios urbanos regenerados, dotados de governança própria e reorientados para abrigar as atividades artísticas, culturais, criativas e turísticas, visando promover o desenvolvimento local sustentável. A atuação do poder público desempenha um papel crucial no estabelecimento e no impulsionamento destas regiões, uma vez que elas precisam ter sua infraestrutura urbana restaurada e requalificada, sua segurança garantida, além de uma gestão que normatize e fiscalize seu funcionamento. Para tanto, é importante a interação entre a gestão pública e a

classe criativa local, bem como uma visão de longo prazo, uma vez que a revitalização de um espaço urbano e sua apropriação pelos moradores da cidade demanda tempo. Além disso, os agentes envolvidos devem atuar de maneira horizontal, de forma que a sociedade civil, comerciantes e empresários, junto ao poder público, exerçam a governança destes distritos criativos.

Recente pesquisa do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE, 2021) deu destaque a Caruaru no ranking dos municípios com maior atratividade específica para atividades culturais. Esse resultado foi divulgado na quinta edição do Sistema de Informações e Indicadores Culturais, com período de referência 2009-2020. A pesquisa Regiões de Influência das Cidades (Regic) investigou para onde a população de cada município se dirige em busca de um conjunto de produtos e serviços que não encontra no local onde reside. Dentre os temas investigados, destacam-se os deslocamentos gerados pela procura por atividades culturais. A pesquisa levantou, dentro da dimensão da cultura, o comportamento habitual médio dos moradores de cada município que se deslocam para outros municípios em busca de shows, festas, festivais, cinemas, teatros, museus e outras atividades culturais, sem considerar aquelas acessadas no próprio local de residência. O topo do ranking nacional de atratividade específica para atividades culturais foi ocupado pelas seguintes cidades: (1) Balneário Camboriú-SC, (2) Crato-CE, (3) Parintins-AM, (4) Caruaru-PE e (5) Caldas Novas-GO (IBGE, 2021).

Ao invés das atividades culturais fazerem parte da ampla gama de bens e serviços oferecidos como nas metrópoles, **nestes centros urbanos menores, tais atividades se tornam a motivação principal** que atrai o deslocamento de moradores de outros municípios aos seus territórios. (IBGE, 2021, p. 14, grifo nosso)

Passo, agora, ao segundo desdobramento da noção da cultura como recurso abordado por este projeto, que se refere especificamente à gestão cultural.

## 2.2 GESTÃO CULTURAL

Em seu discurso de posse como Ministro da Cultura, em 1986, o economista Celso Furtado falou sobre sua percepção do papel suplementar do Estado no campo

cultural. Para ele, “no campo da cultura, o Estado não deve sobrepor-se à sociedade, mas terá de suprir as insuficiências desta” (FURTADO, 2012, p. 684).

Mas o essencial da atividade cultural está na criatividade, que se alimenta de ruptura com o estabelecido. Neste caso, o papel do Estado tem de ser de outra ordem, pois toda pretensão de monitoramento pode produzir resultados inversos aos que se buscam. Isso não significa que o Estado deva ausentar-se, limitar-se a assegurar a liberdade de criação artística, de produção e consumo de bens e serviços culturais. Essa é a tendência nos países de elevado grau de desenvolvimento, com um avançado processo de homogeneização nos padrões culturais de vida. Na medida em que aumenta a densidade da vida cultural, são as instituições criadas pela própria sociedade civil que servem de sustentáculo à ação criativa no plano da cultura. Mas, em sociedades como a nossa, o potencial criativo dos indivíduos seria em grande parte desperdiçado, e as desigualdades no acesso aos valores culturais tenderiam a aumentar, na ausência de uma ação de apoio e estímulo da parte do poder público. **Portanto, na política cultural, como a compreendemos, o Estado, longe de se substituir à sociedade, aplica-se em criar as condições que propiciam a plenitude das iniciativas surgidas dessa sociedade.** (FURTADO, 2012, p. 818, grifo nosso)

A visão de política cultural de Furtado (2012) buscava convergência entre crescimento econômico e cidadania. “A política cultural consiste em um conjunto de medidas cujo objetivo central é contribuir para que o desenvolvimento assegure a progressiva realização das potencialidades dos membros da coletividade” (FURTADO, 2012, p. 797). Ele também se preocupava com a efetiva atuação do Estado para equilibrar as forças atuantes sobre o mercado cultural brasileiro.

Também cabe ao Estado apoiar seletivamente as distintas formas de produção cultural, sem interferir na criatividade artística. Na ausência desse apoio, muitas das iniciativas surgidas no mundo das artes cênicas, plásticas, musicais e literárias estarão condenadas a frustrar-se, ou a permanecer circunscritas a reduzidos espaços sociais. Por outro lado, a grande indústria da cultura adquire peso crescente, com reflexos nem sempre positivos no processo de produção e difusão cultural. **A comunidade de criadores culturais deve encontrar no Estado o suporte que lhe permita debater esses problemas a fim de contribuir para a preservação da identidade cultural do país.** (FURTADO, 2012, p. 1327, grifo nosso)

Mas, afinal, o que é política cultural? E o que não é política cultural? Para realizar esta desafiante tarefa intelectual, recorri à segunda edição da obra clássica do professor Teixeira Coelho (2012), intitulada “*Dicionário crítico de política cultural*”.

Constituindo, antes de mais nada, como neste dicionário se propõe, uma **ciência da organização das estruturas culturais**, a política cultural é entendida habitualmente como programa de intervenções realizadas pelo Estado, instituições civis, entidades privadas ou grupos comunitários com o

objetivo de satisfazer as **necessidades culturais** da população e promover o desenvolvimento de suas representações simbólicas. Sob este entendimento imediato, a política cultural apresenta-se assim como o conjunto de iniciativas, tomadas por esses agentes, visando promover a produção, a distribuição e o uso da cultura; a preservação e divulgação do **patrimônio histórico** e o ordenamento do aparelho burocrático por elas responsável. Essas intervenções assumem a forma de:

- 1) normas jurídicas, no caso do Estado, ou procedimentos tipificados, em relação aos demais agentes, que regem as relações entre os diversos sujeitos e objetos culturais; e
- 2) intervenções diretas de **ação cultural** no processo cultural propriamente dito (construção de centros de cultura, apoio a manifestações culturais específicas etc.).

Como ciência da organização das estruturas culturais, a política cultural tem por objetivo o estudo dos diferentes modos de proposição e agenciamento dessas iniciativas bem como a compreensão de suas significações nos diferentes contextos sociais em que se apresentam. (COELHO, 2012, p. 313, grifo nosso)

O referido professor diferencia quatro tipos básicos de políticas culturais segundo os circuitos nos quais buscam intervir: (1) políticas relativas ao fomento do mercado cultural; (2) políticas relativas à cultura popular e ao patrimônio alheios ao mercado cultural; (3) políticas relativas aos usos educativos de espaços culturais e (4) políticas relativas à institucionalização da organização administrativa da cultura. “Essas políticas podem se manifestar isoladamente ou em diferentes combinações entre elas. A presença simultânea de todas elas caracteriza a existência plena de uma política cultural de Estado”, ensina Teixeira Coelho (2012, p. 318).

Já o termo política de eventos é inicialmente apresentado pelo professor para representar exatamente o oposto do que significa política cultural. A política de eventos privilegia a realização ou o apoio a eventos isolados, “que não configuram um sistema, não se ligam necessariamente a programas anteriores nem lançam pontes necessárias para programas futuros, constituídos por eventos soltos uns em relação aos outros”, explica Teixeira Coelho (2012, p. 321).

É exemplo de uma política de eventos a organização ou o apoio a shows musicais, mostras de teatro ou cinema, realização isolada de filmes ou concertos. **Um concerto isolado, caracterizado pela execução de peças a que os espectadores assistem como num espetáculo comercial convencional, caracteriza uma política de eventos.** Se o concerto é precedido ou seguido por uma “clínica” em que os músicos orientam jovens profissionais, ou se o concerto se encaixa numa série que explora ordenadamente um movimento ou período musical, dando ao público as condições para que sejam devidamente apreciados todos os aspectos envolvidos, diz-se que ele integra uma política cultural.

A política de eventos tem sido criticada por seu caráter alegadamente imediatista (ação que se encerra em si mesma, sem deixar resíduos) e, eventualmente, oportunista (serve ocasionalmente para promover políticos,

partidos, beneficiar artistas etc.). É fácil de ser posta em prática, bastando que existam recursos econômicos. (COELHO, 2012, p. 321, grifo nosso)

Não obstante esse olhar crítico, a política de eventos não deve ser generalizada como um fenômeno completamente oposto à política cultural, pois elas não são mutuamente excludentes. Como vimos anteriormente, os eventos produzem efeitos externos positivos para a sociedade, e a política cultural não deve fechar os olhos para sua capacidade socioeconômica, como ficou demonstrado no caso dos festivais. Sendo assim, o próprio Teixeira Coelho (2012) sugere que a política cultural e a política de eventos possam coexistir atuando de maneira complementar.

Uma política cultural, em seu sentido específico, deve compreender atividades continuadas, que prolonguem seus efeitos no tempo e no espaço, mas deve ser capaz de prever intervalos “vazios” a serem preenchidos por eventos que, por sua singularidade, têm o poder de irrigar, com a força de um impacto de variada natureza, o tecido cultural formal (os circuitos estabelecidos de produtores, divulgadores e consumidores de cultura) e a constelação informal de produtores e consumidores (jovens, amadores, artistas profissionais, espectadores despertados para novas possibilidades e assim por diante. Mostras internacionais de cinema ou vídeo, por exemplo, podem ter mais significação cultural - como estimuladora e multiplicadora da ação de agentes e produtores culturais - do que várias oficinas de cinema e vídeo. (COELHO, 2012, p. 321)

Percebi quatro elementos característicos da política cultural a partir dos ensinamentos do professor Teixeira Coelho (2012). O primeiro é seu caráter sistêmico, que requer a articulação entre suas partes constitutivas. O segundo é seu caráter permanente, que demanda a continuidade das ações culturais no tempo e no espaço. O terceiro é seu caráter estratégico, que exige da ação cultural sua integração a um planejamento. E o quarto é seu caráter avaliativo, que serve tanto para aperfeiçoar as ações culturais quanto para fundamentar as decisões políticas.

Após conceituar e diferenciar política cultural e política de eventos, passo à terceira tarefa desta seção, que se trata de conceituar o termo gestão cultural e de diferenciá-lo de política cultural. O dicionário de Teixeira Coelho (2012), no entanto, não discorreu sobre o verbete gestão cultural, embora ele tenha dedicado boa parte do prefácio da segunda edição para falar sobre o papel do gestor cultural.

*Gestão cultural*, por sua vez, era coisa dos novos tempos de aceleração do papel das finanças no mundo, do desenvolvimento ampliado (sustentável ou não), da globalização e, em especial, do recurso à cultura como mola para a expansão econômica e a promoção da paz e do entendimento entre os povos - que, como se sabe, é o melhor promotor dos negócios. Esse novo

quadro pedia, no lugar do amador em cultura (e que era também um amador da cultura), um profissional capacitado a dominar tudo o que o novo universo do gerenciamento de recursos e possibilidades pedia. Um *gestor cultural*, público ou privado, se impunha. É verdade que de imediato muitos, no campo dos estudos de política cultural, insistiram em que o gestor cultural não era apenas um gerente, um administrador de recursos, meios e pessoas no território da cultura mas, sim, alguém que, dotado de um conhecimento e uma sensibilidade singulares, reunisse as condições para que os criadores culturais alcançassem suas metas tanto quanto o público (porque agora, sim, já se falava em público), sem se esquecer dos políticos que destinavam orçamentos para a cultura ou dos empresários que faziam o mesmo com fundos de suas firmas e que precisavam ter certeza de que esses investimentos eram bem aplicados (de acordo com os bons princípios da *accountability* ou da governança) e gerassem os benefícios esperados (geralmente, de imagem, pública ou privada). Com ou sem essa ressalva, a figura do gestor cultural se impôs. (COELHO, 2012, p. 10)

Para Saravia (2011), o conceito de gestão cultural une fenômenos distintos de dois campos do conhecimento, o da administração (geral e pública) e o da cultura (patrimônio, arte etc.). Logo, o termo gestão cultural se refere a conhecimentos, métodos, técnicas e ferramentas de gestão aplicados ao contexto de uma organização cultural - seja ela pública ou privada.

Falar em gestão cultural significa referir-se a um conjunto de ações de uma organização - pública ou privada - destinado a atingir determinados objetivos que foram planejados e - supõe-se - são desejados pela organização. **Implica implementar normas, planos e projetos, estabelecer estruturas, alocar recursos humanos, financeiros, físicos e tecnológicos e, principalmente, empenhar criatividade e capacidade de inovação para atingir esses objetivos da melhor forma possível.** A especificidade cultural está dada pelo fato de se tratar da implementação de políticas culturais ou de lidar com instituições culturais. Em outras palavras, de estar trabalhando com um intangível como é a cultura nas suas mais diversas manifestações.

Se nos referirmos à atividade do Estado, estaremos atuando no âmbito da política cultural. Ela, como toda política pública, está integrada no conjunto das políticas governamentais e se constitui numa contribuição setorial à busca do bem-estar coletivo. Obedece, portanto, a prioridades que são mais rigorosas quando os recursos são escassos. Há um sistema de urgências e relevâncias tanto entre áreas de política (econômicas e sociais) como dentro de cada política específica. (SARAVIA, 2011, p. 15, grifo nosso).

Da exposição de Saravia (2011), percebo que podem existir dois casos distintos relacionados à atuação do poder público no campo da cultura, sendo que um caso vai direcionar para o uso do termo política cultural, e o outro vai direcionar para o uso do termo gestão cultural. No primeiro caso, tem-se a existência de um órgão da administração pública direta (uma secretaria de cultura, por exemplo) ligado a um ente político (Município, Estado ou União), e nesta situação está claro que se trata da aplicação do termo política cultural. No segundo caso, tem-se a

atuação de uma entidade da administração pública indireta (uma fundação de cultura, por exemplo), também ligada a um ente político, mas que possui autonomia administrativa e financeira em relação a este, e que, por isso, se trata da aplicação do termo gestão cultural, no sentido da administração de uma organização cultural.

Em outra passagem, Saravia (2011) comenta sobre o papel do administrador cultural como responsável pela gestão de organizações culturais, e enfatiza a importância da capacitação desse profissional. Ele sugere que o estudo de métodos e técnicas da administração de projetos sejam convenientes e adequados para a rotina de um administrador cultural, considerando as exigências dessa função.

**A solução talvez seja analisar paralelamente o fenômeno cultural e o fenômeno organizacional e procurar detectar as diversas formas de interação entre eles.** Isso permitiria, ainda, determinar o substrato cultural de métodos e técnicas aparentemente neutras. Não existe uma administração cultural unívoca. As instituições culturais adotam as formas mais variadas e se dedicam a objetivos múltiplos. Preservação e restauração de prédios, monumentos e documentos históricos; levantamento, análise e promoção de manifestações populares dos mais diversos tipos; indústrias culturais tais como o cinema, a rádio, a televisão e a edição de livros; museus e coleções, teatros, música, artesanato, artes plásticas podem ser, permanentemente ou num momento determinado, objetivos da administração cultural. Supõe-se que um administrador cultural passa, ao longo da sua carreira, por atividades ou projetos muito diversos. Seria, pois, mais conveniente proporcionar-lhe instrumentos que fossem aplicáveis a toda essa enorme gama de possibilidades. **Daí a importância de estudar os métodos e técnicas da administração de projetos**, que permitem ao administrador uma atuação polivalente, muito mais adequada às exigências normais da sua função. (SARAVIA, 2011, p.19, grifo nosso)

Considerando tudo o que foi exposto até aqui, eu amadureci um entendimento sobre os significados dos conceitos de política cultural e de gestão cultural no âmbito da administração pública. A política cultural se preocupa com o *que fazer*, tratando da formulação das estratégias culturais; enquanto que a gestão cultural se preocupa *em como fazer*, tratando da administração das ações culturais. Em outras palavras, a política cultural aponta a direção, define a prioridade e formula a agenda; enquanto que a gestão cultural aloca os recursos, mobiliza os parceiros e coordena a execução das ações. A política cultural atua na dimensão estratégica; a gestão cultural atua na dimensão tático-operacional.

Vou ilustrar meu entendimento com o exemplo concreto da Prefeitura do Recife, onde existem em seu organograma tanto uma secretaria de cultura quanto uma fundação de cultura. Cabe à secretaria de cultura a responsabilidade de definir

a política cultural que será implementada na cidade do Recife, restando à fundação de cultura a tarefa de administrar as ações culturais e os espaços culturais.

Todavia, existem cidades, como Caruaru, que não possuem secretaria de cultura no organograma da prefeitura, mas tão somente uma fundação de cultura. E a maioria dos municípios de médio ou pequeno porte não possuem sequer fundação de cultura, mas tão somente uma secretaria multifocal de cultura, turismo, esportes etc. Portanto, em casos assim, tanto a política cultural (foco na estratégica) quanto a gestão cultural (foco na administração) serão atribuições e responsabilidades do mesmo órgão público, seja ele secretaria ou fundação (multifocal ou não).

Importa também alinhar os conceitos de política cultural e de gestão cultural com a discussão emergente sobre a governança cultural. Em 2005 a Unesco realizou a *Convenção sobre a Proteção e Promoção da Diversidade das Expressões Culturais*, que culminou com um documento, ratificado por 146 países, “orientando os esforços das partes para consolidar as capacidades de criação, produção e disseminação de atividades, bens e serviços culturais” (UNESCO, 2018, p. 15).

Em 2018 foi publicado um balanço da implementação dessa convenção. A estrutura do relatório da Unesco (2018) é composta de quatro objetivos, com destaque para o primeiro:

**Objetivo 1 - Apoiar sistemas sustentáveis de governança para a cultura**

- Políticas e medidas nacionais implementadas para promover a criação, a produção, a distribuição e o acesso no que se refere aos diversos bens e serviços culturais, assim como para contribuir para sistemas informados, transparentes e participativos de governança para a cultura. (UNESCO, 2018, p. 37)

De acordo com as evidências apresentadas no relatório da Unesco (2018), a formulação de políticas culturais com a participação de múltiplas partes interessadas somente podem progredir se envolver a sociedade civil, que é definida pelo relatório como “organizações não governamentais, organizações sem fins lucrativos, profissionais da cultura e setores relacionados, grupos que apoiam o trabalho de artistas e comunidades culturais” (2008, p. 92). As principais conclusões relacionadas com o envolvimento da sociedade civil na governança cultural são:

- O objetivo da Convenção de apoiar sistemas sustentáveis de governança para a cultura somente pode ser alcançado por meio da expressiva participação da sociedade civil;

- **Muitos atores da sociedade civil acreditam que os processos de formulação de políticas não são transparentes, e que as leis e as normas não permitem essa participação;**
- Uma parcela importante da sociedade civil está determinada a exercer seu papel na melhoria da governança cultural e no desenvolvimento de políticas públicas;
- Os atores da sociedade civil responderam à Convenção mobilizando seus pares e participando na defesa dos objetivos propostos, gerando e compartilhando conhecimento, bem como criando redes;
- Para ir mais longe, o núcleo da sociedade civil precisa de apoio e recursos de desenvolvimento de capacidades, com foco na participação nas políticas, na comunicação e no estabelecimento de redes. (UNESCO, 2018, p. 89, grifo nosso)

Fica claro que há potencial para aumentar o envolvimento da sociedade civil na política cultural, causando maior impacto sobre a governança cultural. Essa também é a percepção de Rubim (2006), que ressalta o papel do controle social na condução da governança cultural.

Na perspectiva das políticas públicas, a governança da sociedade, na atualidade, transcende o estatal, impondo a negociação como procedimento usual entre os diferentes atores sociais. **Somente políticas submetidas ao debate e crivo públicos podem ser consideradas substantivamente políticas públicas de cultura.** Tal negociação, entretanto, é sempre bom lembrar, acontece entre atores que detêm poderes desiguais e encontram-se instalados de modo diferenciado no campo de forças que é a sociedade capitalista contemporânea. Assim, políticas públicas de cultura podem ser desenvolvidas por uma pluralidade de atores político-sociais, não somente o Estado, desde que tais políticas sejam submetidas obrigatoriamente a algum controle social, através de debates e crivos públicos. (RUBIM, 2006, p. 11, grifo nosso)

Na sequência, trago os principais conceitos relacionados com gestão e governança aplicados ao setor público, organização de eventos, governança de grandes e megaeventos, além do caso da reestruturação do Natal Luz de Gramado.

Para conceituar gestão e governança aplicadas ao setor público, faço uso da terceira edição do Referencial Básico de Governança (RBG) para organizações públicas editado pelo Tribunal de Contas da União. Para o TCU, o conceito de governança pública organizacional compreende essencialmente os mecanismos de liderança, estratégia e controle postos em prática para avaliar, direcionar e monitorar a atuação da gestão, com vistas à condução de políticas públicas e à prestação de serviços de interesse da sociedade (TCU, 2020).

Vale ressaltar que governança não é sinônimo de gestão. E o TCU explica.

**Assim, enquanto a governança é a função direcionadora, a gestão é a função realizadora.** A Figura 1 representa essas distinções de modo resumido: enquanto a governança é responsável por estabelecer a direção a ser tomada, com fundamento em evidências e levando em conta os interesses dos proprietários [cidadãos] e partes interessadas, a gestão é a função responsável por planejar a forma mais adequada de implementar as diretrizes estabelecidas, executar os planos e fazer o controle de indicadores e de riscos. (TCU, 2020, p. 17, grifo nosso)

Figura 1 - Relação entre governança e gestão



Fonte: TCU (2020)

A governança se preocupa com a qualidade do processo decisório e sua efetividade. Os problemas priorizados foram resolvidos? Os resultados esperados foram alcançados? A gestão, por sua vez, recebe o direcionamento superior e se preocupa com a qualidade da implementação desta direção, com eficácia e eficiência. Tem-se os recursos necessários? Quanto é razoável gastar? (TCU, 2020).

**A governança pública organizacional envolve três atividades básicas realizadas pelos seus responsáveis:**

- a) Avaliar, com fundamento em evidências, o ambiente, os cenários, as alternativas, o desempenho e os resultados atuais e os almejados. É necessário avaliar para poder direcionar.
  - b) Direcionar, priorizar e orientar a preparação, a articulação e a coordenação de políticas e de planos, alinhando as funções organizacionais às necessidades das partes interessadas (usuários dos serviços, cidadãos e sociedade em geral) e assegurando o alcance dos objetivos estabelecidos. O direcionamento dá os critérios para o monitoramento.
  - c) Monitorar os resultados, o desempenho e o cumprimento de políticas e planos, confrontando-os com as metas estabelecidas e as expectativas das partes interessadas. O monitoramento gera insumos para a avaliação.
- (...)

**Já as atividades básicas de gestão são:**

- a) Planejar - dada a direção, as prioridades e os objetivos, quais são os passos para chegar lá?
- b) Executar - colocar o plano para funcionar e gerar resultados de políticas e serviços; e

c) Controlar - como estão os indicadores de eficácia e de eficiência? Como lidar adequadamente com os riscos de não cumprir as metas? (TCU, 2020, p. 17-19, grifo nosso)

Segundo a coletânea de gestão de eventos da ABNT (2017), um evento é definido como “um encontro planejado em relação a um período de tempo e um local onde uma experiência é criada e/ou uma mensagem é transmitida”. Compete ao organizador de eventos desenvolver atividades de planejamento, organização, promoção, realização, gerenciamento de recursos e prestação de serviço especializado de eventos. O organizador, ou a empresa organizadora de eventos, deve ser capaz de realizar as atividades conforme abaixo descrito (ABNT, 2017).

**4.2.1** Identificar e definir o evento, o que pode incluir: analisar pesquisas; acompanhar a tendência de mercado; serviços e ações da concorrência; identificar oportunidades e possibilidades de patrocínio e apoio; idealizar eventos; elaborar estudo de viabilidade; conhecer o histórico do evento e de evento similar anterior; identificar e analisar as características do evento; identificar o perfil do público-alvo e expectativa de número de participantes; planejar o objetivo e resultados esperados; identificar local, estrutura e serviços necessários, complementares e de terceiros; analisar e definir o tema e o calendário; planejar a programação técnica, científica e social; analisar e planejar a exposição mostra e lançamento; definir produtos e serviços adicionais; elaborar estratégias de comunicação e divulgação.

**4.2.2** Coordenar o pré-evento, o que pode incluir: definir metas, ações estratégicas, logística, acessibilidade e questões de segurança e de sinalização; observar e cumprir a legislação; escolher fornecedores e prestadores de serviços; formar equipes; obter autorização de despesas extras; identificar o ponto de equilíbrio, estabelecer preço e formas de pagamento; controlar gastos; administrar pagamentos; elaborar protocolos, cerimoniais e regulamentos; providenciar transporte e hospedagem; cuidar dos procedimentos legais e de seguro; elaborar e controlar listas de participantes, convidados e palestrantes; elaborar e acompanhar a lista de checagem (check list); coordenar a organização do dossiê informativo e portfólio do evento; examinar e dimensionar equipamentos, instalação, móveis, sinalização e materiais diversos; analisar riscos e definir cobertura de seguro; providenciar manuais para os expositores, elaborar ou orçar cálculo e recolhimento de taxas (água, energia elétrica e limpeza).

**4.2.3** Coordenar a comercialização e divulgação do pré-evento, o que pode incluir: identificar clientes potenciais; manter contato com o cliente; elaborar e analisar propostas, contratos, postagens, acordos e termo de responsabilidade; elaborar e apresentar relatórios; atuar como articulador, vendedor e comprador; estabelecer acordos e parcerias comerciais; avaliar resultados; captar patrocínio, apoio e recursos; negociar preço e formas de pagamento; analisar fluxo de vendas, coordenar o fluxo de comissões; munir os meios de comunicação de informações sobre o evento.

**4.2.4** Coordenar a realização do evento, o que pode incluir: dimensionar e implementar uma secretaria; implementar a programação do evento; administrar contratos, acordos e parcerias; coordenar a logística geral do evento; manusear e entregar materiais; supervisionar e coordenar as equipes e os serviços (higiene, limpeza, brigadista de incêndio, segurança patrimonial, apresentação de funcionários, de prestadores de serviço e outros); Tomar providências corretivas; receber os veículos de comunicação;

orientar a montagem e a desmontagem do evento; acompanhar a vistoria de recebimento e entrega do local utilizado.

**4.2.5** Assegurar a satisfação do cliente, o que pode incluir: acolher e recepcionar clientes, participantes, palestrantes e convidados; acompanhar o serviço de atendimento; orientar e acompanhar o atendimento aos clientes recomendados (VIP) e pessoas com mobilidade reduzida ou em cadeiras de rodas; prevenir e solucionar problemas; controlar e manter o padrão de qualidade; oferecer serviço personalizado; efetuar avaliação final junto ao cliente ou participante.

**4.2.6** Atuar empresarialmente, o que pode incluir: maximizar a rentabilidade e a lucratividade; considerar questões de sustentabilidade para o evento; otimizar recursos e resultados; impulsionar novos negócios; manter-se informado sobre todos os aspectos do estabelecimento, novas tecnologias e negócios; observar as certificações existentes; representar a empresa; estabelecer e manter rede de contatos; trabalhar em parceria com empresas do setor; manter o valor comercial e o ativo do empreendimento; aumentar a projeção do empreendimento no mercado; incentivar e desenvolver ações motivadoras, de cooperação, participação e comprometimento da equipe; analisar resultados frente aos padrões de qualidade definidos; controlar custos e receita; obedecer a legislação e ao código de ética da empresa ou da categoria.

**4.2.7** Maximizar a segurança e a privacidade do participante, o que pode incluir: assegurar a privacidade do participante no fornecimento de informações; supervisionar o controle de acesso ao evento; acionar as autoridades competentes; acompanhar as visitas precursoras; encaminhar à segurança patrimonial informações sobre anormalidades durante o evento; monitoramento e adequação de acessos e espaços privativos; verificar se as sinalizações e as instruções de segurança estão adequadas ao evento; acionar a segurança patrimonial; orientar e providenciar socorro em caso de acidente e emergência.

**4.2.8** Coordenar o pós-evento, o que pode incluir: elaborar e encaminhar cartas de agradecimento; fornecer cadastros de participantes inscritos; emissão de certificados; tabular e apresentar dados estatísticos; controlar e efetuar pagamento aos fornecedores contratados; elaborar e apresentar relatório financeiro e notas de despesa; concluir e fornecer relatório do evento; apresentar avaliação global do evento. (ABNT, 2017, grifo nosso)

Na parte final deste relatório consta um anexo que compila as classificações e os termos técnicos de gestão de eventos que fundamentam esta dissertação.

Uso como referência para o conceito de governança de grandes e megaeventos a tese de doutorado de Claudinete Santos, intitulada “*Eficácia da governança de grandes e megaeventos: uma proposta para framework de análise*”, apresentada ao Programa de Pós-graduação em Administração da Universidade Federal de Pernambuco. Ela define evento como um fenômeno único e experiencial, “delimitado por espaço e tempo, não podendo ser perfeitamente replicado devido às variações das partes envolvidas, do sistema de gestão, dos conteúdos tratados pela governança e do contexto ambiental” (SANTOS, 2019, p. 15). Ela diferencia e conceitua a categoria de grandes e megaeventos.

**Entende-se que grandes e megaeventos são projetos (organizações temporárias)** que possuem um contexto organizacional, caracterizado, principalmente, por sua evolução histórica, natureza, tipologia, conceito e força da marca. Essas variáveis são basilares para outros elementos, como: o patrocínio, a organização, a infraestrutura, a programação (*line up*) e o âmbito de atuação do evento. (SANTOS, 2019, p. 305, grifo nosso)

Santos (2019) exemplifica grandes eventos como grandes feiras, exposições, festivais, eventos culturais e esportivos, com grande visibilidade na mídia e grande atratividade de público, com participação significativa de profissionais e também de voluntários, causando grandes impactos econômicos, sociais e ambientais. “A indústria de eventos movimentada a economia local por meio das atividades produtivas de serviços em hospedagem, alimentação, transporte, compras e outros, proporcionando expansão em sua indústria” (SANTOS, 2019, p. 19).

**Esta tese define a Governança de Grandes e Megaeventos como um sistema eficaz de direção, controle e avaliação estratégica para o alcance de objetivos e resultados direcionados aos stakeholders.** Esse sistema é moldado pelos conteúdos tratados na governança que, por sua vez, são adequados ao seu contexto de atuação. Isso posto, pressupõe-se que a análise da eficácia da governança ocorre a partir das dimensões relacionadas à Governança de Grandes e Megaeventos, a saber: contexto, conteúdo, sistema e processos da governança. (SANTOS, 2019, p. 21, grifo nosso)

A governança do grande e megaevento é eficaz ao entender o contexto do grande evento “para tomar suas decisões frente à direção de seus conteúdos estratégicos, ao controle de seus componentes sistêmicos e à avaliação de objetivos propostos e resultados alcançados”, diz Santos (2019).

Para a validação da proposta teórica da tese, Santos (2019) testou seu modelo de análise da governança de grandes e megaeventos no Rock in Rio 2017 e 2018, e também na edição do Natal Luz de Gramado 2018, de onde coletei as informações sobre a reestruturação deste grande evento turístico brasileiro.

No contexto do mapa do turismo brasileiro, o município de Gramado-RS está classificado na categoria “A” e integra a região turística das Hortênsias. Segundo a base pública de dados oficiais do Ministério do Turismo, a atividade turística no município está caracterizada conforme os parâmetros seguintes (MTUR, 2022):

- f) 959.445 visitantes domésticos;
- g) 39.774 visitantes internacionais;
- h) 163 meios de hospedagem;

- i) 2.758 empregos;
- j) R\$ 60.905.220,00 gerados em impostos federais.

A primeira edição do Natal Luz de Gramado ocorreu em 1986. Santos (2019) subdivide a trajetória histórica do evento em três fases: a 1ª fase, de 1986 a 2000, é caracterizada pelo pioneirismo e crescimento loco-regional do evento; a 2ª fase, de 2001 a 2010, é caracterizada pela maturação e expansão nacional e internacional do evento; e a 3ª fase, desde 2011, é caracterizada pela reestruturação e estabilidade do evento (SANTOS, 2019).

A reestruturação do evento ocorreu essencialmente por conta de uma ação judicial proposta pelo Ministério Público do Estado, que questionou a habitual celebração de convênio entre a Prefeitura Municipal de Gramado e a Associação de Turismo e Cultura de Gramado. O entrevistado E17 resume a situação dramática de forma contundente: “Ou a prefeitura executava integralmente, dentro da estrutura que lhe era competente, com os recursos públicos sendo geridos por pessoas públicas, ou não se faria mais o evento” (SANTOS, 2019, p.227).

Então foi aprovada uma lei municipal que criou um conselho gestor para o evento e autorizou a criação de uma empresa pública municipal para realizar as próximas edições do evento. Em 18 de dezembro de 2012 foi sancionada a lei nº 3.066, que tratou sobre a Autarquia Municipal de Turismo - GRAMADOTUR, pessoa jurídica de direito público interno, compondo a administração indireta do município, dotada de autonomia administrativa, financeira, contábil, técnica e funcional, vinculada ao Gabinete do(a) Prefeito(a). Constituem objetivos da GRAMADOTUR o planejamento e a execução das atividades vinculadas direta ou indiretamente ao turismo e à cultura do município, funcionando por prazo indeterminado, com sede e foro no município de Gramado, localizado na Serra Gaúcha (GRAMADO, 2012).

Em dezembro de 2012, por meio da Lei 3.066/2012, Gramado instituiu a primeira Autarquia de Turismo e Cultura da região sul do Brasil, com iniciativa da Prefeitura de Gramado, visando dinamizar e ordenar as ações de turismo e cultura da cidade.

Para aprovar suas ações, foi criado o Conselho de Administração, composto por 3 servidores do Município, um membro da VISÃO, um representante do Convention & Visitor Bureau, um membro do Sindicato da Hotelaria, um da Abrasel, um membro da CDL e um da SINDIMOBIL.

**Compete à Gramadotur o planejamento de atividades vinculadas ao turismo e a cultura de Gramado, que sejam de sua responsabilidade, além de promover a participação da comunidade nas ações para o desenvolvimento do turismo, realizar eventos integrantes do**

**calendário oficial, realizar a gestão orçamentária, financeira e patrimonial da Autarquia, propor a estrutura funcional e a criação de cargos da Autarquia, celebrar contratos e convênios, contratar pessoal técnico e administrativo e licenciar eventos promovidos pela iniciativa privada.**

A Gramadotur tem por objetivo fomentar ainda mais o turismo e desenvolver os eventos de Gramado, mantendo a qualidade e boa reputação, buscando, principalmente, a inovação.

A Gramadotur é responsável por realizar a Páscoa em Gramado e Gramado Aleluia, Festa da Colônia, Festival de Cinema, Festival de Cultura e Gastronomia e Natal Luz, além de coordenar o Centro de Exposições e Congressos Expogramado, onde se localiza. Também mantém, como contrapartida social, o Programa de Artes Pedro Henrique Benetti, no qual a comunidade gramadense pode desenvolver talentos como dança, teatro, canto e muitos outros. (GRAMADOTUR, 2022, grifo nosso)

A GRAMADOTUR tem a seguinte estrutura organizacional básica: (1) Conselho de Administração; (2) Conselho Fiscal; e (3) Administração Executiva, que é composta por: a) Presidência; b) Procuradoria; e c) Departamentos Executivos.

**Art. 6º O Conselho de Administração será composto por 9 (nove) membros, com as seguintes origens:**

I – 3 (três) membros de livre indicação do Prefeito Municipal, que deverão ser servidores públicos do Município de Gramado;

II – 1 (um) membro representante da VISÃO – Agência de Desenvolvimento;

III – 1 (um) membro representante do Convention & Visitors Bureau da Região das Hortênsias;

IV – 1 (um) membro representante do Sindicato da Hotelaria, Restaurantes, Bares e Similares da Região das Hortênsias;

V – 1 (um) membro representante da Associação Brasileira de Bares e Restaurantes de Gramado – Abrasel;

VI – 1 (um) membro representante da Câmara de Dirigentes Lojistas de Gramado – CDL;

VII – 1 (um) membro representante do Sindicato das Indústrias do Mobiliário da Região das Hortênsias – SINDIMOBIL;

**§ 1º - Ao Conselho de Administração, cujas decisões serão tomadas por maioria simples de seus membros presentes nas reuniões, compete:**

I – estudar, planejar e conceber as diretrizes para o desenvolvimento da GRAMADOTUR;

II – propor à Diretoria Executiva, correções no planejamento e execução das metas e objetivos da GRAMADOTUR;

III – aprovar projetos e autorizar a atuação da GRAMADOTUR, em caráter transitório, fora do território do Município, para o desenvolvimento e execução de eventos vinculados ao turismo e a cultura de Gramado;

IV – nominar até 3 (três) candidatos ao Prefeito Municipal para a escolha do Diretor-Presidente da GRAMADOTUR;

V – propor ao Prefeito Municipal, mediante decisão fundamentada, a exoneração do Diretor-Presidente da GRAMADOTUR;

VI – autorizar a aquisição de bens imóveis e a alienação de bens móveis e imóveis;

VII – autorizar a realização de operações de créditos;

VIII – sustar, mediante decisão fundamentada, os atos do Diretor-Presidente que exorbitem as competências do cargo ou que firam o interesse público da GRAMADOTUR;

IX – determinar, mediante instauração de processo administrativo disciplinar, os atos praticados por seus servidores que se mostrem eivados de ilegalidade e os lesivos ao patrimônio da GRAMADOTUR;

X – apreciar o parecer do Conselho Fiscal sobre a gestão fiscal da GRAMADOTUR;

(...)

**Art. 8º O mandato dos integrantes do Conselho de Administração se caracteriza como serviço público relevante, sendo vedada a fixação de remuneração sob qualquer título.**

(...)

**Art. 10 O Conselho Fiscal será composto por 3 (três) membros, designados pelo Prefeito Municipal, para um mandato de dois anos, permitida uma recondução.**

§ 1º A escolha recairá sobre servidores ocupantes de cargo de provimento efetivo, sendo pelo menos um formado em Ciências Contábeis, com registro no Conselho Regional de Contabilidade.

§ 2º A participação no Conselho Fiscal não será remunerada.

§ 3º O Conselho fiscal se reunirá, ordinariamente, uma vez por ano, até 30 (trinta) de abril, para apreciar e opinar sobre as demonstrações contábeis da GRAMADOTUR e, extraordinariamente, a qualquer tempo e com o mesmo fim, mediante requerimento do Presidente do Conselho de Administração.

(...)

**Art. 11 Ao Diretor-Presidente compete a execução das atividades da GRAMADOTUR, dando aplicação às deliberações do Conselho de Administração, sendo competência exclusiva:**

I – representar a GRAMADOTUR em juízo e fora dele;

II - administrar bens e serviços da GRAMADOTUR;

III – gerir os recursos financeiros;

IV – admitir e exonerar os servidores;

V – celebrar contratos e autorizar despesas;

VI – convocar e presidir as reuniões administrativas para o acompanhamento do planejamento estratégico, das ações, planos e programas em execução;

VII – submeter ao Prefeito Municipal, depois de ouvido o Conselho de Administração, a previsão orçamentária da autarquia para inclusão no Plano Plurianual – PPA, na Lei de Diretrizes Orçamentárias – LDO, e na Lei Orçamentária Anual – LOA;

VIII – submeter à apreciação do Prefeito, depois de ouvido o Conselho de Administração, minutas para anteprojetos de leis, decretos e outras normas de interesse da GRAMADOTUR;

IX – celebrar convênios e termos de cooperação técnica e financeira com outros órgãos e entidades da Administração Pública e privada, depois de ouvido o Conselho de Administração;

X – apresentar ao Prefeito Municipal relatório de gestão, após manifestação do Conselho Fiscal;

XI – ordenar e coordenar as atividades dos demais órgãos da GRAMADOTUR;

XII – expedir portarias, instruções normativas e demais atos administrativos necessários à boa consecução das atividades da GRAMADOTUR;

XIII –prestar informações, quando solicitadas na forma da lei, ao Poder Legislativo do Município de Gramado. (GRAMADO, 2012, grifo nosso)

Constituem receitas da GRAMADOTUR: I - dotações orçamentárias próprias; II - receitas oriundas da venda de ingressos em eventos e da comercialização de produtos licenciados com as marcas registradas do Município; III - captação de patrocínios; IV - produto da remuneração pela utilização de seus bens; V - dos

auxílios, subvenções, operações de créditos que lhe forem concedidos pelos governos federal, estadual e municipal, ou por organismos de cooperação internacional, ou ainda, pessoas físicas e jurídicas privadas nacionais e estrangeiras; VI - o produto de outras rendas patrimoniais; VII - resultado de aplicações financeiras (GRAMADO, 2012).

A 34ª edição do Natal Luz de Gramado, ocorrida antes do *lockdown* da Covid-19, teve 81 dias de temporada, sendo realizada de 24 de outubro de 2019 a 12 de janeiro de 2020. A Gramadotur apresentou os resultados oficiais desta edição em coletiva de imprensa no auditório da Prefeitura de Gramado (TURISMO, 2022).

**O Natal Luz 2019/2020 obteve resultado positivo de quase R\$ 7,4 milhões. Foram contabilizados R\$ 36.909.754,53 de receitas e R\$ 29.551.392,10 em despesas.** Este superávit será investido na manutenção da Gramadotur, além de ampliar e qualificar os primeiros eventos de 2020 como a Páscoa em Gramado e a Festa da Colônia. A diretoria também ressalta o movimento na economia local, investimentos sociais e pesquisa da Universidade de Caxias do Sul – UCS. “Podem ter a certeza que fizemos um excelente trabalho com um resultado muito positivo para a Gramadotur e para o Município”, destacou o presidente da Gramadotur, Edson Néspolo. O Presidente fez questão de destacar o significativo aumento nos investimentos no evento. “Investimos R\$ 4 milhões a mais e tivemos o mesmo lucro da edição anterior”. Néspolo também comemora o resultado positivo em ter aumentado os patrocinadores desta edição. “Todos os patrocinadores da 33ª edição renovaram para a 34ª edição do Natal e ainda tivemos um acréscimo de grandes marcas como Mastercard, CVC, XP Investimentos, Bauducco e a Gol, inclusive nosso grande apresentador, o Bradesco”, destacou.

(...)

Foram comercializados para os três espetáculos pagos do evento 204 mil ingressos. O espetáculo *Illumination* foi o show que mais vendeu ingressos, 98 mil. O *Desfile A Magia do Noel* vendeu quase 82 mil ingressos e a *Lenda do Bosque de Natal*, 24 mil ingressos. **No total, os ingressos geraram uma receita de pouco mais de R\$ 27 milhões.** O Presidente Edson Néspolo anunciou durante a coletiva de imprensa que o valor dos ingressos não serão aumentados para esta 35ª edição. (TURISMO, 2022, grifo nosso)

A reestruturação da gestão e da governança do Natal Luz de Gramado tornou-se referência nacional. Seu exemplo será retomado na seção do apêndice.

Trato, por fim, do terceiro desdobramento da noção da cultura como recurso abordado por esta dissertação, referente à produção associada ao turismo.

## 2.3 PRODUÇÃO ASSOCIADA AO TURISMO

Todo município tem o dever, atribuído diretamente pela Constituição Federal, de promover o turismo como um fator de desenvolvimento socioeconômico. “Art. 180. A União, os Estados, o Distrito Federal e os Municípios promoverão e incentivarão o turismo como fator de desenvolvimento social e econômico” (BRASIL, 1988). Esta seção tem o objetivo de apresentar o São João de Caruaru não somente como um evento, mas sobretudo como um elemento capaz de incrementar a competitividade do destino turístico, sendo capaz também de promover o desenvolvimento da produção associada ao turismo no município de Caruaru.

A política nacional de turismo do governo brasileiro considera o turismo como “as atividades realizadas por pessoas físicas durante viagens e estadas em lugares diferentes do seu entorno habitual, por um período inferior a um ano, com finalidade de lazer, negócios ou outras” (BRASIL, 2008, art. 2º, parágrafo único).

Essas viagens e estadas devem gerar movimentação econômica, trabalho, emprego, renda e receitas públicas, constituindo-se instrumento de desenvolvimento econômico e social, **promoção e diversidade cultural** e preservação da biodiversidade. (BRASIL, 2008, art. 3º, parágrafo único, grifo nosso)

O Ministério do Turismo criou o conceito de produção associada ao turismo para fins de planejamento e implementação da política pública de turismo, considerando a necessidade de identificar e destacar segmentos econômicos que possibilitem a ampliação e a diversificação da oferta turística. O Ministério do Turismo define a produção associada ao turismo nos seguintes termos:

Qualquer produção artesanal, industrial ou agropecuária que detenha **atributos naturais e/ou culturais de uma determinada localidade ou região**, capazes de agregar valor ao produto turístico. São as riquezas, os valores e os sabores brasileiros. É o design, o estilismo, a tecnologia: o moderno e o tradicional. É ressaltar o diferencial do produto turístico para incrementar sua competitividade. (MTUR, 2011, p. 13, grifo nosso)

O referido manual trata especificamente de três setores possíveis para trabalhar seus produtos em associação com o turismo: os produtos agropecuários, o artesanato e as manifestações populares. “A cultura é fundamental na promoção do desenvolvimento de um destino turístico”, destaca o relatório (MTUR, 2011, p. 15).

São exemplos de manifestações da cultura popular: Carnaval, Semana Santa, **São João**, Peão de Boiadeiro, Bumba Meu Boi, Boi-Bumbá, Boi de Parintins, Batuque, Jongo, Congada, Folia, Caçada da Rainha, Romaria,

Festa do Divino, manifestações religiosas da cultura afro e afrodescendente, grupos folclóricos, dentre outros (BRASIL, p. 15, 2011, grifo nosso)

Para Tedeschi (2012), a produção associada agrega valor ao turismo por meio de produtos locais que expressam a identidade cultural do destino. “Os exemplos mais comuns são artesanato e a produção agropecuária, mas as manifestações culturais e a própria gastronomia também podem ser avaliados como produtos associados ao turismo”, diz Tedeschi (2012, p. 2).

O planejamento do destino com foco na produção associada ao turismo é apontado por Tedeschi (2012) como uma estratégia acertada para desenvolver tanto o turismo como as atividades ditas associadas.

Ao provocar um novo olhar sobre o território e identificar novos produtos com identidade local e cultural, **o destino turístico se fortalece pela diversificação da sua oferta, ganha desenvoltura e se torna distinto, único e mais competitivo no mercado.** Esse aumento de competitividade é facilmente aferido por meio de indicadores tais como o aumento do gasto médio e da permanência dos turistas. (TEDESCHI, 2012, p. 2, grifo nosso)

Tedeschi (2012) comenta que o maior benefício da estratégia do planejamento do destino com foco na produção associada ao turismo é a inclusão dos pequenos negócios na economia do turismo. “São empreendedores que, embora sempre estivessem presentes em territórios considerados turísticos, não vislumbravam as oportunidades de uma atividade econômica que passava à sua margem” (TEDESCHI, 2012, p. 3).

Para esses pequenos empreendimentos, o conceito de produção associada trouxe à luz a possibilidade de um total reposicionamento frente à abertura de um novo canal de mercado, **que valoriza o seu trabalho, a sua arte e suas tradições;** mais do que isso, esses empreendedores passam a se sentir parte importante da oferta turística, divulgada em todas as mídias e para pessoas de todos os lugares, trazendo assim um sentido de pertencimento, de orgulho por ser reconhecido em contribuir para a formação da cultura e identidade local. (TEDESCHI, 2012, p. 3, grifo nosso).

Nesse sentido, podemos entender que o São João é um elemento importante para a competitividade de Caruaru enquanto destino turístico, que conta também com dois outros atrativos relevantes: o Alto do Moura, considerado pelos caruaruenses como o maior centro de artes figurativas das Américas, e a Feira de Caruaru, tombada em 2006 pelo Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (IPHAN) como patrimônio cultural imaterial do Brasil, sendo constituída pela

integração de 14 feiras setoriais e duas edificações: Feira da Sulanca; Feira de Artesanato; Feira do Paraguai ou de Importados; Feira de Frutas e Verduras; Feira de Gado; Feira de Raízes e Ervas Medicinais; Feira do Troca-Troca; Feira de Flores e Plantas Ornamentais; Feira do Couro (calçados, chapéus, bolsas etc feitos do material); Feira Permanente de Confecções Populares; Feira das Ferragens; Feira de Artigos de Cama, Mesa e Banho; Feira do Fumo; Feira de Massas, Doces e Guloseimas; Mercado de Carne e Mercado de Farinha (IPHAN, 2009).

Portanto, afirmo que Caruaru possui os três elementos competitivos da produção associada ao turismo que agregam valor a um destino: (1) a manifestação da cultura popular representada pelo São João, (2) o artesanato representado pelas cerâmicas figurativa e utilitária do Alto do Moura e (3) a gastronomia local representada tanto pelos produtores rurais e feirantes de insumos e ingredientes quanto pelos comerciantes de pratos regionais da Feira de Caruaru.

É oportuno enfatizar que planejar o turismo com foco na produção associada contribui para o alcance dos objetivos e metas da Agenda 2030 para o Desenvolvimento Sustentável da Organização das Nações Unidas (AGENDA, 2022):

- a) objetivo 8 - promover o crescimento econômico inclusivo e sustentável, emprego pleno e trabalho decente para todos;
- b) meta 8.9 - até 2030, elaborar e implementar políticas para promover o turismo sustentável, que gera empregos, promove a cultura e os produtos locais.

Também vale destacar que esse foco está alinhado com as diretrizes do Plano Nacional de Turismo 2018-2022 (BRASIL, 2019):

- a) fortalecimento da regionalização do turismo;
- b) melhoria da qualidade e da competitividade no setor de turismo;
- c) incentivo à inovação; e
- d) promoção da sustentabilidade.

Faço a seguinte analogia: a cultura está para o conteúdo assim como o turismo está para a embalagem do produto - neste caso, o São João de Caruaru.

Nesse cenário, o turismo criativo surge como um importante elemento para o planejamento do turismo em Caruaru com foco na produção associada. O conceito de Turismo Criativo, definido inicialmente por Greg Richards e Crispin Raymond (2000), envolvia a participação do turista em atividades de aprendizagem

conduzidas pelos próprios moradores, proporcionando a descoberta de modos de ser/fazer/sentir característicos da comunidade local, resultando em uma experiência marcante para o visitante. Esta definição corresponde ao que pode ser entendido como a gênese do turismo criativo, representada por atividades de aprendizado e experiências criativas desenvolvidas em pequena escala, oferecidas principalmente por empreendedores criativos como atividade complementar de outra produção criativa.

A Rede de Cidades Criativas da UNESCO, projeto lançado em 2004 para promover a cooperação entre as cidades que reconhecem a criatividade como um fator importante no seu desenvolvimento urbano, adotou e definiu o conceito de turismo criativo como uma viagem direcionada a uma experiência engajada e autêntica, com aprendizado participativo nas artes, patrimônio ou características especiais de um lugar, e fornece uma conexão com aqueles que residem no local e criam essa cultura viva (UNESCO, 2004).

Uma variação dessa abordagem vinculou o turismo criativo ao turismo de base comunitária e ao conceito do desenvolvimento local. Sergio Molina (2011) apresentou um processo de desenvolvimento de turismo criativo com foco na participação, nos interesses e expectativas da comunidade, e destaca uma valorização da cultura local, do meio ambiente e das pessoas. Nessa visão, o turismo criativo se torna uma plataforma de colaboração entre uma variedade de partes interessadas, um processo envolvendo parceiros estratégicos como instituições do setor público, organizações não-governamentais e empreendedores privados. O propósito é usar o turismo como um estímulo para servir ao desenvolvimento socioeconômico da comunidade, atendendo os envolvidos no desenvolvimento do turismo e os beneficiários do fluxo turístico.

Na última década o escopo de atividades incorporadas ao conceito de turismo criativo se expandiu. Com a crescente presença da economia criativa, as conexões entre o turismo, as empresas e atividades da economia criativa e os lugares em que elas habitam se tornaram mais evidentes. Essa integração cada vez maior do turismo e da economia criativa levou ao desenvolvimento de uma gama mais ampla de experiências, bem como a formas mais ativas de consumo criativo pelos turistas.

### 3 MÉTODO DE PESQUISA

Começo este capítulo explicitando os paradigmas filosóficos, a abordagem e a estratégia de investigação. Em seguida, detalho os procedimentos metodológicos realizados para a coleta, a análise e a interpretação dos dados. E, por fim, comento sobre algumas considerações éticas implicadas nesta dissertação de mestrado.

#### 3.1 PARADIGMA INTERPRETATIVISTA

Creswell (2010) defende que os pesquisadores deixem explícito em suas investigações quais são os paradigmas, crenças ou concepções filosóficas que adotam, pois eles “influenciam sua prática e precisam ser identificadas”, diz Creswell (2010, p. 27). Um paradigma científico se refere à visão de mundo do pesquisador, como ele enxerga a realidade (ontologia) e como o conhecimento é produzido (epistemologia). “O paradigma resultante dessas crenças e pressupostos é que deverá guiar o método de pesquisa a ser adotado, isto é, a estratégia ou desenho geral de pesquisa” explica Zanela Saccol (2009, p. 3). Eu acolhi o paradigma interpretativista como guia das escolhas estratégicas desta pesquisa.

A ontologia interpretativista enxerga a realidade como uma construção social, fruto da interação sujeito-objeto e da negociação de significados entre as pessoas, isto é, “a realidade é percebida e ‘criada’ numa instância coletiva – as percepções do mundo que compartilhamos em sociedade -, portanto, a realidade é intersubjetiva” (ZANELA SACCOL, 2009, p. 4).

Coerente com essa visão ontológica, a epistemologia interpretativista acredita que o conhecimento não é descoberto, mas sim construído. “A criação de significado pressupõe intencionalidade, isto é, uma consciência que se volta a um objeto, e a partir da interação entre o sujeito e o objeto é que se constrói um significado” (ZANELA SACCOL, 2009, p. 5).

A epistemologia interpretativista é construtivista, portanto, para o construtivismo social, a produção do conhecimento científico resulta dos processos de interação social e da intersubjetividade (significados criados e compartilhados coletivamente). “A perspectiva interpretativista enfatiza a importância dos

significados subjetivos e sociopolíticos, assim como ações simbólicas na forma como as pessoas constroem e reconstróem sua própria realidade”, conclui Zanela Saccol (2009, p. 14).

Zanela Saccol (2009) elaborou o Quadro 2 para demonstrar as relações lógicas entre ontologia, epistemologia, paradigmas de pesquisa, métodos de pesquisa (estratégias) e técnicas de coleta e de análise de dados, indicando que:

a ontologia (nossa forma de entender como as coisas são) determina a nossa epistemologia (a forma como entendemos que o conhecimento é gerado) e ambas, por sua vez, originam diferentes paradigmas de pesquisa, dentro dos quais diferentes métodos podem ser utilizados, assim como diferentes técnicas de coleta e de análise de dados. (ZANELA, SACCOL, 2009, p. 8)

Quadro 2 - Exemplo de definição de pesquisa (paradigma interpretativista)

<b>ONTOLOGIA</b> Forma de entender como as coisas são	<b>EPISTEMOLOGIA</b> Forma de entender como o conhecimento é gerado	<b>PARADIGMA DE PESQUISA</b> Instância filosófica que informa a metodologia de pesquisa	<b>MÉTODO</b> Estratégia, plano de ação ou desenho de pesquisa	<b>TÉCNICAS DE COLETA E ANÁLISE DE DADOS</b> Técnicas e procedimentos para coletar e analisar dados
Interação sujeito-objeto	Construtivista	Interpretativismo	Etnografia	- Entrevistas não estruturadas - Observação participante

Fonte: Zanela Saccol (2009) com base em revisão teórica

Com relação aos valores (axiologia), o pesquisador interpretativista não busca a neutralidade nem a imparcialidade diante do fenômeno investigado, tampouco preocupa-se em eliminar o que os positivistas chamam de viéses. Antes, o interpretativista assume e expõe a existência de tais valores e pressupostos. Assim, o resultado de uma pesquisa interpretativista não alega que o relatório final seja a realidade objetiva e verdadeira de um fenômeno, mas uma interpretação dele.

Mesmo assim, a pesquisa interpretativista assume que o que se tem como resultado de uma investigação não são os fatos em si (uma realidade objetiva), **mas a interpretação do pesquisador** sobre as interpretações dos indivíduos que participam em um determinado fenômeno. (ZANELA, SACCOL, 2009, p. 15, grifo nosso)

### 3.2 ABORDAGEM QUALITATIVA

Coerente com a natureza do problema de pesquisa, eu optei por uma abordagem de investigação qualitativa. “A investigação qualitativa emprega diferentes concepções filosóficas; estratégias de investigação; de métodos de coleta, análise e interpretação de dados”, enfatiza Creswell (2010, pág. 206).

Strauss e Corbin (2008) esclarecem que, “com o termo pesquisa qualitativa, queremos dizer qualquer tipo de pesquisa que produza resultados não alcançados através de procedimentos estatísticos ou de outros meios de quantificação” (2008, pág. 24). Entendo que alguns dados podem até ser quantitativos, como no caso de evidências históricas e socioeconômicas do fenômeno estudado, mas a essência da análise qualitativa é interpretativa.

Diante da dificuldade de definir precisamente o que seria uma pesquisa qualitativa, Yin (2016) elencou cinco características que distinguem a pesquisa qualitativa de outros tipos de pesquisa nas ciências sociais:

1. Estudar o **significado** da vida das pessoas, nas condições da vida real;
2. representar as **opiniões e perspectivas das pessoas** (participantes) de um estudo;
3. Abranger as condições **contextuais** em que as pessoas vivem;
4. Contribuir com revelações sobre **conceitos existentes ou emergentes** que podem ajudar a explicar o comportamento social humano; e
5. Esforçar-se por usar **múltiplas fontes de evidência** em vez de se basear em uma única fonte. (YIN, 2016, pág. 7, grifo nosso)

Com a preocupação de reforçar a validade do estudo, eu adotei como tática a triangulação e o ceticismo. A triangulação é um procedimento utilizado em pesquisa qualitativa para validar ou verificar um dado a partir de ao menos três fontes distintas. “Ao coletar dados, a triangulação ideal não apenas buscaria confirmação de três fontes, mas tentaria encontrar três tipos diferentes de fontes”, esclarece Yin (2016. pág. 72). Por outro lado, uma mentalidade cética leva o pesquisador a coletar mais dados e a fazer mais verificações para conseguir evidências mais sólidas.

“O ceticismo envolveria fazer a si mesmo perguntas como:

- se os fatos e ações são como parecem ser;
- se os participantes estão dando suas respostas mais sinceras ao falar com você; e

- se suas suposições originais sobre um tema e suas características foram realmente corretas” (YIN, 2016, pág. 71, grifo nosso)

### 3.3 ESTRATÉGIA DE INVESTIGAÇÃO

Na primeira versão do projeto de dissertação, eu quis enveredar pelo caminho da teoria fundamentada em dados (*grounded theory*), escolhendo a abordagem construtivista de Charmaz (2009). O plano era partir da base de dados existente sobre o São João de Caruaru referente aos anos de 2017, 2018 e 2019, examiná-la sem o auxílio de uma lente teórica para que uma categoria original emergisse, e daí derivar uma teorização do fenômeno. Tal caminho, porém, verificou-se arriscado demais para um pesquisador de mestrado, pois a construção de uma teoria fundamentada demanda muita experiência do pesquisador, além de um cronograma de pesquisa superior a 12 meses, requisitos mais favoráveis certamente a um aluno de programa de doutorado. Não era o meu caso.

O projeto de dissertação, então, foi transmudado. Daí, eu tive a ideia de contextualizar a gestão pública do São João de Caruaru, a partir do instante em que a prefeitura assumiu o protagonismo da organização, até a última edição do evento antes da pandemia, em 2019. Outra ideia foi utilizar a lente da noção da cultura como recurso para direcionar a coleta e a análise dos dados. A terceira ideia foi compreender a construção do novo sistema de gestão do São João de Caruaru dentro de seu contexto econômico, político e cultural. Por fim, a quarta ideia foi tratar separadamente os objetivos específicos desta dissertação, e só então definir a estratégia de investigação adequada para alcançá-los. Como resultado final, surgiu o Quadro 3 relacionando cada objetivo específico com a respectiva estratégia de investigação, bem como as técnicas adotadas para a coleta e a análise dos dados.

Quadro 3 - Objetivos, estratégia de investigação, coleta e análise de dados

Objetivo específico	Estratégia de investigação	Técnica de coleta de dados	Técnica de análise de dados
a) contextualizar a organização do São João a cargo da Prefeitura de Caruaru no período de 1983 a 2016;	Pesquisa documental	Documentos; Entrevistas.	Análise de conteúdo (temática).
b) descrever as mudanças implementadas no sistema de	Pesquisa-ação	Documentos; Entrevistas;	Análise de conteúdo

gestão do São João de Caruaru no período de 2017 a 2019;		Observação participante.	(temática).
c) avaliar criticamente o novo sistema de gestão do São João de Caruaru.	Pesquisa-ação	Documentos; Entrevistas; Observação participante.	Análise de conteúdo (temática).

Fonte: elaborado pelo autor (2022)

A seguir, apresento resumidamente cada uma das estratégias de investigação supramencionadas: (1) pesquisa documental e (2) pesquisa-ação.

Kripka, Scheller e Bonotto (2015) discutiram o papel da pesquisa documental como estratégia para a compreensão de um fenômeno através da análise de variados tipos de documentos. A pesquisa documental “consiste num intenso e amplo exame de diversos materiais que ainda não sofreram nenhum trabalho de análise, ou que podem ser reexaminados, buscando-se outras interpretações ou informações complementares” (2015, p. 2). O objetivo dessa estratégia é extrair informações, descobrir fatos, entender contextos, identificar personagens, captar opiniões e declarações a partir das perspectivas contidas nos documentos. O maior desafio que essa estratégia representa para o pesquisador é estar atento ao contexto da produção do documento. Todo documento tem um autor, uma finalidade e pode ter até uma ideologia. Daí a importância de checar os dados documentais com outra fonte de informação, como por exemplo, um entrevistado.

Uma vantagem adicional dos documentos é que eles constituem uma fonte não reativa, **permitindo a obtenção das informações após longos períodos de tempo** ou quando a interação com as pessoas podem alterar o seu comportamento comprometendo os dados. Os documentos podem ser considerados uma fonte natural de informação contextualizada (surgindo no contexto e fornecendo informações a respeito dele).

Além disso, a utilização da pesquisa documental também é apropriada **quando se deseja investigar um fenômeno já ocorrido e se estendeu por determinado tempo**, buscando criar numa linha do tempo comportamentos de um determinado evento. É apropriado também a utilização da pesquisa documental em situações em que o interesse do pesquisador é estudar o problema **a partir da própria expressão ou linguagem dos sujeitos envolvidos**, como as formas de produção escrita (trabalhos acadêmicos, diários, cartas, entre outros). (KRIPKA; SCHELLER; BONOTTO, 2015, p. 4, grifo nosso)

Thiollent (2011) define pesquisa-ação da seguinte forma:

Entre as diversas definições possíveis, daremos a seguinte: a pesquisa-ação é um tipo de pesquisa social com base empírica que é

concebida e realizada **em estreita associação com uma ação ou com a resolução de um problema coletivo** e no qual os pesquisadores e os participantes representativos da situação ou do problema estão envolvidos de modo cooperativo ou participativo. (THIOLLENT; 2011, p. 20, grifo nosso)

O trabalho de Santos, Calíope e Barros Neto (2017) descreve e discute o papel da pesquisa-ação enquanto estratégia de investigação qualitativa. A pesquisa-ação tem uma natureza pragmática, sendo um tipo de pesquisa teórico-empírica engajada, que une pesquisador e sujeito/objeto em prol de uma intervenção, em um contexto social ou organizacional, com o objetivo de superar um problema crítico ou entrave relevante. Assim, o principal resultado da pesquisa-ação é gerar uma mudança significativa no contexto do fenômeno investigado. Os autores apontam como característica marcante da pesquisa-ação “a necessidade de envolvimento do pesquisador na resolução de um problema e com os demais participantes do projeto, ou a implantação e a manutenção de uma mudança” (2017, p. 1). Os sujeitos da pesquisa são vistos como agentes do processo, porque são eles que aprendem novas competências e que implementam as mudanças.

A pesquisa-ação é uma estratégia de pesquisa extremamente rica, **pois permite que o pesquisador explore a situação da organização antes, durante e depois da mudança**, provendo-o de uma perspectiva longitudinal dificilmente encontrada com o auxílio de outras estratégias mais populares. Soma-se a isso a ampla gama de possibilidades de meios para coletar dados, valendo-se tanto de dados primários quanto secundários. Destaca-se ainda que o resultado desta pesquisa tem duas vertentes: a mudança para a organização e a teoria para o pesquisador. Destaca-se a importância, para o pesquisador, dos processos de aprendizagem, de geração de conhecimento e de autorização provenientes da realização do projeto. (SANTOS; CALÍOPE; BARROS NETO; 2017, p.12, grifo nosso)

Para Santos, Calíope e Barros Neto (2017), as características da pesquisa-ação são: (i) identificação de um problema, (ii) resolução de um problema, (iii) participação de pesquisadores e membros da organização durante o processo de pesquisa, (iv) existência de mudança, (v) conexão com teorias e (vi) ocorrência do processo cíclico de planejamento, ação e avaliação.

É importante que se reconheça a pesquisa-ação como um dos inúmeros tipos de investigação-ação, **que é um termo genérico para qualquer processo que siga um ciclo no qual se aprimora a prática pela oscilação sistemática entre agir no campo da prática e investigar a respeito dela**. Planeja-se, implementa-se, descreve-se e avalia-se uma mudança para a melhora de sua prática, aprendendo mais, no correr do processo, tanto a respeito da prática quanto da própria investigação. (TRIPP, 2005, p. 446, grifo nosso)

“Não há um padrão único de operacionalização da PA, mas esse processo é cíclico. Esse entendimento é fundamental para que se encare objetivamente a pesquisa como um processo” (LODI; THIOLENT; SAUERBRONN; 2017). A Figura 2 apresenta o ciclo de investigação – ação.

Figura 2 - Ciclo da investigação-ação



Fonte: Adaptado de Tripp (2005)

### 3.4 COLETA DOS DADOS

Na pesquisa qualitativa, “os dados devem consistir de entrevistas e observações, mas também devem incluir documentos, filmes ou gravações de vídeo, e mesmo dados que tenham sido quantificados para outro fins, como dados de censo”, afirmam Strauss e Corbin (2008, p. 24).

Uma parte dos dados necessários para realizar esta dissertação já estavam coletados. Eu estive imerso no campo por três anos, e nesse período eu pude observar, escutar e participar da gestão do São João de Caruaru. Esta seção vai tratar desses dados já coletados, e de outros dados que precisavam ser levantados de outras fontes, fazendo parte de uma estratégia de triangulação.

Uma fonte importante de dados primários para a dissertação foi resultado da minha observação direta enquanto participante envolvido com a gestão do São João de Caruaru. Foram três anos participando de reuniões de planejamento, de monitoramento e de avaliação. Foram cerca de 200 dias (e noites) acompanhando a montagem, a execução e a desmontagem dos serviços contratados. Assim, adquiri

uma visão global da gestão do São João de Caruaru, resultado tanto de meu trabalho intelectual no gabinete (dimensão estratégica) quanto de minha imersão no campo (dimensão operacional). Esses dados primários de observação participante foram registrados no formato de artigo científico, sendo submetido ao XVII Seminário da Associação Nacional de Pesquisa e Pós-Graduação em Turismo - ANPTUR, realizado de 02 a 04 de dezembro de 2020. O trabalho foi apresentado por mim em ambiente virtual, e só o resumo foi publicado nos Anais do Seminário ANPTUR.

Caruaru, uma cidade localizada no Agreste Pernambucano, distante 136 quilômetros da capital é conhecida como “Capital do Forró”, por ter na festa de São João um de seus maiores atrativos turísticos. Desde 1984 o evento é gerido pela Fundação de Cultura e Turismo da cidade, entretanto, a partir de 2017 um novo modelo de gestão foi implantado na cidade, nesse sentido, o problema de pesquisa reside em questionar como o São João de Caruaru é planejado, coordenado e executado com organização, profissionalismo, transparência e economicidade. Para tal, este artigo pretende apresentar e analisar o modelo de gestão do São João de Caruaru, notadamente a partir das inovações gerenciais implementadas nas últimas três edições do evento em 2017, 2018 e 2019. Para isso foi de fundamental importância conceitos de políticas públicas de cultura, gestão cultural, governança cultural, economia da cultura e economia criativa. Foi adotada uma metodologia qualitativa, com base em análises de documentos produzidos pelo poder público da cidade, e da observação participante e participação observante no planejamento, coordenação e execução da festa. O resultado do artigo mostrou como é o funcionamento do São João, o processo de captação de recursos, o ciclo anual de atividades, as receitas e despesas do evento, para mostrar que o São João de Caruaru gera um fluxo de cerca de 2 milhões de pessoas e injeta R\$ 165 milhões na economia do município, movimentando a cadeia da economia da cultura e a cadeia do turismo, além de colocar a cidade de Caruaru na pauta da mídia nacional durante todo o mês de junho. Nas conclusões são sugeridas ações corretivas para questões desafiantes que ainda permanecem sem solução satisfatória. As informações e reflexões deste estudo também servem para referenciar a atuação de gestores públicos, agentes políticos, empreendedores de setores da economia criativa e pesquisadores das ciências sociais. (SALAZAR; MORAIS, 2020)

“Delineamentos de pesquisa também definem a estrutura de um estudo. Um componente importante na estrutura, em torno do qual todo estudo empírico gira, consiste em sua unidade de coleta de dados”, ensina Yin (2016, pág. 73).

Este estudo teve quatro unidades de coleta de dados documentais, a saber: (1) Fundação de Turismo e Cultura de Caruaru; (2) Prefeitura de Caruaru; (3) Jornal Vanguarda; e (4) Tribunal de Contas de Pernambuco. A seleção das referidas unidades ocorreram de maneira deliberada, o que caracteriza a amostra como intencional, conforme esclarece Yin (2016, pág. 79):

Em pesquisa qualitativa, as amostras tendem a ser escolhidas de uma maneira deliberada, conhecida como amostragem intencional. O objetivo ou propósito de selecionar as unidades de estudo específicas é dispor daquelas que gerem os dados mais relevantes e fartos, considerando seu tema de estudo.”

Justifico, a seguir, a escolha dessas quatro unidades de coleta de dados. As unidades 1 e 2 representam os dados documentais que já estavam coletados no ambiente de pesquisa sobre a gestão do São João de Caruaru. Já as unidades 3 e 4 representam os dados documentais sobre a gestão do São João de Caruaru que ainda precisavam ser coletados de fontes externas ao ambiente de pesquisa.

O objetivo da coleta documental no Jornal Vanguarda foi recuperar a memória da organização do São João de Caruaru. Todas as edições do jornal caruaruense estão disponíveis para consulta desde o ano da sua fundação, em 1932. A coleta de dados buscou por notas, reportagens, entrevistas, artigos de opinião e peças publicitárias sobre o São João de Caruaru e abarcou todas as edições publicadas nos meses de maio, junho e julho no período de 1983 a 2019. A coleta documental no Tribunal de Contas de Pernambuco buscou pelos relatórios de auditoria do São João de Caruaru bem como pelos julgados das contas da Fundação de Cultura e Turismo no período de 2013 a 2019 com o objetivo de trazer para o estudo uma visão crítica do órgão de controle externo sobre a gestão do São João de Caruaru.

Com o objetivo de captar os significados que os agentes públicos caruaruenses dão ao tema de pesquisa, eu realizei entrevistas qualitativas com participantes-chave. Usei o termo entrevista qualitativa para enfatizar a contraposição aos questionários estruturados aplicados em estudos quantitativos. “Em contraste, ao fazer entrevistas qualitativas, o pesquisador tenta compreender o mundo do participante, o que provavelmente inclui esforços concentrados para dominar os significados das palavras e expressões do participante”, explica Yin (2016, pág. 121)

A coleta de dados através de entrevistas qualitativas foi efetuada na unidade Fundação de Cultura de Caruaru entre os dias 20 de abril e 02 de maio de 2022, onde foram entrevistados os seguintes ex-presidentes da organização: Rubens Júnior (15min), Maria Alves (33min), Lúcio Omena (43min), André Alexei (30min), José Pereira (31min), Socorro Maciel (40min), José Seródio (26min), Haroldo Bernardino (46min) e Edileuza Portela (41min). Também foi entrevistado o historiador e ex-secretário de turismo Walmiré Dimeron (47min). Esses participantes

foram selecionados deliberadamente por mim, caracterizando uma amostragem intencional. O Quadro 10 detalha o protocolo para as entrevistas qualitativas, conforme orientação dada por Yin (2016).

O protocolo de entrevistas geralmente contém um pequeno subgrupo de temas - aqueles que são considerados pertinentes a uma dada entrevista. Cada tema pode ser seguido por algumas breves sondagens e perguntas de seguimento, mas o protocolo de entrevista não deve em nenhum sentido ser considerado um questionário", explica Yin (2016, pág. 124).

Quadro 4 - Protocolo para as entrevistas qualitativas

TEMA	PERGUNTA DE SONDAGEM
1.Significado	1.1 Perguntar o que significa a gestão do São João de Caruaru para a <i>Fundação de Cultura</i> .
2.Organização	2.1 Perguntar a opinião sobre a necessidade de terceirização, no todo ou em parte, da organização do São João de Caruaru.
3.Atrações	3.1 Perguntar como enxerga as críticas sobre a presença de atrações musicais alheias ao forró na programação do SJC.
4. Despesas	4.1 Perguntar quais são as maiores dificuldades para controlar as despesas diretas e indiretas relacionadas com a realização do SJC.
5.Financiamento	5.1 Perguntar a opinião sobre a importância de buscar fontes alternativas de financiamento (público/privado) para custear a realização do SJC.
6.Promoção	6.1 Perguntar a opinião sobre a crítica de que Caruaru só é a Capital do Forró no mês de junho.
7.Controle externo	7.1 Perguntar se a atuação do TCE tem surtido efeito para promover mudanças de melhoria na gestão do SJC.
8.Economia da cultura	8.1 Perguntar quais são os impactos socioeconômicos do São João para os artistas e grupos culturais da cidade;
9.Política cultural	9.1 Perguntar se a cultura e o turismo devem ficar juntos ou separados no organograma; e se e por que ter uma fundação em vez de uma secretaria; 9.2 Perguntar a opinião sobre a participação da sociedade civil na gestão do São João de Caruaru.
10.Produção associada ao turismo	10.1 Perguntar quais são os impactos socioeconômicos do São João para o Alto do Moura (artesanato) e a Feira de Caruaru (gastronomia).

Fonte: elaboração própria (2022)

Juntando (1) os dados primários de observação participante, com (2) os dados documentais de fontes internas e externas ao ambiente de pesquisa, mais (3) as respostas das entrevistas qualitativas com participantes-chave, concretizou-se a estratégia da triangulação através de evidências coletadas de múltiplas fontes de

dados, passando esse conjunto a constituir o *corpus* de análise do estudo. “O *corpus* é o conjunto dos documentos tidos em conta para serem submetidos aos procedimentos analíticos”, explica Bardin (2008, pág. 122).

### 3.5 ANÁLISE DOS DADOS

O *corpus* de análise consistiu basicamente de documentos e de depoimentos, conforme delimitado na seção anterior. Há um tradicional conjunto de técnicas para análise de dados qualitativos que pode ser aplicado para qualquer tipo de material escrito ou falado: a análise de conteúdo. “Não se trata de um instrumento, mas de um leque de apetrechos”, explica Bardin (2008, pág. 33). Na quarta edição em português do livro *Análise de conteúdo*, Bardin atualizou este conceito, resumindo-o da seguinte maneira:

Um conjunto de técnicas de análise das comunicações visando obter por procedimentos sistemáticos e objectivos de descrição do conteúdo das mensagens indicadores (quantitativos ou não) que permitam a inferência de conhecimentos relativos às condições de produção/recepção (variáveis inferidas) destas mensagens. (BARDIN, 2008, pág. 44)

Considerando o conjunto das técnicas da análise de conteúdo relatadas por Bardin, destaca-se a análise categorial, que “funciona por operações de desmembramentos do texto em unidades, em categorias segundo reagrupamentos analógicos” (2008, p. 199). Dentre as possibilidades de categorização, optei por utilizar a categorização por temas, também chamada de análise temática, pois ela é “rápida e eficaz na condição de se aplicar a discursos directos (significações manifestas) e simples” (2008, p. 199). Para orientar a execução da análise categorial temática, a autora apresenta seu método dividido em quatro fases sucessivas: (1) organização da análise; (2) codificação; (3) categorização e (4) inferência.

Considerando minha vivência prévia à pesquisa no campo, que eu já tinha alguns dados coletados e que já possuía conhecimentos básicos sobre o tema de pesquisa, dá para afirmar que já havia sido realizada uma pesquisa exploratória sobre a gestão do São João de Caruaru. Por isso não parti do zero. Essa condição deu a vantagem de saber previamente quais eram os temas-chave que giravam em

torno da organização do SJC. Listo abaixo os temas-chave que foram utilizados para classificar, reagrupar e ordenar os dados durante a etapa da categorização.

- Significado;
- Organização;
- Atrações;
- Despesas;
- Financiamento;
- Promoção;
- Controle externo;
- Economia da cultura;
- Política cultural; e
- Produção associada ao turismo.

### 3.6 CONSIDERAÇÕES ÉTICAS

Eu faço questão de frisar que já estive diretamente envolvido com a gestão do São João de Caruaru no período de 01/01/2017 a 31/12/2019, mas ressalto que hoje em dia não ocupo mais cargo nem exerço função pública no município.

Outra consideração ética importante a fazer é que todas as informações e documentos tratados por esta dissertação são classificados como de acesso público. Informo ainda que durante o tempo em que exerci funções na gestão pública no município de Caruaru nunca sequer manipulei informações ou documentos sigilosos, assim classificados como de acesso restrito em razão de sua imprescindibilidade para a segurança da sociedade e do Estado (LEI 12.527, 2011).

## 4 RESULTADOS

Este capítulo inicia pela contextualização da organização do São João a cargo da Prefeitura de Caruaru no período de 1983 a 2016. Em seguida descreve as mudanças implementadas no sistema de gestão do SJC no período de 2017 a 2019. Depois, avalia criticamente os primeiros resultados deste novo sistema de gestão.

Com base em dados primários de observação participante e de entrevistas qualitativas, e em dados secundários coletados de documentos de múltiplas fontes, eu elaborei a Figura 3 como uma linha do tempo para ilustrar a evolução da gestão pública do São João de Caruaru a partir do instante em que a prefeitura arrogou para si o papel de protagonista da organização do festejo junino na Capital do Forró.

Figura 3 - Linha do tempo da organização do São João a cargo da Prefeitura de Caruaru



Fonte: elaboração própria (2022)

No período de 1983 a 2022, que engloba a passagem de dez mandatos eletivos e de um mandato-tampão, praticamente a gestão do São João de Caruaru passou pelas mãos de somente quatro agentes políticos. São eles José Queiroz (4x), João Lyra Neto (2x), Tony Gel (2x) e Raquel Lyra (2x), conforme abaixo listado:

1. 1983-1988 (1º mandato de José Queiroz);
2. 1989-1992 (1º mandato de João Lyra Neto);
3. 1993-1996 (2º mandato de José Queiroz);

4. 1997-2000 (2º mandato de João Lyra Neto);
5. 2001-2004 (1º mandato de Tony Gel);
6. 2005-mar/2008 (2º mandato de Tony Gel);
7. 2008 (abril a dezembro / mandato-tampão de Manoel “Neguinho” Teixeira);
8. 2009-2012 (3º mandato de José Queiroz);
9. 2013-2016 (4º mandato de José Queiroz);
10. 2017-2020 (1º mandato de Raquel Lyra);
11. 2021-mar/2022 (2º mandato de Raquel Lyra); e
12. abr/2022-2024 (1º mandato de Rodrigo Pinheiro).

A primeira fase iniciou-se em 1983, no primeiro ano do primeiro mandato de José Queiroz, e encerrou em 2000, no último ano do segundo mandato de João Lyra Neto. Esta primeira fase é caracterizada pela institucionalização da organização do São João na Prefeitura de Caruaru. Neste período, foram ao todo 18 festejos juninos organizados diretamente pela Prefeitura de Caruaru. Nos dois primeiros anos (1983-84), a festa foi organizada pelo Departamento de Documentação e História, vinculado à Casa da Cultura José Condé, que por sua vez era ligada à Secretaria de Educação. De 1985 a 2000, a organização do São João de Caruaru esteve sob a responsabilidade direta da Fundação de Cultura de Caruaru (FCC).

A segunda fase iniciou-se em 2001, no primeiro ano do primeiro mandato de Tony Gel, e encerrou em 2016, no último ano do quarto mandato de José Queiroz. Esta segunda fase é caracterizada pela terceirização da gestão do São João de Caruaru para empresas organizadoras de eventos. Neste período, foram ao todo 16 festejos juninos organizados por empresas privadas, contratadas pela Fundação de Cultura, com interveniência da Prefeitura de Caruaru. Durante os dois mandatos de Tony Gel, entre 2001 e 2008, a produtora de eventos contratada foi a A-SIM Comunicação. No terceiro mandato de José Queiroz, entre 2009 e 2012, a produtora de eventos contratada foi a Aliança Comunicação. Enfim, no quarto mandato de José Queiroz, a ABPA Marketing organizou os festejos juninos em 2013 e 2014, e a produtora Branco Promoções organizou o São João de Caruaru em 2015 e 2016.

A terceira fase iniciou-se em 2017, no primeiro ano do primeiro mandato de Raquel Lyra, e continua em andamento no mandato do prefeito Rodrigo Pinheiro. Ela é caracterizada pela construção de um novo sistema de gestão orientado para o equilíbrio público-privado. Para esta investigação, o período de coleta e análise de

dados encerrou-se em 2019, último ano de realização do São João de Caruaru antes da pandemia do coronavírus Covid-19, que interrompeu bruscamente uma série histórica de 37 edições consecutivas.

Nos anos de 2020 e 2021, o evento não foi realizado por conta da pandemia. Em 2021, Raquel Lyra iniciou seu segundo mandato, com vigência até 2024, ao lado do vice-prefeito Rodrigo Pinheiro. Em março de 2022, Raquel Lyra anunciou a tão esperada retomada do São João de Caruaru, porém, logo em seguida, ela renunciou ao cargo de prefeita para disputar a eleição para o Governo de Pernambuco. Em seu lugar assumiu Rodrigo Pinheiro, o jovem político que vai comandar a prefeitura e também o festejo junino em 2022, 2023 e 2024, quando o São João de Caruaru atingirá a marca da 40ª edição realizada sob a organização da prefeitura municipal.

#### 4.1 CONTEXTUALIZAÇÃO

Esta seção tem como objetivo contextualizar a organização do São João a cargo da Prefeitura de Caruaru no período de 1983 a 2016. Antes disso, farei um curtíssimo preâmbulo, resumindo uma longa história em meia página. Para isso, eu contei com a colaboração do ex-secretário municipal de turismo e historiador Walmiré Dimeron, que trabalhou na Fundação de Cultura de 1988 a 2008. Em depoimento para esta investigação, ele descreveu alguns marcos históricos da evolução do festejo junino no município de Caruaru, até o início da década de 1980.

Eu fiz uma pesquisa sobre a evolução do São João em Caruaru. O São João nasceu como um evento eminentemente rural. Existem registros de que as pessoas saíam da vila de Caruaru e iam para as fazendas e sítios da redondeza, e lá aconteciam as manifestações musicais em torno do ciclo junino. Nelson Barbalho, que é nossa maior referência histórica, cita pelo menos dois anos, em 1854 e 1856, onde já aconteciam festejos juninos na zona urbana, na sede da vila. Ele descreve como sendo uma festa bastante animada. Em 1925, o então governador transferiu a sede do Governo do Estado para Caruaru na semana do São João. Isso já demonstra que a cidade fazia uma bela festa, que era promovida pelos clubes sociais. Não tinha ainda o forró. Essas festas eram saraus, tinha declamação de poesia, os ritmos eram valsas e polcas. Mais na frente foi que começou a festa de rua com os arraiais. Na minha rua cada casa tinha sua fogueira. Existia uma espontaneidade e uma integração entre os moradores da rua. Havia uma divisão de tarefas muito clara: os homens construíam as palhoças, as crianças recortavam revistas para fazer a decoração com bandeirinhas e correntes de papel, as mulheres ficavam na cozinha. **Não tinha ainda a prefeitura como gestora da festa. O máximo que a prefeitura fazia era a liberação da rua quando precisava interromper o trânsito.** Eu encontrei

o registro mais antigo, em relação à mídia, no ano de 1980. A TV Tupi, do Recife, estava anunciando que ia transmitir o São João de Caruaru. Eram quatro dias de transmissão. Isso saiu estampado no jornal Diário de Pernambuco. Em 1981, o colunista social João Alberto narra uma festa que ele foi na rua Três de Maio, organizada pelas irmãs Lira. Na verdade, as irmãs Lira herdaram a festa de Dr. Agripino, que ele fazia antes na rua São Roque. Mas foi na rua Três de Maio, com as irmãs Lira, que a festa ganhou nova roupagem e nova dinâmica. (WALMIRÉ, 2022, grifo nosso)

A música “A Capital do Forró”, de autoria de Jorge de Altinho e Lindú, lançada no São João de 1980 pelo grupo musical Trio Nordestino, descreve a festa de “São João de Rua”, que era um festejo junino já urbanizado, mas ainda realizado de maneira espontânea pelos moradores, clubes sociais e rádios de Caruaru, sem grandes intervenções nem coordenação direta da prefeitura. Assim era até 1983.

#### 4.1.1 Arraial Terra da Gente

Então, em 1983, o recém empossado prefeito José Queiroz dava início ao seu primeiro mandato decidido a transformar o festejo junino de rua em atrativo turístico nacional, com direito a captação de patrocínio, montagem de estrutura, contratação de artista, decoração e grande divulgação do São João de Caruaru - a Capital do Forró -, conforme noticiou o Jornal Vanguarda em 08 de maio de 1983.

##### FESTAS JUNINAS ESTÃO ELABORADAS

A Prefeitura Municipal de Caruaru **está elaborando toda a programação a ser cumprida durante o mês de junho**, quando o governo municipal pretende reativar a tradição dos melhores festejos de rua de todo o interior de Pernambuco. Nada menos do que 23 ruas estão preparando festas para este mês de junho, aparecendo como novidade a Cohab, que vai fazer um grande palhoção na avenida que divide os dois conjuntos habitacionais. O ponto central dos festejos será a Feira de Artesanato Compositor Onildo Almeida, que será transformada no **ARRAIAL TERRA DA GENTE**, havendo festas populares quase que diariamente, com participação de conjunto de sanfoneiros e grupos folclóricos da região. O Banco Nacional do Norte, através do BANORTE - TURISMO, a Superintendência de Desenvolvimento do Nordeste, SUDENE, e a Empresa Pernambucana de Turismo, EMPETUR, estão apoiando a iniciativa, que poderá se constituir num grande sucesso, **atraindo milhares de turistas para a Capital do Forró**. (VANGUARDA, 1983a, grifo nosso)

O pioneiro patrocínio do banco Banorte foi direcionado para fazer publicidade, divulgando o São João de Caruaru através de cartazes coloridos espalhados por todo país, e também para trazer a Caruaru o grupo musical Quinteto Violado, o

primeiro grande artista contratado pela prefeitura para fazer a abertura oficial do São João. Em 1983, o período oficial do São João teve início no primeiro sábado de junho (dia 04), encerrando-se no São Pedro (dia 29), que caiu numa quarta-feira, e por isso a prefeitura resolveu decretar feriado municipal naquele ano<sup>3</sup>. Além do show do Quinteto Violado, a programação do Arraial Terra da Gente contou com concurso de quadrilha junina, venda de comidas típicas e bailes populares. Essa primeira organização do São João de Caruaru foi realizada pela Divisão de Documentação e História, da Casa da Cultura José Condé, nesta época dirigida pela atriz e produtora teatral Arary Marrocos. Ambos os órgãos eram ligados à Secretaria de Educação.

#### QUINTETO VIOLADO ABRE SÃO JOÃO DE RUA

A primeira grande promoção dos festejos juninos em Caruaru foi realizada ontem (sábado), na Feirinha Típica Compositor Onildo Almeida, com uma apresentação do QUINTETO VIOLADO **no primeiro grande evento público do calendário junino**, elaborado pelo setor de documentação e história da Prefeitura Municipal de Caruaru, órgão ligado à secretaria de turismo [sic], e que vem respondendo a todas as promoções que são realizadas aqui na capital do agreste, em nome da administração. Para o período de São João e São Pedro, a Feirinha Típica centralizará importantes festejos de rua da capital do agreste, não esquecendo também, a administração municipal, de colaborar com as diversas ruas da cidade, que também realizarão festas no citado período. **Transformado no Arraial TERRA DA GENTE**, a Feirinha Típica terá concurso de quadrilha, vendas de comidas típicas, bailes populares e outras atrações da época, todas elas programadas com o objetivo de aumentar o interesse da comunidade caruaruense pelos festejos juninos, e também trazer a Caruaru o turista, que conhece a nossa cidade como a CAPITAL DO FORRÓ (VANGUARDA, 1983b, grifo nosso)

Paralelo ao Arraial Terra da Gente, o primeiro polo junino criado pela gestão pública, a prefeitura recebia inúmeros pedidos de iluminação e outros tipos de colaboração. Dentro das possibilidades, ia atendendo às demandas das pessoas. Espalhadas pela cidade, ao todo foram contabilizadas 32 palhoças montadas e 110 ruas enfeitadas, iluminadas e decoradas. O colunista social Jotta Lagos repercutiu os pontos altos das festas juninas de 1983. “Caruaru teve as mais animadas e prestigiadas festas juninas dos últimos anos. A alegria foi total nas ruas, clubes e palhoças, todo o mês de junho”, escreveu em sua coluna do Jornal Vanguarda na edição do dia 03 de julho. Ele destacou a vitória da Rua 3 de Maio na promoção da Rádio Liberdade como a rua mais bonita e animada; parabenizou a diretoria do clube AABB pela festa junina superlotada; comentou sobre a alegria de João Luiz com o sucesso da Casa do Forró, e de Penha e Umberto Marroni com a animação

<sup>3</sup> Atualmente o São João (dia 24) e o São Pedro (dia 29) são feriados municipais em Caruaru

do Palhoção do Petrópolis; e destacou a Palhoça Cheiro da Terra como a revelação das festas juninas 83, onde muitos colunáveis brincaram o São João e o São Pedro.

“Foi só o governo municipal, através do prefeito José Queiroz e sua equipe, partirem para iniciativa de reavivar na memória do povo a nossa mais tradicional promoção, e a cidade ficou em festa, todos se irmanaram”, comemorava o Jornal Vanguarda na edição de 26 de junho de 1983. A iniciativa foi um sucesso e deixou muita expectativa para o festejo junino do ano seguinte.

Em 1984, os agentes econômicos da cidade também passaram a criar expectativa com a reanimação do festejo junino idealizado por José Queiroz. Era um sinal de que o governo tinha pego um caminho sem volta, e com efeito bola de neve.

#### **SÃO JOÃO DEVERÁ TER ESPETACULAR ANIMAÇÃO**

A caracterização de inverno na região, e logicamente a possibilidade de uma boa safra, estão trazendo excelentes perspectivas para o comércio local, e logicamente todos estão esperançosos de que este ano teremos uma das melhores festas juninas já vistas em Caruaru. Ano passado as festas juninas marcaram um período histórico para estes festejos na capital do agreste, que voltou a merecer o título de capital do forró, e este ano espera-se animação muito maior. **A prefeitura municipal, encarregada dos festejos de rua, já está montando a estrutura para mais uma vez realizar uma grande festa,** com grande participação popular. (VANGUARDA, 1984a, grifo nosso)

A grande novidade de 1984 foi que a prefeitura, com o apoio de uma empresa de bebidas, armou e ornamentou uma grande tenda de circo no Campo de Montã, ao lado da Casa da Cultura José Condé, transferindo para lá o primeiro polo junino público, o Arraial Terra da Gente, conforme ilustra a Foto 1, tirada da capa original do Jornal Vanguarda na edição de 24 de junho de 1984. Destaque para o título “*Caruaru: o melhor São João do Brasil*” e, logo abaixo, o subtítulo de uma nota destacando a iniciativa pioneira do prefeito José Queiroz.

Foto 1 - Capa do Jornal Vanguarda em junho de 1984



Fonte: o autor (2022)

Pode-se dizer que o São João de 1984 foi uma festa comunitária, pois as atrações juninas ainda eram realizadas pelos moradores, pelas emissoras de rádio, pelos clubes sociais e também pela prefeitura, que criou sua própria iniciativa, mas que sobretudo coordenava todas essas ações, públicas e privadas, promovendo esse conjunto de forma integrada como o atrativo turístico São João de Caruaru.

#### **CARUARU: O MELHOR SÃO JOÃO DO BRASIL**

Reunindo 107 ruas ornamentadas, em todos os bairros de Caruaru, a cidade vive um clima de festa desde o primeiro dia de junho. Nos palhoções, todo fim de semana, o forró já começou e com muita animação, enquanto em cada rua os preparativos continuam, até o momento maior de São João e São Pedro.

#### **ONDE BRINCAR**

Além das ruas, onde encontramos 47 palhoças, Caruaru oferece aos visitantes a oportunidade de fazer o arrasta-pé nos palhoções gigantescos, que substituem os clubes convencionais nesta época junina.

**AABB - capacidade para 3.000 pessoas;**

**FORROZÃO - capacidade para 5.000 pessoas;**

**CIRCO ARRAIAL DA GENTE - 3.000 pessoas;**

**PALHOÇÃO PETRÓPOLIS - 4.000 pessoas;**

**CASA DO FORRÓ - 4.500 pessoas.**

Pelas três emissoras da cidade são feitos concurso de quadrilhas, melhor ornamentação junina, casamento matuto etc., além de shows públicos com artistas regionais, que estão sendo realizados desde o início do mês.

No dia 23 será queimada a **MAIOR FOGUEIRA DO MUNDO**, numa promoção conjunta da Rádio Difusora e Prefeitura, reunindo no pátio do convento uma multidão para o show em volta à fogueira. No dia 28, outra monstruosa fogueira será queimada no mesmo local.

No dia 25, data consagrada ao **BACAMARTEIRO**, teremos um grande desfile de 450 bacamarteiros na Praça Henrique Pinto, com exibição dos melhores atiradores de cada batalhão, seguindo daí para a Praça do Convento.

Para coroar toda a programação, no dia 29 será feriado municipal e como é uma sexta-feira, no sábado também haverá forró.

**A Prefeitura acredita que este ano a cidade receberá 40.000 pessoas, vindas de todas as partes, principalmente do Recife.**

A esta altura, todos os hotéis da cidade estão com reservas esgotadas, e até mesmo os hotéis das cidades vizinhas começam a receber pedidos de reserva.

As residências vão hospedar amigos, havendo um grande movimento nesse sentido, constatando-se casas que vão receber 20 pessoas de outras plagas, num movimento de hospitalidade da gente de Caruaru para receber a todos.

#### **ESPETÁCULO GRANDIOSO**

Outro espetáculo colorido em toda a cidade são as fogueiras feitas pelos habitantes de todas as ruas. Calcula-se que no dia 23, véspera de São João, serão queimadas 15.000 fogueiras, parecendo uma cidade em chamas colossais, quando, na verdade, é o ardor de um povo que vibra ao sabor quente dos festejos juninos.

Completando a animação junina na “capital do forró” surge, este ano, o **ARRAIÁ DA GENTE**, armado sob um lonado de circo, ornamentado com originalidade, que se torna um novo espaço para os dançarinos e um atrativo para os turistas. **Ao lado da Casa da Cultura José Condé, o ARRAIÁ DA GENTE “nasceu” do apoio e do incentivo do governo municipal**, sempre sensível às manifestações espontâneas e alegres de um povo que voltou a cantar e a sorrir no novo tempo de Caruaru. (VANGUARDA, 1984b, grifo nosso)

Vale destacar que eram os palhoções quem contratavam os grandes artistas nacionais de forró. A prefeitura não concorria com o mercado privado de shows.

#### **QUATRO GRANDES PALHOÇAS FAZEM O SÃO JOÃO DE CARUARU**

Cerca de trinta pequenas palhoças de ruas, e quatro grandes, são as atrações preparadas para o São João de Caruaru, e que mais uma vez promete superar todas as expectativas em termos de animação. (...) **Além destas pequenas palhoças de rua, as grandes já estão funcionando com força total, destacando as contratações de grandes artistas para animar as festas.** Neste mês de junho já estiveram em Caruaru, Dominginhos, Luiz Gonzaga, Jorge de Altinho, Trio Nordestino, Os Três do Nordeste, Gê Maria e Sivuca. Isto prova mais uma vez que Caruaru continua ganhando força e prestígio como a capital brasileira do forró, e que neste ano de 1984, superará todas as expectativas em termos de animação. (VANGUARDA, 1984c, grifo nosso)

As três emissoras de rádio da cidade - Cultura, Liberdade e Difusora - também participavam ativamente da organização dos festejos juninos, desempenhando múltiplos papéis. Elas realizavam shows gratuitos nas ruas, tocavam músicas de forró na programação, faziam a cobertura jornalística dos

festejos nas palhoças e convidavam a população para participar de todas as ações, públicas ou privadas, envelopadas como uma só festa - o São João de Caruaru.

O Jornal Vanguarda revelou um problema do bastidor político entre o governo municipal, representado pelo São João de Caruaru, e o Governo do Estado, representado pela Empresa de Turismo de Pernambuco. A julgar pelo tom pesado da nota contra a EMPETUR, parece que o patrocínio prometido em 1983 para o São João nunca chegou a Caruaru. Foi o primeiro ruído, mas não o último, infelizmente.

#### EMPETUR ESQUECE CARUARU

Mais uma vez a Empresa Pernambucana de Turismo, EMPETUR, esqueceu a cidade de Caruaru, na promoção dos festejos juninos mais importantes do nosso Estado. **A exemplo dos anos anteriores, a EMPETUR nada fez por Caruaru e quer colocar seu nome nas promoções que são realizadas em nossa cidade**, o que, se permitido, não passa de um erro, e até mesmo uma forma de enganar o povo. Caruaru tem que mostrar a incompetência da EMPETUR como empresa encarregada de promover o nosso turismo, e mostrar sobretudo que a cidade continua podendo realizar as suas festas e as outras promoções, sem a necessidade de ajuda de ninguém. (VANGUARDA, 1984d, grifo nosso)

Em 1984, pela primeira vez, a prefeitura trouxe famosos colunistas sociais do Nordeste para conhecer o São João de Caruaru: João Alberto (Recife), Lúcio Brasileiro (Fortaleza), Jota Epifânio (Natal), Abelardo Jurema Filho (João Pessoa), Cândida Palmeira (Maceió) e Josildo Albuquerque (João Pessoa). Cartazes promocionais dos festejos juninos foram distribuídos para a imprensa escrita, falada e televisionada de todo país, utilizando como imagem de fundo os bonecos de barro característicos da obra do Mestre Vitalino, sinalizando para o turista que Caruaru, além do São João, tinha o artesanato do Alto do Moura como atrativo complementar. O São João de Caruaru também teve página especial na revista semanal VEJA, de circulação nacional. Esse grande esforço de divulgação atingiu o ápice quando imagens do São João de Caruaru foram veiculadas, pela primeira vez, no Jornal Nacional, programa jornalístico de maior audiência da TV Globo.

Esta importante divulgação para o turismo de Caruaru deve-se sem dúvida a excelente programação junina elaborada pela Secretaria de Educação, Casa de Cultura José Condé da PMC. Mas, não se pode omitir o nome de Leandro Filho, um verdadeiro assessor cultural de uma cidade com tamanho potencial turístico e folclórico como Caruaru. **Leandro Filho tem trabalhado em silêncio, executando trabalho de bastidores junto a órgãos culturais e de comunicação do Estado**, que justificam plenamente a sua convocação pela atual administração municipal para o importante cargo a ele confiado. (VANGUARDA, 1984e, grifo nosso)

O referido cargo confiado a Leandro Filho era o de diretor-presidente de uma fundação criada naquele ano, intitulada Fundação de Cultura, Turismo e Esportes de Caruaru. Daí em diante, o São João de Caruaru estaria sob nova administração.

O São João de 1985 foi o primeiro organizado pela Fundação de Cultura, mantendo o Arraial Terra da Gente no Campo de Monta. De 1986 a 1988 o polo junino passou a se chamar “Arraial da Gente” e foi transferido para o Largo da Coletoria. Em 1986 foi criado um novo atrativo, o “Forró Volante”, usando a estrutura de um trio elétrico com 22 metros de comprimento. Em 1987 teve início a chegada do “Trem do Forró” na Estação Ferroviária, onde desembarcavam os turistas vindos do Recife. O primeiro governo de José Queiroz encerrou em 1988 deixando como legado a transformação do São João de Rua num atrativo turístico regional.

Em 1989, no primeiro governo de João Lyra Neto, foi criado um novo polo junino, o “Pátio do Forró”, usando novamente a estrutura de uma lona de circo, dessa vez armada na área externa ao lado do Espaço Cultural Tancredo Neves. Em 1990 o Pátio do Forró foi transferido para a avenida Rui Barbosa, ocupando uma área de 10 mil metros quadrados. A festa recebeu o tema “Acenda uma fogueira no seu coração”. Em 1991 divulgou-se o investimento da prefeitura de Cr\$ 80 milhões (de cruzeiros) para realizar o São João de Caruaru. Em 1992 a prefeitura anunciou o público do evento estimado em 400 mil turistas.

Em 1993, no segundo mandato de José Queiroz, houve a primeira ativação junina no Alto do Moura, que ganhou um palhoçã com 500m<sup>2</sup>, organizado pelo assessor da fundação, Wellington Branco; enquanto o Pátio do Forró, na avenida Rui Barbosa, ganhou um incremento em cenografia e ornamentação assinadas por Robson Vila Nova, ambientador contratado pela fundação. Em 1994 ocorreu a polêmica demolição do bloco B do Espaço Cultural Tancredo Neves para abrigar as futuras instalações do novo Pátio de Eventos e da “Vila do Forró”. Foi o último ano do festejo junino realizado na avenida Rui Barbosa. O São João de 1995 foi marcado pela inauguração da Vila do Forró no Pátio de Eventos Luiz Gonzaga, através de um investimento de R\$ 200 mil realizado pela prefeitura. No Alto do Moura, teve trio pé-de-serra tocando na Praça do Artesão nos fins de semana. Os polos juninos do Pátio de Eventos e do Alto do Moura estavam solidificados.

De 1997 a 2000, no segundo mandato de João Lyra Neto, a novidade foi a transformação da Rua Frei Caneca em polo junino com a criação do “Arraial Vitalino”, criando um “Corredor do Forró”, do Largo da Coletoria até o Pátio de

Eventos. O projeto cenográfico e de ornamentação foi assinado novamente pelo arquiteto Robson Vila Nova. Em 1999, a prefeitura anunciou o investimento de R\$ 1,5 milhão para realizar o São João de Caruaru.

A partir de 2002, já com Tony Gel à frente da prefeitura, além dos já tradicionais polos juninos do Pátio de Eventos e do Alto do Moura, mais dois polos ganharam força no São João de Caruaru: a Estação Ferroviária e o Corredor das Drilhas. A Estação Ferroviária foi transformada na “Cidade do Forró”, em substituição ao Corredor do Forró na rua Frei Caneca. O Corredor das Drilhas foi criado para o novo percurso do desfile das drilhas<sup>4</sup>, que começava na avenida Agamenon Magalhães e terminava na avenida Rui Barbosa. Em 2004, a prefeitura falava num fluxo de 1,5 milhão de turistas e num investimento de R\$ 2,9 milhões. Em 2008, se falava no mesmo fluxo de 1,5 milhão de turistas, mas agora com o dobro de recursos investidos, alcançando a cifra de R\$ 6 milhões.

Em 2009, José Queiroz volta à prefeitura e constrói uma cidade cenográfica na Estação Ferroviária ocupada por diversas atrações culturais; em 2010 o polo passou a se intitular Polo Cultural da Estação Ferroviária. Em 2012 surge dentro da Estação Ferroviária um palco alternativo dedicado à cena de rock autoral da cidade. Com a desativação do Corredor das Drilhas, a realização do São João de Caruaru estabilizou-se em torno de três espaços públicos a partir de 2014: (1) o Pátio de Eventos Luiz Gonzaga, (2) o polo descentralizado do Alto do Moura e (3) o Polo Cultural da Estação Ferroviária. Neste ano ocorreu o último anúncio da prefeitura sobre investimento: R\$ 11 milhões.

De 2017 a 2019, no primeiro governo de Raquel Lyra, além dos três polos supramencionados, houve a requalificação do “Polo Azulão”, que foi transferido para a rua Armando da Fonte, ganhando independência em relação ao Polo Cultural da Estação Ferroviária. Outra mudança foi a criação do “São João na Roça”, um polo junino itinerante que percorre as vilas na zona rural do município usando a estrutura de um caminhão-palco. Em 2018 a prefeitura anunciou o público do SJC estimado em 2,5 milhões de pessoas.

O Quadro 5 resume a evolução dos polos juninos a cada edição do São João de Caruaru, sob responsabilidade da prefeitura, no período de 1983 a 2019.

---

<sup>4</sup> Drilha era um desfile junino irreverente puxado por um trio elétrico (ex. gaydrilha, sapadrilha etc.)

Quadro 5 - Polos juninos do São João de Caruaru sob responsabilidade da prefeitura (1983 a 2019)

ED.	ANO	POLO JUNINO / LOCAL	PÚBLICO ANUNCIADO	INVESTIMENTO ANUNCIADO
1º	1983	1.Arraigal Terra da Gente - Feira de Artesanato Compositor Onildo Almeida	-	-
2º	1984	1.Arraigal Terra da Gente - Campo de Monta	40 mil/turistas	-
3º	1985	1.Arraigal Terra da Gente - Campo de Monta	-	-
4º	1986	1.Arraigal da Gente - Largo da Coletoria	50 mil/turistas	-
5º	1987	1.Arraigal da Gente - Largo da Coletoria.	50 mil/turistas	-
6º	1988	1.Arraigal da Gente - Largo da Coletoria.	50 mil/turistas	-
7º	1989	1.Pátio do Forró - Espaço Cultural Tancredo Neves	300 mil/pessoas	-
8º	1990	1.Pátio do Forró - Avenida Rui Barbosa	-	-
9º	1991	1.Pátio do Forró - Avenida Rui Barbosa	-	Cr\$ 80 milhões
10º	1992	1.Pátio do Forró - Avenida Rui Barbosa	400 mil/pessoas	-
11º	1993	1.Pátio do Forró - Avenida Rui Barbosa 2.Alto do Moura - Palhoça Pé de Serra	-	-
12º	1994	1.Pátio do Forró - Avenida Rui Barbosa 2.Alto do Moura - Palhoça Pé de Serra	-	-
13º	1995	1.Vila do Forró - Pátio de Eventos Luiz Gonzaga 2.Alto do Moura - Praça do Artesão	-	Construção da Vila do Forró - R\$ 200 mil
14º	1996	1.Vila do Forró - Pátio de Eventos Luiz Gonzaga 2.Alto do Moura - Praça do Artesão	-	-
15º	1997	1.Vila do Forró - Pátio de Eventos Luiz Gonzaga 2.Alto do Moura 3.Arraigal Vitalino - Rua Frei Caneca	-	-
16º	1998	1.Vila do Forró - Pátio de Eventos Luiz Gonzaga 2. Alto do Moura 3.Arraigal Vitalino - Rua Frei Caneca	-	-
17º	1999	1.Vila do Forró - Pátio de Eventos Luiz Gonzaga 2.Alto do Moura 3.Arraigal Vitalino - Rua Frei Caneca	-	R\$ 1,5 milhão
18º	2000	1.Vila do Forró - Pátio de Eventos Luiz Gonzaga 2.Alto do Moura 3.Arraigal Mestre Vitalino - Rua Frei Caneca	-	-

19º	2001	1.Parque de Eventos Luiz Gonzaga 2.Alto do Moura 3.Estação Ferroviária	-	-
20º	2002	1.Parque de Eventos Luiz Gonzaga 2.Alto do Moura 3.Estação Ferroviária - Cidade do Forró 4.Corredor das Drilhas	-	-
21º	2003	1.Parque de Eventos Luiz Gonzaga 2.Alto do Moura 3.Estação Ferroviária - Arraial da Estação 4.Corredor das Drilhas	900 mil/pessoas	R\$ 1,5 milhão
22º	2004	1.Parque de Eventos Luiz Gonzaga 2.Alto do Moura 3.Estação Ferroviária - Arraial da Estação 4.Corredor das Drilhas	1,5 milhão/pessoas	R\$ 2,9 milhões
23º	2005	1.Parque de Eventos Luiz Gonzaga 2.Alto do Moura 3.Estação Ferroviária - Arraial da Estação 4.Corredor das Drilhas	-	-
24º	2006	1.Parque de Eventos Luiz Gonzaga 2.Alto do Moura 3.Estação Ferroviária - Arraial da Estação 4.Corredor das Drilhas	-	R\$ 4,5 milhões
25º	2007	1.Parque de Eventos Luiz Gonzaga 2.Alto do Moura 3.Estação Ferroviária - Arraial da Estação 4.Corredor das Drilhas	-	-
26º	2008	1.Parque de Eventos Luiz Gonzaga 2.Alto do Moura 3.Estação Ferroviária - Arraial da Estação 4.Corredor das Drilhas	1,5 milhão/pessoas	R\$ 6 milhões
27º	2009	1.Parque de Eventos Luiz Gonzaga 2.Alto do Moura 3.Estação Ferroviária - Cidade Cenográfica 4.Corredor das Drilhas	1,5 milhão/pessoas	R\$ 6 milhões
28º	2010	1.Parque de Eventos Luiz Gonzaga 2.Alto do Moura 3.Estação Ferroviária - Polo Cultural 4.Corredor das Drilhas	1,5 milhão/pessoas	R\$ 10 milhões
29º	2011	1.Parque de Eventos Luiz Gonzaga 2.Alto do Moura 3.Estação Ferroviária - Polo Cultural 4.Corredor das Drilhas	1,5 milhão/pessoas	R\$ 5 milhões
30º	2012	1.Parque de Eventos Luiz Gonzaga 2.Alto do Moura 3.Estação Ferroviária - Polo Cultural 4.Corredor das Drilhas	1,5 milhão/pessoas	R\$ 5 milhões
31º	2013	1.Parque de Eventos Luiz Gonzaga	1,5	R\$ 8 milhões

		2.Alto do Moura 3.Estação Ferroviária - Polo Cultural 4.Corredor das Drilhas	milhão/pessoas	
32º	2014	1.Parque de Eventos Luiz Gonzaga 2.Alto do Moura 3.Estação Ferroviária - Polo Cultural	-	R\$ 11 milhões
33º	2015	1.Parque de Eventos Luiz Gonzaga 2.Polo Alto do Moura 3.Estação Ferroviária - Polo Cultural	1,5 milhão/pessoas	-
34º	2016	1.Parque de Eventos Luiz Gonzaga 2.Polo Alto do Moura 3.Estação Ferroviária - Polo Cultural	-	-
35º	2017	1.Parque de Eventos Luiz Gonzaga 2.Polo Alto do Moura 3.Estação Ferroviária - Polo Cultural 4.Polo Azulão - Rua Armando da Fonte 5. São João na Roça - polo itinerante	-	-
36º	2018	1.Parque de Eventos Luiz Gonzaga 2.Polo Alto do Moura 3.Estação Ferroviária - Polo Cultural 4.Polo Azulão - Rua Armando da Fonte 5. São João na Roça - polo itinerante	2,5 milhões/pessoas	-
37º	2019	1.Parque de Eventos Luiz Gonzaga 2.Polo Alto do Moura 3.Estação Ferroviária - Polo Cultural 4.Polo Azulão - Rua Armando da Fonte 5. São João na Roça - polo itinerante	-	-
-	2020	-	-	-
-	2021	-	-	-
38º	2022	Realizado	Realizado	Realizado
39º	2023	A confirmar	A confirmar	A confirmar
40º	2024	A confirmar	A confirmar	A confirmar

Fonte: Elaboração própria (2022)

A noção da cultura como um recurso, discutida por Yúdice (2013), ajuda a compreender a intervenção que a prefeitura executou na organização do São João de Caruaru. A partir de 1983, o festejo junino passou a ser convenientemente dirigido pelo governo municipal como um ativo capaz de aquecer a economia e a política da Capital do Forró. Cada prefeito(a) contribuiu para tornar o São João de Caruaru “o maior e o melhor do mundo” durante o seu governo, até porque o festejo junino ajudava a alavancar candidaturas para o pleito eleitoral de outubro. Assim, a disputa política interna, e a rivalidade externa, com Campina Grande-PB,

funcionaram como um motor de crescimento para o São João, fato evidenciado pela centralização do processo decisório do evento no gabinete do(a) prefeito(a), escanteando a sociedade civil da organização do festejo junino na Capital do Forró.

O crescimento da organização do festejo junino comportou-se como efeito bola de neve: a edição subsequente superou em números a edição anterior. A melhor maneira de observar essa evolução é através do investimento público anunciado, que saltou de R\$ 1,5 milhão em 2003 para R\$ 11 milhões em 2014, um aumento de 633% no orçamento do evento, quando a inflação neste período foi de 81,7% (BC, 2022). O público do evento anunciado deixou de ser “turistas” para ser “pessoas”, denominação genérica que inclui os caruaruenses como público-alvo. Assim, não foi por ser um atrativo turístico nem por ser um evento patrocinado; foi pelo fator político que o indicador quantitativo passou a ser o principal parâmetro para a concepção do São João de Caruaru - o Maior e Melhor São João do Mundo.

#### **4.1.2 Fundação de Cultura, Turismo e Esportes de Caruaru (FCTEC)**

Precisamente no dia 17 de maio de 1984, véspera do aniversário da cidade, foi sancionada a lei 2.884, que autorizou a Prefeitura de Caruaru a instituir uma fundação denominada Fundação de Cultura, Turismo e Esportes de Caruaru<sup>5</sup>, por tempo de duração indeterminado, autonomia administrativa e financeira, personalidade jurídica de direito privado e declarada de utilidade pública. A lei extinguiu do organograma da Secretaria de Educação a divisão de Documentação e História, o departamento de Turismo e Esportes e a Casa da Cultura. A nova fundação herdou todo o patrimônio (bens móveis, imóveis e acervos) da Biblioteca Municipal e também da Casa de Cultura José Condé, local de sua primeira sede administrativa. Em 1985, foi incorporado ao patrimônio da fundação o imóvel da antiga Fábrica de Caroá, incluindo todos os equipamentos, instalações, mobiliários, máquinas, utensílios e acervo cultural. O arquiteto Haroldo Bernardino assinou o projeto do Espaço Cultural Tancredo Neves, que virou a sede definitiva da fundação.

Eu me lembro da primeira gestão de Queiroz quando eu trabalhava de arquiteto na prefeitura. Eu visitei o bueiro da fábrica de caroá, porque estava

---

<sup>5</sup> Ao longo do tempo ocorreram sucessivas alterações de objeto social e de denominação, mas hoje a entidade oficialmente é intitulada de Fundação de Cultura de Caruaru (FCC).

ameaçado de cair. **Eu voltei de lá com a ideia de transformar aquilo em um espaço cultural, em vez de virar loteamento.** E o prefeito topou. Fernando Lyra era ministro na época, e na semana seguinte o projeto estava na mão do presidente do Banco do Brasil, que cedeu o espaço para a cidade. E até hoje esse espaço comporta o São João de Caruaru. (BERNARDINO, 2022, grifo nosso)

A lei definiu que a estrutura organizacional da fundação era composta por três órgãos: (1) conselho de administração, (2) diretoria e (3) conselho fiscal. O assessor especial Leandro Filho foi nomeado como o primeiro diretor-presidente da fundação em 17 de maio de 1985. O Conselho de Administração foi formado pelo secretário de assuntos jurídicos Carlos Alberto Toscano de Carvalho, indicado como o representante do prefeito, e pelo assessor fazendário Bernardo de Lima Barbosa, indicado como representante da Secretaria de Finanças. O Conselho Fiscal foi formado pelo diretor do departamento de contabilidade Bonavith Nogueira de Carvalho, pelo diretor do departamento de administração geral Valter Florêncio Guimarães e pelo diretor do departamento de procuradoria judicial Walther Augusto de Andrade (FCTEC, 1988).

O regimento interno da Fundação de Cultura, Turismo e Esportes de Caruaru (FCTEC) foi aprovado pelo conselho de administração em 10 de fevereiro de 1988. O estatuto da fundação foi publicado, através de decreto, em 31 de outubro de 1988. Segue abaixo a primeira estrutura organizacional da fundação (FCTEC, 1988):

- 1. ADMINISTRAÇÃO SUPERIOR**
  - 1.1. Conselho de Administração
  - 1.2. Conselho Fiscal
- 2. DIRETORIA**
  - 2.1. Presidência
    - 2.1.1. Gabinete da presidência
    - 2.1.2. Assessoria administrativa e financeira
    - 2.1.3. Assessoria de comunicação social
    - 2.1.4. Assessoria técnica
  - 2.2. Departamento de Cultura
  - 2.3. Departamento de Turismo
  - 2.4. Departamento de Esportes
- 3. ÓRGÃOS DE ACESSORAMENTO**
  - 3.1. Conselho de Cultura
  - 3.2. Conselho de Turismo
  - 3.3. Conselho de Esportes

(FCTEC, 1988)

O regime jurídico do pessoal da fundação é o da legislação trabalhista, devendo a contratação preceder sempre processo de seleção apropriada. Mas até hoje nunca houve concurso público para o preenchimento de cargos na fundação.

Ou seja, a fundação não tem servidor efetivo, nem nunca teve, mas tão somente servidores ocupantes de cargos comissionados ou contratados temporariamente.

Em 1993, no segundo mandato de José Queiroz, ocorreu a primeira alteração de objeto e denominação, retirando da fundação a competência para o esporte. Assim, a fundação passou a se intitular Fundação de Cultura e Turismo de Caruaru.

A Fundação de Cultura e Turismo de Caruaru **terá por finalidade a indução das atividades culturais com ênfase na cultura popular e o incremento do turismo**, consubstanciada no desempenho das seguintes atividades: preservar o universo cultural e a memória histórica do município; despertar na comunidade o gosto e o amor pela sua própria cultura, através de eventos culturais e programas de participação comunitária; incentivar a produção artística em suas diversas formas e manifestações; executar programas de recuperação e preservação de documentos, áreas e monumentos históricos; desenvolver o turismo, com aproveitamento de todas as potencialidades do município e região. (CARUARU, 1993, grifo nosso)

Em maio de 1997, no segundo mandato de João Lyra Neto, foi criada a Secretaria Municipal de Turismo, “com a competência para desenvolver programas que promovam o potencial turístico do município de Caruaru, implementando ações que o justifiquem como polo turístico da região” (CARUARU, 1997a). A Secretaria de Turismo foi estruturada através do organograma abaixo:

#### **SECRETARIA DE TURISMO**

1. Gabinete do secretário
  2. Coordenadoria do autódromo
  3. Departamento de eventos e promoções
    - 3.1. Divisão de projetos e infraestrutura
  4. Departamento de coordenação administrativa
    - 4.1. Divisão de cerimonial
- (CARUARU, 1997a)

Essa modificação ocasionou a segunda alteração de objeto e denominação da fundação, passando a se intitular Fundação de Cultura de Caruaru (CARUARU, 1997a). Em dezembro do mesmo ano ocorreu a primeira reforma na estrutura administrativa e no quadro de pessoal da Fundação de Cultura, passando a entidade a contar com 44 cargos comissionados e a apresentar a seguinte estrutura organizacional (CARUARU, 1997b):

- 1. CONSELHO DE ADMINISTRAÇÃO**
- 2. DIRETORIA**
  - 2.1. Presidência
    - 2.1.1. Gabinete da presidência

- 2.2. Diretoria Administrativa e Financeira
    - 2.2.1. Coordenadoria de contabilidade, finanças e orçamento
    - 2.2.2. Coordenadoria de administração geral
    - 2.2.3. Coordenadoria de informática
  - 2.3. Diretoria de Ações Culturais
    - 2.3.1. Coordenadoria de eventos
    - 2.3.2. Coordenadoria de artes cênicas
    - 2.3.3. Coordenadoria de música
    - 2.3.4. Coordenadoria de artes plásticas
    - 2.3.5. Coordenadoria de cinema, vídeo e fotografia
  - 2.4. Diretoria de Documentação e Patrimônio Cultural
    - 2.4.1. Coordenadoria de bibliotecas públicas, literatura e editoração
    - 2.4.2. Coordenadoria de museus e espaços culturais
    - 2.4.3. Coordenadoria do arquivo público municipal
- 3. CONSELHO FISCAL**
- 4. UNIDADES DE ACESSORAMENTO DA DIRETORIA**
- 4.1. Assessoria Jurídica
  - 4.2. Assessoria Técnica

Quadro 6 - Cargos comissionados da FCC após a reforma de 1997

DESCRIÇÃO DO CARGO	QTD.
Diretor presidente	1
Diretor administrativo financeiro	1
Diretor de ações culturais	1
Diretor de documentação e patrimônio cultural	1
Assessor especial	1
Chefe de gabinete da presidência	1
Assessor jurídico	1
Assessor técnico	1
Coordenador de contabilidade, finanças e orçamento	1
Coordenador de administração geral	1
Coordenador de informática	1
Coordenador de eventos	1
Coordenador de artes cênicas	1
Coordenador de música	1
Coordenador de artes plásticas	1
Coordenador de cinema, vídeo e fotografia	1
Coordenador de bibliotecas públicas, literatura e editoração	1
Coordenador de arquivo público	1
Coordenador de museus e espaços culturais	1

Agente cultural	15
Encarregado de setor	10
<b>TOTAL</b>	<b>44</b>

Fonte: Caruaru (1997b)

Em 2001, no primeiro mandato de Tony Gel, foi extinta a Secretaria de Turismo. Em consequência, o turismo volta a integrar o escopo da fundação, que volta a se intitular Fundação de Cultura e Turismo de Caruaru, adotando a sigla FCTC. A lei criou mais duas diretorias na estrutura organizacional e administrativa: (1) Diretoria do Autódromo e (2) Diretoria de Turismo, Eventos e Promoções. Também foram criados mais 15 cargos comissionados, além daqueles 44 já existentes, totalizando agora 59 cargos comissionados na FCTC (CARUARU, 2001).

Quadro 7 - Criação de cargos comissionados na FCC em 2001

<b>DESCRIÇÃO DO CARGO</b>	<b>QTD.</b>
Assessor especial	1
Coordenador de danças	1
Coordenador de cultura popular e tradicional	1
Coordenador de cerimonial	1
Agente cultural	5
Diretor de autódromo	1
Assessor técnico	3
Diretor de turismo, eventos e promoções	1
Coordenador de projetos e infraestrutura	1
<b>CRIADOS</b>	<b>15</b>
<b>TOTAL CONSOLIDADO</b>	<b>59</b>

Fonte: Caruaru (2001)

Em 2004, ainda no primeiro mandato de Tony Gel, houve outra modificação. Outra vez o turismo saiu do radar da fundação - ocasionando a extinção das recém criadas diretorias do autódromo e de turismo, eventos e promoções -, e passou a integrar o escopo da secretaria de desenvolvimento econômico. Assim, a fundação voltou a se chamar Fundação de Cultura de Caruaru, adotando a sigla FCC. Essa

alteração também gerou outra mudança: a FCC passou a estar vinculada estrategicamente à Secretaria de Desenvolvimento Econômico, Turismo e Esportes no que diz respeito ao seu planejamento geral e controle, mantendo-se a sua autonomia administrativa e financeira. Outra mudança foi a substituição da denominação do cargo originário de Diretor-presidente pelo novo cargo de Presidente da FCC. A lei, por fim, extinguiu cinco cargos comissionados da FCC, restando então 54 cargos comissionados. (CARUARU, 2004).

Quadro 8 - Extinção de cargos comissionados na FCC em 2004

<b>DESCRIÇÃO DO CARGO</b>	<b>QTD.</b>
Coordenador de cerimonial	1
Diretor de turismo, eventos e promoções	1
Coordenador de projetos e infraestrutura	1
Diretor de autódromo	1
Coordenador de eventos	1
<b>EXTINTOS</b>	<b>5</b>
<b>TOTAL CONSOLIDADO</b>	<b>54</b>

Fonte: Caruaru (2004)

Em 2005, já no segundo mandato de Tony Gel, o turismo deixa a secretaria de desenvolvimento econômico e volta ao status de pasta independente, recriando assim a Secretaria Municipal de Turismo, com a finalidade de supervisionar, coordenar e dirigir todas as atividades inerentes ao desenvolvimento do turismo, lazer e demais serviços afins, “compreendendo a sua execução direta ou contratada, observada a política e as diretrizes municipais definidas para as ações do turismo no município de Caruaru” (CARUARU, 2005). Dessa vez foram criados mais 31 novos cargos em comissão vinculados e subordinados à nova Secretaria de Turismo.

Quadro 9 - Criação de cargos comissionados na Secretaria de Turismo

<b>DESCRIÇÃO DO CARGO</b>	<b>QTD.</b>
Secretário municipal	1
Secretário municipal adjunto	1
Chefe de gabinete de secretaria	1

Assessor especial de projetos	1
Assessor de planejamento	1
Assessor de operações	1
Assessor de apoio administrativo	1
Assessor de serviços e receptividade	1
Assistente técnico 1	1
Assistente técnico 3	1
Assistente técnico 4	2
Assistente técnico 5	9
Assistente técnico 7	10
<b>TOTAL</b>	<b>31</b>

Fonte: Caruaru (2005)

Quanto à Fundação de Cultura, não houve alteração de nome ou de objeto, mas foram criados mais quatro novos cargos comissionados. Então a Fundação de Cultura passou a contar com 58 cargos comissionados (CARUARU, 2005).

Quadro 10 - Criação de cargos comissionados na FCC em 2005

<b>DESCRIÇÃO DO CARGO</b>	<b>QTD.</b>
Coordenador especial de eventos	1
Assessor de marketing e eventos	1
Assistente técnico	1
Coordenador superior de ações culturais	1
<b>CRIADOS</b>	<b>4</b>
<b>TOTAL CONSOLIDADO</b>	<b>58</b>

Fonte: Caruaru (2005)

Em 2008, no último ano do segundo mandato de Tony Gel, houve um reajuste salarial para os 58 cargos comissionados da Fundação de Cultura de Caruaru. Nos mandatos consecutivos de José Queiroz, de 2009 a 2012 e de 2013 a 2016, respectivamente terceiro e quarto mandatos, não houve nenhum reajuste salarial.

Em 2009, no terceiro mandato de José Queiroz, foi extinta, pela segunda vez, a Secretaria de Turismo (CARUARU, 2009). Curiosamente, e diferente das

antecessoras, essa lei não tratou do turismo, por exemplo, mencionando se voltaria para o escopo da Fundação de Cultura. Não houve mudança da base legal até o fim do quarto mandato de José Queiroz em 2016. A próxima reforma administrativa da fundação só iria ocorrer no primeiro mandato de Raquel Lyra, em 2018.

O Quadro 11 detalha o embate entre Fundação de Cultura e Secretaria de Turismo no organograma da Prefeitura de Caruaru no período de 1984 a 2009.

Quadro 11 - Fundação de Cultura *versus* Secretaria de Turismo (1984 a 2009)

ANO	ATO	DESCRIÇÃO	BASE
1984	Criação	Fundação de Cultura, Turismo e Esportes (FCTEC)	Lei 2.884
1984	Extinção	Divisão de Documentação e História, Departamento de Turismo e Esportes e Casa da Cultura	Lei 2.884
1993	Alteração	Fundação de Cultura e Turismo de Caruaru	Lei 3.539
1997	Criação	Secretaria de Turismo	Lei 3.804
1997	Alteração	Fundação de Cultura de Caruaru	Lei 3.804
2001	Extinção	Secretaria de Turismo	Lei 4.044
2001	Alteração	Fundação de Cultura e Turismo de Caruaru (FCTC)	Lei 4.044
2004	Alteração	Secretaria de Desenvolvimento Econômico, Turismo e Esportes	Lei 4.388
2004	Alteração	Fundação de Cultura de Caruaru (FCC)	Lei 4.388
2005	Criação	Secretaria de Turismo	Lei 4.418
2009	Extinção	Secretaria de Turismo	Lei 4.753

Fonte: elaboração própria (2022)

O Quadro 12 apresenta a lista dos(as) presidentes(as) da Fundação de Cultura de Caruaru desde a sua efetiva implementação, em 1985, até hoje.

Quadro 12 - Presidentes da Fundação de Cultura no período de 1985 a 2022

SUCESSÃO	NOME	PERÍODO
1º	Leandro Filho	1985 a 1987
2º	Edileuza Portela	1987 a 1988
3º	Altair Porto	1988 a 1992
4º	Haroldo Bernardino	1993 a 1994
5º	Edileuza Portela (2º mandato)	1994 a 1996

6º	Severino Florêncio	1996
7º	Marcelo Mário Melo	1997
8º	José Pereira	1997 a 2000
9º	Socorro Maciel	2001 a 2004
10º	José Seródio	2005 a 2008
11º	José Pereira (2º mandato)	2009 a 2012
12º	André Alexei	2013 a 2014
13º	Lúcia Félix	2014 a 2016
14º	Lúcio Omena	2017 a 2018
15º	Maria Alves	2018
16º	Rubens Júnior	2019 a 2022

Fonte: Elaboração própria (2022)

Para Teixeira Coelho (2012), a política cultural é a ciência da organização das estruturas culturais. No caso de Caruaru, fica evidente que ocorreu uma ruptura institucional na transição entre cada governo, resultando na descontinuidade administrativa do órgão competente pelo turismo e pela cultura no município. Outra constatação é a criação desenfreada de cargos comissionados, de livre nomeação e exoneração, em detrimento da absoluta inexistência da criação de cargos efetivos, que seriam ocupados através de concurso público, impedindo, assim, a formação de servidores municipais de carreira para a gestão pública da cultura e do turismo.

Considerando ainda as definições de Teixeira Coelho (2012), constata-se, a partir de 2001, o predomínio da política de eventos em detrimento das políticas de cultura e de turismo no município, evidenciada pela criação de cargos comissionados com atribuições de eventos, marketing, promoção e infraestrutura. Constata-se, também, a desvalorização salarial do servidor da Fundação de Cultura entre 2009 e 2017, cuja remuneração não sofreu reajuste ou reposição inflacionária.

#### **4.1.3 Normatização dos festejos juninos (lei nº 4.416)**

Em 2003, os bastidores do São João de Caruaru renderam muito trabalho ao então secretário municipal Jan Grunberg, titular da Secretaria de Administração e

Assuntos Jurídicos. Atraso no desfile e música fora de época sendo tocada no Corredor das Drilhas, som alto vindo de carro e de casa próximos a polo de animação, até bar do Alto do Moura promovendo show de axé e pagode. Foi nesse contexto de descaracterização do festejo junino que o prefeito Tony Gel solicitou a seu secretário a elaboração de um projeto de lei para normatizar o São João. "Nosso objetivo é enriquecer a cultura, valorizar o forró e os ritmos pernambucanos", explicou Grunberg ao Jornal Vanguarda na edição semanal de 28/06 a 04/07/2003.

A resposta foi dada com a publicação da lei nº 4.416, de 20 de maio de 2005.

#### **LEI VAI DISCIPLINAR FESTEJOS JUNINOS DA CIDADE**

Na ocasião de lançamento da programação do São João, o prefeito Tony Gel sancionou lei cujo **objetivo é disciplinar vários aspectos do evento (infraestrutura, saúde, segurança, publicidade, comércio de produtos diversos). Um dos principais itens estabelece que músicos e bandas deverão tocar apenas ritmos nordestinos, como forró, xote, xaxado e baião.** Em caso de descumprimento, os responsáveis deverão arcar com uma multa de 50 mil UFM (unidade fiscal do município, equivalente a R\$ 1,06).

Outra determinação diz respeito à organização do desfile das drilhas, na avenida Agamenon Magalhães, prevendo o devido cumprimento do horário de concentração, início e término de cada grupo. A festa vai acontecer das 12h às 19h, e a multa para quem ultrapassar o horário varia de 5 mil a 30 mil UFM. Além disso, a drilha poderá perder o direito de se apresentar nos dois anos subseqüentes. (VANGUARDA, 2005, grifo nosso)

A lei nº 4.416/2005 institui normas e procedimentos a serem cumpridos por entidades e órgãos públicos, assim como por pessoas físicas e jurídicas de direito privado, durante o período que compreende o festejo junino no município.

A lei define foco de animação como qualquer estrutura montada, no período do São João, em ruas, calçadas ou imóveis, contendo ou não instalações de sonorização, havendo ou não presença de bandas, conjuntos ou orquestras, que propicie aglomeração de pessoas ou comércio ambulante. Ficou definido como instrumento de animação as bandas, os conjuntos e os artistas que se apresentem nos focos de animação, oficiais ou não oficiais, do São João de Caruaru. Por fim, a lei também define como música regional nordestina os ritmos típicos dos festejos juninos, tais como forró, xote, baião, xaxado, côco e derivações.

Art. 16. Nas imediações do perímetro do São João, fica terminantemente proibido a bares, restaurantes ou carros com som amplificado o uso de equipamentos que propaguem, no período e horários destinados aos festejos juninos, ritmo musical que não seja o regional nordestino, nos moldes que estabelece o art. 3º, inc. IV desta Lei.

(...)

**Art. 17. O repertório dos instrumentos de animação que se apresentarem nos focos oficiais do São João de Caruaru, deverá dar exclusividade à execução da música regional nordestina.**

(...)

Art. 18. Ao Município de Caruaru caberá toda responsabilidade de fazer cumprir os artigos deste capítulo. (LEI Nº 4.416, 2005, grifo nosso)

Não passa despercebido o abismo existente entre a teoria da lei e a prática das apresentações musicais do São João de Caruaru, desde essa época até hoje. O mais contraditório é que o órgão fiscalizador - a prefeitura - é o próprio contratante das atrações musicais diversas do forró na programação oficial do festejo junino.

Essa lei, que surgiu para normatizar os festejos juninos, previu a criação de um novo órgão colegiado para cumprir tal finalidade: o Comitê Gestor do São João (CGSJ). Pela lei, a criação do CGSJ, bem como a definição de seus membros, se dá pela publicação de um decreto do(a) prefeito(a). Esse decreto também deve definir o período oficial (incluindo a pré-produção e a pós-produção do evento) e o perímetro oficial (logradouros públicos dos polos de animação), regulamentando definitivamente, com peso jurídico, a organização do festejo junino no município.

Através de portaria específica, o presidente do CGSJ confere atribuições aos membros coordenadores a fim de dividir a responsabilidade e descentralizar as tarefas. José Seródio foi o primeiro presidente da Fundação de Cultura a contar com o auxílio do Comitê Gestor do São João para dividir essa grande responsabilidade e para dar mais segurança jurídica ao processo de organização do festejo junino.

Além da Fundação de Cultura, na minha época a gente tinha o Comitê Gestor do São João, que abrangia as demais secretarias municipais e que davam suporte e apoio para a FCC. Eu era presidente do Comitê Gestor e presidente da Fundação de Cultura. **Eu vivenciava tudo o que acontecia, mas descentralizava as demandas com as demais secretarias e com uma grande equipe de trabalhadores.** Isso dava mais segurança. (SERÓDIO, 2022, grifo nosso)

São três as finalidades básicas do Comitê Gestor do São João: (1) integrar as secretarias municipais e demais órgãos envolvidos com a realização do São João de Caruaru; (2) disciplinar o apoio financeiro concedido aos produtores culturais caruaruenses para a realização de desfiles, apresentações ou festas das comidas gigantes; e (3) fiscalizar a exposição de marcas patrocinadoras e a comercialização de produtos oficiais no período e no perímetro do festejo junino.

O produtor cultural que recebe apoio, subvenção ou qualquer tipo de incentivo do poder público tem o dever de prestar contas desses valores ao Comitê Gestor do São João, mediante apresentação de documentação comprobatória, no prazo de trinta dias após a realização de seu projeto junino (desfile, apresentação ou evento).

As empresas patrocinadoras do São João de Caruaru possuem o direito de exclusividade para expor suas marcas e para comercializar seus produtos oficiais dentro do perímetro dos polos de animação durante o período de realização do festejo junino. Essa fiscalização é de responsabilidade do Comitê Gestor do São João, que tem poder de polícia para autuar infrações e impor penalidades, como advertência, apreensão de mercadoria, multa ou interdição de estabelecimentos.

O governo enxergou nessa lei a oportunidade para resolver também uma lacuna jurídica, pois não existia previsão legal que permitisse ao poder executivo terceirizar a gestão dos festejos juninos para empresas organizadoras de eventos.

#### **4.1.4 Terceirização da organização**

De fato, a terceirização da organização do São João de Caruaru iniciou em 2001 no primeiro mandato do ex-prefeito Tony Gel. “Foi a partir da minha gestão que se viu a necessidade de terceirizar algumas ações de organização, como o marketing e a venda de patrocínios”, conta Socorro Maciel, que presidiu a Fundação de Cultura entre 2001 e 2004.

De direito, a terceirização da organização do São João de Caruaru somente teria início no segundo mandato de Tony Gel. “Art. 84. Fica o Poder Executivo autorizado a terceirizar, no todo ou em parte, os serviços de organização dos festejos juninos”, diz o texto da lei nº 4.416, sancionada pelo então prefeito Tony Gel, em 20 de maio de 2005.

De fato ou de direito, durante os dois mandatos de Tony Gel (2001 a 2008), a empresa A-SIM Comunicação, do publicitário Milton Santana, foi a produtora de eventos escolhida para terceirizar a organização do São João de Caruaru. Uma nota publicada em 2003 no Jornal Vanguarda informava que “o prefeito Tony Gel deu carta branca para Milton Santana trabalhar juntamente com Socorro Maciel no São João 2003”, segundo apurado pelo colunista social na edição de 03 a 09/05/2003.

Da leitura de outra nota do Jornal Vanguarda, publicada em 2006, é possível perceber que a produtora de eventos tinha total controle e liderança sobre a organização do festejo junino do município.

Na última terça-feira (16) a Prefeitura de Caruaru apresentou oficialmente a programação dos festejos juninos. O evento aconteceu no Baco's Recepções e contou com a presença de artistas, políticos, autoridades e empresários. **De acordo com Milton Santana, diretor da A-Sim Comunicação, empresa responsável pela coordenação da festa**, os investimentos deste ano giram em torno de R\$ 4,5 milhões. Desse total, pelo menos R\$ 1,5 milhão virá de recursos captados com a iniciativa privada. (VANGUARDA, 2006, grifo nosso)

Em 2008, o diretor da A-Sim Comunicação, Milton Santana, concedeu uma entrevista ao Jornal Vanguarda para falar do trabalho desenvolvido à frente do SJC.

#### **O SÃO JOÃO DE CARUARU É UM BEM DO POVO**

Nesta entrevista, Milton Santana, diretor da A-Sim Comunicação, responsável pela concepção e comercialização do São João nos últimos oito anos, fala do desafio de encarar uma festa desse porte.

**JV - Na sua opinião, qual o diferencial de Caruaru para as demais festas do Nordeste?**

MS - A diferença do São João de Caruaru para as demais festas juninas do Nordeste é a participação popular. Na verdade, é o povo de Caruaru quem faz a festa, quem enche as casas de visitantes, enfeita as ruas e transforma a cidade em um arraial durante o mês de junho. Além disso, o eficiente esquema de segurança do Parque de Eventos e em seu entorno tem garantido uma festa bem familiar, tranquila, com pouquíssimas ocorrências.

**JV - Como é a aceitação do São João de Caruaru pelas empresas com sede no Sul e Sudeste do país?**

MS - Ao longo desses oito anos à frente do São João de Caruaru, a A-SIM desenvolveu um projeto de marketing para o São João e profissionalizamos a festa. O objetivo foi traçar uma concepção comercial para sensibilizar os patrocinadores em relação à importância do projeto para o fortalecimento da cultura nacional. Investir no São João de Caruaru é uma excelente estratégia para as empresas que desejam ampliar e fortalecer as marcas no Nordeste. (VANGUARDA, 2008)

O fim do governo Tony Gel acarretou também o término da parceria de oito anos entre a Prefeitura de Caruaru e a A-SIM Comunicação. Ao assumir em 2009 o cargo de prefeito, pela terceira vez, José Queiroz decidiu manter o formato de terceirização da organização do São João, mas escolheu outra empresa para cuidar do SJC: a Aliança Comunicação e Cultura, do publicitário Luiz Otávio Vieira. Em uma entrevista concedida ao Jornal Vanguarda, Luiz Otávio foi taxativo ao assegurar que “o ano de 2010 irá marcar, no nosso ponto de vista, um divisor de águas na festa; a partir de agora, o São João de Caruaru entrou no circuito de grandes eventos em termos de infraestrutura”, disse ao semanário na edição de 26/06 a 02/07/2010.

Contudo, chegou um momento em que a terceirização da organização do São João de Caruaru teve sua relação custo/benefício questionada. Durante o terceiro mandato do ex-prefeito José Queiroz (2009-2012), André Alexei era secretário da Fazenda e acompanhava de perto os gastos do São João, com desconfiança.

Nesta época, era a Aliança Comunicação quem fazia a gestão do São João de Caruaru. Todo o dinheiro da captação de recursos ia direto para a conta corrente da Aliança, que gastava o recurso, mas ainda sobravam despesas para a Fundação de Cultura pagar, como palco, camarote e artistas. **Eu sempre reclamava ao prefeito: 'pra onde tá indo toda essa captação de recurso'?** (ALEXEI, 2022, grifo nosso)

O contrato de prestação de serviços entre a Fundação de Cultura e a Aliança Comunicação e Propaganda era vantajoso para a empresa, porque além de receber a comissão de 20% sobre a cota de patrocínio, a empresa também embolsava uma remuneração fixa mensal pelos serviços de consultoria e assessoria. “Os serviços objeto deste contrato destinam-se à manutenção, à otimização e ao correto funcionamento das atividades da Fundação de Cultura de Caruaru”, justificava na cláusula segunda o contrato (CARUARU, 2009). Fato intrigante é que o contrato foi celebrado sem licitação, diretamente com a empresa Aliança, quando a regra legal e a jurisprudência ordenam a realização de um processo licitatório para a escolha da empresa vencedora que apresente a proposta mais vantajosa para a administração pública, de maneira a atender aos princípios da impessoalidade, da isonomia e da economicidade. Mais curioso ainda é que o Tribunal de Contas aprovou todas as contas anuais de gestão da Fundação de Cultura neste período de 2009 a 2012.

Quando era a Aliança, pra você ter uma ideia, **ela recebia R\$ 50 mil por mês para fazer a captação de recursos, o que dava R\$ 600 mil reais por ano, e mais a comissão de 20% por fora.** Eles só trabalhavam no São João. Passava o São João, sobrava todas as broncas pra gente resolver, e o pessoal da Aliança viajava pra Europa, postava foto curtindo férias com o que ganhavam de 20%. Só trabalhavam no São João, eles não captavam recursos para a Semana Santa, nem para o Natal. (ALEXEI, 2022, grifo nosso)

Foi então que em 2013 o ex-prefeito José Queiroz pensou em tomar uma medida drástica. Ele estava decidido a acabar com a Fundação de Cultura, conforme revelou André Alexei, que foi convidado a assumir a presidência da fundação para resolver essa questão definitivamente, mas, ao chegar lá, reconheceu a utilidade da fundação e conseguiu convencer o prefeito a mudar de ideia.

Depois, Queiroz me deu o 'presente' de gerir a Fundação de Cultura. **No dia que ele me chamou pra conversar, ele me deu a missão de extinguir a FCC.** Na prefeitura a gente tem o CAUC, que são 15 itens para serem trabalhados, como se fosse a folha corrida da prefeitura. Tem que deixar eles prontos para poder até receber convênios. É um trabalho muito grande. A previdência tem que estar em dia, e uma série de fatores em dia, como a arrecadação funcionando etc., pra poder ter esse CAUC perante o governo federal e poder receber convênios. Na FCC esse trabalho é bem menor, basicamente você só precisa deixar a previdência em dia, e mais uns dois itens, para poder receber convênio. Então eu vi nesse quesito uma melhor perspectiva para receber convênios, tanto do governo estadual como do federal, com mais facilidade pela FCC do que pela prefeitura. Isso foi mostrado ao prefeito e tomou-se a decisão de não encerrar a FCC. Eu também não queria que a FCC fosse extinta na minha gestão, não queria levar essa carga de ter extinguido a Fundação de Cultura. (ALEXEI, 2022, grifo nosso)

Então ele substituiu a produtora terceirizada, fechando um contrato mais econômico para o erário. “Com a ABPA a gente cortou esse valor, não tinha esses R\$ 50 mil, era só a comissão de 20%, então, de cara, já foi uma economia de R\$ 600 mil”, conta Alexei (2022). Mesmo assim, ele ainda foi questionado pelo TCE.

Quando a gente mudou para outra empresa, a ABPA, de Antônio Bernardes, então a gente passou um monte de itens para ser pago pela captação de recursos, como palco, camarotes, estrutura, a parte de publicidade, tudo isso era pago por eles. No final do evento teve umas contas que ele não pagou. A ABPA não pagou o palco. Aí o TCE veio me questionar, queria que eu devolvesse o dinheiro. Como eu poderia devolver o dinheiro se quem recebeu foi a ABPA, e foi ela que fez o contrato com um terceiro? Eu não tinha tirado o dinheiro da prefeitura para pagar o palco. O dinheiro da captação de recursos não entrou no cofre nem da prefeitura nem da FCC. O dinheiro sempre entrava direto na conta da empresa terceirizada. Sempre entrava direto na conta da Aliança, e a Aliança apresentava somente uma folha de prestação de contas, isso era incrível, e apesar disso sempre tinha sido aprovado pelo TCE. Na nossa gestão, a gente apresentou mais de 200 folhas de prestação de contas, e no final eu fui julgado solidário a pagar as contas que a ABPA não pagou. Até eu provar que não saiu dinheiro da FCC, foram necessárias várias visitas do TCE, acompanhadas pela empresa e por advogados. **O presidente da FCC fica muito vulnerável junto ao TCE. O prefeito não se preocupa muito com isso porque não é o nome que está envolvido.** E quando termina o governo, a gente fica praticamente sozinho pra se defender. (ALEXEI, 2022, grifo nosso).

André Alexei era auditor fiscal concursado do Estado e estava cedido à Prefeitura de Caruaru, mas teve que reassumir o cargo efetivo original. Em sua substituição, assumiu a turismóloga Lúcia Félix, que já atuava na fundação como diretora de turismo, e ocupou a presidência no período de 2014 a 2016. A empresa ABPA Marketing continuou à frente da gestão do São João de Caruaru em 2014, mas devido a outros problemas, foi substituída pela produtora Branco Promoções

nos anos de 2015 e 2016. Em todos os anos do quarto mandato do ex-prefeito José Queiroz (2013 a 2016), os contratos com as empresas terceirizadas também foram celebrados sem licitação, mas, dessa vez, todos eles foram questionados pelo Tribunal de Contas, que passou a entender como ilegítima esse tipo de contratação.

#### 4.1.5 Recomendações do Tribunal de Contas

O(a) gestor(a) da Fundação de Cultura de Caruaru tem a obrigação legal de prestar contas de sua gestão ao Tribunal de Contas de Pernambuco. As auditorias realizadas pelo órgão de controle externo vinham identificando possíveis irregularidades cometidas pelos ex-gestores. Friso que não é do interesse desta pesquisa imputar responsabilidades, mas usar esta experiência como uma ponte para o aprendizado. Nesse sentido, a prestação de contas de gestão TC nº 16100301-1 elencou achados de auditoria que merecem ser mencionados nesta seção, pois dizem respeito à terceirização da organização do São João de Caruaru.

Em suma, os auditores reprovaram o modelo adotado desde 2001, que consistiu em realizar o São João de Caruaru através de terceiros, sem licitação. Na prática, a Prefeitura de Caruaru transferiu para uma empresa organizadora de evento a competência para captação de recursos e, de forma indireta, o poder para contratar e efetuar pagamentos, sem nenhuma fiscalização da Fundação de Cultura, e pior, sem nenhum registro das receitas ou das despesas na contabilidade pública, nem da fundação, nem da prefeitura. Este modelo levou à subcontratação de diversas empresas sem procedimento de licitação e, portanto, sem obediência aos princípios da legalidade, da moralidade e da impessoalidade. A Fundação de Cultura sequer elaborava termo de referência para a execução dos contratos (TCE, 2017).

A terceirização do São João de Caruaru, segundo modelo adotado, permitiu que a Administração Municipal transferisse para terceiros funções precípuas da administração pública de arrecadar recursos e realizar despesas sem atendimentos de suas etapas de processamento (fixação, empenho, licitação, liquidação e pagamento da despesa) **causando ausência de controle sobre receitas e despesas, assim como desvio do interesse público.** (TCE, 2017, grifo nosso)

Os auditores também argumentaram que o São João de Caruaru é um evento consagrado nacionalmente, e que, por isso, não haveria a necessidade de contratar

um intermediador para angariar um maior número de patrocinadores, mas sim a realização de um certame público para aumentar a arrecadação através da disputa de interessados em divulgar sua marca neste grande evento nacional que é o SJC.

Nesse sentido, a forma proposta possibilitaria a contratação de terceiros para promover a abordagem, a intermediação entre a Administração e potenciais patrocinadores, e até mesmo a negociação dos termos dos contratos de patrocínio, **direcionando a Administração a contratar apenas as empresas previamente consultadas por um intermediador, e, com isso, tolhendo potenciais patrocinadores de tomar conhecimento e dele participar (como ocorreria no caso de credenciamento)**. Ademais, os patrocinadores não podem ser conhecidos ou apontados de antemão, pois a formalização desses contratos de patrocínio, a rigor, deve ser precedida de licitação pública, aberta a todas as empresas que atenderem aos critérios estabelecidos em edital, ou seja, em procedimentos públicos acessíveis a todos os interessados. (TCE, 2017, grifo nosso)

O relatório recomendou sete medidas como proposta de encaminhamento:

1. **Ao prefeito do município de Caruaru: nomear os membros do Conselho de Administração e do Conselho Fiscal da Fundação de Cultura, Turismo e Esportes de Caruaru;**
2. Realização de processos licitatórios para contratação de empresa que preste serviço de assessoria e captação de patrocínio para o São João de 2017, bem como de qualquer contratação de bens e serviços;
3. Definição prévia dos bens e serviços necessários a serem executados pela contratada ou passíveis de subcontratação (princípio da economicidade);
4. Definição prévia do valor fixo ou dos bens e serviços objeto do patrocínio a ser captado, bem como os benefícios para as empresas, a exemplo de propaganda durante o evento;
5. **Formalização de contrato de patrocínio diretamente com as empresas privadas que vão entregar recursos financeiros ou bens e serviços, evitando intermediações e pagamento de taxas;**
6. No caso de recursos financeiros, que estes ingressem na conta única do ente governamental, e a despesa custeada por tais recursos deve seguir o processamento ordinário da despesa pública;
7. Prestação de contas das despesas pagas com recursos oriundos de patrocínios nos moldes da lei nº 4.320/64. (TCE, 2017, grifo nosso)

Chama atenção também o fato de que, apesar de previsto na lei de criação e no estatuto, não haviam sido formalizados, ainda, o Conselho de Administração e o Conselho Fiscal da Fundação de Cultura, deixando a direção executiva carente tanto de um órgão de orientação, deliberação e coordenação superior que pudesse fixar as diretrizes e normas para os trabalhos, quanto de um órgão fiscalizador com competência para examinar o balanço patrimonial e a demonstração de resultados.

Após contextualizar a evolução da organização do São João a cargo da Prefeitura de Caruaru, avanço para o segundo objetivo específico da investigação.

## 4.2 MUDANÇAS IMPLEMENTADAS

Aqui eu descrevo as mudanças implementadas no sistema de gestão do São João de Caruaru no período de 2017 a 2019. Parto do começo, quando Raquel Lyra assumiu o primeiro mandato como prefeita de Caruaru em 1º de janeiro de 2017. Então ela nomeou o médico e arquiteto Lúcio Omena para a presidência da Fundação de Cultura e Turismo de Caruaru (FCTC), e nomeou o empresário e músico João Melo Neto como secretário municipal na Secretaria de Desenvolvimento Econômico e Economia Criativa (SEDEEC). Na sequência, Lúcio e João me indicaram para assumir a função de vice-presidente da FCTC.

A missão era construir um novo sistema de gestão para o São João de Caruaru orientado para o equilíbrio público-privado. A premissa básica era trazer de volta para dentro da prefeitura as tarefas de captação de recursos e de organização do São João, resultando numa entrega maior, melhor e mais barata. Isso implicava executar uma série de mudanças na forma como o festejo junino vinha sendo organizado nos últimos 16 anos, que era o de terceirização para empresas organizadoras de eventos privados, por inexigibilidade ou dispensa de licitação.

O maior problema a ser superado era a ausência de informações técnicas e confiáveis. “Em 2017, nós fizemos um São João a partir do zero. Não tinha um plano comercial; não tinha um diagrama do espaço que a festa ocupava. A gente se via refém de quem já tinha feito o São João de Caruaru”, relembra Lúcio Omena. O desafio era grande; o prazo, curto. Ficou acordado, então, uma divisão de tarefas. A tarefa de captação de recursos para o São João seria coordenada por João Neto dentro da SEDEEC, e a tarefa de produção e gestão do São João seria coordenada por Lúcio Omena dentro da FCTC. As duas tarefas seriam monitoradas e controladas dentro do Comitê Gestor do São João, sob a minha responsabilidade. O processo decisório continuou concentrado no gabinete da prefeita Raquel Lyra.

A Figura 4 ilustra o novo sistema de gestão do São João de Caruaru<sup>6</sup>.

---

<sup>6</sup> Sistema de gestão é o conjunto de elementos inter-relacionados ou interativos de uma organização para estabelecer políticas, objetivos e processos para alcançar estes objetivos (ABNT, 2017).

Figura 4 - Novo sistema de gestão do São João de Caruaru



Fonte: elaboração própria (2022)

Este preâmbulo se faz necessário para introduzir o rol de intervenções. O presente capítulo tem o objetivo de descrever as mudanças que foram implementadas no sistema de gestão do São João de Caruaru. Por questão didática, eu organizei a descrição dessas intervenções usando a categorização temática, e seguindo a mesma lógica usada por nós durante o planejamento do evento:

1. Concepção;
2. Identidade visual;
3. Polos de animação;
4. Captação de recursos;
5. Licitações e contratos;
6. Seleção artística;
7. Comitê Gestor do São João (CGSJ);
8. Reforma administrativa da FCTC;
9. Conselho Municipal de Política Cultural (CMPC); e
10. Plano Municipal de Cultura (PMC).

### 4.2.1 Concepção

Após décadas de sucessivas intervenções, a Prefeitura de Caruaru de fato transformou o São João em um festival cultural nacional de grande porte (ABNT, 2017). Walmiré Dimeron foi quem melhor resumiu esse processo iniciado em 1983.

Então a coisa foi mudando de configuração. **Não houve consulta.** A prefeitura simplesmente resolveu transformar um evento que era eminentemente espontâneo, e cultural, num produto turístico. Isso não é uma crítica, mas não houve consulta. Graças a Deus que deu certo. (WALMIRÉ, 2022, grifo nosso)

Quando assumiu a presidência da Fundação de Cultura e Turismo de Caruaru, Lúcio Omena percebeu que o São João era um evento completamente integrado ao mercado musical brasileiro, e que era necessário fortalecer a tradição do festejo junino ante o poder do empresariado artístico. Era necessário buscar robustecer as ações culturais da tradição junina para tentar equilibrar essa balança (São João Cultural x São João Entretenimento), sem, contudo, adotar uma postura radical de se fechar por completo para a evolução, a troca ou o intercâmbio cultural.

Eu acho que o São João de Caruaru é um grande festival de música. Eu vejo isso como um sistema, e não consigo isolar Caruaru desse contexto. Houve uma tentativa no passado de fazer uma festa direcionada ao forró e ao baião. Mas Caruaru começou a perder espaço em relação a outras festas que tinham atrações de nível nacional. Existe um público que consome essas atrações de nível nacional, e que torna a festa grandiosa, e que possibilita a captação de recursos para a festa. **O que eu acho que tem que haver é uma gestão disso daí.** Foi o que a gente tentou fazer ao dividir o que é São João Cultural do que é Entretenimento, e começar a dar mais peso ao São João Cultural, para que ao menos essa balança se equilibrasse. É imprescindível que o São João Cultural, o São João que valoriza as tradições culturais de raiz, cresça e tome uma proporção que venha a concorrer com o São João Entretenimento, mas hoje isso ainda não é possível. (...) Eu acho que não deve haver protecionismo, eu acho que cultura é troca, e deve haver espaço para a evolução. Hoje é preciso equilibrar essa balança. A gente tenta equilibrar essa balança desde 2017 através da conceituação São João Cultural x São João Entretenimento. Eu aprendi muito com isso tudo, porque eu tinha um conceito na minha cabeça, mas quando a gente vai pro mundo real é diferente. (OMENA, 2022, grifo nosso)

A atriz e arte-educadora Maria Alves assumiu a presidência da FCTC em maio de 2018 após a exoneração, a pedido, de Lúcio Omena. Ela usou a expressão 'multicultural' para conceituar o São João de Caruaru. Ela ressalta que existem vários polos juninos dedicados às matrizes tradicionais do forró, bem como a outras

linguagens artísticas, e posiciona o São João de Caruaru ocupando um lugar intermediário entre os campos da cultura popular e da cultura de massa.

Existe uma grande desinformação em torno do que o São João de Caruaru representa. É preciso entender que o carro-chefe do SJC é o forró. Só que o SJC não é só forró. Ele é um São João multicultural. Foi isso que eu entendi na minha gestão, e eu achei isso fantástico. Porque nós vivemos um momento híbrido, de mestiçagem cultural, e a gente precisa contemplar as diversas linguagens artísticas. E quem disse que nos 30 dias não tem forró? Tem sim forró no palco principal, onde tocam os principais forrozeiros do país. Tem os outros polos que foram criados, que eu acho isso uma sacada sensacional, que descentralizou a festa até a zona rural. Você encontra forró em todos lugares: trios pé-de-serra, bandas de pífano etc. Mas isso não é divulgado. Tem um polo no SJC que pouca gente sabe, que é o polo cultural da Estação Ferroviária. Tem gente que se soubesse o que tem lá talvez nem fosse no pátio de eventos. Também é preciso entender que existe a cultura de massa, a cultura popular e a cultura erudita. Hoje elas se misturam, elas não estão em caixinhas fechadas. **O São João é um grande braço da cultura popular, mas também abarca a cultura de massa.** Isso precisa ser contemplado no São João multicultural. Por exemplo, o que Alok tem a ver com o São João? Ele não tem a ver com o forró, mas tem a ver com um determinado público da festa. No dia de Alok se consegue levar para o pátio uma tribo que não iria em nenhum outro dia. Isso é fantástico. Na Estação Ferroviária tem a cultura popular, tem repente, tem cinema, tem mamulengo, tem espetáculo de rua, tem exposição. São diversos segmentos artísticos contemplados. E o palco grande representa a cultura de massa, aquilo que arrasta público, milhares de pessoas, coisas que, infelizmente, um artista da terra não consegue fazer. Um artista local tem público para levar para o palco principal? É preciso fazer uma dobradinha, tem que ter um artista de massa e um artista da terra. Esse público que vai prestigiar o palco grande não fica lá na Estação Ferroviária, eles passam direto. O São João multicultural traz o forró como carro chefe, mas tá o tempo todo dialogando com essa cultura de massa. Isso é necessário. (ALVES, 2022, grifo nosso)

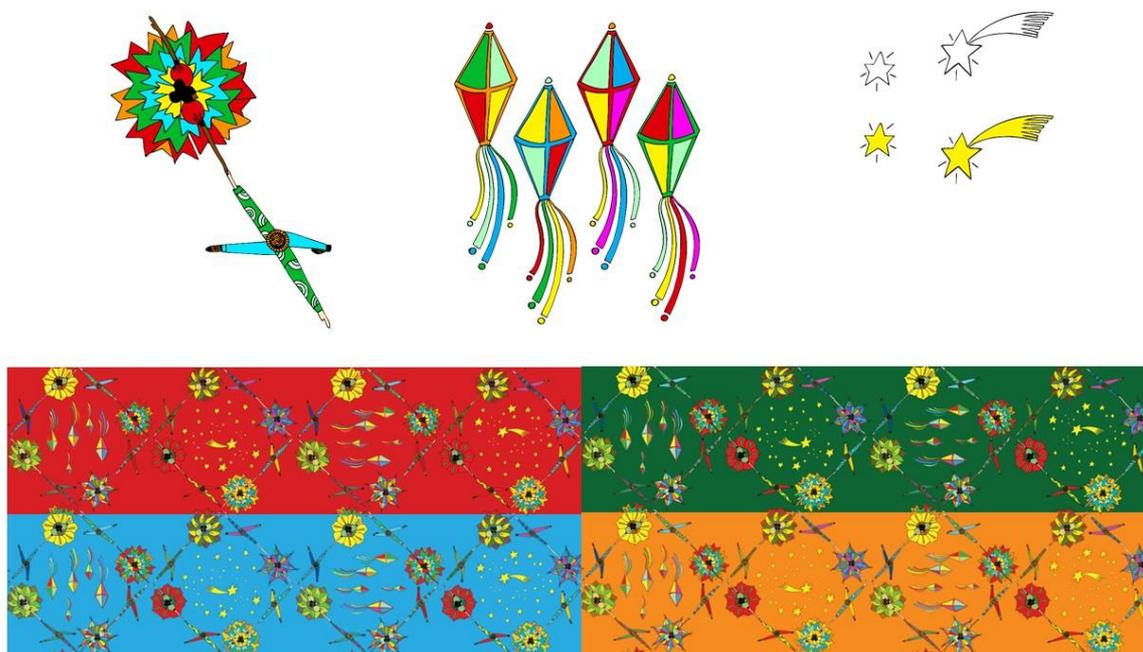
Atual presidente da Fundação de Cultura, o radialista Rubens Júnior, que assumiu o cargo em janeiro de 2019 após a exoneração, a pedido, de Maria Alves, também reforça a compreensão do São João de Caruaru como um festival cultural nacional de grande porte. “Na verdade o São João de Caruaru é um grande festival, é uma congregação da cultura brasileira. Ele é multicultural” (JUNIOR, 2022).

Após compreender o São João de Caruaru em seu contexto, era necessário criar uma identidade visual que traduzisse essa nova conceituação (do São João Cultural e do São João Entretenimento), para ser usada no novo plano comercial, nas novas peças publicitárias e nos elementos de ornamentação do festejo junino.

#### 4.2.2 Identidade visual

Até 2016, a identidade visual do São João de Caruaru não era uma preocupação central da Fundação de Cultura. A tarefa estava a cargo das produtoras de eventos terceirizadas, e cumpria apenas a função prática de ser aplicada nas peças publicitárias e nas sinalização dos polos juninos, sem nenhum aprofundamento na exploração de sua função estética. Em 2017, o premiado designer e estilista mineiro Ronaldo Fraga foi o nome escolhido pela prefeita Raquel Lyra para criar a nova identidade visual do São João de Caruaru. O convite a Ronaldo Fraga foi articulado pelo presidente da FCTC, Lúcio Omena. O projeto foi batizado de 'Estampa Caruaru', e envolvia também uma parceria com o Núcleo de Design do Campus Agreste da Universidade Federal de Pernambuco. A ideia era unir dois símbolos que representam o município: o São João e a Feira da Sulanca (confeccões). A tradição seria representada pelo festejo junino, e a modernidade, pela indústria da moda (Figura 5). O contrato abrangeu os anos de 2017 e 2018. O decorador Walther Holmes foi convidado para aplicar os elementos da nova identidade visual nos itens de ornamentação do festejo junino.

Figura 5 - Elementos visuais criados por Ronaldo Fraga para o São João de Caruaru



Fonte: Fraga (2017)

O trabalho de Ronaldo Fraga foi considerado um sucesso pela crítica especializada, mas causou um certo estranhamento no público caruaruense, que parece não ter compreendido as referências utilizadas na criação dos elementos

visuais. Já para 2019, foi convidado o xilogravurista J. Borges, eleito Patrimônio Vivo de Pernambuco, para criar outra identidade visual do São João de Caruaru, desta vez com referências mais diretas para os caruaruenses. Então J. Borges criou três novas xilogravuras ('Tocador de Pífano', 'Morro do Bom Jesus' e 'Feira de Caruaru'), além de uma fonte alfanumérica exclusiva para uso na sinalização do São João de Caruaru (Figura 6). O decorador Walther Holmes continuou à frente da aplicação dos elementos da identidade visual em todos os itens de ornamentação do festejo junino. O trabalho de J. Borges foi considerado um sucesso pela crítica, aclamado pelo público caruaruense e aprovado pelos turistas. O contrato de J. Borges foi renovado e seus desenhos característicos continuam a estampar todas as peças publicitárias e também os itens de ornamentação do São João de Caruaru até os dias de hoje.

Figura 6 - Xilogravuras criadas por J. Borges para o São João de Caruaru



Fonte: Borges (2019)

Esta nova identidade visual seria aplicada no novo plano comercial, em todas as peças publicitárias, nas placas de sinalização e em todos os itens de ornamentação do festejo junino, constituindo-se no principal elemento que daria unidade, coesão e harmonia aos diversos polos de animação do São João de Caruaru espalhados pela cidade, e também, a partir de 2017, pela zona rural.

### 4.2.3 Polos de animação

Em 2017, não havia margem para inovações em tão curto espaço de tempo, e os polos oficiais de animação do São João de Caruaru já estavam consolidados há décadas: (1) o Parque de Eventos Luiz ‘Lua’ Gonzaga, (2) o pátio da antiga Estação Ferroviária, ambos localizados no centro da cidade, e (3) a Rua Mestre Vitalino, localizada no bairro do Alto do Moura. Mas a zona rural do município nunca havia integrado o perímetro oficial do festejo junino. Partiu de Lúcio Omena a ideia de criar polos descentralizados nas vilas da zona rural, lugar de origem do festejo junino. A prefeita Raquel Lyra aprovou a ideia de imediato. Inclusive a festa de lançamento do São João de Caruaru, que até 2016 acontecia em casas de festas privadas, sendo um evento restrito a uma lista de convidados da prefeitura, naquele ano de 2017, aconteceu, pela primeira vez, na zona rural do município, na vila rural de Pau Santo, distante 15km da cidade, aberta ao público em geral. Em 2018 a festa de lançamento aconteceu na Rua 3 de Maio, local emblemático da época do tradicional ‘São João de Rua’, e em 2019 o evento ocorreu no Alto do Moura, sempre obedecendo ao formato aberto ao público em geral, iniciado em 2017 (Foto 2).

Foto 2 - Festa de lançamento do São João de Caruaru na vila rural de Pau Santo



Fonte: Ascom (2017)

Outra mudança implementada ainda em 2017 foi a melhoria significativa da infraestrutura do Polo Azulão (o palco “alternativo”), que foi deslocado da Estação Ferroviária para a Rua Armando da Fonte, local onde até hoje encontra-se sediado.

O São João de Caruaru, portanto, passou a contar com cinco polos juninos descentralizados, sendo três deles localizados no centro da cidade, o quarto no bairro Alto do Moura, e o quinto no formato itinerante, circulando pela zona rural (Figura 7). Geralmente o período de funcionamento dos polos juninos é de 01 a 30 de junho.

Figura 7 - Mapa dos polos juninos descentralizados do São João de Caruaru



Fonte: Sedec (2019)

O primeiro e maior polo junino do São João de Caruaru é o Parque de Eventos Luiz 'Lua' Gonzaga, que tem capacidade para até 84 mil pessoas e abriga dois palcos: (1) o Palco Luiz Gonzaga, que recebe as atrações nacionais de perfil 'comercial', e (2) o Palco Mestre Camarão, que recebe os artistas 'da terra'. Ambos funcionam simultaneamente nas sextas, sábados, domingos, feriados e nas vésperas de feriado, totalizando cerca de 18 noites de show na temporada junina. O horário das apresentações é das 20h às 02h. Dentro do Parque de Eventos operam 23 restaurantes, 7 quiosques, 74 barracas e 51 ambulantes de bebidas, além de 10 espaços destinados às ativações promocionais das marcas patrocinadoras. Além dos dois palcos, existe um pavilhão destinado aos camarotes, composto por térreo e dois pavimentos, com capacidade para até 28 espaços privativos, que são ocupados por patrocinadores, veículos de comunicação e convidados diversos (Foto 3).

Foto 3 - Vista aérea do Parque de Eventos Luiz Lua Gonzaga



Fonte: Ascom (2018)

O segundo polo junino é o pátio da antiga Estação Ferroviária de Caruaru, onde estão concentradas as atrações culturais do São João: teatro de mamulengo, quadrilhas juninas, trios de forró pé-de-serra, bandas de pífano, duplas de repentistas, batalhões de bacamarteiros etc. Lá também funciona um *food park* com 14 operações de alimentos e bebidas, uma área para brinquedos infantis, uma pista de dança para o tradicional forró pé-de-serra, um espaço para apresentações musicais infantis, um galpão para exposição de trabalhos de artistas plásticos caruaruenses, um mercado de artesanato com 30 expositores, um pavilhão com piso e arquibancada para apresentações de quadrilhas e de grupos de dança folclóricos, uma vila cenográfica com presença de personagens típicos, além de um pavilhão para exibição de filmes, para desafios de repentistas e que também recebe oficinas e debates. O polo cultural da Estação Ferroviária funciona de quarta à sexta a partir das 18h, e a partir das 16h nos sábados, domingos e feriados. O horário de encerramento é 0h durante a semana e às 02h nos fins de semana. Ao todo são 23 dias de ativação na temporada junina. Lá ainda existem sete espaços destinados às ativações promocionais das marcas patrocinadoras oficiais do festejo junino (Imagem 1).

Imagem 1 - Montagem de fotos das atrações do Polo Cultural da Estação Ferroviária



Fonte: Sedeec (2019)

O terceiro polo junino localizado no centro da cidade é o Polo Azulão, espaço dedicado à cena da música 'alternativa' da cidade, como blues, rock, hardcore e metal, mas também MPB, samba, brega, frevo e também forró. Em 2017 o Polo Azulão passou a funcionar na rua Armando da Fonte e ganhou reforço na infraestrutura e no orçamento, passando a receber também shows de artistas nacionais de perfil 'cultural', como Lenine, Chico César e Cordel do Fogo Encantado. O polo funciona no período entre o Santo Antônio e o São João (13 a 24/06). Os shows acontecem nas sextas, sábados, domingos e feriados, no horário das 20h às 01h30, totalizando em média oito noites de show na temporada junina (Imagem 2).

Imagem 2 - Montagem de fotos das atrações do Polo Azulão



Fonte: Sedeec (2019)

O quarto polo junino é o Polo Mestre Vitalino, no bairro do Alto do Moura, que funciona aos sábados, domingos e feriados, sendo o único polo diurno em funcionamento no horário das 12h às 18h, totalizando cerca de 11 dias de ativação. Lá existe um amplo estacionamento para carros particulares e ônibus de excursão, um pavilhão com palco e camarins, 15 barracas de alimentos e 29 ambulantes de bebidas. Além do polo oficial, os destaques para visitação no Alto do Moura são a Casa Museu Mestre Vitalino, o Memorial Mestre Galdino, os ateliês dos mestres ceramistas e as lojas de artesanato em barro existentes ao longo da rua Mestre Vitalino, que funcionam o ano inteiro, não somente na temporada junina (Imagem 3).

Imagem 3 - Montagem de fotos das atrações do Polo Mestre Vitalino (Alto do Moura)



Fonte: Sedeec (2019)

O quinto polo junino é o São João na Roça. Trata-se de um caminhão-palco que começou sua caravana em 2017 percorrendo quatro vilas, e hoje visita 12 comunidades rurais: Pau Santo, Gonçalves Ferreira, Rafael, Terra Vermelha, Peladas, Malhada de Pedras, Xicuru, Cachoeira Seca, Itaúnas, Juá, Lages e Malhada de Barreira Queimada. O São João na Roça acontece nas sextas e sábados, no horário das 19h às 0h, e conta com estrutura completa de ornamentação, segurança, barracas para comidas e bebidas. A programação traz apresentações de quadrilhas juninas, grupos de cultura popular, repentistas e bandas de forró. Antes do início da caravana, 24 km de estradas rurais são recuperadas e sinalizadas, e as vilas recebem benfeitorias públicas como serviços de capinação, de limpeza, de iluminação e de pintura (Imagem 4).

Imagem 4 - Montagem de fotos das atrações do São João na Roça



Fonte: Sedeec (2019)

E ainda existe em Caruaru um circuito independente de festas juninas comunitárias chamadas de 'Comidas Gigantes'. São festas juninas realizadas por lideranças populares cujo principal atrativo é a degustação de uma comida junina típica em proporções gigantescas: o maior cuscuz do mundo, a maior pamonha do mundo, o maior pé-de-moleque do mundo etc. Para se ter uma ideia da grandiosidade dessas comidas, uma dessas festas mais populares, o Maior Cuscuz do Mundo, é preparado com 600 kg de flocos de milho e cozinhado em uma cuscuzeira que mede 4 metros de altura. Atualmente duas associações organizam o movimento das Comidas Gigantes, sendo realizadas mais de 40 festas de Comidas Gigantes na temporada junina, em bairros da cidade e vilas da zona rural, e que contam com o apoio financeiro da Fundação de Cultura de Caruaru (Foto 4).

Foto 4 - O Maior Cuscuz do Mundo (União dos Criadores das Comidas Gigantes)



Fonte: Ascom (2019)

#### 4.2.4 Captação de recursos

Entre 2001 e 2016, a captação de recursos financeiros para o São João de Caruaru foi terceirizada para empresas organizadoras de eventos. Tal procedimento ocorria mediante dispensa ou inexigibilidade de licitação, as empresas eram escolhidas sem critérios objetivos e os contratos de captação não eram efetivamente fiscalizados pelo município. Esse modelo gerou muitos problemas administrativos para os presidentes da Fundação de Cultura, principalmente a partir do ano de 2013, quando o Tribunal de Contas passou a julgar irregular as contas do São João.

A partir de 2017, a captação de recursos para o São João foi assumida pela Prefeitura de Caruaru. Desde então são publicados editais de chamamento público para selecionar empresas interessadas em patrocinar o São João de Caruaru, resultando em processos mais transparentes e econômicos para o município.

O edital tem por objetivo selecionar empresa parceira que manifeste interesse em colaborar com a Fundação de Cultura na realização do São João de Caruaru, com aporte financeiro, detendo exclusividade de projeção de marca e de venda no

período e no perímetro do festejo junino, definido em decreto municipal específico, mediante a aquisição da cota de patrocínio prevista no instrumento convocatório.

As empresas selecionadas nos termos do edital formalizam com a Fundação de Cultura um contrato de patrocínio, no qual consta o valor, o modo e prazo de pagamento da respectiva cota, as especificações e formas de inserção do nome e/ou da marca de cada patrocinador nos materiais relacionados à promoção, divulgação e programação do São João de Caruaru, bem como as demais contrapartidas estabelecidas entre as partes, nos termos definidos no edital.

Os recursos captados a título de patrocínio constituem receita da Fundação de Cultura e são aplicados exclusivamente para promoção, organização e execução das ações relacionadas direta ou indiretamente com o São João de Caruaru. A Imagem 5 apresenta as marcas patrocinadoras presentes no São João de Caruaru 2018.

Imagem 5 - Marcas patrocinadoras oficiais do São João de Caruaru 2018



Fonte: Sedeec (2019)

Outra mudança, implementada em 2018, foi o credenciamento de pessoas jurídicas de natureza cultural, especializadas na prestação de serviços de captação de recursos junto a pessoas físicas ou jurídicas, nos termos da Lei Rouanet, com a finalidade de apresentação de propostas culturais, incluindo projetos de restauração ou reforma de equipamentos culturais, junto à Secretaria Especial de Cultura

(ex-MinC), nos termos propostos pela Fundação de Cultura de Caruaru. Nesse tipo de contratação não há destinação de recursos financeiros por parte da FCC. A remuneração dos eventuais credenciados está condicionada ao sucesso da aprovação dos projetos, bem como à efetiva captação de recursos junto às pessoas físicas ou jurídicas. Aprovado o projeto e captado o recurso, fará jus o credenciado à taxa de sucesso, obedecendo-se aos critérios estabelecidos pela Lei Rouanet (Imagem 6).

Imagem 6 - Montagem de fotos de ativações comerciais das marcas patrocinadoras



Fonte: Sedeec (2019)

Em 2019, houve um aperfeiçoamento do processo de captação de recursos para o São João de Caruaru com a inclusão de duas melhorias: (1) chamamento para selecionar patrocinador exclusivo em seis segmentos - cerveja e refrigerante, bebidas destiladas, instituição financeira privada, meio de pagamento, aplicativo de transporte e setor automotivo; e (2) contratos de patrocínio com vigência de dois anos. A cervejaria Heineken Brasil foi a primeira empresa a assinar um contrato de patrocínio, pelo prazo de dois anos, com o São João de Caruaru, totalizando R\$ 10 milhões investidos diretamente, sem uso de nenhum mecanismo de incentivo fiscal.

Importante ressaltar que o trabalho de captação de recursos para o São João de Caruaru começa em setembro/outubro, do ano anterior, com a elaboração do plano comercial e também com o cadastro da proposta cultural na Lei Rouanet. A

primeira rodada de prospecção de patrocinadores acontece em novembro/dezembro com a viagem da prefeita Raquel Lyra a Recife e a São Paulo para entregar, pessoalmente, o plano comercial às maiores agências de publicidade. A publicação do edital de chamamento público ocorre no primeiro trimestre do ano de realização do São João. A captação de recursos é realizada até o último dia do festejo junino.

#### 4.2.5 Licitações e contratos

O artigo 37, inciso XXI, da Constituição Federal, ordena que as contratações da administração pública, como regra geral, devem ser precedidas de licitação.

Art. 37. A administração pública direta e indireta de qualquer dos Poderes da União, dos Estados, do Distrito Federal e dos Municípios obedecerá aos princípios de legalidade, impessoalidade, moralidade, publicidade e eficiência e, também, ao seguinte:

(...)

XXI – ressalvados os casos especificados na legislação, **as obras, serviços, compras e alienações serão contratados mediante processo de licitação pública que assegure igualdade de condições a todos os concorrentes**, com cláusulas que estabeleçam obrigações de pagamento, mantidas as condições efetivas da proposta, nos termos da lei, o qual somente permitirá as exigências de qualificação técnica e econômica indispensáveis à garantia do cumprimento das obrigações; (CF, 1988, grifo nosso)

A lei federal nº 8.666, de 21 de junho de 1993, regulamenta o art. 37, inciso XXI, da Constituição Federal, instituindo normas para licitações e contratos da administração pública. Uma exceção, prevista no inciso III do art. 25 lei, trata da contratação de artistas. Neste caso específico, diz-se que a licitação é inexigível.

Art. 25. É inexigível a licitação quando houver inviabilidade de competição, em especial:

I - para aquisição de materiais, equipamentos, ou gêneros que só possam ser fornecidos por produtor, empresa ou representante comercial exclusivo, vedada a preferência de marca, devendo a comprovação de exclusividade ser feita através de atestado fornecido pelo órgão de registro do comércio do local em que se realizaria a licitação ou a obra ou o serviço, pelo Sindicato, Federação ou Confederação Patronal, ou, ainda, pelas entidades equivalentes;

II - para a contratação de serviços técnicos enumerados no art. 13 desta Lei, de natureza singular, com profissionais ou empresas de notória especialização, vedada a inexigibilidade para serviços de publicidade e divulgação;

**III - para contratação de profissional de qualquer setor artístico, diretamente ou através de empresário exclusivo, desde que consagrado pela crítica especializada ou pela opinião pública.**

§ 1º Considera-se de notória especialização o profissional ou empresa cujo conceito no campo de sua especialidade, decorrente de desempenho anterior, estudos, experiências, publicações, organização, aparelhamento, equipe técnica, ou de outros requisitos relacionados com suas atividades, permita inferir que o seu trabalho é essencial e indiscutivelmente o mais adequado à plena satisfação do objeto do contrato.

§ 2º Na hipótese deste artigo e em qualquer dos casos de dispensa, se comprovado superfaturamento, respondem solidariamente pelo dano causado à Fazenda Pública o fornecedor ou o prestador de serviços e o agente público responsável, sem prejuízo de outras sanções legais cabíveis. (BRASIL, 1993, grifo nosso)

Até 2016, a comissão de licitação da Fundação de Cultura realizava basicamente dois tipos de procedimentos licitatórios: (1) para contratação dos artistas, através de inexigibilidade de licitação, e (2) para contratação das empresas organizadoras do evento, através de inexigibilidade ou dispensa de licitação. O maior problema estava exatamente na contratação direta das empresas organizadoras de eventos, sem licitação, para realizar a captação de patrocínio e a organização do São João de Caruaru. A Fundação de Cultura, na prática, transferia a responsabilidade de organizar o festejo junino para uma empresa privada, sem licitação, que era de fato quem contratava a equipe de produção e todos os serviços técnicos necessários para a realização do São João.

A primeira medida implementada em 2017 foi extinguir, da estrutura da Fundação de Cultura, a comissão permanente de licitação (CPL). Visando reduzir as despesas e aumentar a eficiência do serviço público, a Secretaria de Administração (SAD) absorveu toda demanda de processos licitatórios relacionados ao São João de Caruaru. A segunda medida foi construir um novo rol de processos licitatórios necessários para a realização do São João de Caruaru, tanto aqueles relacionados com a captação de patrocínio quanto aqueles referentes à contratação de serviços técnicos para a produção do evento. Os processos de inexigibilidade para a contratação de artistas também foram centralizados na CPL/SAD a partir de 2017.

No entanto, para 2017, devido ao calendário apertado entre a posse da nova equipe (janeiro) e o início da montagem do evento (maio), este plano foi parcialmente executado. A captação de recursos conseguiu ser realizada através de chamamento público, e as contratações artísticas através do edital e das inexigibilidades. Mas a contratação do serviço de produção foi frustrada por uma

decisão cautelar do Tribunal de Contas suspendendo o processo, provocada pelo questionamento de um licitante. Então a prefeitura, por motivo de urgência, revogou o processo e realizou a contratação da empresa organizadora do evento de maneira direta, por dispensa de licitação. O Ministério Público, com base na medida cautelar do TCE, levou o caso para ser julgado pela Justiça, que rejeitou a ação por entender que não houve lesão ao patrimônio público no caso em análise (TJPE, 2022).

Por isso, somente em 2018 é que, na prática, o novo rol de processos licitatórios necessários para a organização do festejo junino foi implementado. O quadro apresenta os principais processos licitatórios realizados pela CPL/SAD para atender às necessidades do novo sistema de gestão do São João de Caruaru (Quadro 13).

Quadro 13 - Rol de processos licitatórios do novo sistema de gestão do São João de Caruaru

PROCESSO	MODALIDADE	OBJETO
01	Pregão	Serviços de montagem e desmontagem de estrutura, som e iluminação, incluindo fornecimento, instalação, manutenção e operação; e serviços de captação e transmissão de imagens para o São João.
02	Chamada pública	Processo seletivo de patrocinador exclusivo para o São João nos seguintes segmentos: Cerveja e refrigerante; Bebidas destiladas; Meios de pagamento; Instituição financeira privada; Aplicativos de transporte; e Setor Automotivo.
03	Chamada pública	Processo seletivo para aquisição das demais cotas de patrocínio para o São João.
04	Pregão	Contratação de empresa especializada em produção e gestão de eventos, inclusive serviços de buffet para os camarins, a serem utilizados no São João.
05	Pregão	Contratação de empresa especializada na prestação de serviços de ornamentação e decoração para o São João.
06	Carta convite	Contratação de empresa especializada na prestação de serviços de assessoria de imprensa para executar as estratégias do São João.
07	Carta convite	Contratação de empresa de consultoria especializada para realização de pesquisa de satisfação e de impacto econômico para o São João.
08	Pregão	Contratação de empresa especializada na locação de veículos com fornecimento de motorista e combustível para atender ao São João.
09	Pregão	Contratação de empresa especializada no fornecimento de refeições e lanches, sob demanda, para servidores municipais

		e equipes das forças integradas de segurança que estarão em serviço durante o São João.
10	Pregão	Contratação de empresa especializada na execução de show pirotécnico, com fornecimento de fogos de artifício, para atender ao São João.
11	Pregão	Contratação de empresa especializada na prestação de serviço de videomonitoramento, incluindo câmeras de IP, telas e monitores de LED, infraestrutura de redes wireless, gravadores, entre outros, a serem utilizados no São João.
12	Pregão	Contratação de empresa especializada na prestação de serviços de limpeza, conservação, higienização, com fornecimento de material, a serem utilizados no São João.
13	Pregão	Contratação de empresa especializada na prestação de serviços de vigilância desarmada para o São João.
14	Pregão	Contratação de empresa especializada em prestação de serviços de locação de ambulâncias de transporte (tipo A) com condutor + técnico de enfermagem, e ambulância de suporte avançado (tipo D) com condutor + médico + enfermeiro para o São João.
15	Pregão	Contratação de empresa especializada em prestação de serviços bombeiros civis com fornecimento dos respectivos equipamentos de uso específico e materiais de pronto atendimento para o São João.
16	Inexigibilidades	Processos de contratação de artistas para o São João.

Fonte: elaboração própria (2022)

O Termo de Referência (TR)<sup>7</sup>, que integra o edital de cada um dos processos licitatórios, é elaborado por servidores municipais designados pelo dirigente do órgão responsável pela gestão e fiscalização do respectivo contrato:

- a) Processos 01, 04, 05, 10, 12 e 16 (Fundação de Cultura);
- b) Processos 08, 09, 11, 13, 14 e 15 (Secretaria de Ordem Pública);
- c) Processos 02, 03 e 07 (Secretaria de Desenvolvimento Econômico e Economia Criativa); e
- d) Processo 06 (Secretaria-executiva de Comunicação e Imprensa).

Vale esclarecer que o processo nº 01, da licitação de toda infraestrutura do São João de Caruaru, possui lote único para contratação de diversos itens, sendo vencedora a proposta que apresentar menor valor global. O termo de referência para

<sup>7</sup> O termo de referência, ou o projeto básico, é um documento elaborado a partir dos estudos técnicos preliminares, devendo conter os elementos necessários e suficientes, com nível de precisão adequado, para caracterizar o objeto da licitação, assegurando a viabilidade técnica e possibilitando a avaliação do custo e a definição dos métodos e do prazo de execução (BRASIL, 1993, art. 6º, IX)

a contratação dos serviços de infraestrutura abrange a montagem e desmontagem dos seguintes itens: (1) palcos, camarotes, pavilhões, cobertas, pórticos, passarelas, barricadas, stands, toldos, barracas, tablados, cabines sanitárias, caminhão palco, containers; e (2) equipamentos eletroeletrônicos de sonorização, iluminação, painel de leds, captação e transmissão de imagens, gerador de energia.

Em 2019, houve um questionamento perante o TCE apontando possíveis riscos à competitividade do certame pela definição de lote único, em vez de lotes distintos para serviços de natureza distintas, como estruturas, sonorização, iluminação, dentre outros. Semelhante questionamento já havia sido analisado em 2018. Sintetizamos a referida análise que julgou correta a opção por lote único:

A divisão do objeto licitado por item, um para cada serviço específico demandado, pode comprometer a boa execução contratual, vez que, **no caso concreto ora em análise**, a integração e a sincronização dos serviços poderão ficar comprometidas. (PERNAMBUCO, 2019, grifo nosso)

Vinte e sete empresas foram credenciadas para participar do referido processo licitatório, onze delas foram classificadas para a fase de abertura das propostas, e três empresas foram para a fase de lances verbais, evidenciando que, no caso concreto, a competitividade do certame não restou prejudicada.

#### **4.2.6 Seleção artística**

A prestação de contas de gestão da Fundação de Cultura referente ao ano de 2015 já tinha apontado deficiências no processo de inexigibilidade para a contratação de artistas no São João de Caruaru (TCE, 2017). A principal desconformidade identificada pelo Tribunal de Contas era a burla ao inciso III do art. 25 da lei 8.666, que ordena que a contratação de profissional do setor artístico deve ser realizada diretamente com o artista ou através de empresário exclusivo. Vários contratos que se denominavam de “exclusividade”, traziam no seu texto cláusulas de restrição à representação artística, tais como local e período da apresentação. Por exemplo, determinado artista era representado por uma produtora, somente em Caruaru, no período do São João, naquele ano. Mas, no entendimento do TCE, o caráter de exclusividade do empresário é anterior ao evento objeto da contratação, ou seja, o artista deve manter com o empresário um contrato de agenciamento

prévio, não podendo ser caracterizado, como tal, o empresário estabelecido para um evento em particular.

Em 2016, o Ministério Público Federal havia instaurado procedimento para investigar possíveis irregularidades na contratação de shows pela Prefeitura de Caruaru para os festejos juninos no município. A investigação levou em consideração reportagens jornalísticas que apontavam, a partir de consulta ao Portal da Transparência, que a Prefeitura de Caruaru pagaria valores bem mais altos pelos mesmos shows programados para o São João de Campina Grande-PB. Por exemplo, que os shows de Wesley Safadão, que se apresentaria no mesmo dia nas duas cidades, teria valores de R\$ 575 mil em Caruaru e de R\$ 195 mil em Campina Grande. A banda Aviões do Forró teria cobrado, na cidade pernambucana e na paraibana, R\$ 250 mil e R\$ 195 mil, respectivamente (MPF, 2016).

Foi nesse contexto que, em 2017, foi implementado, pela primeira vez, um processo nacional de seleção de propostas artísticas para compor a grade oficial do São João de Caruaru seguindo as regras de um edital de chamamento público aprovado pelo plenário do Conselho Municipal de Política Cultural. O objetivo do edital é a habilitação e a pontuação de propostas de atividades artísticas e culturais para compor a programação do São João de Caruaru, com a finalidade prioritária de promover apresentações de artistas e de grupos ligados às festividades juninas, sendo contratados diretamente pela Fundação de Cultura, sem atravessadores (Imagem 7).

Imagem 7 - Publicação no diário oficial do primeiro edital de seleção artística do SJC 2017



DIÁRIO OFICIAL DO MUNICÍPIO DE CARUARU	27 de março de 2017   3
<b>FUNDAÇÃO DE CULTURA E TURISMO DE CARUARU</b> Presidente: Lucio Eduardo Ferreira de Omena	4.1.4. As propostas enviadas <i>on line</i> deverão ser encaminhadas para o endereço virtual <a href="mailto:saojoao2017@caruaru.pe.gov.br">saojoao2017@caruaru.pe.gov.br</a> anexando os documentos abaixo:
<b>São João 2017</b> Convocatória	<b>Pessoa Jurídica</b>
<b>1. DA FINALIDADE</b> 1.1. Constitui objeto desta convocatória a habilitação e a seleção de propostas de atividades artísticas e culturais para compor a programação do <b>São João 2017</b> do município de Caruaru no Estado de Pernambuco, a ser executada pela Fundação de Cultura e Turismo, com a finalidade prioritária de promover apresentações de artistas e grupos ligados às festividades juninas.	a) Formulário de inscrição, devidamente preenchido e assinado pelo proponente ou representante legal (Anexo I); b) Área cultural (música, dança, grupos de bacamarteiros, duplas de repentistas, duplas de emboladores, afins) c) Contrato social consolidado ou estatuto atualizado; d) CNPJ; e) Release ou histórico atualizado; f) Currículo do artista ou grupo; g) Links com trabalho e outros materiais que comprovem a consagração ou relevância artística do artista ou grupo (músicas, vídeos, matérias de jornais, etc); h) Documentos de RG e CPF do administrador da pessoa jurídica
<b>2. DO PROPONENTE</b> 2.1. Poderão participar desta Convocatória:	<b>Pessoa Física</b>
2.1.1. Pessoa Jurídica (atração local, estadual ou nacional) de direito privado, de natureza cultural, com ou sem fins lucrativos, que deverá estar em pleno funcionamento, por, no mínimo, 06 (seis) meses e/ou comprovar exclusividade do artista ou grupo, por um prazo mínimo de 06 (seis) meses.	a) Formulário de inscrição, devidamente preenchido e assinado pelo proponente (Anexo I); b) Área cultural (música, dança, grupos de bacamarteiros, duplas de repentistas, duplas de emboladores, afins) c) Release ou histórico atualizado; d) Currículo do artista ou grupo; e) Links com trabalhos ou outros materiais que comprovem a consagração ou relevância artística do artista ou grupo (músicas, vídeos, matérias de jornais, etc); f) Documentos de RG, CPF e comprovante de residência do proponente.
2.1.2. Pessoa Física maior de 18 anos, que deverá comprovar atuação na atividade de sua inscrição, há pelo menos 06 (seis) meses.	
<b>3. DAS INSCRIÇÕES</b> 3.1. Serão aceitas propostas para as seguintes Áreas Culturais: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Música (cantores, grupos, bandas, orquestras, bandas de pifanos e trupe não rta corra)</li> </ul>	

Fonte: FCTC (2017)

“Eu acho que o maior ganho do novo modelo do SJC para a classe artística local foi o edital para seleção da programação”, opina Lúcio Omena. E justifica.

**Porque o edital evita que se excluam artistas que por ventura não estejam afinados politicamente com a gestão. Porque se eles estiverem dentro do edital, eles estarão dentro da festa.** O edital foi uma ferramenta de gestão cultural muito importante. Até 2016, o São João de Caruaru era somente para os ‘clientes’ da gestão. Então o edital traz um equilíbrio para a participação dos artistas caruaruenses na festa. Também acho importante garantir a presença de artistas de fora na festa, porque cultura é troca, é evolução. A gente também precisa de coisas diferentes para diversificar a festa e torná-la mais atrativa. (OMENA, 2022, grifo nosso)

O edital trouxe regras inovadoras até mesmo para o padrão estabelecido em Pernambuco pela Secretaria Estadual de Cultura. Nesse sentido, eu destaco, principalmente, (1) a definição de um prazo para o pagamento dos cachês artísticos, (2) a definição de critérios para análise de propostas de artistas informais, ou de pequeno porte, sem comprovação de cachê, e (3) a dispensa de inscrição para mestres da cultura popular de notório saber.

Numa visão panorâmica, as principais características do novo edital de seleção artística do São João de Caruaru são: (1) possibilidade de inscrição através de e-mail anexando os documentos eletrônicos e informando os links dos materiais para avaliação; (2) criação de uma comissão de análise paritária governo/conselho

de cultura; (3) definição de limite máximo de cachê no valor de R\$ 200 mil; (3) cota de até 40% para convite direto de artistas pela FCC; (4) tolerância de valor de cachê de até R\$ 5 mil para contratação de artistas sem comprovação de notas fiscais; (5) no caso de proposta de preço em valor superior às comprovações de cachê, ou no caso de proposta inédita sem históricos anteriores, o proponente deve apresentar uma justificativa circunstanciada, além de um orçamento detalhado em planilha que expresse a composição de todos os custos unitários; (6) prazo máximo para pagamento dos cachês de até 60 dias após o término do evento; (7) os mestres da cultura popular de Caruaru não precisam estar inscritos no edital, bastando a indicação da Comissão de Seleção como sendo de notória relevância para o São João; (8) cota de até 2% para a contratação de artistas e/ou grupos artísticos formados em sua maioria por pessoas com deficiência; e (9) não são contratadas atrações artísticas e culturais que expressam conteúdo discriminatório de qualquer natureza.

Fica a cargo da Fundação de Cultura de Caruaru observar a viabilidade da execução dos serviços artísticos e a adequação orçamentária das propostas. Para a realização do São João de Caruaru são contratados cerca de 500 artistas ou grupos culturais, distribuídos pelos cinco polos juninos do evento, contemplando as seguintes linguagens artísticas: música, cultura popular, dança, teatro, circo, artesanato, poesia, artes plásticas e cinema. Desse universo de contratações artísticas, em média 70% são selecionadas através do edital, e 75% são de artistas ou de grupos culturais caruaruenses.

#### **4.2.7 Comitê Gestor do São João (CGSJ)**

Nos últimos anos, o Comitê Gestor do São João não vinha sendo instituído formalmente, o que resultava na dispersão dos órgãos envolvidos, além de atraso e deficiência nas ações colaborativas. Em 2017, houve a publicação do decreto definindo o período e o perímetro do São João, mas não houve a nomeação do presidente, nem dos membros coordenadores, nem dos participantes. A reativação do Comitê Gestor do São João só seria implementada no ano seguinte.

Em 2018 eu fui nomeado presidente do Comitê Gestor do São João de Caruaru. Além de mim, integraram o CGSJ dezessete membros coordenadores (servidores municipais) e oito membros representantes de instituições externas:

**I – Presidente do Comitê Gestor – Leonardo Salazar;**

- II – Coordenador da Fundação de Cultura e Turismo – Maria Alves;
  - III – Coordenador Geral de Shows – Fúlvio Wagner;
  - IV – Coordenador de Marcas Patrocinadoras – João Melo Neto;
  - V – Coordenador de Segurança – Luis Aureliano;
  - VI – Coordenador de Trânsito – Roberto Bezerra;
  - VII – Coordenador de Serviços Elétricos – Humberto Correia;
  - VIII – Coordenador de Limpeza Urbana – Matheus Freitas;
  - IX – Coordenador de Urbanismo e Infraestrutura – Nyadja Menezes;
  - X – Coordenador de Imprensa e Comunicação – Hélio Júnior;
  - XI – Coordenador do Controle Interno – Angelo Dimitre;
  - XII – Coordenador de Assuntos Jurídicos – Túlio Vilaça;
  - XIII – Coordenador de Barracas e Restaurantes – Zaldo Menezes;
  - XIV – Coordenador de Vigilância Sanitária – Paulo Florêncio;
  - XV – Coordenador de Saúde – Ana Maria Martins César Albuquerque;
  - XVI – Coordenador de Desenvolvimento Social – José Fernando da Silva;
  - XVII – Coordenador de Políticas para Mulher – Perpetua Dantas;
  - XVIII – Coordenador de Sustentabilidade Rural – José Carlos Menezes;
  - XIX – Representante do Conselho Tutelar – Izaira Paula Maciel Casé;
  - XX – Representante do Conselho Municipal de Cultura – Socorro Maciel;
  - XXI – Representante do PROCON – Nyverson Moura;
  - XXII – Representante do TJPE – Dr. Marupiraja Ramos Ribas;
  - XXIII – Representante do 4º BPMPE – Tenente-Coronel Tibério César;
  - XXIV – Representante do BIESPE – Tenente-Coronel Antônio Menezes;
  - XXV – Representante do CATCBPE - Major Osthervald Jr;
  - XXVI – Representante da Polícia Civil – Dra. Polyanne Farias.
- (CARUARU, 2018, grifo nosso)

Foto 5 - Reunião ordinária do Comitê Gestor do São João (CGSJ)



Fonte: Ascom (2018)

A reunião do CGSJ é convocada pelo presidente, a pauta é previamente informada aos membros, e geralmente elas acontecem na sala de monitoramento da Prefeitura de Caruaru (Foto 5). Cada coordenador tem voz e vez para relatar o andamento do trabalho de sua equipe e também para compartilhar as dificuldades enfrentadas. Ao final da reunião, novos encaminhamentos são registrados em ata própria, posteriormente compartilhada entre os integrantes.

Uma inovação implementada em 2017 foi a criação do Centro de Comando e Controle Integrado (CCCI). A ideia partiu do coronel reformado Luís Aureliano, recém empossado secretário municipal de Segurança Pública, uma pasta nova criada no governo da prefeita Raquel Lyra. A proposta era ter uma sala de controle dentro do evento para dar resposta às diversas ocorrências em tempo real. O Cel. Luís Aureliano acumulava a experiência de ter trabalhado com a segurança de megaeventos no Brasil, como a Copa do Mundo (2014) e as Olimpíadas (2016).

Durante a realização do São João, os membros do CGSJ passaram a se reunir em um ambiente montado dentro do Espaço Cultural Tancredo Neves, dotado de 15 computadores e um painel de monitores interligados a 45 câmeras externas que monitoram tudo o que está acontecendo nos principais polos juninos. Todas as ocorrências são registradas e 97% das respostas são decididas em tempo real pelo colegiado. O local ainda dispõe de uma sala de crises para reuniões de emergência. Seguem abaixo alguns exemplos de ocorrências no São João de 2019:

- a) Bombeiro civil: 462 atendimentos;
- b) Vigilância sanitária: mais de 4.000 inspeções;
- c) Secretaria de Serviços Públicos: mais de 640 toneladas de lixo recolhidos;
- d) Secretaria de Saúde: mais de 1.600 atendimentos (nenhuma morte);
- e) Cia. de Trânsito: 207 remoções de veículos estacionados em vagas irregulares;
- f) Secretaria de Direitos Humanos: 160 crianças recolhidas nos espaços de proteção;
- g) Secretaria da Mulher: 05 casos de violência contra a mulher;
- h) 1.200 abordagens de fiscalização de produtos e marcas patrocinadoras.

O funcionamento do Comitê Gestor do São João é um verdadeiro jogo coletivo onde o time vencedor é aquele que trabalha em harmonia. Assim como no esporte, os coordenadores precisam de tempo para ganhar entrosamento. Os anos

de 2018 e de 2019 foram de aprendizado. O CGSJ somente conseguiu entregar antecipadamente um planejamento anual visando a organização do São João de Caruaru para 2020. Esta reunião ocorreu no auditório do Museu do Barro, no dia 21/08/2019, com a presença de todos os membros. Naquele dia, ninguém poderia prever uma pandemia que ocasionaria o cancelamento do São João, não apenas em 2020, mas também em 2021. Não obstante, o trabalho de planejamento estava entregue e tinha cumprido seu papel, o que, certamente, tornou possível a retomada do São João de Caruaru, em 2022, sem ter que partir do zero novamente.

#### 4.2.8 Reforma administrativa da FCTC

Em 2017, a Fundação de Cultura de Caruaru possuía uma estrutura de cargos e salários ultrapassada e defasada. A perda salarial causada pela inflação era de 75%, pois o último reajuste dos servidores comissionados tinha ocorrido em 2008. Enquanto isso, a estrutura organizacional estava toda remendada, parecendo uma colcha de retalhos. Era preciso também corrigir o ato falho da lei 4.753/2009, que extinguiu a secretaria municipal de turismo mas não tratou do objeto e do nome da fundação, que oficialmente ainda era Fundação de Cultura de Caruaru.

A resposta a esta situação precária se concretizou em 05 de dezembro de 2018, ocasião em que a prefeita Raquel Lyra enviou à Câmara dos Vereadores um projeto de lei dispendo sobre a reestruturação da Fundação de Cultura e Turismo de Caruaru (FCTC). Na mensagem de justificativa aos vereadores, a prefeita destacou:

Resulta a presente proposição da necessidade de reestruturação administrativa da Fundação de Cultura e Turismo de Caruaru de maneira a promover uma atuação articulada na área cultural, tornando-a ferramenta eficaz na implantação de políticas culturais que correspondam às aspirações da sociedade, estimulando a produção cultural em suas diversas formas e manifestações em nosso Município, ressaltando que tal reestruturação foi tema amplamente debatido na 3ª Conferência de Cultura ocorrida em 2013.

O Projeto de Lei ora apresentado se insere nos propósitos da atual Administração em estabelecer um marco institucional para a dinamização da política na área cultural de Caruaru, que se integra, inclusive, com propositura da criação do **Plano Municipal de Cultura e do Fundo Municipal de Cultura, bem como ao Sistema Municipal de Cultura e Conselho Municipal de Cultura**, já existentes. (CARUARU, 2018a, grifo nosso)

A lei 6.166 foi publicada no diário oficial em 28 de dezembro de 2018. De agora em diante, a entidade passou a ser denominada Fundação de Cultura e Turismo de Caruaru – FCTC, tendo sob sua competência os seguintes assuntos:

- I – apoiar e incentivar a valorização e a difusão das manifestações culturais;
  - II – garantir a todos o pleno exercício dos direitos culturais e o acesso às fontes da cultura popular;
  - III – planejar e implementar políticas públicas de cultura, com a participação da sociedade;
  - IV – assegurar a preservação e promover a valorização do patrimônio cultural material e imaterial do Município de Caruaru;
  - V – estabelecer condições para o desenvolvimento da economia da cultura, considerando em primeiro plano o interesse público e o respeito à diversidade cultural;
  - VI – fomentar o empreendedorismo cultural e a qualificação dos trabalhadores da cultura;
  - VII – coordenar as atividades do Sistema Municipal de Cultura, instituído pela Lei 5.406, de 16 de janeiro de 2014;
  - VIII – coordenar as atividades do Conselho Municipal de Turismo, instituído pela Lei 4.115, de 14 de março de 2002;
  - IX – fomentar a realização de eventos culturais, turísticos, de lazer e religiosos;
  - X – planejar, coordenar e executar a realização dos eventos tradicionais do calendário anual do Município de Caruaru, especialmente o São João;**
  - XI – planejar e implementar as políticas públicas de desenvolvimento do turismo, com participação do trade local;
  - XII – coordenar, gerenciar e executar estudos, pesquisas, projetos, obras e serviços atinentes ao turismo e à cultura;
  - XIII – estimular as iniciativas públicas e privadas de incentivo às atividades turísticas e culturais;
  - XIV – promover a captação de recursos públicos e privados para a promoção das demandas advindas das atividades culturais e turísticas;**
  - XV – promover, fazer o marketing e apoiar a comercialização de produtos e serviços turísticos e culturais do Município de Caruaru no mercado nacional e internacional;
  - XVI – incrementar o fluxo de turistas em suas várias modalidades, especialmente o Turismo Cultural, o Turismo Ambiental e o Turismo de Negócios.
- (CARUARU, 2019a, grifo nosso)

Infelizmente a lei não foi ousada quanto à criação de cargos efetivos. O que ela trouxe de mudança foi a modernização da estrutura organizacional e a atualização salarial dos servidores. Foram extintos 28 cargos comissionados da antiga estrutura e, em substituição, foram criados novos 28 cargos comissionados (Quadro 14).

Quadro 14 - Cargos comissionados da FCTC após reforma de 2018

CARGO	QUANTIDADE	VENCIMENTO
-------	------------	------------

Presidente	1	R\$ 12.000,00
Vice-presidente	1	R\$ 8.000,00
Chefia de gabinete	1	R\$ 3.000,00
Gerência geral	3	R\$ 6.000,00
Gerência 1	3	R\$ 5.000,00
Coordenação 1	11	R\$ 3.000,00
Assistente 1	8	R\$ 1.500,00

Fonte: Caruaru (2019a)

O impacto financeiro desta reforma foi calculado em apenas 0,026%. Explico. O aumento efetivo da despesa mensal com a folha de pagamento da fundação foi de R\$ 15.461,00. Daí foi calculado o aumento da despesa anual com salário em R\$ 251.463,00. Para o cálculo do impacto financeiro, é utilizado como parâmetro a receita corrente líquida prevista na Lei de Diretrizes Orçamentárias, que era de R\$ 966.774.000,00. Dividindo o valor do aumento da despesa no ano (R\$ 251.463,00) pela receita corrente líquida (R\$ 966.774.000,00), obtêm-se o impacto financeiro.

A lei determinou que a Fundação de Cultura e Turismo de Caruaru, através de regimento interno, deve definir as competências, os níveis hierárquicos, organização e funcionamento da estrutura hierárquica e interna, descrevendo as atribuições específicas dos servidores investidos em cargos de direção e chefia, bem como fixando normas gerais de trabalho. A nova estrutura organizacional e administrativa deve conter, obrigatoriamente, uma Coordenação de Museus e Bibliotecas, uma Coordenação de Formação Artística e Qualificação Profissional, uma Coordenação de Patrimônio Cultural e uma Coordenação de Projetos.

#### **4.2.9 Conselho Municipal de Política Cultural (CMPC)**

A Constituição Federal dispôs originalmente sobre a cultura nos artigos 215 e 216. Porém, em 29 de novembro de 2012, a Emenda nº 71 acrescentou o art. 216-A ao texto constitucional para instituir o Sistema Nacional de Cultura.

Art. 216-A. O Sistema Nacional de Cultura, organizado em regime de colaboração, de forma descentralizada e participativa, institui um processo de gestão e promoção conjunta de políticas públicas de cultura,

democráticas e permanentes, pactuadas entre os entes da Federação e a sociedade, tendo por objetivo promover o desenvolvimento humano, social e econômico com pleno exercício dos direitos culturais.

§ 1º O Sistema Nacional de Cultura fundamenta-se na política nacional de cultura e nas suas diretrizes, estabelecidas no Plano Nacional de Cultura, e rege-se pelos seguintes princípios:

- I – diversidade das expressões culturais;
- II – universalização do acesso aos bens e serviços culturais;
- III – fomento à produção, difusão e circulação de conhecimento e bens culturais;
- IV – cooperação entre os entes federados, os agentes públicos e privados atuantes na área cultural;
- V – integração e interação na execução das políticas, programas, projetos e ações desenvolvidas;
- VI – complementaridade nos papéis dos agentes culturais;
- VII – transversalidade das políticas culturais;
- VIII – autonomia dos entes federados e das instituições da sociedade civil;
- IX – transparência e compartilhamento das informações;
- X – democratização dos processos decisórios com participação e controle social;
- XI – descentralização articulada e pactuada da gestão, dos recursos e das ações;
- XII – ampliação progressiva dos recursos contidos nos orçamentos públicos para a cultura.

§ 2º Constitui a estrutura do Sistema Nacional de Cultura, nas respectivas esferas da Federação:

- I – órgãos gestores da cultura;
- II – conselhos de política cultural;
- III – conferências de cultura;
- IV – comissões intergestores;
- V – planos de cultura;**
- VI – sistemas de financiamento à cultura;**
- VII – sistemas de informações e indicadores culturais;
- VIII – programas de formação na área da cultura; e
- IX – sistemas setoriais de cultura.

§ 3º Lei federal disporá sobre a regulamentação do Sistema Nacional de Cultura, bem como de sua articulação com os demais sistemas nacionais ou políticas setoriais de governo.

**§ 4º Os Estados, o Distrito Federal e os Municípios organizarão seus respectivos sistemas de cultura em leis próprias.** (BRASIL, 1988, grifo nosso)

Assim, o Sistema Municipal de Cultura (SMC) integra o Sistema Nacional de Cultura (SNC), e se constitui no principal articulador, no âmbito municipal, das políticas públicas de cultura, estabelecendo mecanismos de gestão compartilhada com os demais entes federados e a sociedade civil. A lei municipal nº 5.406, de 16 de janeiro de 2014, dispôs sobre o Sistema Municipal de Cultura de Caruaru, seus princípios, objetivos, estrutura, organização, gestão, inter-relações entre os seus componentes, recursos humanos, financiamento, dentre outras providências.

Art.33. Integram o Sistema Municipal de Cultura:

**I - Coordenação:**

- a) Fundação de Cultura e Turismo de Caruaru- FCTC;

**II - Instâncias de Articulação, Pactuação e Deliberação:**

- a) Conselho Municipal de Política Cultural - CMPC;
- b) Conferência Municipal de Cultura - CMC.

**III - Instrumentos de Gestão:**

- a) Plano Municipal de Cultura - PMC; e
  - b) Sistema Municipal de Financiamento à Cultura - SMFC.
- (CARUARU, 2014, grifo nosso)

O Conselho Municipal de Política Cultural (CMPC) passou a ser um órgão colegiado consultivo, deliberativo e normativo, integrante da estrutura básica da Fundação de Cultura, com composição paritária entre poder público e sociedade civil, e constituindo-se no principal espaço de participação social institucionalizada de caráter permanente na estrutura do Sistema Municipal de Cultura de Caruaru.

Não obstante sua relevante função na política cultural do município, o CMPC, ou simplesmente Conselho de Cultura, estava esvaziado e desprestigiado. Os primeiros conselheiros só tomaram posse em 17 de dezembro de 2014, ou seja, onze meses depois de sua criação, e seu regimento interno só seria publicado em 19 de agosto de 2015. Os representantes do governo não participavam das reuniões ordinárias. O plano de cultura e o fundo de cultura não constavam na pauta do biênio 2015/2016. E o Conselho de Cultura também não participava das discussões referentes ao São João de Caruaru.

Esse quadro só começaria a mudar de fato em 2017. Um acordo feito, ainda em 2014, previa a alternância na presidência do Conselho de Cultura entre representantes do governo e da sociedade civil. Como a presidência do biênio 2015/2016 estava nas mãos do governo, cabia agora à sociedade civil eleger seu próximo presidente, cabendo ao governo indicar a vice-presidência, compondo, dessa forma, a nova diretoria para o biênio 2017/2018.

Então a sociedade civil elegeu para ser a nova presidente do CMPC a advogada Socorro Maciel, que já tinha sido presidente da Fundação de Cultura entre 2001 e 2004. Eu fui indicado pelo governo para exercer a função de vice-presidente do CMPC. Assim foi formada a nova diretoria do CMPC para o biênio 2017/2018.

Foi um mandato de muito diálogo, de muitas reuniões, de muito trabalho e também de muita produtividade. Em resumo, os resultados - ou entregas - do Conselho Municipal de Política Cultural de Caruaru no biênio 2017/2018 foram:

- a) primeiro edital para seleção artística do São João;
- b) primeiro edital para seleção artística da Semana Santa;
- c) minuta da lei que instituiu o Patrimônio Vivo de Caruaru;

- d) minuta da lei que instituiu o Plano Municipal de Cultura;
- e) minuta do projeto de lei do Fundo Municipal de Cultura; e
- f) realização do Fórum Municipal de Cultura.

Das três minutas de lei construídas no âmbito do Conselho de Cultura, duas foram votadas e aprovadas, por unanimidade, pela Câmara dos Vereadores, e sancionadas pela prefeita Raquel Lyra: (1) a Lei do Patrimônio Vivo de Caruaru, ainda em 2017, e (2) a Lei do Plano Municipal de Cultura de Caruaru, em 2018.

A minuta da Lei do Fundo Municipal de Cultura chegou a ser enviada pelo gabinete da prefeita à Câmara dos Vereadores em dezembro de 2018, mas, logo em seguida, foi retirada de pauta pelo próprio governo. Ainda hoje, enquanto escrevo esta dissertação, o projeto de lei adormece nas gavetas do Palácio Jaime Nejaím.

#### **4.2.10 Plano Municipal de Cultura (PMC)**

“Caruaru, Cidade das Artes”. Assim foi intitulado o Plano Municipal de Cultura de Caruaru para o decênio 2019-2029, que criou diretrizes para a elaboração e a implementação das ações culturais no município. Na mensagem encaminhada aos vereadores para apresentar o projeto de lei, a prefeita Raquel Lyra ressaltou que “a gestão municipal promove a continuidade das políticas públicas de cultura e estruturação de um planejamento estratégico para desenvolvimento das ações culturais no âmbito municipal nos próximos dez anos” (CARUARU, 2018b). O projeto de lei foi aprovado pela Câmara dos Vereadores e convertido na lei nº 6.167, sendo sancionada pela prefeita em 28 de dezembro de 2018.

O plano municipal é peça fundamental na construção do Sistema Municipal de Cultura e também para a consolidação das políticas públicas de cultura no processo de implementação do Sistema Nacional de Cultura. O Plano significa a consolidação de um grande pacto político no campo da cultura e institucionalização das políticas públicas de cultura, **indo além de Políticas de Governo para tornarem-se Políticas de Estado** e que ao ser transformado em Lei, terá garantida sua continuidade. (CARUARU, 2019b, grifo nosso)

São objetivos estratégicos do Plano Municipal de Cultura de Caruaru 2019-2029, intitulado “Caruaru, Cidade das Artes”, conforme deliberações das Conferências Municipais de Cultura e do Conselho Municipal de Política Cultural:

- 1º Formar pessoal qualificado para a gestão das políticas municipais de cultura;
- 2º Criar e manter atualizadas, para a Fundação de Cultura e Turismo de Caruaru, ferramentas disponíveis na internet, baseadas nos princípios públicos da transparência, da publicidade, da eficiência e da continuidade administrativa;
- 3º Reformar, modernizar e/ou requalificar todos os museus e equipamentos culturais do município;
- 4º Proteger os acervos físicos das bibliotecas públicas municipais, bem como garantir o pleno funcionamento de suas atividades em prédios adequados, além de, sempre que possível, digitalizar os acervos e disponibilizar o acesso através da internet;
- 5º Criar um comitê gestor permanente para a organização do São João, abrangendo funções administrativas de planejamento, de captação de recursos, de produção e de avaliação do evento, composto por membros titulares e suplentes da Fundação de Cultura e Turismo de Caruaru, de todas as secretarias da administração municipal e do Conselho Municipal de Política Cultural;**
- 6º Transformar a Estação Central de Caruaru, o Armazém e o Pátio Ferroviário em um conjunto de equipamentos turísticos e culturais, de acordo com as normas técnicas para uso e ocupação de prédios e pátios ferroviários históricos, funcionando o ano inteiro com atividades de produção, promoção, difusão, exibição e comercialização de produtos culturais, da economia criativa e da gastronomia local;
- 7º Promover ações culturais transversais entre a Fundação de Cultura e Turismo de Caruaru e os demais órgãos da administração municipal;
- 8º Desenvolver ações culturais que valorizem o título de Caruaru como “A Capital do Forró”, e do Alto do Moura como “Maior Centro de Artes Figurativa das Américas”;
- 9º Apoiar a realização do inventário, e encaminhar junto ao IPHAN, o pedido de registro do Alto do Moura como patrimônio cultural imaterial brasileiro;
- 10º Desenvolver o potencial turístico e cultural dos lugares símbolos de Caruaru, a saber: a Feira de Caruaru, o Centro, o Monte Bom Jesus, o Rio Ipojuca e o Alto do Moura;
- 11º Incentivar nas escolas e nos espaços públicos atividades culturais e recreativas nos fins de semana e feriados, tais como parques, praças, feiras e ruas;
- 12º Descentralizar as ações culturais nos bairros e na zona rural do município;
- 13º Criar e promover o calendário anual de eventos oficiais organizados pela Fundação de Cultura e Turismo de Caruaru – FCTC;
- 14º Garantir a acessibilidade de pessoas com deficiência aos eventos e ações culturais;
- 15º Incluir atividades para o público infantil e para a terceira idade na programação dos eventos e ações culturais;
- 16º Valorizar o carnaval de rua com desfiles de blocos, agremiações e realização de outros eventos do ciclo carnavalesco;
- 17º Ampliar a seleção de propostas artísticas através de editais públicos para compor a programação dos principais festejos do município;
- 18º Garantir a participação digna e expressiva de artistas caruaruenses nos eventos culturais municipais;

- 19º Incentivar a profissionalização da classe artística e da cadeia produtiva da cultura, além de fomentar a visão empreendedora entre artistas e produtores culturais;
- 20º Criar e divulgar uma agenda cultural do município, de periodicidade mensal, contemplando eventos realizados pela FCTC, pelos artistas e demais produtores culturais;
- 21º Criar e manter em funcionamento um cineteatro municipal, cujo prédio deverá abrigar os ensaios da Orquestra de Pífanos de Caruaru;
- 22º Criar e manter em funcionamento uma escola de arte e cultura, contemplando a multidisciplinaridade de pesquisa e ensino das diversas linguagens artísticas e vocações culturais do município;
- 23º Garantir a implementação e a continuidade dos editais públicos referentes ao Fundo Municipal de Cultura e ao Registro do Patrimônio Vivo de Caruaru; e
- 24º Garantir espaço adequado e apoio administrativo para que o Conselho Municipal de Política Cultural desempenhe suas atividades regulares e exerça suas atribuições legais. (CARUARU, 2019b, grifo nosso)

Os objetivos do PMC podem ser objeto de atualizações, mediante apreciação do Conselho Municipal de Política Cultural, com periodicidade mínima de quatro anos para revisão, e deverão ser encaminhadas para aprovação do(a) prefeito(a).

Compete à FCTC formular e implementar as estratégias, as ações e as atividades da política cultural municipal, considerando os princípios e os objetivos estratégicos deste PMC, bem como coordenar o processo de elaboração dos planos setoriais para as diferentes linguagens artísticas, considerando as propostas votadas nas conferências de cultura, no prazo de 24 meses contados da publicação da lei.

A lei atribuiu ao CMPC a responsabilidade de fiscalizar e elaborar parecer conclusivo sobre a execução e a implementação das metas, estratégias, ações e atividades desenvolvidas com base neste Plano Municipal de Cultura 2019-2029.

#### 4.3 AVALIAÇÃO CRÍTICA

O terceiro objetivo é avaliar criticamente o novo sistema de gestão do São João de Caruaru. Minha intenção é que esta seção não somente sirva como uma avaliação do novo sistema, mas que funcione, sobretudo, como uma espécie de seminário de ideias, resultando em recomendações de melhoria (ver apêndice).

Para Santos, Calíope e Barros Neto (2017), as características da pesquisa-ação são: (i) identificação de um problema, (ii) resolução de um problema, (iii) participação de pesquisadores e membros da organização durante o processo

de pesquisa, (iv) existência de mudança, (v) conexão com teorias e (vi) ocorrência do processo cíclico de planejamento, ação e avaliação.

É importante que se reconheça a pesquisa-ação como um dos inúmeros tipos de investigação-ação, que é um termo genérico para qualquer processo que siga um ciclo no qual se aprimora a prática pela oscilação sistemática entre agir no campo da prática e investigar a respeito dela. **Planeja-se, implementa-se, descreve-se e avalia-se uma mudança para a melhora de sua prática**, aprendendo mais, no correr do processo, tanto a respeito da prática quanto da própria investigação. (TRIPP, 2005, p. 446, grifo nosso)

“Nenhuma cultura se renova senão pelo debate e pela crítica”, ensinou em 1986 o economista Celso Furtado (2012), o segundo Ministro da Cultura do Brasil.

Tudo o que o Estado faz no campo da cultura é criticado e criticável porque, **por melhores que sejam suas intenções, o que faz é sempre insuficiente**, não somente pela limitação clássica de recursos mas também pelo fato de ser impossível atender a todos que merecem ser atendidos”. (FURTADO, 2012, grifo nosso)

#### 4.3.1 Aprovação do público

Uma pesquisa interna, contratada pela prefeitura, avaliou a aprovação do público caruaruense (moradores) referente à organização do São João de 2019 comparativamente a 2018 e 2017. No geral, percebe-se uma queda nos índices de aprovação em 2018, seguida por uma recuperação em 2019, atingindo neste último ano os maiores patamares desta série temporal. As piores avaliações ficaram por conta de dois dos itens pesquisados: (1) transporte público e (2) preço dos produtos, indicando a insatisfação do público local com relação a esses quesitos (Tabela 1).

Tabela 1 - Aprovação do público em 2019 comparativa a 2018 e 2017

QUESITO - APROVAÇÃO/SATISFAÇÃO	2017	2018	2019
Aprovação do São João de Caruaru de forma geral	88,4%	74,3%	89,1%
Atendimento ao público	83,8%	79%	91,5%
Segurança pública	81,9%	75,1%	90,7%
Atrações artísticas	77%	72,6%	79,5%
Decoração/ornamentação	82,7%	68,9%	86,6%

Acesso ao evento	79,2%	75,7%	81,3%
Transporte coletivo	61,5%	41%	46,1%
Preço dos produtos	46,3%	51,5%	40,9%
Com certeza recomendaria o São João de Caruaru	90,7%	97%	94,4%

Fonte: Caruaru (2018b)

Esclareço que esta pesquisa interna é de natureza quantitativa, feita por amostragem aleatória, através da aplicação de um questionário estruturado com participantes do São João que residiam em Caruaru. Foram realizadas 423 entrevistas presenciais nos polos juninos do Alto do Moura, da Estação Ferroviária, do Pátio de Eventos e do São João na Roça. A pesquisa esteve em campo entre os dias 01 e 30 de junho de 2019. A margem de erro máxima é de 5% (cinco pontos percentuais para mais ou para menos), com um nível de confiança de 90%.

A pesquisa também levantou críticas e sugestões do público sobre a organização do São João de Caruaru, resultando no seguinte ranking: (1) melhorar a segurança, (2) valorizar/contratar os artistas regionais, (3) aumentar/melhorar as atrações, (4) aumentar o número de banheiros, (5) melhorar a decoração, (6) 'regionalismo', (7) aumentar o número de dias do evento, (8) aumentar a divulgação do evento, (9) melhorar a infraestrutura da cidade, (10) melhorar o acesso aos shows, (11) melhorar o horário dos shows, (12) forró pé-de-serra, (13) melhorar a organização do evento, (14) melhorar o trânsito, (15) banheiros sujos, (16) preços altos, (17) trazer Wesley Safadão, (18) aumentar as opções de cerveja, (19) estacionamento, (20) abrir mais portões, (21) calçamento da Estação Ferroviária, (22) policiamento abusivo, (23) acessibilidade, (24) abrir os portões mais cedo, (25) aumentar as arquibancadas e (26) mais polos de animação (CARUARU, 2019).

Destaco a percepção do público local sobre a questão sintomática da presença de artistas nacionais alheios ao forró na programação do São João de Caruaru. Em segundo lugar no ranking aparece a sugestão 'valorizar/contratar artistas regionais'. Na sexta posição foi mencionada a expressão 'regionalismo', e em décimo segundo lugar aparece 'forró pé-de-serra', atrativo básico do São João.

#### 4.3.2 Impacto econômico

A pesquisa interna de impacto econômico disponível para este estudo se refere ao São João de Caruaru de 2018. Esta pesquisa também foi contratada pela prefeitura, diferenciando-se da pesquisa citada anteriormente pelo objeto e pelo amplo universo de participantes: moradores, turistas, excursionistas, barraqueiros, ambulantes, quiosques, bares, restaurantes, hoteleiros, artesãos e artistas.

Informo inicialmente a metodologia da pesquisa. Foi aplicado um questionário estruturado, através da técnica 'face to face', entre os dias 02/06 e 06/07 de 2018, nos polos juninos Pátio de Eventos, Estação Ferroviária, Alto do Moura, São João na Roça, Comidas Gigantes, Polo Comercial, Centro e Rodoviária, totalizando 2.994 respostas, assim distribuídas por público-alvo: turistas (1.387 entrevistados), excursionistas (1.074 entrevistados) e caruaruenses (533 entrevistados)<sup>8</sup>. Também foram obtidos dados secundários na Secretaria Municipal da Fazenda e na Empresa de Turismo de Pernambuco (EMPETUR). Foram empregadas análises estatísticas, cálculos matemáticos e ajustes lógicos. A margem de erro máxima foi definida em 10% para mais ou para menos em torno do valor da média.

Foi estimado um fluxo de 52.522 turistas com média de 3,39 dias de permanência, de 215.937 excursionistas e de 107.169 caruaruenses com média de 6 saídas para os diversos polos de animação no período junino. O primeiro resultado da pesquisa de impacto econômico que apresentamos é o gasto médio diário de turistas, excursionistas e moradores no São João de Caruaru em 2018 (Tabela 2).

Tabela 2 - Gasto médio diário de turistas, excursionistas e moradores no SJC 2018

<b>GASTO</b>	<b>TURISTA</b>	<b>EXCURSIONISTA</b>	<b>MORADOR</b>
<b>Alimentação</b>	R\$ 94,06	R\$ 43,00	R\$ 25,72
<b>Hospedagem</b>	R\$ 333,86	-	-
<b>Eventos</b>	R\$ 150,85	R\$ 50,45	-
<b>Transporte</b>	R\$ 83,40	R\$ 82,62	-
<b>Comércio</b>	R\$ 126,13	R\$ 200,00	R\$ 112,40

Fonte: Caruaru (2018b)

Estes resultados ilustram aqueles impactos descritos na tese de Santos (2019). "A indústria de eventos movimentada a economia local por meio das atividades

<sup>8</sup> Turista é aquele que pernoita no destino; o excursionista faz um bate-volta.

produtivas de serviços em hospedagem, alimentação, transporte, compras e outros, proporcionando expansão em sua indústria” (SANTOS, 2019, p. 19).

Com base nos dados primários e secundários coletados, o gasto do turista durante o São João de Caruaru foi de R\$ 65,7 milhões em 2018. Os excursionistas deixaram na cidade outros R\$ 38 milhões. O público local gastou R\$ 49,7 milhões, além de ter consumido no comércio local mais R\$ 12 milhões devido ao período junino. Portanto, a pesquisa estima que foi injetado na economia de Caruaru cerca de R\$ 165,5 milhões por causa da realização do São João em 2018 (Tabela 3).

Tabela 3 - Impacto econômico do São João de Caruaru 2018

INDICADOR	2018
Impacto gerado pelos turistas	R\$ 65.774.261,35
Impacto gerado pelos excursionistas	R\$ 38.020.027,00
Impacto gerado pela população local	R\$ 49.731.892,00
Impacto no comércio gerado pela população local	R\$ 12.026.800,00
<b>IMPACTO ECONÔMICO</b>	<b>R\$ 165.552.980,35</b>

Fonte: Caruaru (2018b)

Para Rubens Júnior (2022), “O São João está para Caruaru, assim como o Carnaval está para o Rio de Janeiro. É uma festa gigante em que o dinheiro circula, sem falar na geração de emprego. É um momento muito rico para nossa economia”.

José Pereira observa o impacto econômico do São João em Caruaru com a experiência de quem já esteve à frente da Fundação de Cultura por oito anos. Ele comenta a maneira como o período junino modifica a rotina dos caruaruenses.

Todos sabem que o São João de Caruaru tem uma importância econômica, social, cultural e turística. A importância do SJC para a economia local e regional é gigante. Nós temos um evento que movimenta em torno de R\$ 200 milhões de reais. Todos ganham com o SJC, é uma cadeia dinâmica e imensa. A Feira de Caruaru, por exemplo. Não é só o artesanato que o turista chega para comprar. Os supermercados, as padarias, as feiras de frutas, de verduras e de carnes vendem muito mais nessa época, porque além da rede hoteleira que está cheia de turistas, tem outra rede de hospedagem que são as casas das pessoas, que recebem dois ou três familiares ou amigos durante o São João. Esse movimento aquece uma cadeia imensa de vendas. Eu estive a pouco na feira, os feirantes conversaram comigo falando sobre o São João, eles estão animados. **Depois do Natal, o período que mais vende é o São João.** As pessoas compram roupa, sapatos e acessórios para ir ao pátio de eventos. Isso é muito importante para a economia local. Mexe com todos os segmentos. A rede hoteleira nem se fala, o taxista, o mototaxista, o uber. É alto o volume

de pessoas contratadas nesse período. É uma cadeia muito importante que movimentada a economia local e regional. (PEREIRA, 2022, grifo nosso)

Walmiré Dimeron comenta o impacto econômico do São João para artistas e artesãos caruaruenses. Ele salienta a participação efetiva dos artistas locais no polo cultural da Estação Ferroviária, a importância do retorno financeiro para a continuidade da linhagem de ceramistas do Alto do Moura e a necessidade de investir na economia criativa vinculada ao São João como um legado para a cidade.

Eu tenho acompanhado os editais recentes, e tenho visto ali no polo cultural da Estação Ferroviária o giro realmente da economia local, com montagem de exposições, a feirinha de economia criativa mesmo. Eu acho que o São João tem contemplando os artistas locais. A gente sabe o déficit financeiro que historicamente tem o setor cultural brasileiro. Então, para que se mantenha a tradição do ponto de vista da transmissão do conhecimento, tem que haver no mínimo o incentivo financeiro. Se aquele fazer cultural não tem o menor retorno financeiro para eles, dificilmente o filho ou neto vai querer dar continuidade. Isso aconteceu em várias crises que o Alto do Moura enfrentou, por exemplo. Eles preferiam ir trabalhar no distrito industrial do que ficar ali amalhando o dinheiro da venda da produção de cerâmica. A gente tem uma visão lúdica e poética do fazer artístico, do fazer cultural, mas a gente esquece que aquilo ali é o sustento dele, às vezes é o único ofício que ele tem, de onde ele sustenta sua família. **Eu acho importante o incentivo à economia criativa vinculada ao São João, porque daí o São João não seria apenas um evento, ou evento pelo evento, mas ele deixaria frutos.** Então eu acho muito legal que se invista cada vez mais na economia criativa. (DIMERON, 2022, grifo nosso)

José Seródio questiona se o extraordinário impacto econômico que o São João representa para Caruaru também alcança os artistas populares da cidade.

Para a cidade, o impacto é extraordinário porque entram recursos de uma soma vultuosa. E para os artistas, aqueles de médio porte? Esses precisam ainda ser mais valorizados. **Para os trios pé-de-serra e as bandas de pífano, que tem entre três e nove membros, fica quase nada pra cada um quando se divide o cachê.** Nesse sentido, eu acho que a economia para eles deveria ter um olhar mais generoso. (SERÓDIO, 2022, grifo nosso)

Socorro Maciel lembra que o São João impacta também o comércio informal, formado por ambulantes e gasoseiros, e faz um alerta para que o planejamento do evento considere todos os personagens que participam do festejo junino, de modo que o São João deixe como legado o desenvolvimento socioeconômico de Caruaru.

O São João de Caruaru faz com que os artesãos vendam, os músicos toquem, os cantores se apresentem, os bacamarteiros e as bandas de pífano se apresentem. Então todos eles vão vender seus produtos. Além do

mais, temos os gasoseiros e os ambulantes. Toda a cadeia produtiva ganha com a realização do SJC. É estratégico e importante para o desenvolvimento socioeconômico da cidade ter essa visão quando se está planejando o evento lá trás. **Não podemos realizar o evento apenas pela festa, precisamos deixar um legado para a comunidade: artesãos, artistas, ambulantes, comércio, bares, restaurantes, hotéis, táxis, moto táxis, uber.** Tudo isso deve ser lembrado quando se começa a planejar o SJC. (MACIEL, 2022, grifo nosso)

Haroldo Bernardino percebe que o São João de Caruaru influencia a região. Outras cidades também começaram a organizar seu próprio festejo junino, aumentando o mercado para os artistas locais. Ele também defende que as cidades de Caruaru e Campina Grande deveriam cooperar para promover um corredor durante o São João, atraindo os turistas para as duas cidades na temporada junina.

O evento é muito grande, envolve toda a classe artística da cidade, o impacto socioeconômico do São João de Caruaru é enorme, mesmo nesse formato de evento anual. Se tivesse mais alternativas, com mais apresentações, seria melhor. Eu acho importantíssima essa energia do São João para Caruaru e região. Outras cidades da região tomaram esse mesmo caminho, a festa do São João está se alastrando, tem muito talento espalhado. As outras cidades estão se movendo em relação a isso, isso é positivo porque vai abrindo mais mercado. O impacto do São João é muito bom, não só para Caruaru como para a região também. **Teve uma época que o prefeito era João Lyra Neto, pai de Raquel, e eu fui convidado para participar de uma reunião para saber como Caruaru ia ganhar a briga com Campina Grande.** Cada um deu uma ideia, eu fiquei por último e dei uma ideia diferente. Em vez de disputar com eles, gastando energia, por que a gente não se junta e cria um corredor? Essa arenga não serve de nada, porque quem vem de fora pode ter as duas. Eu participei da comitiva que foi visitar o prefeito de Campina Grande, depois ele veio para Caruaru. Um aprende com o outro. Eu acho que a gente ganha quando a gente soma, quando a gente faz parcerias. Outras cidades do interior estão aprendendo a fazer e a valorizar os artistas locais, porque tem espaço para isso. E essa energia do São João é muito enraizada no público, é uma festa natural, é muito gostoso de ver isso. E que isso cresça, que outras cidades também tenham essa possibilidade de evidenciar isso. (BERNARDINO, 222, grifo nosso)

Quero destacar, por fim, a comprovação do efeito multiplicador do gasto cultural no caso do São João de Caruaru. Segundo estimativa de José Pereira, o valor total investido pela Prefeitura de Caruaru para realizar o evento, no atual modelo, pode chegar a R\$ 16 milhões. Em contrapartida, o SJC gera um retorno econômico de R\$ 165,5 milhões para o município. Em outras palavras, para cada R\$ 1,00 investido pela prefeitura no festejo junino, retornam R\$ 10,34 para o município.

### 4.3.3 Significado institucional

Em 1985 foi instituída uma fundação para cuidar da organização do festejo junino caruaruense. É uma experiência que já dura 38 anos e que resultou em um novo sistema de gestão do São João de Caruaru. Mas o que significa a gestão do SJC a cargo de uma fundação municipal? Na opinião de ex-dirigentes, significa responsabilidade, trabalho, energia, coordenação, salvaguarda, vitrine e orgulho.

“Eu destacaria o orgulho e a responsabilidade da fundação em realizar uma festa dessa magnitude”, ressalta José Pereira. “O São João representa hoje cerca de 70% de todo o trabalho da fundação”, calcula Lúcio Omena. “O São João dá muita visibilidade para a fundação pelo fato dela ser a promotora do evento”, opina Edileuza Portela. “A Fundação de Cultura tem o papel de salvaguardar e de organizar o São João”, esclarece Rubens Júnior. “No escopo da fundação, o São João é o que tem maior peso, que demanda maior responsabilidade, pelo fato de Caruaru ter que defender esse título de Capital do Forró”, argumenta Haroldo Bernardino. “O São João significa muito trabalho, é uma demanda muito grande, é uma concentração de energia muito grande, é a maior demanda de administração da fundação”, avalia Maria Alves. “A maior responsabilidade que a fundação tem hoje é a realização do São João, por conta da dimensão que ele tomou”, justifica Walmiré Dimeron. “A partir do São João, que eu considero uma vitrine da nossa cultura, é que a fundação mostra para o mundo quem nós somos”, opina Socorro Maciel. “O São João é tudo para a Fundação de Cultura”, crava André Alexei.

Pereira explica que a Fundação de Cultura organiza o São João em três etapas, cita o grande número de trabalhadores envolvidos na realização do evento e a grande responsabilidade que a fundação tem como organizadora do evento.

A Fundação de Cultura trabalha em três etapas: o pré-São João, o trans-São João e o pós-São João. O pré-São João é a preparação e o planejamento, que é muito importante sob todos os aspectos (financeiro, estrutural etc). A própria realização do evento em si, que eu denomino de trans-São João, é super trabalhoso, porém gratificante durante os 30 dias que a gente vivencia o São João. E o pós-evento, que é o resultado, a avaliação de tudo que aconteceu no período e a realização também dos pagamentos, das desmontagens etc. **Sem esquecer o grande número de pessoas que participam na organização e na coordenação da festa, cerca de 300 a 500 pessoas são envolvidas no ciclo junino, cuidando dos palcos, dos polos na zona rural, cuidando da limpeza, cuidando da iluminação, cuidando da saúde, cuidando da segurança.** Veja a responsabilidade de um órgão como a FCC em gerir durante todo esse

tempo um evento como o São João de Caruaru. (PEREIRA, 2022, grifo nosso)

Walmiré afirma que a gestão do São João sempre foi feita pela Fundação de Cultura. Na época que ele era diretor de patrimônio da fundação, ele colaborava sugerindo temas culturais para fazer um contraponto ao aspecto comercial.

**Eu acredito que o São João de Caruaru está inserido no rol dos grandes eventos brasileiros, em termos de público, de faturamento, de investimento.** Em um evento grandioso como esse, que sempre tende a prevalecer o aspecto comercial por conta de patrocínio, nós tentamos sempre manter a salvaguarda dos equipamentos culturais, dos elementos culturais, da nossa linguagem, em detrimento da modernização que o evento vem requerendo a cada ano. (DIMERON, 2022, grifo nosso)

Para André Alexei, a Fundação de Cultura praticamente só existe para cuidar do festejo junino. Mas ele pondera que a cultura de Caruaru não é só o São João.

A gente trabalha na Fundação de Cultura de janeiro a junho só para o São João e, quando termina, tem que prestar conta, para em seguida se preparar para o próximo São João. **Em uma reunião eu falei que o SJC era muito importante para a fundação e para a cidade, mas não era a cultura toda de Caruaru.** É um evento pequeno para o tamanho que tem a cultura de Caruaru. A cultura de Caruaru é muito grande e o São João é um dos eventos que a FCC administra na cidade. (ALEXEI, 2022, grifo nosso)

Já na percepção de Haroldo, a Fundação de Cultura dedica pouco tempo de trabalho se comparado com a grande quantidade de energia e de providências que são necessárias para fazer acontecer um evento como o São João de Caruaru.

A importância do São João de Caruaru para a Fundação de Cultura é muito grande. Mas eu acho até que se dedica pouco tempo de trabalho para o tamanho do evento. **Algumas coisas importantes ficam para depois, e termina que fica tudo meio atropelado.** O São João demanda muita energia e providência. É o maior evento da cidade e a responsabilidade quase toda é da FCC. A gente sabe que outros órgãos dão suporte ao evento, mas a gerência, a responsabilidade e a gestão são da FCC. (BERNARDINO, 2022, grifo nosso)

O atual presidente Rubens Júnior enfatiza o papel da Fundação de Cultura em salvaguardar e organizar o São João de Caruaru, que ele enxerga como um grande festival cultural.

**A Fundação de Cultura tem o papel de salvaguardar e de organizar,** da melhor maneira possível, para que os folguedos populares, as nossas

atrações culturais, possam ser preservadas e apresentadas à grande população que nos procuram para ver esse grande festival cultural que é o São João de Caruaru. (JÚNIOR, 2022, grifo nosso)

É indiscutível o valor simbólico, social e econômico que a Fundação de Cultura representa para o São João de Caruaru, mas é contraditório que, após 38 anos de relevantes serviços prestados à coletividade, não exista um só cargo efetivo em toda sua estrutura organizacional, mesmo após ter passado por duas reformas administrativas (1997 e 2018), o que, a meu ver, evidencia um certo desprestígio institucional ou desinteresse político dos chefes do poder executivo municipal. Quero lembrar, ainda, que a inexistência de cargo efetivo na FCC está em desconformidade com os preceitos mais básicos da administração pública, necessitando com urgência da realização de concurso público para o preenchimento de cargos técnicos e administrativos, redirecionando os cargos comissionados existentes para aquelas atribuições de direção, chefia e assessoramento, conforme determina os incisos II e V, do art. 37, da Constituição Federal.

Art. 37. A administração pública direta e indireta de qualquer dos Poderes da União, dos Estados, do Distrito Federal e dos Municípios obedecerá aos princípios de legalidade, impessoalidade, moralidade, publicidade e eficiência e, também, ao seguinte:

(...)

II – **a investidura em cargo ou emprego público depende de aprovação prévia em concurso público de provas ou de provas e títulos**, de acordo com a natureza e a complexidade do cargo ou emprego, na forma prevista em lei, ressalvadas as nomeações para cargo em comissão declarado em lei de livre nomeação e exoneração;

(...)

V – as funções de confiança, exercidas exclusivamente por servidores ocupantes de cargo efetivo, e os **cargos em comissão**, a serem preenchidos por servidores de carreira nos casos, condições e percentuais mínimos previstos em lei, **destinam-se apenas às atribuições de direção, chefia e assessoramento**;

(BRASIL, 1988, grifo nosso)

#### 4.3.4 Terceirização da gestão do evento

A opinião majoritária dos ex-dirigentes é de que a gestão do São João de Caruaru não deve ser terceirizada, devendo a Fundação de Cultura exercer plenamente as tarefas de organização e de captação de recursos do evento, fato que não inviabiliza a contratação de serviços técnicos especializados, via licitação.

Lucio Omena destaca que a gestão global do São João deve ficar nas mãos da prefeitura, terceirizando somente partes da festa para empresas que tenham *expertise* em determinado serviço, ressaltando que esse novo modelo é mais econômico para o erário.

Eu sou contra a terceirização completa da festa, porque poucas empresas têm a capacidade de fazer uma festa como o São João de Caruaru, então a gente ficaria preso a um monopólio. Mas eu sou a favor da terceirização de serviços com empresas que tenham *expertise* na realização de partes da festa. Se houvesse, na transição entre os governos, um compartilhamento de dados sobre o SJC, talvez a prefeitura conseguisse adquirir uma *expertise* e não precisasse terceirizar alguns itens da festa. Mas eu acho que nunca vai ter um corpo técnico dentro da prefeitura habilitado a realizar plenamente a festa completa. **Outra coisa, a gente viu que houve uma economia enorme quando a própria prefeitura assumiu a gestão da festa, terceirizando somente em parte para quem tem *expertise* dentro de determinada área, e com a fiscalização desses contratos.** Então eu acho que a gestão global da festa tem que ser feita pela própria prefeitura, porque o controle de gastos é maior, pois a prestação de contas do serviço público é mais rígida, e isso inibe distorções. (OMENA, 2022, grifo nosso)

Rubens Júnior reconhece a importância da presença da iniciativa privada dentro da festa, mas frisa que a sua organização é um papel do poder público.

O papel do poder público é fazer a salvaguarda, por isso o processo não deve ser terceirizado. Tem que respeitar as iniciativas privadas que comercialmente estão presentes na festa através dos patrocínios, que são fundamentais para o São João de Caruaru, **mas a organização e a execução do evento é papel do poder público.** (JÚNIOR, 2022, grifo nosso)

Para Edileuza Portela, a organização do São João deve ser conduzida por servidores públicos da Fundação de Cultura. Ela é contra a terceirização, mas, se houver, que a FCC não perca o domínio sobre a gestão do evento.

O evento deve ser feito por pessoas que estejam inseridas na Fundação de Cultura. **Se houver uma terceirização em parte, como já tem, mas que a FCC não perca o domínio e a direção que tem em relação à proposta que vem dessa empresa terceirizada.** A organização do São João de Caruaru tem que ser feita totalmente pela FCC e pelas pessoas inseridas, para que não haja interferência nisso. A terceirização em si eu sou contra, mas uma participação para poder viabilizar cada vez mais a beleza do nosso São João, eu não sou tão radical nesse sentido, desde que o promotor total do evento seja a FCC. (PORTELA, 2022, grifo nosso)

André Alexei é a favor da terceirização do São João, desde que as diretrizes sejam traçadas pelo(a) prefeito(a), com o acompanhamento da fundação.

Eu sou favorável à terceirização do São João de Caruaru, **mas com a participação também da Fundação de Cultura e com as diretrizes já determinadas pelo prefeito**. E a FCC vai acompanhar, junto com a empresa terceirizada, a utilização dos recursos captados. (ALEXEI, 2022, grifo nosso)

Haroldo lembra que a Fundação de Cultura não consegue dar conta do evento sozinha, e que, por isso, precisa da ajuda de terceiros. Mas repisa que a FCC deve manter o controle para coordenar o evento, que é público e gratuito.

Pelo tamanho do evento, é bem-vindo terceirizar alguma coisa. Quando você terceiriza, mas mantém o controle para coordenar essas ações, eu acho que vai somar. A tendência do evento é sempre crescer. Sempre tem agentes novos, demandas novas, sugestões novas. E para gerenciar tudo isso tem que contar com parcerias, com ajuda de terceiros. Isso desafoga e oxigena algumas atitudes. Isso chega para somar à gestão e o trabalho que é desenvolvido na Fundação de Cultura. Acho positivo quando se consegue terceirizar. **Existe uma necessidade de terceirizar em parte, mas não no todo, porque é um evento público e gratuito. A FCC precisa manter o controle do evento.** (BERNARDINO, 2022, grifo nosso)

Walmiré defende a busca de um equilíbrio entre manter a tradição do São João e alcançar a profissionalização do evento. Ele ainda cita o risco de uma empresa de fora da cidade vencer a licitação e não contratar mão-de-obra local, nem aproveitar os caruaruenses que têm experiência com a realização do evento.

Quando se coloca o produto São João de Caruaru no mercado, pode vencer a licitação um terceiro que não tem ligação com a cidade, nem com a memória, nem com os personagens da festa. Se a equipe não tiver o desprendimento de aprender e de procurar entender o que isso significa, pode vir a colocar em risco alguns aspectos. Por outro lado, eu entendo que, por ser um evento turístico de relevância nacional, é necessário a profissionalização. Uma coisa também que nós temos observado, é que essas empresas não procuram inserir os profissionais que existem na cidade, que são gabaritados, que trabalharam tantos anos, a exemplo dos decoradores. Praticamente eles não fazem mais a decoração dos equipamentos. São aspectos que merecem um cuidado especial. Repito, é importante sim que tenha um nível de profissionalização. **A busca desse equilíbrio é onde está o segredo da história.** Modernizar sim, no entanto, continuar bebendo na fonte primária sempre e de forma recorrente. (DIMERON, 2022, grifo nosso)

Pereira lembra que, no início, era a Fundação de Cultura quem realizava 100% do São João. Não havia necessidade de terceirizar sua organização. Contudo, essa necessidade se faz presente hoje. Ele enfatiza que, nesse novo contexto, a concepção do São João deve ser criada dentro e pela Fundação de Cultura,

cabendo à empresa terceirizada trabalhar conforme o plano que foi previamente elaborado pela fundação.

O São João já acontecia naturalmente nas ruas, os próprios moradores faziam de forma participativa, com alguns patrocínios privados e com apoio da Fundação de Cultura. Começamos organizando um palhoção no centro da cidade, próximo ao Grande Hotel de Caruaru. Foi um sucesso. Quem fazia e realizava todo o São João de Caruaru era a própria Fundação de Cultura. No início ele não era de forma alguma terceirizado. A gente viu que o espaço na frente da antiga coletoria estadual, ao lado da Estação Ferroviária, ela já não comportava mais, ele precisava crescer. E foi embora para a avenida Rui Barbosa. Também foi um sucesso a ampliação do SJC para a Rui Barbosa. Criamos vários equipamentos cenográficos, palhoção com bandas locais durante quase 30 dias, uma bela ornamentação etc. Ele foi crescendo, tanto é que depois nasceu o Pátio de Eventos Luiz Gonzaga, que tomou outra dimensão. Hoje o SJC não precisa ser totalmente terceirizado, mas ele precisa, em alguns aspectos, que alguns itens do SJC sejam terceirizados. A gente não tem pernas para fazer tudo isso, são muitas ações, mas só com ajuda das empresas contratadas, das produtoras, das montadoras de palco, de estrutura etc. É preciso terceirizar em algumas áreas. Claro que não é só terceirizar. Antes de tudo, tem que nascer na FCC o que se quer, qual o tema do ano, quais as inovações, tem que criar todo ano coisas diferentes, preservando a cultura, mas dando um toque especial a cada ano. **Então vai ser exigido das empresas licitadas que se trabalhe em cima desse planejamento. 'Olha, o formato é esse, o tema é esse, vocês agora vão trabalhar'**. Isso é o que se faz em todos os grandes eventos do país. Essa terceirização é natural. Da outra parte, cabe à prefeitura e à FCC realizar o SJC, como tem sido feito ao longo desses anos. (PEREIRA, 2022, grifo nosso)

Como regra geral, o serviço público deve ser prestado diretamente pelo poder público, ou, excepcionalmente, sob regime de concessão ou permissão, sempre através de licitação, conforme mandamento do art. 175 da Constituição Federal. À vista disso, a gestão pública do São João de Caruaru deve permanecer nas mãos da administração pública municipal, principalmente as atividades nucleares de organização e de captação de recursos, podendo ser terceirizados, em parte, através de licitação, os serviços técnicos prestados por empresas especializadas.

#### **4.3.5 Atrações musicais**

Em 2018, o Ministério Público Federal (MPF) pediu esclarecimentos sobre a contratação de bandas de ritmos diversos do forró no São João de Caruaru. Tratava-se de um procedimento preparatório com objetivo de apurar os termos da representação da Associação Cultural Balaio Nordeste e do Fórum Nacional do

Forró Raiz sobre supostas irregularidades nos procedimentos licitatórios referentes à contratação dos artistas que se apresentavam nas festividades juninas em cidades como Caruaru e Campina Grande. Narrava a representação ser fato público e notório que nas festividades juninas realizadas em municípios como Caruaru, Campina Grande e Patos-PB "há uma intensa contratação de artistas ligados aos ritmos do Axé, do Rap, do Funk, do Gospel, do Plástico, do Sertanejo ou Breganejo", sendo os ajustes firmados, na maioria dos casos, com inexigibilidade de licitação, embora tais ritmos não possuam qualquer ligação com o formato dos eventos. Asseverava que os projetos voltados à obtenção de recursos públicos para custear tais festividades fundamentavam-se no fortalecimento da cultura, porém, quando as verbas eram liberadas, a maior parte dos valores era empregada na contratação de artistas sem qualquer vínculo com os festejos juninos, "quebrando, assim, a observância da razão da escolha da contratação" (MPF, 2020).

Em 14/01/2019 foi realizada uma reunião na sede da procuradoria com representantes da Prefeitura de Caruaru e da Fundação de Cultura. Ao final, restou consignado que a Prefeitura deveria encaminhar as informações requisitadas no prazo de 20 dias. Em resposta, a Fundação de Cultura aportou um ofício no qual esclarece a conceituação entre o São João Cultural e o São João Entretenimento.

1. O São João de Caruaru passou por importantes modificações a partir de 2017, tanto no formato quanto no conceito da festa junina: descentralização da festa para os bairros e a zona rural; publicação de um edital para a seleção de propostas artísticas; valorização do artista caruaruense na grade de programação; valorização de todas as linguagens artísticas (música, cultura popular, artes cênicas, artes plásticas, artesanato, cinema, etc); definição de um valor máximo de cachê (teto) e solicitações de desconto nos cachês para as maiores atrações artísticas.

2. **O São João de Caruaru é uma festa complexa, um evento que mistura Tradição e Modernidade.** Para melhor entender suas especificidades socioculturais e econômicas, temos dito que existem duas festas de São João: o São João Cultural (onde predominam os elementos da Tradição) e o São João Entretenimento (onde predominam os elementos da Modernidade). Observando o mapa da festa, identificamos o Pátio de Eventos como sendo o local onde predominam as forças da Modernidade, na qual denominamos de São João Entretenimento. Saindo do Pátio de Eventos em direção à Estação Ferroviária, e se afastando na direção dos bairros e da zona rural, encontraremos os locais onde predominam as forças da Tradição, que denominamos de São João Cultural.

3. Essa diferenciação não é apenas conceitual, mas também estrutural. O Pátio de Eventos tem lotação para cerca de 80 mil pessoas, o que demanda uma infraestrutura de grande porte. As maiores marcas patrocinadoras do evento disputam cada metro quadrado para expor suas marcas e realizarem ações promocionais neste espaço. O comportamento do público jovem que comparece em massa ao Pátio de Eventos revela as características de Modernidade em cada elemento: na roupa, nos

acessórios, no cabelo, na maquiagem, e, como não podia deixar de ser, na música de seus artistas favoritos - do forró tradicional (pé de serra - forró universitário) à música sertaneja.

4. Na contramão desses valores acima mencionados, encontramos um público heterogêneo e bastante segmentado que busca no São João experiências que remontam à Tradição da festa junina: o ambiente rural, a gastronomia das comidas de milho, as coreografias das quadrilhas matutas, o trio pé-de-serra, as bandas de pífano, os bacamarteiros. Outra segmentação importante diz respeito aos gêneros musicais, onde existe em Caruaru inclusive a demanda de um palco descentralizado dedicado à música popular brasileira, ao samba e ao rock. Esses públicos segmentados demandam uma infraestrutura de menor porte (por exemplo, no Polo do Repente são necessárias somente 100 cadeiras para acomodar o público fiel que comparece todas as noites), territorialmente espalhada, contemplando a Estação Ferroviária, os bairros e a zona rural.

5. Desta maneira, entendemos como extremamente importante e necessária a diferenciação entre o São João Cultural e o São João Entretenimento. Embora sejam duas faces de uma mesma moeda, cada festa demanda um pacote específico de infraestrutura e de programação artística. Por fim, esta diferenciação é importante também para o processo de captação de recursos, pois enquanto o perfil da festa São João Entretenimento pode ser viabilizado através das verbas de marketing direto das empresas, o perfil da festa São João Cultural pode ser financiado através das leis de incentivo à cultura das esferas governamentais.

#### **6. Seguem abaixo alguns números referentes ao evento São João 2018:**

- 22 polos juninos descentralizados;
- 513 atrações artísticas;
- 77,25% das atrações são originárias de Caruaru;
- 72,55% das atrações foram selecionadas via edital público.

#### **7. Seguem abaixo números referentes ao polo Pátio de Eventos em 2018:**

- 60 atrações artísticas;
- 71,67% executaram o gênero musical Forró;
- 56,67% foram selecionadas via edital público;
- 25% foram originárias de Caruaru.

#### **8. Com relação ao emprego de verbas federais no evento São João 2018:**

- Aporte de R\$ 400 mil da Caixa Econômica Federal através de contrato de patrocínio;
- Aporte de R\$ 1,3 milhão através da Lei Rouanet, assim distribuídos:
  - R\$ 500 mil da empresa Cielo;
  - R\$ 60 mil da empresa Petrovia;
  - R\$ 150 mil da empresa M Dias Branco;
  - R\$ 100 mil da empresa Unimed Caruaru;
  - R\$ 300 mil da empresa Terra Terra;
  - R\$ 190 mil da empresa Chesf;

Todos esses recursos foram aplicados no projeto São João Cultural, onde foram contratados artistas da cultura popular (trios de forró pé de serra, batalhões de bacamarteiros, bandas de pífano, quadrilhas juninas, exposições de arte popular, atores e figurantes, além do cortejo folclórico de encerramento do evento.

Por fim, visto que a atual gestão municipal vem aprimorando as ações para salvaguardar o Forró como patrimônio cultural, solicitamos o arquivamento do referido procedimento. (MPF, 2020)

Em complemento, a Fundação de Cultura de Caruaru encaminhou ao MPF as informações requeridas em formato digital, contendo os seguintes arquivos: uma

pasta intitulada 'Prestação de contas do ofício nº 293 MP', uma planilha tipo excel intitulada 'Atrações artísticas SJC 2018 Gêneros-Valores', e 3 três arquivos tipo PDF intitulados 'Chamamento', 'Inexigibilidades 2018' e 'Prestação contas SJCC 2018 - Lei Rouanet'. Após o exame das evidências e das informações prestadas, a procuradoria regional do MPF acolheu os esclarecimentos da Fundação de Cultura baseados na nova conceituação, concluindo pelo arquivamento do procedimento.

Analisando a planilha acima nomeada, verifica-se que há informações acerca de todos os polos da festividade em comento, contendo o detalhamento dos artistas que se apresentaram em cada um deles, com informações a respeito do horário da apresentação, valor pago, se o artista é do gênero musical forró ou gênero diverso, se é caruaruense, e se foi contratado por meio do edital de chamamento público.

**Verifica-se que há um predomínio de apresentações de artistas de forró nos polos do festejo, sendo que em alguns desses as apresentações são exclusivamente de artistas de forró tradicional, a exemplo dos Polos Juarez Santiago, Repente, São João na Roça, Coreto Alto do Moura, Bandas de Pífanos, Som na Rural e Sebrae Alto do Moura.**

Já no Polo Alto do Moura, um dos mais tradicionais, dos 42 artistas que se apresentaram no São João de 2018, apenas uma banda não pertencia ao gênero forró. Verifica-se, ainda, um predomínio de apresentações de artistas ligados ao forró tradicional.

Já no polo principal, o Polo Luiz Gonzaga, dos 62 artistas que se apresentaram, 47 pertenciam ao gênero musical forró, o que equivale a 76% das apresentações. Entretanto, a planilha não diferencia os artistas de forró tradicional dos artistas de forró estilizado (ou elétrico). Assim, analisando as bandas que se apresentaram nesse palco, cerca de metade dos artistas de forró são do subgênero estilizado ou elétrico. Destaca-se também que estes tiveram os cachês mais altos, a exemplo do cantor Wesley Safadão (R\$ 300.000,00) e Aviões do Forró (R\$ 260.000,00). Por outro lado, os artistas ligados a outros gêneros musicais que tiveram os cachês mais altos foram Luan Santana (R\$ 260.000,00) e Alok (R\$ 230.000,00).

Por fim, destaca-se que o único polo dedicado inteiramente a gêneros musicais diversos do forró foi o Polo Azulão (alternativo). Ressalte-se, por outro lado, que os cachês dos artistas que se apresentaram nesse palco não possuíam elevado valor, com exceção da banda Cordel do Fogo Encantando (R\$ 60.000,00).

**Desse modo, apesar do considerável número de artistas ligados ao forró estilizado e outros gêneros no palco principal, analisando as apresentações realizadas em todos os polos no São João de 2018, verifica-se que houve a predominância de artistas do ritmo forró em sua vertente mais tradicional.**

Assim, apesar da inegável roupagem de modernidade conferida ao São João de Caruaru 2018, não se verificou ameaça à proteção do patrimônio cultural, representada pelo forró tradicional, nessa festividade.

Desta feita, não há outra medida a ser tomada senão o ARQUIVAMENTO dos presentes autos. (MPF, 2020, grifo nosso)

Certamente é um tema polêmico. E qual a opinião dos ex-dirigentes da Fundação de Cultura sobre a presença de artistas alheios ao forró na programação?

Para Socorro Maciel, os artistas nacionais que são contratados deveriam ser ligados ao forró. Ela argumenta que os turistas são atraídos para o São João de Caruaru pelos elementos ligados às matrizes tradicionais do forró.

O São João de Caruaru é um evento tradicional e uma festa popular. Todo o Nordeste comemora esse período junino. Em Caruaru, essa vitrine do São João é enorme. É o momento que temos para fazer o turismo cultural na nossa cidade. **Na minha concepção, os artistas nacionais que vem pra cá deveriam ser ligados ao segmento musical relacionado ao São João. Existem grandes nomes nacionais que seguem a musicalidade do forró, do xote, do baião, do xaxado.** Não podemos ver o SJC apenas como as atrações daquele palco principal. Existem todos os outros polos juninos que foram criados, inclusive na zona rural, que é de extrema importância, porque a raiz da nossa cultura está na zona rural. Não sou contra nenhum artista, mas existem outros momentos para que se tragam grandes nomes nacionais. Mas no São João, no período junino, a valorização e a divulgação deveriam ser restritas às nossas tradições. Porque é a nossa tradição que o turista vem buscar, ver as nossas quadrilhas, bacamarteiros, bandas de pífano, o artesanato do Alto do Moura, ir pra Feira de Caruaru. Então o turista vem em busca dessa raiz que nós temos. Você pode até ter polos de artistas de Caruaru que tocam outros gêneros musicais, mas são polos onde o turista vai conhecer o artista caruaruense do rock, do pop, do samba, do sertanejo. **Não se desenvolve o turismo sem respeitar a cultura. E a cultura, sem ser respeitada, não desenvolve o turismo.** Porque é através do turismo que se intensifica a cultura. (MACIEL, 2022, grifo nosso)

Edileuza Portela conta que o São João de Caruaru nasceu da alma do povo, mas com a centralização do festejo junino no pátio de eventos, ele corre o risco de perder a originalidade e de se tornar um São João produzido. Ela diz que a cultura não tem fronteira, assim sendo, o forrozeiro de qualquer lugar do Brasil deveria ter oportunidade no SJC, sem deixar de lado, obviamente, os artistas caruaruenses.

A gente precisa preservar as nossas raízes culturais. **O São João de Caruaru é diferenciado em relação ao São João de Campina Grande, porque nasceu da alma do povo, não é um São João produzido.** E o risco é esse, de se tornar um São João produzido. É isso que a gente tem que evitar e preservar as nossas raízes. Eu lembro da minha mãe dizendo que quando ela era pequena, ela vinha pra Caruaru, pra casa das comadres, com a mãe dela, trazendo bolo, pamonha, canjica, ficavam defrente a fogueira, ouvindo músicas de Luiz Gonzaga. Então tem toda uma história, uma tradição do São João de rua. A gente sabe que com a ida da festa para o pátio de eventos, perdeu um pouco essa tradição. Mas a gente tem que fomentar isso nos bairros, na periferia, nas escolas, para fomentar esse amor pelas nossas tradições. Eu acho que é isso que precisa ser feito, que tem que ser preservado a qualquer custo no SJC. **Eu penso que a cultura não tem barreiras, não tem porteiros, não tem fronteiras, e neste caso, o forrozeiro de qualquer estado brasileiro tem que ter oportunidade aqui. Além da gama de artistas que a gente tem aqui em Caruaru, os trios de forró pé-de-serra, essas coisas a gente não pode deixar morrer.** E se a gente terceiriza totalmente, dá poderes a essa terceirização, ou a outras pessoas que venham se inserir, quando na

verdade eles só lucraram com essa terceirização, a gente tá tirando a tradição que é nossa e precisa ser resgatada a qualquer custo. No ano que eu assumi a primeira vez, a gente fazia o São João de rua. A fundação entrava com o apoio às ruas que montavam palhoças e faziam a decoração. Algumas palhoças a própria prefeitura montava, e a gente mandava os trios. Durante o mês tinham uma escala dos trios que iriam tocar em cada palhoça dessas. Eu acho que essa tradição, mesmo com o pátio de eventos, ela não pode perder, dada a originalidade do nosso São João. É um São João que nasceu da alma do povo. Eu sei que se torna cada vez mais difícil, a cada ano que passa as coisas vão mudando, mas a gente tem como preservar muita coisa ainda. (PORTELA, 2022, grifo nosso)

André Alexei conta que na década de 1990 existiam em Caruaru duas alternativas de programação durante o São João. Os artistas forrozeiros tocavam no palco da prefeitura, e os artistas comerciais tocavam em casas de show privadas. Até o dia em que a prefeitura resolveu contratar também os artistas comerciais de outros gêneros musicais, reduzindo os espaços na grade para os forrozeiros. Ele defende que pelo menos 90% da grade do pátio de eventos seja dedicada ao forró.

Eu nasci em Caruaru mas fui criado no Recife. Dos 14 aos 18 anos eu ia passar o São João em Caruaru para assistir show no Palladium (casa de show). Enquanto no pátio de eventos tinha Alcymar Monteiro, Azulão, essas atrações de forró pé-de-serra mesmo, a gente ia lá no Palladium pra assistir Chiclete com Banana, Asa de Águia etc., que não tinha nada a ver com o São João, mas todo o público jovem tava lá. O pátio ficava esvaziado, era até uma concorrência desleal. **Depois a prefeitura decidiu tomar de conta e puxou esses artistas também para o pátio de eventos. Eu acho que o palco principal deveria ser só forró durante esse período do São João.** Teria também um palco alternativo para outras atrações que não cantam forró, mostrando outras faces da cultura de Caruaru, contemplando esses artistas de Caruaru e região. Mas o palco principal e o Alto do Moura seriam só músicas de São João. Uma ou outra atração alheia ao forró, mas 90% sendo ritmos do São João. (ALEXEI, 2022, grifo nosso)

Rubens Júnior explica que contratar o artista comercial tem como objetivo atrair o grande público para conhecer o São João de Caruaru e, durante a estadia na cidade, também conhecer e consumir os demais atrativos culturais e juninos.

O que atrai o grande público? Já foi tentado em alguns momentos fazer a festa só com atrações locais, e a festa caiu de presença, de quantidade de pessoas. Na verdade o São João de Caruaru é um grande festival, uma congregação da cultura brasileira, ele é multicultural. Tem o palco alternativo, que é o polo Azulão, onde toca brega, frevo, samba, toca todo mundo, de Zeca Baleiro a Maestro Spok. **O objetivo de trazer o artista nacional é atrair as pessoas, e aqui elas vão conhecer o São João na Roça, as Comidas Gigantes, o Alto do Moura etc.** Essas pessoas que são atraídas pelas grandes atrações nacionais também consomem a nossa cultura e conhecem a nossa história. (JÚNIOR, 2022, grifo nosso)

Em sua resposta, Pereira diz que é preciso atender ao gosto de todas as tribos. Ele calcula que 80% da programação do São João de Caruaru representa as matrizes tradicionais do forró, e que apenas 20% da programação diz respeito às cotas da inovação e da diversidade. Também garante que o São João de Caruaru contempla todos os artistas caruaruenses das diversas linguagens artísticas.

Todos os anos sempre tem gente que reclama porque trouxe o artista A ou B. Hoje o São João de Caruaru cresceu tanto que todas as linguagens culturais participam da festa. A gente tem que respeitar isso. **Eu diria que 80% da festa em si, das atrações, da cultura junina, ela está presente. 20% que vem de fora só faz abrilhantar ainda mais a festa. A gente precisa inovar.** A juventude hoje gosta do trio pé-de-serra, ela dança, ela brinca, ela participa das quadrilhas, participa dos grupos folclóricos, dos grupos de teatro. Muitos jovens hoje tocam pífano, participam dos batalhões de bacamarteiros, alguns são sanfoneiros, isso é maravilhoso. Mas eles também gostam de DJ, gostam do sertanejo, da sofrência, isso tá na moda, é dinâmico. A gente precisa respeitar isso. Porém, a maior parte da festa a gente conserva com a tradição junina. Por exemplo, tem as Comidas Gigantes, tem as fogueiras, tem o folclore etc. A Fundação de Cultura contrata os artistas da terra, de teatro, de música, de dança etc. Isso tá muito forte presente no São João. **Eu acho que o SJC precisa ter essa diversidade para atender a todos os gostos e a todas as tribos**, porque é uma festa do povo e a gente precisa respeitar todas essas linguagens da cultura. (PEREIRA, 2022, grifo nosso)

Haroldo Bernardino chama a atenção para a necessidade de se fazer um trabalho educativo de base, durante o ano inteiro, para tornar viável a elaboração de um projeto alternativo para o São João de Caruaru só com forró na programação. E sublinha a importância de alinhar esse formato alternativo com os patrocinadores.

Para que tivesse um evento com a força que tem o São João de Caruaru, e que tivesse só atração local, ou que tivesse a ver só com forró, precisaria ter um trabalho educativo bem mais amplo durante todo o ano. E quando fosse fazer a captação de algum recurso de patrocínio, teria que ter uma proposta bem definida de grade artística para vender o projeto contendo só esse forró autêntico. Mas por que não acontece isso? **Eu nunca vi até hoje um trabalho durante o ano se preparando pra fazer uma grade do São João unicamente com esse forró autêntico. Nisso existe um pecado de não ter esse trabalho educativo.** O patrocinador não compra essa ideia, ele quer ver muito público. Outro dia eu tava comentando que às vezes tem uma demanda de público muito forte, e não se consegue controlar aquela quantidade de gente que não cabe no pátio. Eu disse que seria fácil, bastava alterar a grade para ficar mais confortável. Mas isso não é simpático nem para a gestão nem para o patrocinador. Parece que aquela quantidade toda de gente, que fica até desconfortável pra quem tá na muvuca mesmo, é interessante para o patrocinador. Aí a cidade se submete a isso porque não faz esse trabalho educativo ao longo do ano. Então não é em cima da hora, com o patrocinador botando dinheiro, que isso vai ser resolvido. Não é um trabalho fácil. É um desafio muito grande, tem que ser um trabalho mais amplo. (BERNARDINO, 2022, grifo nosso)

Para Walmiré Dimeron, existe hoje uma desproporcionalidade na divisão da grade do festejo junino, sendo necessário buscar o equilíbrio. Para ele, a receita de um São João de Caruaru equilibrado seria modernizá-lo, mas sem descaracterizá-lo. Ele torce para que seja revisto esse critério de seleção e de contratação artística.

Eu venho externar aqui meu descontentamento com um aspecto do São João de Caruaru: a desproporcionalidade na divisão dessa grade que o poder público tem feito. Esse ano a gente tem um exemplo, desnecessário, que é o de Jorge de Altinho. A cidade deve muito a ele, foi muito beneficiada com o título de Capital do Forró, que foi dado por ele e Lindú, que compuseram esse hino do cancioneiro. A gente passou por uma saia justa, ele terminou ficando de fora da grade em detrimento de outros, como Alok e Léo Santanna. Isso é estranho. **Volto pra Mestre Camarão, que introduziu os metais no forró. Vem Jorge de Altinho e dá outro banho com instrumentos de sopro, metaliza o São João, mas você não enxerga ali uma descaracterização. Eu acho que tudo isso remete à questão do equilíbrio. Vamos modernizar, mas tem limite.** O São João não pode ficar refém de um patrocinador que indica um artista para tocar só porque vai encher o pátio de eventos. Não tô me referindo só a esse momento específico. Eu vivenciei isso lá atrás. Havia muito embate da minha parte questionando isso. Um belo dia nós conseguimos, após muita insistência, colocar no palco principal a Banda de Pífanos de Caruaru dos Irmãos Bianco. Foi um dos shows mais lindos que eu presenciei. No mesmo palco que a única grande estrela daquela época era Elba Ramalho. Em Barretos, eles permitem que toque outra coisa a não ser sertanejo? Eu não sei, dizem que não. No carnaval de Salvador, a gente sabe muito bem como eles tratam o evento. Então eu acho que isso podia muito bem ser revisto. Eu espero que alguém um dia possa rever esse critério de seleção e de contratação, para que aos poucos nós possamos resgatar o mínimo do que constituiu o rol de atrações que fez o SJC ganhar uma notoriedade tão grande a nível nacional e internacional. (DIMERON, 2022, grifo nosso)

Esta situação também está em desconformidade com o conceito de produção associada ao turismo, criada pelo Ministério do Turismo para fins de planejamento e implementação da política pública de turismo, definido nos seguintes termos:

Qualquer produção artesanal, industrial ou agropecuária **que detenha atributos naturais e/ou culturais de uma determinada localidade ou região**, capazes de agregar valor ao produto turístico. São as riquezas, os valores e os sabores brasileiros. É o design, o estilismo, a tecnologia: o moderno e o tradicional. É ressaltar o diferencial do produto turístico para incrementar sua competitividade. (MTUR, 2011, p. 13, grifo nosso)

"A cultura é fundamental na promoção do desenvolvimento de um destino turístico", destaca o relatório (MTUR, 2011, p. 15).

São exemplos de manifestações da cultura popular: Carnaval, Semana Santa, **São João**, Peão de Boiadeiro, Bumba Meu Boi, Boi-Bumbá, Boi de Parintins, Batuque, Jongo, Congada, Folia, Caçada da Rainha, Romaria,

Festa do Divino, manifestações religiosas da cultura afro e afrodescendente, grupos folclóricos, dentre outros (BRASIL, 2011, p. 15, grifo nosso)

A primeira vez que a descaracterização do festejo junino veio à tona aconteceu em 2003. Em resposta, a prefeitura sancionou a lei nº 4.416/2005, que definiu no art. 17 que o repertório dos instrumentos de animação que se apresentarem nos focos oficiais do São João de Caruaru, deverá dar exclusividade à execução da música regional nordestina, definida como os ritmos típicos dos festejos juninos, tais como forró, xote, baião, xaxado, côco e derivações, cabendo à Prefeitura de Caruaru a responsabilidade de fazer cumprir esse artigo.

Outra questão que merece ser avaliada nesta seção, e que ainda não havia sido mencionada nesta dissertação, é sobre o litígio que envolve a Fundação de Cultura e o Escritório Central de Arrecadação e Distribuição (Ecad)<sup>9</sup>, referente ao não pagamento dos direitos de execução pública musical no São João de Caruaru. A “bomba estourou” em 2016, quando o Ecad ajuizou a quinta ação judicial reclamando o pagamento de uma dívida acumulada de R\$ 3 milhões. Segundo o advogado do Ecad, “os órgãos deixaram de quitar as contribuições há 14 anos” (VANGUARDA, 2016), ou seja, em 2002, quando a gestão do evento estava terceirizada a empresas organizadoras de eventos.

Em 2018 eu participei de uma audiência de conciliação, ocasião em que expus que a nova gestão da Fundação de Cultura não se opunha ao pagamento dos direitos autorais, entretanto, ponderava quanto à forma de calculá-los. Para o ECAD, o valor deveria ser calculado aplicando o percentual de 10% sobre o custo total do evento. Não houve acordo. A sentença deste processo foi publicada em 26 de julho de 2019 (TJPE, 2019). O juiz concluiu que:

(...)

d) O cerne da questão posta é saber quais os parâmetros que o ECAD deve utilizar para os cálculos dos Direitos Autorais dos seus Associados. *Prima facie* enxergo que a FUNDAÇÃO DE CULTURA DE CARUARU não se opõe ao pagamento dessas obrigações, todavia insiste em que se defina uma fórmula justa e legal dos seus cálculos, notadamente quando se está em jogo dinheiro público, cujas despesas passam pelo crivo do TCE e outros órgãos de controle, podendo o presidente desta fundação pública responder administrativamente, penalmente e civilmente dentro das legislações de regência.

(...)

---

<sup>9</sup> O Ecad é uma associação de compositores e demais titulares de direitos autorais e conexos para exercer atos necessários à defesa judicial ou extrajudicial de seus direitos, bem como para o exercício da atividade de cobrança desses direitos.

g) Também não se revela legal, razoável e proporcional o pagamento pelo erário municipal de uma quantia aleatória a título de Direitos Autorais correspondente a 10% (dez por cento) do valor total do evento como postula o ECAD, vez que tal prática afrontaria ao disposto no artigo 98, parágrafo 3º, da Lei nº 9.610/98.

(...)

h) Registro especial merece ser dado sobre a questão do valor total do evento. São muitos e elevados os custos que integram essa conta, dentre eles, segurança, estrutura de palco, camarote, iluminação, banheiros químicos, publicidade, conta de energia elétrica, etc, não sendo crível que o ECAD, a pretexto de cobrar Direitos Autorais, que diga-se de passagem nada tem a ver com esses valores. Arbitrar um percentual em cima de despesas totais dessa festa certamente atingirá verbas estranhas à relação autoral, inclusive incidindo até mesmo sobre custos operacionais.

(...)

l) Outro registro que faço é quanto à natureza da festa. Trata-se de uma festa pública tradicional de São João custeada pelo Poder Público que angaria ajuda de patrocinadores públicos e privados. O acesso do povo aos locais dos shows é inteiramente grátis. Demais, não há finalidade de lucro nesse evento público, tudo é despesa, diferentemente das festas privadas em ambientes fechados e com ingresso pago pelo cidadão. (TJPE, 2019)

Os pedidos do Ecad foram julgados procedentes em parte. O juiz condenou a Fundação de Cultura ao pagamento da contribuição ao ECAD, mas estabeleceu duas formas de fazê-lo, deixando a escolha para o Ecad: (1) no percentual de 1,5% do valor total líquido da grade artística do Parque de Eventos Luiz Gonzaga; ou (2)

Com base na mídia gravada do período da referida festa fornecida ao ECAD pela FUNDAÇÃO DE CULTURA DE CARUARU, no prazo de 15 dias corridos, sob as mesmas penalidades acima cogitadas, fica o ECAD na obrigação de verificar no conteúdo dessa gravação a data da apresentação, o nome do intérprete da música por ele cantada no palco principal, o nome da música, o compositor/credor dos Direitos Autorais e o valor do contrato (o bruto menos os descontos tributários devidos), apresentando "Planilha Detalhada" contendo esses informes. Com base nessa Planilha calcula-se o valor líquido recebido pelo intérprete, dividido pelo número total de músicas cantadas para se obter o valor médio, cujo resultado se multiplica pelo número de músicas dos compositores credores dos Direitos Autorais, **aplicando-se ao final o percentual de 2% (dois por cento)**, sobre o valor total encontrado por cada intérprete, se obtendo, por conseguinte o valor devido a título de Direitos Autorais, daí estaremos prestigiando os Princípios da razoabilidade, proporcionalidade e da boa-fé, repudiando o enriquecimento sem causa, considerando ainda a natureza pública da festa e a sua não lucratividade, pois as entradas são livres de pagamento de qualquer quantia, tudo isso atento ao disposto no artigo 98, parágrafos 3 e 4, da Lei nº 9.610/98. (TJPE, 2019, grifo nosso)

Embora a sentença tenha extinguido a ação com base no mérito, o próprio juiz recorreu de ofício da decisão, por cautela, diante da grandiosidade do evento e das repercussões financeiras. O caso segue em andamento no Tribunal de Justiça.

Melhor desfecho ocorreu em Salvador-BA. Em fevereiro de 2019, o ECAD e a prefeitura soteropolitana fecharam um acordo que previu o pagamento de R\$ 2,8 milhões em direitos autorais por eventos do governo municipal ocorridos entre 2013 e 2019, realizados pela Empresa Salvador de Turismo (Saltur). Cláudio Tinoco, então secretário de Turismo e Cultura, deu detalhes do acordo ao Correio (2019).

Nós acordamos o pagamento de 5% relativo ao valor dos cachês contratados pela prefeitura na gestão do prefeito ACM Neto, entre janeiro de 2013 até o último Festival Virada, ou seja, até janeiro de 2019. A partir disso nós então fizemos uma apuração do valor desses contratos e chegamos a esse valor relativo a 5%, valor que totaliza cerca de R\$ 2,8 milhões. Com isso, a gestão do prefeito ACM Neto regulariza o direito autoral de todos os seus seis anos e dois meses, praticamente, e a partir daí, já no Carnaval de 2019, com a finalização da publicação de todos os contratos, e daí em diante, com todos os eventos promovidos pela prefeitura de Salvador através da Saltur, nós então pagaremos esses 5% relativo ao total dos cachês contratados em cada evento, como direito autoral pelas apresentações musicais. (CORREIO, 2019)

#### 4.3.6 Capital do Forró

Eu perguntei aos entrevistados qual era a opinião deles a respeito da crítica, popularmente reiterada, de que Caruaru só era a Capital do Forró no mês de junho.

Para Socorro Maciel, a solução imediata seria a criação do fundo municipal de cultura, que, se aprovado, pode vir a financiar projetos culturais que movimentem a cadeia produtiva do forró em Caruaru o ano inteiro. Para ela, a prefeitura precisa enxergar a cultura como investimento, e não apenas como despesa. Ela também critica os baixos cachês pagos aos forrozeiros locais, em detrimento dos altos valores pagos a artistas comerciais sem identidade com o São João, que poderiam tocar em Caruaru noutro momento, atraindo turistas noutra época do ano, por exemplo, movimentando a cidade na baixa temporada.

É uma crítica justa. Os turistas vêm em busca do forró. Durante o ano os turistas procuram um lugar onde eles possam ver os trios pé-de-serra, as bandas de pífano, onde dançar forró, onde comer a gastronomia da cidade que eles encontram no São João. Em 2017, o Conselho de Cultura aprovou a minuta do fundo municipal de cultura, onde os produtores culturais poderiam apresentar projetos para efetivamente realizarem ações culturais durante todo o ano. O projeto do fundo de cultura foi enviado para a Câmara dos Vereadores, mas foi devolvido e está adormecido. **Agora estamos lutando pela ativação desse fundo, para que nossa cadeia produtiva do forró possa desenvolver diversos projetos, de música, de dança, de literatura de cordel, de gastronomia, etc., durante o ano inteiro.** A

cultura precisa ser respeitada, precisa ser vista como um investimento, e não como uma despesa. Caruaru vê o segmento cultural apenas como despesa, e não como algo que vai proporcionar uma maior arrecadação financeira para o município. Agora no São João de Caruaru serão alocados recursos vultosos para grandes artistas, mas que não fazem parte do imaginário coletivo, que não tem nada a ver com o SJC. Esses recursos poderiam ser aplicados no SJC para os nossos artistas. Um único cachê de um grande artista de fora seria suficiente para pagar apresentações o ano inteiro para artistas daqui. O artista daqui precisa ser valorizado financeiramente: as bandas de pífano, os trios pé-de-serra, os bacamarteiros, os cantores de Caruaru. Repito: não sou contra esses grandes artistas, mas eles estão em um lugar que não cabe no São João, eles poderiam vir em outro momento, e trariam novos turistas a Caruaru em outra época do ano. (MACIEL, 2022, grifo nosso)

Haroldo Bernardino tem a impressão de que, após dedicar energia e dinheiro para fazer o São João de Caruaru, a Fundação de Cultura tira o time de campo após o encerramento da festa. Na opinião dele, para manter o forró sempre em ebulição, teria que existir um lugar de referência para as pessoas frequentarem o ano inteiro.

A Fundação de Cultura investe no São João de Caruaru um recurso enorme de energia e de dinheiro. Quando termina a festa, não sei se é cansaço, mas desmonta o time. Fica parecendo que a Capital do Forró só existe no mês de junho. **Aí que entraria o governo para que tivesse investimento ao longo do ano, tivesse alguns pequenos eventos de forró, pra ter isso sempre em ebulição. Ter um lugar de referência onde as pessoas possam frequentar.** Como falta isso durante o ano, vai abrindo espaço para outros ritmos mais atraentes, também por conta da mídia, aí o forró vai ficando pra trás. Como a gente quer manter o título de Capital do Forró? Precisa cuidar mais desse título. Tem que ter um trabalho permanente, não somente quando chega o São João. (BERNARDINO, 2022, grifo nosso)

“Isso não acontece só aqui não. Já fizeram uma reportagem no Rio de Janeiro procurando uma autêntica roda de samba na cidade do samba”, diz Walmiré Dimeron. Rubens Júnior bate na mesma tecla para comparar a situação do forró em Caruaru com o samba no Rio de Janeiro. Só que no Rio de Janeiro é diferente.

Como funciona com o samba no Rio de Janeiro? **É através da iniciativa privada e das escolas de samba, por exemplo, que promovem o samba em suas quadras.** A gente ainda não tem aqui essa cultura de fazer São João o ano inteiro. Estamos buscando alternativas, como o novo espaço do Mercado Cultural Casa Rosa. (JÚNIOR, 2022, grifo nosso)

José Pereira responde que a iniciativa privada também tem a responsabilidade de oferecer forró aos turistas o ano inteiro, e dá detalhes sobre o funcionamento do Mercado Cultural Casa Rosa, um novo equipamento turístico-cultural que a Prefeitura de Caruaru inaugurou em março de 2022.

Eu acho que está correto o posicionamento das pessoas. O turista vem em busca da cultura local. Inauguramos este ano um novo espaço cultural, no coração da Feira de Caruaru, exatamente para suprir essa necessidade, que é o Mercado Cultural Casa Rosa. Já começamos a operar de quinta a domingo com a presença do forró, do trio pé-de-serra e da banda de pífanos. Tem sido um sucesso. Quando eu viajo, eu observo nas outras cidades, por exemplo, no Rio Grande do Sul, que as churrascarias, as casas noturnas, sempre tem a presença da cultura gaúcha ali. Os próprios empresários contratam, isso ajuda bastante. **Não é só o poder público que tem que promover forró e São João o ano inteiro.** Quando se viaja para Argentina se quer ver o tango, em Portugal quer ver o fado, e quem vem a Caruaru quer ver o forró. **Eu acho que também os equipamentos privados de cultura e de turismo tem que oferecer isso às pessoas que nos procuram o ano inteiro.** (PEREIRA, 2022, grifo nosso)

José Seródio reforça o time dos que defendem que a iniciativa privada deve dividir essa responsabilidade com o poder público. Ele cita um exemplo de como viabilizar a parceria, e enxerga uma demanda turística para esse nicho de mercado.

Sobre a crítica, não deve ser obrigação do poder público, só ele, ser o fomentador dessa tradição fora do período do São João. Acredito que o poder público teria uma participação no sentido de correr atrás de patrocinadores, por exemplo, para manter um calendário de apresentações no Alto do Moura, mas também bancado pelos empresários e comerciantes de lá. **Essa seria minha opinião sobre como viabilizar isso, com mais participação dos comerciantes do que propriamente do poder público estar bancando 100%.** Eu acho até que isso é um nicho de mercado para ser explorado, porque o ano todo vem turista aqui e procura um lugar para ouvir e dançar forró. (SERÓDIO, 2022, grifo nosso)

Para Lúcio Omena, apesar de Caruaru ter alguns festivais ao longo do ano, a gestão pública “não tem pernas” para promover o forró toda semana. Isso só seria possível com a participação da iniciativa privada. Ele também argumenta que os agentes do forró precisam se profissionalizar, e sugere a construção de um plano de marketing mais amplo que seja capaz de criar um mercado nacional para o forró.

Faltam ações em relação ao forró nas gestões de maneira geral. A gente fala que só tem forró no São João, mas Caruaru talvez seja uma das cidades que mais tem manifestações da cultura popular fora do período junino. Você vê apresentações de pífano, de mazurca, de trios pé-de-serra distribuídos ao longo do ano em festivais. A gestão pública não tem pernas para subsidiar a manutenção disso o ano todo. **Precisa ter uma participação privada maior, primeiro porque a gestão privada é perene, ela não se interrompe a cada ciclo de gestão, e depois ela pode gerir os recursos com mais economia e autonomia que a gestão pública.** A gestão pública pode ajudar mas não pode ser cabide de emprego nem balcão de pedido. Na verdade, é preciso ser mais profissional nesse aspecto, precisa de um plano de marketing para o forró, não só para Caruaru, porque, mesmo se Caruaru tivesse um, é muito pouco para

aumentar o consumo de forró no país como um todo. Precisa ser uma ação maior. **Precisa de um plano de marketing para o forró. Até mesmo o forró de raiz precisa se profissionalizar, precisa saber se vender. Tem que criar um mercado para o forró.** (OMENA, 2022, grifo nosso)

Em 2021, o Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (Iphan) declarou as Matrizes Tradicionais do Forró como Patrimônio Cultural do Brasil. A patrimonialização do Forró foi uma etapa importante, mas ainda há um longo caminho a percorrer. Sem a construção do Plano de Salvaguarda do Forró, sua patrimonialização não produzirá efeito prático algum.

A pesquisa que fundamenta o pedido de registro das Matrizes Tradicionais do Forró como patrimônio cultural brasileiro apresenta um diagnóstico de riscos e ameaças à continuidade deste bem cultural.

Particularmente preocupantes neste sentido, e tema de repetidas queixas por parte dos interlocutores da pesquisa, são as transformações pelas quais vêm passando as comemorações públicas das festas juninas em cidades da região Nordeste, em especial aquelas que mais ostentam sua suposta reverência a estes festejos: **Caruaru-PE e Campina Grande-PB**. Desde meados dos anos 1990, as prefeituras destas cidades assumiram a centralização dos festejos, assumindo investimentos de infraestrutura (pátios de eventos com capacidade para abrigar públicos de dezenas de milhares de pessoas, etc.), e buscando patrocínios vultosos de empresas privadas para bancar festas que funcionam como megaeventos de apelo turístico. **Neste quadro, tem havido tendência a buscar a atração de um grande público, cujo interesse pelos festejos não parece buscar mais do que uma evasão por assim dizer genérica, em nada relacionada a concepções tradicionais e específicas do que sejam as festas de São João.** (IPHAN, 2021, grifo nosso)

Após a patrimonialização do Forró, a festa de São João não pode mais ser tratada pelas prefeituras como um mero evento isolado, mas sim como um processo integrado a um plano de salvaguarda das Matrizes Tradicionais do Forró, que incluem não somente os gêneros musicais, mas também as danças e os instrumentos emblemáticos, como sanfona, zabumba, pífano e rabeca, por exemplo.

Nesse sentido, Caruaru, como Capital do Forró, tem a oportunidade de liderar a construção de um Plano de Salvaguarda das Matrizes Tradicionais do Forró, entregando um instrumento de gestão para ser implementado com o objetivo de alcançar a autonomia e a sustentabilidade do bem cultural registrado

#### 4.3.7 Custo de produção

O custo de produção é o valor gasto pela Fundação de Cultura para entregar o São João de Caruaru. A Tabela 4 apresenta o custo de produção, por categoria, nos anos de 2017, 2018 e 2019. A categoria 'Serviços técnicos' abrange o rol de fornecedores contratados através da Comissão Permanente de Licitação da Secretaria de Administração. A categoria 'Cachês artísticos' se refere às contratações artísticas de todos os polos juninos. A categoria 'Outros custos' inclui diversos pagamentos de pequeno valor necessários para a realização do evento (locações de terrenos e de imóveis, projeto de segurança e incêndio, taxas do corpo de bombeiros, projetos de arquitetura, material de construção, serviços de manutenção e reparo, pequenos prestadores de serviço etc.).

TABELA 4 - Custo de produção do SJC por categoria x ano

CATEGORIA	2017	2018	2019
Serviços técnicos	R\$ 8.477.958,19	R\$ 8.156.908,77	R\$ 7.355.662,63
Cachês artísticos	R\$ 5.260.500,00	R\$ 6.277.300,00	R\$ 6.608.367,39
Outros custos	R\$ 664.087,02	R\$ 333.034,77	R\$ 530.849,79
<b>TOTAL</b>	<b>R\$ 14.402.545,21</b>	<b>R\$ 14.767.243,54</b>	<b>R\$ 14.494.879,81</b>

Fonte: elaboração própria (2022)

Para a Fundação de Cultura, o custo de produção do São João de Caruaru tem sido controlado num patamar de R\$ 14,5 milhões, neste período analisado. Observa-se a redução do custo com a licitação dos serviços técnicos de 13,2% em 2019 ante 2017, o que representa uma economia de R\$ 1,1 milhão. Neste intervalo houve um aumento de 25,6% na alocação de recursos para o pagamento de cachês, o que representou um incremento de R\$ 1,3 milhão para investimento em artistas.

Não é tarefa fácil controlar o custo de um evento como o São João de Caruaru. Por isso quis saber qual é a maior dificuldade, na opinião dos ex-gestores da Fundação de Cultura, relacionada ao controle de gastos com o festejo junino.

Na visão de Haroldo Bernardino, a falta de planejamento é o principal motivo que dificulta o controle dos gastos do São João de Caruaru. Ele reconhece que o trabalho do TCE tem surtido efeito, mas a Fundação de Cultura deixa para tomar algumas providências importantes em cima da hora, o que torna a festa mais cara.

Falta de planejamento. É uma festa tão grande, que quando termina o São João, a impressão que me dá é que a gestão relaxa, porque tira aquele peso de ter realizado o SJC, de ter dado certo, isso de certa forma desmonta a equipe. **Caruaru, na condição de Capital do Forró, deveria ter uma equipe trabalhando, cuidando, investindo em programação, em divulgação, e em educação, durante todo o ano fazendo esse planejamento. Não tem isso. Aí acontece a dificuldade de controlar a despesa, porque quando vai chegando a hora, vão aparecendo demandas que precisam ser tratadas, mas que não foram conversadas em tempo hábil para que fossem amadurecidas.** Então algumas providências terminam ficando mais caras, isso dificulta o controle das despesas diretas e indiretas relacionadas com o SJC. Então a gestão deveria planejar mais, já que tem uma festa dessa dimensão. É um volume impressionante de demandas, parece que não vai dar conta, de tanta coisa envolvida, e tudo em cima da hora, ai termina ficando mais cara. Na medida que a Fundação de Cultura foi mudando algumas coisas, na forma de tocar a gestão, foi melhorando realmente. E o TCE vai acompanhando, vai sugerindo, e com isso vai conseguindo baratear a festa. Embora a cada ano ela cresce mais, são novas demandas e mais custos. Então eu acho que quando você consegue planejar mais, consegue arrumar melhor essa questão das despesas. (BERNARDINO, 2022, grifo nosso)

Edileuza Portela relata a angústia de não saber previamente qual seria o orçamento disponível para a Fundação de Cultura gastar no São João de Caruaru. Além disso, ela percebe um problema com a questão da flexibilidade, ao ter que assumir despesas que não haviam sido pactuadas com antecedência.

A dificuldade maior é que o São João de Caruaru sofre por conta da flexibilidade que é muito grande. **Mesmo com a programação já elaborada, surgem demandas de última hora. São demandas de outras entidades e da própria cidade. Isso cria muita dificuldade, até porque a gente não sabe quanto vai ter de recurso. Eu não sabia quanto de recurso viria, eu não trabalhava em cima do recurso que viria.** Eu trabalhava em cima do projeto que nós fazíamos na fundação, toda a equipe, era um trabalho de equipe. A gente mostrava ao prefeito aquilo que a gente queria fazer. Graças a Deus eu peguei gestores sensíveis, que se envolviam, que se preocupavam, então eu sempre conseguia fazer alguma coisa. Porque se o gestor na ponta não for sensível, a gente não consegue fazer, por mais vontade que a gente tenha, a frustração vai ser grande. Mas a dificuldade é que a gente não sabe quanto pode gastar, eu nunca soube. A gente tinha um projeto, e dentro do próprio evento chegava o momento em que a gente tinha que se adequar, ou acrescentar alguma coisa. A dificuldade era não ter uma definição, tipo 'é tanto pra se gastar, ponto'. (PORTELA, 2022, grifo nosso)

Lucio Omena admite que o São João de Caruaru ainda não trabalha com um *software* de gestão que possibilite controlar o custo do evento com mais profissionalismo. Ele também aponta o problema da indefinição de um valor prévio para o orçamento do evento, que fica em aberto até o final do festejo junino. Além

disso, ele cita a fixação de um valor máximo (teto) de cachê como uma medida implementada para tentar controlar os valores pagos aos artistas comerciais.

A gente não tem mecanismos de gestão disso. Hoje a gente não tem uma gestão do São João de Caruaru profissionalizada, com *softwares*, que possibilitasse a gente alimentar e fazer confronto de dados. É uma enormidade de itens dentro de uma festa desse nível. Sem ter ferramentas de gestão que possibilitem a compra de bens e serviços, fica difícil ter esse controle. **Mas eu acho ainda que a maior dificuldade é a falta de planejamento.** O problema dessa festa é o seguinte. A captação de recursos é feita até o último dia de festa. Os recursos vão aparecendo e novas despesas vão surgindo. O orçamento da festa não é fechado seis meses antes, ele vai sendo realizado com a festa em andamento. Outra questão é que a tomada de preço dos serviços na esfera pública é sempre nivelada por cima, por conta das dificuldades de pagamento que os fornecedores enfrentam. Outra coisa, a gente estipulou um preço máximo para contratação de artistas, isso gerou uma economia da ordem de R\$ 2 milhões na época. As atrações geram muitas distorções no orçamento, porque são contratações por inexigibilidade de licitação. No período do São João, os artistas colocam os preços que eles querem, e se você não tem parâmetro para exigir os valores em certos patamares, isso vai gerar uma distorção no orçamento da festa. Eu acho que deveria sempre monitorar os cachês dos artistas fora do período junino, e em cima disso ter um planejamento de teto máximo pro São João, como a gente fez em 2017, e com isso conseguimos gerar uma economia importante para os cofres municipais. (OMENA, 2022, grifo nosso)

Walmiré Dimeron também indica os cachês dos artistas comerciais como um elemento dificultador para o efetivo controle de gastos do São João de Caruaru, trazendo à tona a questão dos atravessadores que negociam os contratos. Outro fator que ele menciona é a grande infraestrutura que é montada no pátio de eventos, e a logística necessária para manter isso funcionando corretamente por 30 dias.

Me parece que um grande dificultador é que você não consegue contratar um artista diretamente. Eu ouvi por exemplo que o cantor X vendia seus shows no Nordeste para um empresário, que os revendia para outros. Podemos chamar isso de atravessadores. Eu acho que isso encarece e inflaciona os cachês. Eu acho que isso é um dos aspectos a ser considerado. Por outro lado, a logística daquele pátio, que eu acho que já é hora de pensar em outro espaço para o São João. Graças a Deus que nós não tivemos nenhum grande acidente ali. É uma logística cara, que ninguém tem noção, de estrutura, de segurança, de equipamentos, para manter uma festa durante 30 dias, além da montagem e desmontagem. **É uma bola de neve. Se você pegar os orçamentos que são divulgados pela prefeitura nos últimos 10 anos, é um crescente absurdo, é uma festa que se auto inflaciona de uma forma estarrecedora.** Eu acho que um local mais organizado, palco fixo, resolveria em parte essa questão financeira, e poderia, parte desse recurso, ser revertido durante o ano em outros eventos e em atividades de formação, como escola de pífano, escola de sanfona etc. Esse aspecto dos cachês e da logística para se montar e manter um evento com qualidade durante 30 dias não é barato. (DIMERON, 2022, grifo nosso)

André Alexei faz uma analogia entre o valor gasto no festejo junino com o valor pago pela prefeitura na folha de pagamento do décimo terceiro salário. Ele acredita ser possível um dia a prefeitura vir a pagar essa conta somente com os recursos da captação de patrocínio. Ele também diz que, apesar de circular muito dinheiro em Caruaru com a realização do São João, a arrecadação de impostos no período tem um aumento tímido se comparado com as contas que ficam para pagar.

O gasto era muito grande no São João, tinha que pagar tudo, era estrutura, palco, os artistas, tudo era com a prefeitura. Eu questionava muito o prefeito porque isso não era pago pela captação de recursos. Eu acho que tem como a prefeitura fazer essa captação de recursos grande, não só com os patrocinadores mas também com o governo do Estado. O volume de dinheiro que o governo do Estado envia para o Festival de Inverno em Garanhuns é bem maior do que o que vem para o SJC. Dava pra trabalhar mais com a ajuda dos governos estadual e federal. Mas dá para trabalhar e fazer o SJC só com a captação de recursos, deixando a prefeitura respirar. **Eu falava para o prefeito que a gente tinha duas folhas extras de salário para pagar: uma era o São João e a outra era o décimo terceiro.** A gente tinha que se virar em 30 pra deixar tudo organizado. Circula muito dinheiro na cidade, existe um aumento indireto da receita com impostos. A arrecadação do ICMS aumenta e volta pra prefeitura no repasse do FPE, tem aumento do ISS indireto também. **Mas uma vez eu conversei com o secretário de fazenda de Olinda, e perguntei se o carnaval de Olinda deixava muito dinheiro. Ele respondeu que só deixava lixo e despesa, porque de renda ele não via nada.** (ALEXEI, 2022, grifo nosso)

José Pereira evidencia que a participação dos patrocinadores é fundamental na divisão da conta do São João com a prefeitura. Ele calcula que o custo total do festejo junino, para a prefeitura, pode chegar a R\$ 16 milhões, quando são incluídos na conta do evento os gastos indiretos das outras secretarias no período junino.

**Hoje o São João de Caruaru custa em torno de R\$ 16 milhões para a prefeitura.** É muito dinheiro, é muito caro. Se não fosse a participação das empresas, a Fundação de Cultura não poderia realizar esta festa. É uma festa grande, que precisa dos patrocinadores. A prefeitura jamais teria condição de fazer sozinha um evento com um volume financeiro tão alto. Hoje a gente tem uma boa resposta dos patrocinadores, pela beleza da festa, pelo respeito que a FCC tem com as contrapartidas dos patrocinadores, todos eles são muito bem-vindos e ficam satisfeitos porque sua marca estava presente na festa. A gente sempre fala na festa pensando no pátio de eventos, mas tem que lembrar do Alto do Moura, das Comidas Gigantes, das festas particulares que acontecem na cidade. O patrocinador é bem-vindo e precisa ser respeitado. Essa participação financeira é fundamental para o município honrar os compromissos no pós-evento. Sem eles a gente não teria condição de realizar uma festa desse tamanho. Ainda tem a participação do tesouro municipal, que tem um complemento. **A prefeitura envolve quase todas as secretarias no SJC,** a equipe da saúde trabalhando durante os 30 dias em horários especiais, a equipe de serviços públicos trabalhando durante os 30 dias com horários especiais, equipes da secretaria da mulher e todas as outras secretarias, e isso gera

um custo de hora extra e de alimentação, e a prefeitura tem que arcar com essa despesa. Diante da grandiosidade do SJC, cerca de 80% é bancado pelos patrocinadores e o complemento pelo governo municipal. (PEREIRA, 2022, grifo nosso)

Para que seja possível avançar no controle do custo do São João de Caruaru, será preciso remodelar os termos de referência dos maiores processos licitatórios do evento para reexaminar aqueles itens que podem ser parcelados por objeto/lote, conforme a regra geral do parágrafo 1º do art. 23 da lei federal nº 8.666/1993.

Art. 23. (...)

§ 1º As obras, serviços e compras efetuadas pela Administração **serão divididas em tantas parcelas quantas se comprovarem técnica e economicamente viáveis**, procedendo-se à licitação com vistas ao melhor aproveitamento dos recursos disponíveis no mercado e à ampliação da competitividade sem perda da economia de escala. (BRASIL, 1993, grifo nosso)

Outra ação igualmente importante para garantir o avanço no controle de custo do evento é a universalização do teto de cachê, principalmente para aqueles grandes artistas que são convidados diretamente pela gestão, pois estes não estão submetidos ao valor máximo de R\$ 200 mil fixado pelo edital de seleção artística.

#### 4.3.8 Fontes de financiamento

A Tabela 5 apresenta as fontes de financiamento do São João de Caruaru nos anos de 2017, 2018 e 2019. A fonte “Recursos privados” se refere a contratos de patrocínio celebrados entre as empresas patrocinadoras e a Fundação de Cultura através de chamamento público. A fonte “Recursos públicos” diz respeito a transferências realizadas por outros entes públicos através da celebração de convênios. A fonte “Incentivo fiscal” se refere a aportes realizados por empresas patrocinadoras através da Lei Rouanet. A fonte “Alvarás expedidos” diz respeito à arrecadação gerada pela cobrança de taxa de funcionamento dos diversos comerciantes que exploram atividades temporárias nos polos juninos (bares, restaurantes, foods trucks, barracas, ambulantes, parques de diversão etc.).

TABELA 5 - Financiamento do SJC por fonte x ano

FONTE	2017	2018	2019
-------	------	------	------

Recursos privados	R\$ 5.123.500,00	R\$ 7.362.395,00	R\$ 9.242.561,74
Recursos públicos	R\$ 2.800.000,00	R\$ 800.000,00	R\$ 400.000,00
Incentivo fiscal	R\$ 0,00	R\$ 1.300.000,00	R\$ 902.878,00
Alvarás expedidos	R\$ 688.065,95	R\$ 925.594,00	R\$ 975.664,83
<b>TOTAL</b>	<b>R\$ 8.611.565,95</b>	<b>R\$ 10.387.989,00</b>	<b>R\$ 11.521.104,57</b>

Fonte: elaboração própria (2022)

O valor total captado para o evento teve um crescimento de 33,7% em 2019 comparado a 2017, representando um acréscimo de R\$ 2,9 milhões para os cofres municipais. Vale a pena ressaltar que 80% do valor captado são recursos oriundos da iniciativa privada. Chama atenção o corte de 85% das verbas repassadas pelo Governo do Estado de Pernambuco, através da Empresa de Turismo de Pernambuco (Empetur), para o São João de Caruaru, caindo do valor de R\$ 2,8 milhões em 2017 para somente R\$ 400 mil em 2019. Por outro lado, merece destaque o esforço da fundação para captar recursos através da Lei Rouanet, saltando de zero real em 2017 para R\$ 1,3 milhão em 2018, reduzindo em seguida para R\$ 902 mil em 2019. Também deve ser mencionada a “tarefa de casa” feita com sucesso da secretaria municipal da fazenda referente à cobrança de alvarás de funcionamento, que teve um aumento de 41,7% em 2019 ante 2017, representando um incremento na arrecadação própria de R\$ 287 mil.

Na opinião dos ex-gestores da Fundação de Cultura, buscar fontes alternativas de financiamento é uma tarefa muito importante para manter o equilíbrio das contas do São João de Caruaru e, quem sabe um dia, igualar receita e despesa.

Socorro Maciel menciona que a captação de recursos é uma ação prevista na legislação municipal, tanto na lei que criou o sistema municipal de cultura quanto na lei que instituiu o plano municipal de cultura.

É extremamente necessário que a Fundação de Cultura vá buscar novos recursos estaduais, nacionais e de patrocínio das empresas privadas para realizar um evento da magnitude do São João de Caruaru. **Isso inclusive está resguardado pelas leis municipais 5.404 (sistema municipal de cultura) e 6.167 (plano municipal de cultura).** Essa legislação autoriza a FCC a fazer a captação de recursos. (MACIEL, 2022, grifo nosso)

Rubens Júnior enaltece o desempenho do atual modelo de captação de recursos executado dentro da própria prefeitura, sob a coordenação da Secretaria de Desenvolvimento Econômico, Turismo e Economia Criativa (Sedetec).

Hoje a captação de recursos é feita diretamente pela prefeitura. Já virou uma referência, é um caso de sucesso no Brasil inteiro. Normalmente se contrata uma empresa para fazer a captação. No nosso caso não, nós mesmo é que fazemos a captação, através da Secretaria de Desenvolvimento Econômico, Turismo e Economia Criativa (Sedetec). A Sedetec faz a captação de recursos, sob o comando do(a) prefeito(a), com a execução da Fundação de Cultura, e nós tentamos ajustar a festa à nossa captação. Em 2019 nós captamos cerca de R\$ 12 milhões e gastamos R\$ 14 milhões. Mas já teve São João que gastava R\$ 10 milhões e captava zero. **A cada ano que passa a festa cresce mais e chama a atenção de grandes patrocinadores, para que a gente possa dividir essa conta, e no fim o dinheiro ficar aqui na economia do município e da região.** (JÚNIOR, 2022, grifo nosso)

André Alexei acredita que é possível, um dia, executar o festejo junino totalmente custeado por recursos de outras fontes, de preferência privadas. Mas reconhece que fatores políticos externos podem atrapalhar o alcance desse objetivo.

Dá pra fazer o São João custeado pela captação de recursos, tanto de fontes públicas quanto de fontes privadas. **O São João de Caruaru é muito vendável, dá pra fazer um trabalho sério de captação de recursos.** Às vezes o governo estadual é politicamente contrário ao governo municipal, então o recurso estadual enviado é pouquíssimo. Mas se fizer um trabalho bem feito, consegue uma grande captação de recursos privados, e daria pra fazer um São João totalmente com esses recursos. (ALEXEI, 2022, grifo nosso)

Walmiré Dimeron compartilha a crença de que o São João de Caruaru possa ser autossuficiente no aspecto financeiro. Entretanto, ele levanta a questão da interferência da exposição da marca patrocinadora sobre a ornamentação junina. Ele buscava o equilíbrio entre a decoração junina e a exposição da marca patrocinadora.

Sou totalmente a favor, principalmente da iniciativa privada. O São João de Caruaru não é uma arena qualquer para o patrocinador expor sua marca. Deveria se buscar o auto financiamento da festa. **A festa deveria se pagar, e não ficar nada, ou o mínimo, de despesa para o governo municipal. Encontrar esse formato seria perfeito, desde que a festa continuasse sendo do município, dos caruaruenses, e não dos patrocinadores.** À medida que você leiloe isso, você abre mão de alguns requisitos básicos, como a questão cultural, da tradição da ornamentação, dos elementos cenográficos. Tudo isso deveria ser mantido pelos patrocinadores. Mas eu sou a favor que se busque, a cada dia, novas formas de financiamento do evento. (...) O que eu mais desejo é o equilíbrio. A gente tinha uma bebida que patrocinava a festa, e eu decorava a vila do forró com primor, com

bandeirinhas e balões coloridos, aí vinha essa marca de bebidas com bobinas de plástico para envelopar toda a decoração. Eu mandava arrancar e dizia que não estava no contrato etc. Essa é a luta para que a gente tenha sempre um toque cultural. Isso vai fazer a diferença de Caruaru para outras festas. Caruaru não tem o direito de deixar que o São João seja apenas mais uma festa. Esse equilíbrio deve ser perseguido sempre. (DIMERON, 2022, grifo nosso)

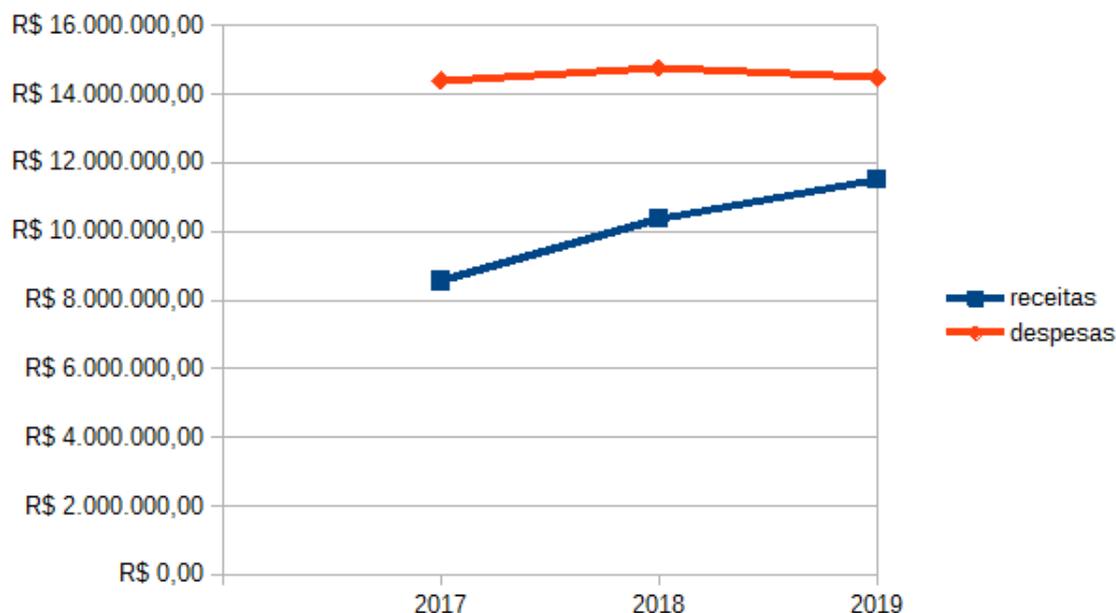
Haroldo Bernardino avalia como muito positivo o resultado da captação de recursos. Aliás, ele não enxerga outro caminho para a sustentabilidade do evento, desde que seja algo feito com responsabilidade, transparência e antecedência. Ele prega que a fundação amplie o alcance do planejamento do SJC para longo prazo.

A Fundação de Cultura tem como controlar isso (captação de recursos), coordenar isso, fazer essas parcerias. Antes, quando a festa era menor, a prefeitura bancava tudo. Depois de um certo tempo começou a se dividir essa conta. **Eu acho saudável ter apoio do governo do Estado, apoio do Ministério do Turismo, apoio da prefeitura, apoio do patrocinador, e tudo isso controlado com uma gestão transparente. Não vejo outro caminho. Não tem como voltar atrás nisso. Não se consegue fazer nada sozinho.** Tem que abrir mesmo, com responsabilidade e com transparência, porque é uma festa pública tocada por um agente público. Isso requer um planejamento maior para que se possa captar recursos com a venda desse produto público. Eu acho que é uma questão saudável, mas precisa ter controle e ter planejamento, para fazer isso com antecedência e com mais tranquilidade, ganhando tempo em algumas coisas que não precisam se afogar lá na frente. Eu sinto às vezes que algumas demandas chegam parecendo que vai ser o último São João da vida de Caruaru. Ou faz ou morre. E na realidade, a festa acontece todo ano, algumas providências podem ser tomadas a longo prazo, fazendo algumas intervenções físicas, educacionais, ir conquistando isso. É um trabalho de formiguinha, que vem sendo feito, mas não com essa noção, mas que se fosse feito ganhava mais tempo e mais profissionalismo. (BERNARDINO, 2022, grifo nosso)

#### 4.3.9 Economicidade do sistema

O Gráfico 1 apresenta o comportamento das receitas e das despesas do São João de Caruaru nos anos de 2017, 2018 e 2019. As despesas estão controladas dentro de um valor médio de R\$ 14,5 milhões. As receitas tiveram um aumento de 34% em 2019 ante 2017, alcançando o valor de R\$ 11,5 milhões. O gráfico aponta a trajetória de equilíbrio financeiro para o São João de Caruaru em cenários futuros.

Gráfico 1 – Evolução das receitas e das despesas do SJC (2017 a 2019)



Fonte: elaboração própria (2022)

A diferença entre a receita e a despesa do evento significa o valor efetivamente desembolsado pela Fundação de Cultura para entregar o São João de Caruaru. O valor do desembolso efetivo caiu de R\$ 5.790.979,26, em 2017, para R\$ 2.973.775,54 em 2019, representando uma redução de 48% no período. Projetando as contas do SJC com base na continuidade deste novo modelo, caracterizado pelo controle do custo e pelo aumento da captação, vislumbra-se um cenário futuro de equilíbrio financeiro, onde a diferença entre a receita e a despesa seja igual a zero.

#### 4.3.10 Atuação do Tribunal de Contas

Compete ao Tribunal de Contas do Estado de Pernambuco examinar a legalidade, legitimidade, economicidade e razoabilidade de qualquer ato administrativo de que resulte receita ou despesa, fiscalizando a aplicação de todo o dinheiro público pertencente ao Estado e aos municípios. O TCE age também orientando e esclarecendo regras para uma boa administração, além de promover cursos e editar cartilhas, através da Escola de Contas, visando ao aprimoramento da gestão pública. Mas, será que a atuação do TCE tem surtido efeito para promover mudanças de melhoria na gestão do São João de Caruaru?

Rubens Júnior diz que, atualmente, a Fundação de Cultura não integra a zona de risco do Tribunal de Contas, e que o São João de Caruaru é uma festa aberta.

Eu acho que o TCE é um parceiro. Hoje conseguimos tirar a Fundação de Cultura da margem de risco. **Hoje o São João de Caruaru é uma festa aberta, que tem suas contas aprovadas, que tem seus processos de construção de editais. Seus processos licitatórios não são contestados.** Eu vejo o TCE como um parceiro para que a gente possa qualificar melhor os nossos gastos. Quando o TCE faz uma contestação é com o objetivo de que a gente utilize melhor o nosso recurso. O TCE participa e acompanha tudo aquilo que nós fazemos. (JÚNIOR, 2022, grifo nosso)

Lúcio Omena acha importante a presença do TCE no controle das contas do São João de Caruaru. Ele acha, inclusive, que a participação do TCE poderia ser dirigida para também contribuir com soluções, ou, talvez, criar um protocolo com diretrizes para orientar qualquer gestor que venha a assumir a Fundação de Cultura.

Eu acho que a atuação do Tribunal de Contas poderia ser mais efetiva no sentido de dar caminhos mais objetivos para a gestão do São João de Caruaru. Existe uma diferença grande na gestão do SJC entre diferentes governos. A gente deu um salto muito grande no quesito do controle. O TCE está satisfeito com a evolução da gestão do SJC por conta da nossa seriedade. Eu vejo com bons olhos a atuação do TCE. Mas ele contribui só com 30%, e ainda teria 70% para contribuir, trabalhando junto, não apenas no sentido de querer pegar alguma coisa errada, mas para contribuir. Uma reunião por ano não é suficiente para conduzir uma festa como o SJC. Devia ter um protocolo para todas as gestões seguirem. O TCE aprovou contas de governos anteriores que terceirizaram a festa completa sem prestação de contas, mas exigiu de outro governo a prestação de contas até de um parafuso. **A meu ver precisaria de uma uniformização e de uma normatização para a realização dessa festa.** Também não sei se o TCE teria pernas para fazer isso. Mas acho sim muito importante a presença do TCE no controle das contas da festa. (OMENA, 2022, grifo nosso)

Socorro Maciel sente falta de um sistema de *compliance* no São João de Caruaru com o intuito de dar mais transparência ao processo e mais segurança ao gestor público que ordena as despesas da Fundação de Cultura.

O dinheiro público tem que ser respeitado. É função do TCE fazer essa fiscalização, e o gestor público precisa se adaptar a essas normas e regulamentos. **O que falta em Caruaru é um mecanismo de *compliance*, que daria mais transparência ao processo e mais segurança ao gestor.** Se o presidente da FCC adota esse sistema do *compliance*, ele estará mais tranquilo com relação à prestação de suas contas ao tribunal. (MACIEL, 2022, grifo nosso)

Haroldo Bernardino observa uma mudança de postura do TCE com relação ao São João de Caruaru. Na visão dele, a atuação do órgão agora está orientada para a melhoria dos processos, desde a fase de planejamento da licitação.

A gestão do TCE nos anos anteriores era punitiva, mas eu percebi, depois de um determinado tempo, que o TCE começa a sugerir algumas melhorias de como fazer, de como tocar aquilo, porque o dinheiro é público. Numa festa pública, feita por um agente público, para o público, tem que ter um sistema de controle do TCE. **Eu acho que se ganha com a atuação do TCE em parceria para fiscalizar e encontrar formas melhores de planejar e de tocar isso. Talvez no começo seja mais difícil, mas depois se consegue caminhar melhor e certo.** Não vejo outra forma, porque a fiscalização sempre vai existir, é mais negócio somar forças para encontrar alternativas. Tem as picuinhas, mas a gente precisa ver do lado positivo: como o TCE pode colaborar para fazer planilhas melhores, com prazos melhores, com antecedência, para a festa não deixar pendências. Antes era pendência demais. Eu acho positiva a supervisão do TCE para melhorar a gestão do São João de Caruaru, já que a festa é pública e o dinheiro é público. (BERNARDINO, 2022, grifo nosso)

André Alexei acha válido antecipar o trabalho junto ao TCE, e sugere uma visita do prefeito de Caruaru e do presidente da fundação ao órgão de controle.

**Eu sou bem favorável ao acompanhamento das contas do São João de Caruaru pelo Comitê Gestor do São João *pari passu* com o acompanhamento do TCE. Às vezes o problema é que não tem tempo para fazer uma consulta ao TCE, e o TCE devolver uma resposta.** Então o presidente da Fundação de Cultura tem que decidir se faz ou não faz. Se não fizer, a prefeitura cai em cima dele, e se fizer, o TCE questiona depois. Tinha que ser feito um trabalho prévio. Eu acho que seria válido uma visita do prefeito, junto com o presidente da FCC, ao tribunal de contas para solicitar o acompanhamento dos gastos do São João. (ALEXEI, 2022, grifo nosso)

Walmiré Dimeron enxerga o TCE como um aliado a quem se pede aconselhamento, antes de realizar qualquer gasto, para evitar desgastes e punições.

Na minha concepção, em toda e qualquer ação do governo que envolva recursos, eu acho que o TCE deveria ter essa função de aconselhamento prévio, para evitar desgaste, más interpretações e até punições involuntárias. A gente sabe muito bem o que é a burocracia do serviço público e a legislação que é muito rígida. **Então o tribunal poderia ser um aliado, desde que ele fosse consultado antes, principalmente do ponto de vista financeiro.** Mas eu não saberia te dizer agora como eles vem atuando nos últimos anos, se é como conselheiro prévio ou como órgão punitivo. (DIMERON, 2022, grifo nosso)

José Pereira enfatiza que o gestor público precisa estar em sintonia com o órgão de controle, esclarecendo todos os questionamentos solicitados pelo TCE.

O TCE tem o papel de fazer recomendações e fiscalizações do dinheiro público. Por exemplo: o patrocinador envia X reais para a prefeitura, esse dinheiro entra na conta da prefeitura, e é destinado ao pagamento de diversos prestadores de serviços do São João de Caruaru. Então: quanto entra, quanto sai, é pago a quem, está dentro das normas e critérios da lei? Isso tem que ter sempre. **Eu fui 12 anos presidente da Fundação de Cultura e recebi o tempo todo recomendações do TCE, não só depois do SJC mas também antes do evento.** A gente recebia telefonemas recomendando, por exemplo, que uma área do palco tivesse um maior nível de detalhamento. A gente parava tudo o que tava fazendo, com o palco já avançado, chamava os engenheiros e ia até o tribunal de contas. Eles faziam as perguntas, a gente respondia que tipo de material estava usando, o tamanho das peças, sempre foi assim. Claro que não precisa de exageros nessas exigências, mas o gestor público precisa estar em sintonia com esse órgão de controle, que merece nosso respeito e a gente tem que seguir a lei. (PEREIRA, 2022, grifo nosso)

Uma equipe de auditoria do TCE analisou a regularidade e a economicidade das despesas com a contratação dos serviços de montagem e desmontagem de toda a infraestrutura necessária para a realização do São João de Caruaru de 2019 (PERNAMBUCO, 2019). O relatório preliminar de auditoria constatou evoluções nos procedimentos de controle, destacando que a prevenção ocorreu ainda na fase de planejamento da licitação, quando foram realizadas cinco reuniões nos meses de fevereiro e março entre a equipe técnica do TCE e membros da Prefeitura de Caruaru. Com isso, houve benefícios efetivos decorrentes da conformidade do projeto básico e do processo licitatório, sendo constatado incremento sobre a competitividade e a economicidade da contratação, além de redução do preço máximo calculado por meio de uma planilha orçamentária estimativa (Tabela 6):

- a) Redução de preço máximo no processo licitatório de R\$ 228.031,64;
- b) Incremento de economia no valor de R\$ 711.471,17.

TABELA 6 - Economicidade da infraestrutura do São João de Caruaru 2019 ante 2018

ITEM / ANO	2018		2019	
	Pregão	Contrato	Pregão	Contrato
Infraestrutura	R\$ 5.300.848,00	R\$ 4.560.000,00	R\$ 5.072.816,36	R\$ 3.848.528,83
DESCONTO	13,98%		24,13%	

Fonte: Pernambuco (2019)

### 4.3.11 Cultura *versus* Turismo

Finalmente: a Cultura e o Turismo devem ficar juntos ou separados no organograma da prefeitura? Por que uma fundação em vez de uma secretaria?

Na visão de Lúcio Omena, o turismo é negócio e a cultura é subsídio, portanto, melhor que as duas pastas fiquem separadas no organograma municipal. Porém com diálogo e integração constantes. Ele prefere a fundação à secretaria, pois a natureza jurídica da fundação significa autonomia administrativa e financeira.

**Cultura e turismo devem estar separados no organograma, porque turismo é negócio, e cultura é subsídio. Eles precisam estar integrados, dialogando, mas devem estar separados no organograma em órgãos independentes.** No caso de Caruaru, quando eles estão numa mesma pasta, depois que a Fundação de Cultura realiza o São João, aí não sobra nada de recurso para trabalhar o turismo. Pensando a nível nacional, também acho melhor captar os recursos separadamente, de fontes para o turismo e de fontes para a cultura. Até porque o turismo não é só a cultura, tem o turismo de negócios e outros segmentos que não dialogam com o trabalho da Fundação de Cultura. Então eu acho que isso tem que estar separado no organograma. A ideia de ter uma fundação é boa para a captação de recursos e a autonomia administrativa. Na prática é ruim quando gestões anteriores sujam o CNPJ da fundação e você fica impossibilitado de agir com essa liberdade. (OMENA, 2022, grifo nosso)

Rubens Júnior tem visão semelhante, de que o turismo é *business* e a cultura é salvaguarda. Dessa forma, eles não precisam estar juntos em uma mesma pasta.

A cultura presta um serviço ao turismo, e o turismo retribui trazendo o turista para conhecer a nossa cidade. São ações complementares mas não necessariamente tem que estar na mesma pasta. **Até porque turismo é mais *business* e cultura é mais salvaguarda.** (JÚNIOR, 2022, grifo nosso)

Maria Alves defende duas pastas, secretaria de turismo e secretaria de cultura. Cada uma respondendo pelas próprias demandas mas mantendo o diálogo.

Cultura e turismo dialogam o tempo todo. **Não tem como falar de cultura sem entrar no turismo, e falar de turismo sem envolver a cultura. São diálogos permanentes. Agora eu penso que são dois braços grandes que têm que ser separados.** Eu acredito que deveria ter uma secretaria de turismo e uma secretaria de cultura. O turismo é uma demanda muito grande, e a Fundação de Cultura não consegue dar conta do turismo de forma mais aprofundada, porque fica muito centrada nas demandas da cultura e, principalmente, do São João. Então eu penso que elas devem estar em secretarias próprias para responderem pelas suas demandas específicas, mantendo o diálogo e trabalhando em parceria. (ALVES, 2022, grifo nosso)

Para Socorro Maciel, desde que a fundação foi criada, a cultura e o turismo andam juntos, e pensa que isso deve continuar assim. Ela avalia que uma secretaria engessa a administração desses temas, por isso defende o modelo de fundação.

Cultura e turismo precisam andar juntos. O turismo consegue potencializar as articulações culturais. O investimento que está sendo feito em infraestrutura turística em Caruaru faz um *link* com a cultura: Alto do Moura, Feira de Caruaru, Estação Ferroviária etc. **Desde que a fundação foi criada que cultura e turismo andam juntos, porque uma completa a outra, eu creio que deva continuar assim. Uma secretaria fica engessada, já uma fundação tem autonomia administrativa e financeira.** Uma secretaria só pode contar com recursos da LOA, já uma fundação recebe os recursos da prefeitura e pode captar patrocínio privado ou público. Transformar uma fundação numa secretaria engessa sua gestão. (MACIEL, 2022, grifo nosso)

Walmiré Dimeron questiona a necessidade de uma secretaria de turismo na época que já existia no organograma da Fundação de Cultura uma diretoria de turismo, que, na visão dele, precisaria receber reforços orçamentários e de pessoal.

A fundação foi criada para que ela tivesse certa autonomia, com CNPJ próprio. A meu ver esse modelo nunca poderia deixar de existir. **As vezes eu fico imaginando que cria-se uma secretaria para o turismo, quando já existia um departamento de turismo na fundação, que era só dar um aporte financeiro, dar condições para a equipe trabalhar. Cultura e turismo, se não estiverem numa mesma secretaria, fundidos, devem andar geminadas, irmanadas, de mãos dadas para sempre.** A gente sabe que o turismo cultural do Brasil é um dos mais rentáveis, e a fama de Caruaru é sim do turismo cultural. (DIMERON, 2022, grifo nosso)

Edileuza Portela acredita que Caruaru tem potencial suficiente para suprir uma secretaria de turismo, uma secretaria de cultura e uma fundação de cultura.

Turismo tem que ficar em outra secretaria. **Já é tempo de ter uma secretaria só para turismo. Sobre cultura, eu acho que poderia ter uma fundação e uma secretaria.** Caruaru tem tantos valores, tem tanto o que fazer, que quanto mais órgãos que fomentam cultura tiver, melhor vai ser pra Caruaru. Uma secretaria de cultura podia trabalhar em parceria com a Educação, um trabalho integrado com as escolas, trabalhar nas comunidades, levando cultura para o povo, com palestras, com cursos etc. Se as crianças não entenderem o valor da nossa cultura, com o tempo isso vai acabando. E conscientizando também os pais dessas crianças. É muito rico o que nós temos. (PORTELA, 2022, grifo nosso)

José Seródio vê o turismo como uma atividade capaz de promover o desenvolvimento local. Ele também defende a separação das pastas. Também vê com bons olhos o modelo jurídico da fundação em detrimento de uma secretaria.

**O gestor municipal precisa olhar o turismo como uma galinha dos ovos de ouro, no sentido de equiparar ele com outras fontes geradoras de recursos para o município.** Na minha opinião, deveria ter uma secretaria de cultura e uma secretaria de turismo na nossa cidade. Uma fundação tem autonomia, tem CNPJ, mesmo não tendo recursos próprios, porque ela depende de repasses da prefeitura, mas pode ir atrás de convênios junto ao governo do Estado e ao Ministério do Turismo. A secretaria tem esse limite, depende do CNPJ da prefeitura. (SERÓDIO, 2022, grifo nosso)

Para André Alexei, o melhor formato para a realidade de Caruaru seria manter a Fundação de Cultura e criar uma secretaria de turismo. As duas iriam trabalhar o São João de Caruaru no Comitê Gestor, sob comando do(a) prefeito(a).

Eu sou a favor que cultura e turismo fiquem separados, mas que eles andem interligados. **Eu deixaria o turismo em uma secretaria própria, e a cultura com a fundação, e as duas pastas trabalhariam juntas no comitê gestor do São João sob o comando do prefeito.** (ALEXEI, 2022, grifo nosso)

Haroldo Bernardino entende que, talvez pelo porte médio do município, ou pela praticidade, as duas pastas fiquem juntas no organograma. Mas acredita que, separadas, seria melhor para trabalhar as demandas da cultura e do turismo.

**Pra mim seriam separados, porque são dois temas enormes e de uma importância impressionante. Quando se junta, talvez seja uma praticidade do organograma ou do tamanho da cidade.** Mas pela importância do tema, deveria ter as coisas separadas. Eu entendo que às vezes o organograma não permite isso. Mas quando se divide, talvez consiga trabalhar melhor, focar melhor. Tem pano pras mangas. Quando é separado tem condição de fazer uma gestão melhor, mais atenta aos temas específicos. Entre saber se seria uma fundação ou uma secretaria, eu tenho pra mim que a fundação dá mais liberdade para fazer a gestão, cria mais autonomia, embora dependa de repasses da prefeitura. (BERNARDINO, 2022, grifo nosso)

Para José Pereira, independente de estarem juntos ou separados no organograma, o mais importante é que a cultura e o turismo estejam alinhados. Ele aproveita o São João de Caruaru para ilustrar sua visão sobre esse alinhamento.

Cultura e turismo se confundem e precisam o tempo inteiro andar de mãos dadas. A cultura não sobrevive sem o turismo, e o turismo não sobrevive sem a cultura. **Quer seja uma secretaria, ou duas secretarias, ou uma fundação de cultura e turismo, mas que esses dois secretários, ou presidentes, ou diretores, precisam ter um foco só: que a cultura e o turismo precisam andar juntos, de mãos dadas.** Quando a gente viaja, vai em busca da cultura, da gastronomia, dos museus, dos equipamentos

turísticos e culturais. Aqui não é diferente, as pessoas vêm em busca disso. Chegar em Caruaru para o São João não é só ter um palco montado com som. Os museus têm que estar abertos, a Feira de Caruaru tem que estar pronta para receber o turista. A feira de artesanato com a sua diversidade, o flandre, a palha, o couro, a madeira, não é só o artesanato de barro. Os centros de atendimento ao turista precisam estar prontos para dar as informações atualizadas. A sinalização turística da cidade também é importante. Quem não gosta de ver um grupo folclórico na rua, tirar uma foto com eles, dançar, interagir? Isso é maravilhoso. Quer seja uma secretaria ou não, eles precisam caminhar juntos. (PEREIRA, 2022, grifo nosso)

O embate Cultura *versus* Turismo no organograma da Prefeitura de Caruaru já rendeu vários capítulos envolvendo a criação/extinção da secretaria de turismo. Em 2021, no primeiro ano do segundo mandato da prefeita Raquel Lyra, o turismo, mais uma vez, deixou de ser competência da Fundação de Cultura e foi transferido, outra vez, para a Secretaria de Desenvolvimento Econômico e Economia Criativa, que passou a se denominar Secretaria de Desenvolvimento Econômico, Turismo e Economia Criativa (Sedetec). Com essa alteração, a fundação voltou a ser denominada, outra vez, de Fundação de Cultura de Caruaru (FCC).

Para Teixeira Coelho (2012), a política cultural é a ciência da organização das estruturas culturais. No caso de Caruaru, fica evidente que ocorreu uma ruptura institucional na transição entre cada governo, resultando na descontinuidade administrativa do órgão competente pelo turismo e pela cultura no município. Outra constatação é a criação desenfreada de cargos comissionados, de livre nomeação e exoneração, em detrimento da absoluta inexistência da criação de cargos efetivos, que seriam ocupados através de concurso público, impedindo, assim, a formação de servidores municipais de carreira para a gestão pública da cultura e do turismo.

#### **4.3.12 Governança do evento**

Nem sempre o(a) dirigente da fundação compreende a função da participação da sociedade civil na governança pública. Essa é uma construção social que atravessa os governos municipais. Eu quis saber como se deu essa relação, lá atrás, na criação da Fundação de Cultura, Turismo e Esportes, cuja estrutura organizacional já previa a existência, em 1986, de três conselhos: de cultura, de turismo e de esportes. Encontrei uma reportagem do Jornal Vanguarda repercutindo críticas dos primeiros conselheiros ao primeiro presidente da fundação, Leandro

Filho. A atriz Arary Marrocos, então conselheira de cultura, relatava que desconhecia qualquer regularidade de reuniões e que era impossível contribuir nos trabalhos dirigidos pela fundação. Zanone Vieira, do conselho de turismo, observava que, sem o conselho, as decisões da fundação se enfraqueciam, e acusava o presidente de ser autosuficiente. O técnico Vavá, do conselho de esportes, queixava-se que o conselho tinha um papel de coadjuvante. O presidente rebateu as críticas.

Consultado a respeito dessas denúncias, o atual presidente, Leandro Filho, é taxativo. **“O conselho é convidado para ser de conselheiros e não diretores, muito menos administradores”**. Segundo diz, o papel do conselho é aconselhar o executivo de tudo o que deve ser visto pela fundação, não havendo necessariamente ligação empregatícia com a fundação, caso contrário se fossem nomeados seriam funcionários da mesma. Leandro põe em dúvida um conselho pago. Assim, frisa, o conselho é um quadro fictício, e que deve sobretudo apenas orientar nas matérias o órgão que funciona na prática. “A festa deve continuar porque não depende do conselho, por conseguinte, gostaria que o conselho fosse consciente, e no regime de sua autonomia e liberdade formar a solidariedade do nosso trabalho conjunto. (VANGUARDA, 1986, grifo nosso).

A governança pública do São João de Caruaru foi objeto de deliberação tanto da III Conferência de Cultura quanto do plenário do Conselho Municipal de Política Cultural, culminando com a redação do objetivo estratégico nº 5 do Plano Municipal de Cultura de Caruaru 2019-2029, intitulado “Caruaru, Cidade das Artes”, tratando da transformação do Comitê Gestor do São João numa instância permanente.

5º Criar um **comitê gestor permanente para a organização do São João**, abrangendo funções administrativas de planejamento, de captação de recursos, de produção e de avaliação do evento, composto por membros titulares e suplentes da Fundação de Cultura e Turismo de Caruaru, de todas as secretarias da administração municipal e do Conselho Municipal de Política Cultural. (CARUARU, 2019b, grifo nosso)

Qual a opinião dos ex-gestores da Fundação de Cultura sobre a participação da sociedade civil na gestão do São João de Caruaru?

Para Socorro Maciel, a presença da sociedade civil deve ser bem-vinda em todos os fóruns públicos. Ela credita à sociedade civil a conquista da criação do sistema municipal de cultura e do conselho municipal de cultura em Caruaru.

A sociedade civil é bem-vinda em todos os lugares. Foi a sociedade civil que lutou em 2014 pela criação da lei do sistema municipal de cultura e pela ativação do conselho de cultura, e em 2018 pela criação do plano municipal de cultura. **Quando eu e você, Leonardo, fomos da diretoria do Conselho de Cultura no biênio 2017-2018, foram desenvolvidas**

**grandes ações: edital para o São João, patrimônio vivo da cidade, plano municipal de cultura, etc. É necessário essa conversa entre a sociedade civil e o lado governamental no âmbito do Conselho de Cultura, que é o fórum apropriado onde os temas são debatidos e os acordos são feitos.** O que nós conseguimos implantar foi de extrema importância para Caruaru, exatamente através desse diálogo entre a sociedade civil e o governo dentro do Conselho de Cultura. Caruaru já avançou muito em relação a isso, já evoluiu enormemente. Eu penso que a participação da sociedade civil nas decisões de uma fundação de cultura é de extrema importância. (MACIEL, 2022, grifo nosso)

Lúcio Omena reconhece que foi importante a participação da sociedade civil, através do Conselho de Cultura, na criação do pioneiro edital de seleção artística para o São João de Caruaru. Ele sente que falta ainda a presença, no Comitê Gestor do São João, de outras associações comerciais e empresariais do município.

Eu vejo com bons olhos a participação da sociedade civil no São João de Caruaru. No edital dos artistas, a participação foi democrática, a sociedade definiu alguns processos do São João. Mas fica complicado fazer isso com todos os braços, porque pode inviabilizar a realização da própria festa. **Eu também acho importante a participação de associações comerciais como a CDL, ACIC e Sindiloja, mas não vejo isso acontecer de forma mais afetiva.** (OMENA, 2022, grifo nosso)

Maria Alves sente que a participação da sociedade civil no Comitê Gestor do São João poderia ser melhor aproveitada através de escutas prévias e avaliações.

Há uma participação da sociedade civil no Comitê Gestor do São João através do Conselho de Cultura. Mas eu penso que essa participação poderia ser maior. **A gente apresenta o São João para as categorias da sociedade civil. Quando a gente vai apresentar o projeto, ele já tá amarrado. Talvez se pudesse haver mais reuniões antes do projeto ser elaborado.** Poderia ter uma avaliação logo após o SJC junto a esses segmentos para fazer um apanhado das contribuições da sociedade civil. (ALVES, 2022, grifo nosso)

Edileuza Portela acha importante sentar à mesa com a sociedade civil para discutir, com argumentos, e assim chegar a algum consenso. E avalia que quem ganha com isso é a cidade de Caruaru, a Capital do Forró.

Eu acho importante. No meu tempo, eu inseria o Rotary, o Lions e outros órgãos para participar do São João. Inseria os restaurantes também, pedia pra eles fazerem decoração e contratar uma banda de pífano ou trio. A gente incentivava, escolhia um dia e mandava um artista pago pela fundação, para que eles vissem a receptividade do público, para aquilo criar uma demanda. A gente também procurava as emissoras de rádio e pedia a eles para tocar forró a partir de maio, para criar um clima na cidade. A gente convocava a rede hoteleira para participar de reuniões e contribuir com o

São João. Eu acho importante essa participação da sociedade, desde que a direção, a gestão e todo controle seja da Fundação de Cultura. E também que a FCC seja ouvida por todas as entidades envolvidas, porque a gente que tá com a mão na massa é que conhece as necessidades, e sabe por onde a gente pode ou deve chegar. **Eu acho importante essa troca, desde que não seja algo de cima pra baixo, mas que possa sentar à mesa, discutir, mostrar as razões e chegar a um consenso.** Quem vai ganhar com isso é Caruaru, é a Capital do Forró. (PORTELA, 2022, grifo nosso)

Para Rubens Júnior, quem faz o festejo junino é o povo, cabendo à Fundação de Cultura só organizar. “É a sociedade civil quem faz a festa, cabe a nós organizar tudo o que compõe o ciclo junino de Caruaru. Nós somos só organizadores, para que as coisas aconteçam dentro de um calendário, mas quem faz a festa é o povo” (JÚNIOR, 2022). José Pereira também afirma que é a sociedade que faz a festa acontecer, cabendo ao presidente da Fundação de Cultura a coordenação oficial do São João de Caruaru.

A sociedade precisa participar do São João de Caruaru. Quem administra a festa oficialmente, o presidente da Fundação de Cultura, tem que trabalhar com a sociedade, com todos os segmentos da sociedade. Porque é a sociedade que faz a festa acontecer. Rotary, Lions, ACIC, CDL, todos precisam ser contemplados e ouvidos. Os clubes sociais fazem suas festas e levam o forró para os bairros. **A sociedade como um todo precisa ser ouvida, todos os segmentos precisam ser ouvidos, trabalhados, planejados. Porque a festa é coletiva, deve ser trabalhada de forma participativa com todos esses atores da sociedade de Caruaru.** (PEREIRA, 2022, grifo nosso)

Na avaliação de André Alexei, a sociedade civil participa muito pouco da gestão do São João de Caruaru, ficando quase tudo na mão da prefeitura municipal.

**A sociedade civil participa muito pouco, fica tudo praticamente nas mãos da prefeitura.** Eu acho que o Comitê Gestor devia trazer mais participação da sociedade civil para opinar, para criticar, o que deu certo, o que deu errado. Daí, logo após o São João, o comitê se reuniria para avaliar o SJC e melhorar os anos seguintes. Envolver também ACIC e CDL, não só a prefeitura. Todo mundo tem interesse, seria um ganho para todo mundo, toda a sociedade de Caruaru tem interesse no São João. (ALEXEI, 2022, grifo nosso)

Para Walmiré Dimeron, deve ser revista a composição do Comitê Gestor do São João de Caruaru. Ele cogita a viabilidade da realização de consultas públicas.

A composição do Comitê Gestor deve ampliar a participação da sociedade civil, desde que as pessoas tenham realmente algo a contribuir, e não apenas ficar defendendo seus interesses. Uma vez que o poder público puxou para si a responsabilidade geral de coordenação do evento, então

tem que continuar sendo a gestão maior do poder público. É claro que nas democracias representativas jamais se pode excluir a população. **Talvez se fizesse consultas públicas, não sei dizer se o povo ia se preocupar em estar opinando sobre cachê, sobre a grade, sobre horário de show etc.** Deveria encontrar uma forma dos setores da comunidade serem representados neste Comitê Gestor, não somente os departamentos da prefeitura, que estão maciçamente representados. Mas não adianta também criar uma hiper comissão e não ser operante. (DIMERON, 2022, grifo nosso)

Haroldo Bernardino sugere que as atividades do Comitê Gestor do São João de Caruaru sejam continuadas ao longo do ano, em vez de encerrar após o evento.

Acho difícil a participação da sociedade civil na gestão do São João de Caruaru pelo formato como é feito hoje, porque deixa pra cima da hora. Aí os interesses da gestão se sobressaem, não tem tempo de discutir, só de receber alguma sugestão. A prática de discutir o SJC o ano inteiro, fazer avaliações, ouvir sugestões, ela não existe. Deveria existir porque facilitaria muita coisa. **Quando termina o SJC, a gestão relaxa. Não deveria baixar a guarda. Deveria estar permanentemente evoluindo, discutindo, tendo um grupo de trabalho.** Mas não, deixa tudo pra cima da hora, aí a opinião da sociedade é atemporal, como se fosse fora de época, porque era pra ter sido dada com mais antecedência. **A maioria dos membros do Comitê Gestor são da prefeitura, raramente encontram alguém de fora.** As modificações do projeto chegam em cima da hora, e precisam ser acomodadas para poder a festa acontecer. Se não se discute isso ao longo do tempo, a situação fica mais vulnerável quando vai chegando a hora. Eu acho viável convocar a sociedade civil para opinar durante o ano, para agregar essas informações ao projeto em tempo hábil. (BERNARDINO, 2022, grifo nosso)

A centralização do processo decisório do São João de Caruaru no gabinete do(a) prefeito(a) é uma marca histórica, desde a montagem do pioneiro Arraial Terra da Gente, em 1983, na Feira de Artesanato Compositor Onildo Almeida. A sociedade civil nunca foi consultada. Fica evidente que há potencial para aumentar o envolvimento da sociedade civil na gestão do São João de Caruaru, causando maior impacto sobre a governança do evento. De acordo com as evidências apresentadas no relatório da Unesco (2018), a formulação de políticas culturais com a participação de múltiplas partes interessadas somente podem progredir se envolver a sociedade civil, que é definida pelo relatório como “organizações não governamentais, organizações sem fins lucrativos, profissionais da cultura e setores relacionados, grupos que apoiam o trabalho de artistas e comunidades culturais” (2018, p. 92).

#### 4.3.13 Impactos socioeconômicos no Alto do Moura e na Feira de Caruaru

Quais são os impactos socioeconômicos que o São João de Caruaru provoca no Alto do Moura e na Feira de Caruaru?

Em 2015, uma pesquisa encomendada pela prefeitura investigou os impactos econômicos do São João para o Alto do Moura. A pesquisa quantitativa foi realizada nos meses de junho e julho de 2015. A metodologia utilizou modelagem estatística, modelo hipergeométrico e estimação pontual. O erro percentual máximo nos valores das estimativas foi definido em 10% para mais ou para menos do valor da média.

#### **DIAS DE MAIOR FLUXO**

Diariamente houve um volume no faturamento dos barraqueiros, ambulantes e artesãos da ordem de **R\$ 207.716,14**.

#### **DIAS DE MENOR FLUXO**

Diariamente houve um volume no faturamento dos barraqueiros, ambulantes e artesãos da ordem de **R\$ 31.057,78**.

#### **ESTIMATIVA FINAL DO ALTO DO MOURA**

O faturamento dos comerciantes no Alto do Moura durante o São João deste ano foi de **R\$ 2.574.085,88**  
(CARUARU, 2015)

A Feira de Caruaru possui uma dinâmica econômica peculiar devido à sua composição, sendo constituída por 14 feiras setoriais e duas edificações que geram uma grande movimentação o ano inteiro: Feira da Sulanca; Feira de Artesanato; Feira do Paraguai ou de Importados; Feira de Frutas e Verduras; Feira de Gado; Feira de Raízes e Ervas Medicinais; Feira do Troca-Troca; Feira de Flores e Plantas Ornamentais; Feira do Couro (calçados, chapéus, bolsas etc feitos do material); Feira Permanente de Confecções Populares; Feira das Ferragens; Feira de Artigos de Cama, Mesa e Banho; Feira do Fumo; Feira de Massas, Doces e Guloseimas; Mercado de Carne e Mercado de Farinha. Em 2006, em decorrência do registro no Livro dos Lugares, o Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional conferiu o título de Patrimônio Cultural do Brasil à Feira de Caruaru (IPHAN, 2007).

Walmiré Dimeron (2022) diz que "é visível que há um impacto no Alto do Moura depois que se criou um polo junino lá". Segundo Maria Alves (2022), o São João de Caruaru tem um impacto grande para o Alto do Moura, "que é um celeiro de artistas, de intelectuais orgânicos e se tornou um dos polos do São João; e a Feira de Caruaru, que é um patrimônio cultural do Brasil, naturalmente já é muito visitada". Para José Seródio (2022), o São João de Caruaru "atrai milhões de pessoas, então

há um grande incremento nesses dois centros de compras, vamos dizer assim, do Alto do Moura e da Feira de Caruaru".

Socorro Maciel observa que o São João gera renda para todos os segmentos em todos os lugares de Caruaru, mas que no Alto do Moura o turista tem a oportunidade de conhecer a história, a família, o ateliê e os mestres ceramistas.

O impacto do São João de Caruaru para a Feira de Caruaru e o Alto do Moura é enorme, não só porque gera renda para a comunidade, mas também porque resgata a memória dos nossos mestres artesãos. **O turista pode visitar os ateliês, conhecer a família dos mestres ceramistas. A história da cerâmica está viva.** O São João é extremamente importante para todos os segmentos, e todos os lugares de Caruaru são impactados pelo evento. (MACIEL, 2022, grifo nosso)

Pereira destaca o impacto positivo que o São João de Caruaru causa no Alto do Moura, principalmente para 600 famílias de artesãos que vivem da arte do barro.

O Alto do Moura também se prepara, se veste de São João para receber o turista, é um espaço importantíssimo. O turista vai pra lá manhã e tarde pra curtir o Alto do Moura, que eu comparo muito com Olinda no carnaval. É aquele espaço que as pessoas gostam de ir, tem palhoção com estrutura de palco, de som e de comidas típicas. Os restaurantes que existem ali são ampliados para receber o turista. O povo gosta de ir para lá. Também tem a participação dos ateliês, o turista sempre leva uma lembrança de arte figurativa, decorativa ou utilitária. **São cerca de 600 famílias de artesãos que vivem ali da arte do barro, isso soma bastante com a festa. O Alto do Moura é um vilarejo, quase uma pequena cidade, onde ali está a história tão forte de Vitalino e seus discípulos, além dos novos artesãos que produzem no dia a dia.** E o São João com certeza incrementa as vendas nesse período. (PEREIRA, 2022, grifo nosso)

Para Lúcio Omena, há um impacto positivo pelo aumento do número de visitantes, mas poderia ser melhor aproveitado, principalmente no Alto do Moura.

Existe um impacto positivo pelo grande quantitativo de pessoas circulando na cidade, mas eu acho que isso poderia ser melhor aproveitado, principalmente em relação ao Alto do Moura. **Porque a forma como a festa é organizada no território acaba isolando os ateliês fora do circuito da festa.** Houve uma tentativa de fazer uma feira do barro dentro da festa, acho que isso seria um caminho para trazer a cerâmica para dentro da festa. O São João de Caruaru tem algumas distorções de conteúdo da festa, de curadoria, isso também ocorre no artesanato. Então precisaria de uma comissão para aprovar o conteúdo da festa de maneira geral. Seria muito importante fazer isso para melhorar a comercialização do artesanato local. **Talvez na Feira de Caruaru a situação seja melhor, porque o atual governo conseguiu definir um conteúdo voltado para a gastronomia regional, seja na requalificação do Polo Gastronômico ou do Mercado Casa Rosa.** Mas ainda precisa haver uma melhor ordenação desses

espaços e uma melhor promoção desses atrativos. (OMENA, 2022, grifo nosso)

André Alexei percebe que o Alto do Moura é esquecido após o São João de Caruaru. Para ele, o Alto do Moura e a Feira de Caruaru são dois equipamentos que deveriam ser utilizados o ano inteiro, não apenas no São João ou na Semana Santa.

O São João de Caruaru é trabalhado como se fosse o único evento feito pela Fundação de Cultura. O SJC é o maior evento, mas a cultura de Caruaru tem bem mais eventos para se trabalhar durante o ano todo. Temos excelentes artistas alternativos, como Almério, Erisson Porto, Valdir Santos etc. **Então poderia aproveitar bem melhor o Alto do Moura, porque ele praticamente só é utilizado no São João.** Depois do São João o Alto do Moura é abandonado, fica completamente esquecido. A Feira de Caruaru já recebeu uma atenção maior com o investimento na Casa Rosa. São dois equipamentos que poderiam ser usados o ano inteiro, não só na Semana Santa ou no São João. (ALEXEI, 2022, grifo nosso)

Edileuza Portela enxerga o impacto positivo para o Alto do Moura e a Feira de Caruaru, mas repete que o trabalho deve ser constante e deve envolver as pessoas.

Isso é algo que a gente precisa ter um olhar diferenciado. O Alto do Moura já teve um avanço muito grande. É importante que o turista que venha a Caruaru possa conhecer a arte do barro, o artesanato, e que ele possa vivenciar isso tudo. Com a Feira de Caruaru não é diferente. Mas tudo dentro da premissa de que isso tem que ser feito constantemente, envolvendo todo mundo, moradores, escolas etc. **Se for um trabalho constante, de mãos dadas, não tem como não ter um São João com um sucesso tremendo.** Quem trabalha na Fundação de Cultura tem que estar aberto, porque o artista de Caruaru é sensível e conhece realmente as necessidades. Eu gostava muito de ouvir todos eles. (PORTELA, 2022, grifo nosso)

Haroldo Bernardino sugere a criação de duas subprefeituras para gerir permanentemente o Alto do Moura e a Feira de Caruaru, e não apenas no São João. Ele incentiva que a prefeitura escute e acolha mais as sugestões da sociedade civil.

O Alto do Moura e a Feira de Caruaru deveriam ter órgãos de gestão permanente desses espaços, não sei que nome teria, talvez uma subprefeitura. **O São João gera um impacto muito grande por conta daquela energia concentrada naquela época. A gente precisaria dessa mesma energia em menores doses ao longo dos meses, tanto no Alto do Moura como na Feira de Caruaru.** Aí que entraria a sociedade civil para apresentar as sugestões. Eu acho muito rico abrir essa discussão. O que Caruaru poderia fazer para potencializar o Alto do Moura? A Feira? O São João? E assim por diante. **Democratizar mais a escuta da população. Às vezes a gestão toma decisões restritas porque escuta pouco.** (BERNARDINO, 2022, grifo nosso)

O Alto do Moura, a Feira de Caruaru, e também o entorno da Estação Ferroviária, são verdadeiros territórios criativos, em ebulição o ano inteiro, apesar da quase inexistência de políticas públicas indutoras do desenvolvimento sustentável. A Feira de Caruaru possui uma dinâmica própria, demandando mais serviços públicos de manutenção de sua infraestrutura, e o espaço recebeu recentemente o investimento na requalificação do antigo matadouro, que passou a abrigar o Mercado Cultural Casa Rosa. Mas o Alto do Moura e a Estação Ferroviária são lugares que demandam projetos especiais do poder público, como, por exemplo, a transformação desses espaços em distritos criativos.

Greffe (2013) comenta algumas estratégias para o desenvolvimento territorial das cidades a partir da arte e da cultura, destacando o caso dos distritos criativos, que começou a aflorar a partir de estudos acadêmicos que tinha como foco a regeneração urbana de pequenas regiões com base na criatividade. Seja por um processo orgânico ou planejado, os distritos criativos são espaços urbanos onde existe uma expressiva concentração de negócios e atividades criativas. A atuação do poder público desempenha um papel crucial no estabelecimento e impulsionamento destas regiões, uma vez que elas precisam ter sua estrutura urbana renovada e a segurança garantida. Para tanto, é importante a interação entre o poder público e a classe criativa local, bem como uma visão de longo prazo, uma vez que a revitalização de um espaço urbano e sua apropriação pelos moradores da cidade demanda tempo. Além disso, os participantes atuam de maneira horizontal, de forma que a sociedade civil, comerciantes e empresários, junto ao poder público, trabalham na governança destes distritos (WITTMANN; TESTONI; 2019).

Localizado no centro da cidade, o Distrito Criativo da Estação Ferroviária teria como objetivo principal fomentar as atividades vocacionadas de Patrimônio Histórico, Educação Patrimonial, Cultura Popular e também Recreação Infantil. Localizado próximo ao distrito industrial, o Distrito Criativo do Alto do Moura teria como objetivo principal fomentar as atividades vocacionadas de Artesanato, Design, Artes Plásticas, Artes Cênicas, Fotografia e Cinema.

O potencial projeto de implantação dos Distritos Criativos do Alto do Moura e da Estação Ferroviária seria também a principal plataforma para a candidatura de Caruaru à Rede de Cidades Criativas da UNESCO, projeto lançado em 2004 para promover a cooperação entre as cidades que reconhecem a criatividade como um fator importante no seu desenvolvimento urbano. A Rede tem como objetivo

favorecer a mútua cooperação internacional com e entre as cidades-membros comprometidas em investir na criatividade como motor de desenvolvimento urbano sustentável, inclusão social e cultural vibrante. A Rede reconhece os seguintes campos criativos (UNESCO, 2004):

- a) Artesanato e arte popular;
- b) Artes midiáticas;
- c) Cinema;
- d) Design;
- e) Gastronomia;
- f) Literatura; e
- g) Música.

Para integrar a Rede de Cidades Criativas da UNESCO, o município deve preparar um dossiê de candidatura à Rede de Cidades Criativas, que passará por processo de seleção realizado pela Comissão de Avaliação da UNESCO. A candidatura deve demonstrar de forma clara e prática a disposição, o compromisso e a capacidade da localidade em contribuir com os compromissos da Rede. Deve apresentar um plano de ação realístico, incluindo detalhamento de projetos, iniciativas e políticas a serem executadas nos quatro anos seguintes à admissão ao Programa da Unesco, que tem o objetivo de promover a cooperação internacional entre cidades que investem na cultura e na criatividade como fatores de estímulo ao desenvolvimento sustentável.

Cada cidade também deve identificar uma área temática preferencial, que já seja significativa para a cultura e a economia locais. As possibilidades são: artesanato e artes folclóricas, design, cinema, gastronomia, literatura, artes midiáticas ou música. Podem participar do certame quaisquer municípios integrantes do Sistema Nacional de Cultura (SNC) e que já desenvolvam ou pretendam desenvolver ações nas quais a criatividade seja vetor de desenvolvimento urbano sustentável. Além da elaboração da candidatura, o edital de seleção visa estimular a elaboração de planos de desenvolvimento que impulsionam a economia criativa, tenham a cultura como base e que contribuam com os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) previstos na Agenda 2030 da ONU.

## 5 CONCLUSÃO

Chegou o momento de fechar esta dissertação.

A gestão pública do São João de Caruaru teve início em 1983 e pode ser subdividida em três fases: a 1ª fase (de 1983 a 2000) é caracterizada pela institucionalização do festejo junino; a 2ª fase (de 2001 a 2016) é caracterizada pela terceirização da gestão para empresas organizadoras de eventos; e a 3ª fase (desde 2017) é caracterizada pela construção, em andamento, de um novo sistema de gestão orientado para o equilíbrio público-privado.

A noção da cultura como um recurso, discutida por Yúdice (2013), ajuda a compreender a intervenção que a prefeitura executou na organização do São João de Caruaru, inclusive a compreensão da relação existente entre a conceituação do São João Cultural e do São João Entretenimento apresentada nesta dissertação. A partir de 1983, o festejo junino passou a ser convenientemente dirigido pelo governo municipal como um ativo capaz de aquecer a economia e a política da Capital do Forró. Cada prefeito(a) contribuiu para tornar o São João de Caruaru “o maior e o melhor do mundo” durante o seu governo, até porque o festejo junino ajudava a alavancar candidaturas para o pleito eleitoral de outubro. Assim, a disputa política interna, e a rivalidade externa, com Campina Grande-PB, funcionaram como um motor de crescimento para o São João, fato evidenciado pela centralização do processo decisório do evento no gabinete do(a) prefeito(a), escanteando a sociedade civil da organização do festejo junino na Capital do Forró.

O crescimento da organização do festejo junino comportou-se como efeito bola de neve: a edição subsequente superou em números a edição anterior. A melhor maneira de observar essa evolução é através do investimento público anunciado, que saltou de R\$ 1,5 milhão em 2003 para R\$ 11 milhões em 2014, um aumento de 633% no orçamento do evento, quando a inflação neste período foi de 81,7% (BC, 2022). O público do evento anunciado deixou de ser “turistas” para ser “pessoas”, denominação genérica que inclui os caruaruenses como público-alvo. Assim, não foi por ser um atrativo turístico nem por ser um evento patrocinado; foi pelo fator político que o indicador quantitativo passou a ser o principal parâmetro para a concepção do São João de Caruaru - o Maior e Melhor São João do Mundo.

O equilíbrio público-privado foi alcançado através do reposicionamento da participação da iniciativa privada no evento, via licitação, prestando serviços técnicos especializados, e da retomada das atividades nucleares de captação de recursos financeiros e de organização geral do evento pela administração pública municipal.

O Quadro 15 resume as mudanças implementadas a partir de 2017, caracterizando, em síntese, o novo sistema de gestão do São João de Caruaru.

Quadro 15 - Síntese do novo sistema de gestão do São João de Caruaru (2017)

<b>TÓPICO</b>	<b>ANTES</b>	<b>DEPOIS</b>
<b>Comitê Gestor do São João</b>	Não constituído	Formalizado e ativo
<b>Gestão do evento</b>	Terceirizada para empresas organizadoras de eventos	Prefeitura de Caruaru, com serviços técnicos licitados
<b>Captação de recursos</b>	Terceirizada para empresas organizadoras de eventos	Prefeitura de Caruaru, através de chamamento público
<b>Contratação artística</b>	Fundação de Cultura, com intermediação de agenciadores	Fundação de Cultura, através de edital público
<b>Concepção</b>	Entretenimento	Entretenimento e Cultura
<b>Identidade visual</b>	Aleatória	Conceitual
<b>Polos de animação</b>	Foco no Pátio de Eventos	Descentralização
<b>Fundação de Cultura</b>	Cargos e salários defasados	Reforma administrativa
<b>Conselho de Cultura</b>	Esvaziado e desprestigiado	Funcionamento ativo como espaço de negociação
<b>Plano de Cultura</b>	Inexistente	Elaborado e publicado
<b>Fundo de Cultura</b>	Inexistente	Elaborado mas não publicado

Fonte: elaboração própria (2022)

Os resultados da pesquisa identificaram avanços significativos na gestão do São João de Caruaru - principalmente relacionados às funções administrativas de planejamento, de execução e de controle -, mas também levantaram questões em desconformidade com os padrões de governança pública - principalmente aquelas referentes ao processo decisório ainda centralizado no gabinete do(a) prefeito(a).

“A sociedade civil participa muito pouco, fica tudo praticamente nas mãos da prefeitura”, avalia Alexei (2022). “A maioria dos membros do comitê gestor são da prefeitura, raramente se encontra alguém de fora”, comenta Bernardino (2022). “Eu acho importante a participação das associações comerciais como a CDL, ACIC e

Sindiloja, mas não vejo isso acontecer de forma efetiva”, observa Omena (2022). “Talvez se a prefeitura fizesse consultas públicas”, sugere Dimeron (2022).

A centralização do processo decisório do São João de Caruaru no gabinete do(a) prefeito(a) é uma evolução histórica, desde a montagem do pioneiro Arraial Terra da Gente, em 1983, na Feira de Artesanato Compositor Onildo Almeida. A sociedade civil nunca foi consultada. Fica evidente que há potencial para aumentar o envolvimento da sociedade civil na gestão do São João de Caruaru, causando maior impacto sobre a governança do evento. De acordo com as evidências apresentadas no relatório da Unesco (2018), a formulação de políticas culturais com a participação de múltiplas partes interessadas somente podem progredir se envolver a sociedade civil, que é definida pelo relatório como “organizações não governamentais, organizações sem fins lucrativos, profissionais da cultura e setores relacionados, grupos que apoiam o trabalho de artistas e comunidades culturais” (2018, p. 92).

Equidade e participação são princípios da governança pública, onde o interesse público têm a primazia na elaboração da agenda, com a participação de todos os interessados na discussão das soluções para as questões. O TCU recomenda, como diretriz básica para a boa governança, “estabelecer processos decisórios transparentes, baseados em evidências e orientados a riscos, motivados pela equidade e pelo compromisso de atender ao interesse público” (2020, p. 48).

O principal resultado de uma pesquisa-ação é gerar uma mudança significativa no contexto do fenômeno investigado. Sua operacionalização é um processo cíclico de agir para implementar mudanças, descrevê-las, avaliar os resultados e planejar a melhora da prática, reiniciando um novo ciclo (Figura 2).

Figura 2 - Ciclo da investigação-ação



Assim, o papel do agente político é liderar as mudanças que devem ser feitas, seja através de melhorias ou de rupturas, conduzindo o processo de transformação em benefício da sociedade. O ciclo se fecha com a avaliação dos resultados e a definição de novas mudanças. Neste momento de retomada das atividades sociais e econômicas pós-pandemia, a prefeitura deve reavaliar as decisões do passado, mudar as escolhas do presente e criar um novo futuro para o São João de Caruaru.

No apêndice desta dissertação, eu apresento uma solução de governança e gestão para o São João de Caruaru, bem como faço 14 recomendações de melhoria para o novo sistema de gestão, a serem implementadas até 2024, quando será atingida a marca da 40ª edição do evento sob organização da Prefeitura de Caruaru.

## REFERÊNCIAS

ABNT, Associação Brasileira de Normas Técnicas. Coletânea de Normas Técnicas. **Gestão de eventos**. Rio de Janeiro: ABNT, 2017.

ABNT, Associação Brasileira de Normas Técnicas. Coletânea de Normas Técnicas. **Elaboração de tcc, dissertação e tese**. 3ª ed. Rio de Janeiro: ABNT, 2018.

AGENDA 2030 para o Desenvolvimento Sustentável. **Organização das Nações Unidas**. Disponível em: <<https://nacoesunidas.org/pos2015/agenda2030/>>. Acesso em: 06 de jul. de 2022.

ALENCAR, Maria Geraldo de. **História do Barão de Exu - fatos reais**. Apontamentos pessoais. Petrolina, 1992.

ALENCAR, Thereza Oldam de. **Igreja de São João Batista do Araripe, Exu - Pernambuco: Sesquicentenário 1868 - 2018**. Salvador: Tear, 2018.

ALEXEI, André. **Entrevista a Leonardo Salazar**. Caruaru, 2 mai. 2022.

ALTINHO, Jorge de; LINDÚ. **A Capital do Forró - Trio Nordestino**. Rio de Janeiro: Copacabana, 1980.

ALVES, Maria. **Entrevista a Leonardo Salazar**. Caruaru, 28 abr. 2022.

ASCOM, Assessoria de Comunicação da Prefeitura Municipal de Caruaru. **Banco público de imagens do São João de Caruaru**. Caruaru: PMC, 2017.

ASCOM, Assessoria de Comunicação da Prefeitura Municipal de Caruaru. **Banco público de imagens do São João de Caruaru**. Caruaru: PMC, 2018.

ASCOM, Assessoria de Comunicação da Prefeitura Municipal de Caruaru. **Banco público de imagens do São João de Caruaru**. Caruaru: PMC, 2019.

BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. 4. ed. Lisboa: Edições 70, 2008.

BC, Banco Central do Brasil. **Calculadora do cidadão**. Disponível em: <<https://www.bcb.gov.br/acessoinformacao/calculadoradocidadao>>. Acesso em: 07 jul. 2022.

BENHAMOU, Françoise. **A economia da cultura**. Cotia: Ateliê Editorial, 2007.

BERNARDINO, Haroldo. **Entrevista a Leonardo Salazar**. Caruaru, 28 abr. 2022.

BORGES, J. **Feira de Caruaru, Monte Bom Jesus, Tocador de Pífano**. Xilogravuras. Bezerros, 2019.

BRASIL, República Federativa do. **Constituição Federal da República do Brasil**. Brasília: Diário Oficial da União, 5 out. 1988.

BRASIL. Lei nº 8.666, de 21 de junho de 1993. **Institui normas para licitações e contratos da Administração Pública**. Brasília: Diário Oficial da União, 21 jun. 1993.

BRASIL. Lei nº 11.771. **Institui a política nacional de turismo**. Brasília: Diário Oficial da União, 17 de setembro de 2008.

BRASIL. Lei nº 12.527, de 18 de novembro de 2011. **Regula o acesso a informações**. Brasília: Diário Oficial da União, 18 de novembro de 2011.

BRASIL. **Plano da Secretaria da Economia Criativa: políticas, diretrizes e ações, 2011 – 2014**. 2ª ed. Brasília: Ministério da Cultura, 2012.

BRASIL. Conselho Nacional de Saúde. Resolução nº 510. **Dispõe sobre as normas aplicáveis a pesquisas em Ciências Humanas e Sociais**. Brasília: Diário Oficial da União, 24 de maio de 2016.

BRASIL. Decreto nº 9.791, de 14 de maio de 2019. **Aprova o Plano Nacional de Turismo 2018-2022**. Brasília: DOU, 15 mai. 2019.

CARUARU. Lei municipal 2.884. **Institui a Fundação de Cultura, Turismo e Esportes de Caruaru**. Prefeitura Municipal de Caruaru, 17 de maio de 1984.

CARUARU, Prefeitura de. Lei 3.539. **Dispõe sobre a estrutura organizacional do Poder Executivo**. Caruaru: Diário Oficial do Município, 1º fev. 1993.

CARUARU, Prefeitura de. Lei 3.804. **Modifica a estrutura administrativa do Poder Executivo**. Caruaru: Diário Oficial do Município, 30 mai. 1997a.

CARUARU, Prefeitura de. Lei 3.831. **Dispõe sobre a organização e estruturação da administração indireta do município**. Caruaru: Diário Oficial do Município, 26 dez. 1997b.

CARUARU, Prefeitura de. Lei 4.044. **Modifica a estrutura administrativa do poder executivo**. Caruaru: Diário Oficial do Município, 2 fev. 2001.

CARUARU, Prefeitura de. Lei 4.388. **Altera a estrutura de cargos e órgãos municipais**. Caruaru: Diário Oficial do Município, 3 dez. 2004.

CARUARU. Lei municipal 4.416. **Dispõe sobre os festejos juninos no município de Caruaru**. Prefeitura Municipal de Caruaru, 20 de maio de 2005a.

CARUARU, Prefeitura de. Lei 4.418. **Altera a estrutura da administração pública**. Caruaru: Diário Oficial do Município, 1º jul. 2005b.

CARUARU, Prefeitura de. Lei 4.753. **Altera a estrutura da administração do município de Caruaru**. Caruaru: Diário Oficial do Município, 5 jan. 2009a.

CARUARU, Prefeitura de. Processo de Inexigibilidade de Licitação N°. 001109. **Contrato de prestação de serviços que entre si celebram a Fundação de**

**Cultura de Caruaru, com a interveniência da Prefeitura de Caruaru, e a empresa Aliança Propaganda Ltda.** Caruaru, 31 de março de 2009b.

CARUARU. Lei municipal 5.406. **Dispõe sobre o Sistema Municipal de Cultura.** Prefeitura Municipal de Caruaru, 16 de janeiro de 2014.

CARUARU, Prefeitura de. **Pesquisa de impacto econômico - Alto do Moura.** Caruaru: Secretaria de Desenvolvimento Econômico, 2015.

CARUARU, Prefeitura de. Decreto nº 031. **Define período e perímetro do São João de Caruaru 2018, nomeia o Comitê Gestor do São João e regulamenta dispositivos da Lei Municipal nº 4.416, de 20 de maio de 2005, e de suas alterações posteriores.** Caruaru: Diário Oficial do Município, 09 abr. 2018a.

CARUARU, Prefeitura Municipal de. **Impacto econômico gerado pelo São João de Caruaru 2018.** Caruaru: Prefeitura Municipal de Caruaru, jul. 2018b.

CARUARU, Prefeitura de. Gabinete da Prefeita. **Ofício GP nº 0476.** Caruaru: Palácio Jaime Nejam, 5 dez. 2018c.

CARUARU, Prefeitura de. Gabinete da Prefeita. **Ofício GP nº 0482.** Caruaru: Palácio Jaime Nejam, 7 dez. 2018d.

CARUARU, Prefeitura de. Lei 6.166. **Dispõe sobre a reestruturação da Fundação de Cultura e Turismo de Caruaru.** Caruaru: Diário Oficial do Município, 3 jan. 2019a.

CARUARU, Prefeitura de. Lei 6.167. **Institui o Plano Municipal de Cultura de Caruaru (2019-2029).** Caruaru: Diário Oficial do Município, 3 jan. 2019b.

CARUARU, Prefeitura Municipal de. **Relatório do público local no evento.** Caruaru: Método Inteligência Consultoria e Pesquisa, jul. 2019c.

CHARMAZ, Kathy. **A construção da teoria fundamentada: guia prático para análise qualitativa.** Porto Alegre: Artmed, 2009.

COELHO, Teixeira. **Dicionário crítico de política cultural: cultura e imaginário.** 2.ed. São Paulo: Iluminuras, 2012.

CORREIO. **Prefeitura fecha acordo e pagará R\$ 2,8 milhões ao Ecad.** Salvador: Jornal Correio, 28 fev. 2019. Disponível em: <https://www.correio24horas.com.br/noticia/nid/prefeitura-fecha-acordo-e-pagara-r-28-milhoes-ao-ecad/>> Acesso em: 09 jul. 2022.

CRESWELL, John W. **Projeto de pesquisa: métodos qualitativo, quantitativo e misto.** 3. ed. Porto Alegre: Artmed, 2010.

DIMERON, Walmiré. **Entrevista a Leonardo Salazar.** Caruaru, 27 abr. 2022.

FCTC, Fundação de Cultura e Turismo de Caruaru. **Convocatória São João 2017**. Caruaru: Diário Oficial do Município, 27 mar. 2017.

FCTEC, Fundação de Cultura, Turismo e Esportes de Caruaru. **Legislação básica: lei, decreto, regimento interno, portarias**. Caruaru: FCTEC, fev. 1988.

FRAGA, Ronaldo. **Estampa Caruaru**. Desenhos gráficos. Belo Horizonte, 2017.

FURTADO, Celso. **Ensaio sobre a cultura e o Ministério da Cultura**. Org. Rosa Freire d'Aguiar Furtado. Rio de Janeiro: Contraponto, Edição do Kindle, 2012.

GRAMADO, Prefeitura de. Lei nº 3.066, de 18 de dezembro de 2012. **Dispõe sobre a criação da Autarquia Municipal de Gramado**. Gramado: Diário Oficial do Município, 12 dez. 2012.

GRAMADOTUR. **Sobre a GRAMADOTUR**. Disponível em: <https://gramadotur.rs.gov.br/sobre/>. Acesso em: 29 jun. 2022

GREFFE, Xavier. **Arte e mercado**. São Paulo: Iluminuras: Itaú Cultural, 2013.

IBGE, Instituto Brasileiro de Geografia e Estatísticas. **Sistema de informações e indicadores culturais 2009-2020**. Brasília: IBGE, 2021.

IPHAN, Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional. **Dossiê 9 - Feira de Caruaru**. Brasília: Iphan, 2009.

IPHAN, Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional. **Instrução técnica da solicitação de registro das matrizes tradicionais do forró como patrimônio cultural brasileiro**. Brasília: Iphan, 2022.

JÚNIOR, Rubens. **Entrevista a Leonardo Salazar**. Caruaru, 28 abr. 2022.

KRIPKA, Rosana; SCHELLER, Morgana; BONOTTO, Danusa Lara. **Pesquisa documental: considerações sobre conceitos e características na pesquisa qualitativa**. Revista Atas – Investigação Qualitativa na Educação, v. 2, 2015.

LODI, Marluce Dantas de Freitas; THIOLENT, Michel Jean Marie; SAUERBRONN, João Felipe Rammelt. **Uma Discussão Acerca do Uso da Pesquisa-ação em Administração e Ciências Contábeis**. Revista Sociedade, Contabilidade e Gestão. Rio de Janeiro, v. 13, n. 1, jan/abr, 2017.

MACIEL, Socorro. **Entrevista a Leonardo Salazar**. Caruaru, 21 abr. 2022.

MEIRA, Silvio. **O que é estratégia?** Recife: Paradoxum, 2021.

MOLINA, S. **Turismo Creativo: El fin de La competitividad**. Chile: Escritores, 2011.

MPF questiona valores de shows do São João de Caruaru (PE). **Assessoria da Procuradoria da República em Pernambuco**. Recife, 21 jun. 2016. Disponível em:

<http://www.mpf.mp.br/pe/sala-de-imprensa/noticias-pe/mpf-questiona-valores-de-shows-do-sao-joao-de-caruaru-pe>>

MPF, Ministério Público Federal. Procuradoria da República em Caruaru. **Inquérito Civil nº 1.26.002.000188/2018-41**. Promoção de Arquivamento Cível, 4070/2020.

MTUR, Ministério do Turismo. Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas. Associação de Cultura Gerais. **Manual para o desenvolvimento e a integração de atividades turísticas com foco na produção associada**. Brasília: Ministério do Turismo, 2011.

MTUR, Ministério do Turismo. Relatório de Categorização. **Região Serras e Artes de Pernambuco: município de Caruaru**. Brasília: MTur, 2022.

OMENA, Lúcio. **Entrevista a Leonardo Salazar**. Caruaru, 20 abr. 2022.

PEREIRA, José. **Entrevista a Leonardo Salazar**. Caruaru, 28 abr. 2022.

PERNAMBUCO. Tribunal de Contas (Segunda Câmara). Inteiro teor de deliberação. Processo TC nº 0840108-1. **Auditoria especial realizada na Fundação de Cultura de Caruaru**. Relator: conselheiro Carlos Barbosa Pimentel, 19 de setembro de 2013.

PERNAMBUCO. Tribunal de Contas. **Relatório de auditoria TC nº 16100301-1 / Fundação de Cultura e Turismo de Caruaru**. Recife: TCE, 5 abr. 2017.

PERNAMBUCO. Tribunal de Contas. PETCE 39.421/2019. **Relatório preliminar de auditoria**. Recife: Tribunal de Contas de Pernambuco, 2019.

PORTARIA nº01. **Confere atribuições aos membros coordenadores do Comitê Gestor do São João de Caruaru**. Caruaru: Diário Oficial, 21 de junho de 2018.

PORTELA, Edileuza. **Entrevista a Leonardo Salazar**. Caruaru, 22 abr. 2022.

RICHARDS, G.; RAYMOND, C. **Criative Tourism**. New York: Atlas News, 2000.

RUBIM, Antonio Albino Canelas. **Políticas culturais entre o possível e o impossível**. Texto apresentado no II Encontro de Estudos Multidisciplinares em Cultura. Salvador, 2006. Acessado em 16 fev 2022. Disponível em: <<https://politicasculturais.files.wordpress.com/2009/03/politicasculturais-entre-o-possivel-e-o-impossivel.pdf>>

SALAZAR, Leonardo Santos. **Música Ltda: o negócio da música para empreendedores**. 2. ed. Recife: Sebrae-PE, 2015.

SALAZAR, Leonardo S.; MORAIS, Isabela A. L. **São João De Caruaru: novo modelo de gestão implementado na “Capital do Forró”**. In: Anais Do XVII Seminário da Associação Nacional de Pesquisa e Pós-Graduação em Turismo. Recife: Universidade Federal de Pernambuco, 2020.

SANTOS, José Glauber Cavalcante dos; CALÍOPE, Thalita Silva; BARROS NETO, José de Paula. **Tem ação nessa pesquisa? Um levantamento da pesquisa-ação como estratégia de pesquisa qualitativa**. REGE - Revista de Gestão, n. 24, p. 336-347. São Paulo: FEA/USP, 2017.

SANTOS, Claudinete de Fátima Silva Oliveira. **Eficácia da governança de grandes e megaeventos: uma proposta para framework de análise**. Tese (Doutorado em Administração) – Universidade Federal de Pernambuco. CCSA, 2019.

SARAVIA, Enrique. Gestão da cultura e a cultura da gestão. In: BARROS, José Márcio e OLIVEIRA JR. José (orgs.). **Pensar e agir com a cultura: desafios da gestão**. Belo Horizonte: Observatório da Diversidade Cultural, 2011, pp. 15-19.

SEDEEC, Secretaria de Desenvolvimento Econômico e Economia Criativa de Caruaru. **Plano comercial do São João de Caruaru**. Caruaru: SEDEEC, 2019.

SERÓDIO, José. **Entrevista a Leonardo Salazar**. Caruaru, 22 abr. 2022.

SILVA, José Daniel da. **“Festas boas” de Caruaru: da Conceição à Capital do Forró (1950-1985)**. Dissertação de mestrado em História/UFPE. Recife: O autor, 2010.

STRAUSS, Anselm; CORBIN, Juliet. **Pesquisa qualitativa: técnicas e procedimentos para o desenvolvimento da teoria fundamentada**. 2. ed. Porto Alegre: Artmed, 2008.

TCU, Tribunal de Contas da União. **Referencial básico de governança aplicável a organizações públicas e outros entes jurisdicionados ao TCU**. 3ª ed. Brasília: TCU, 2020.

TEDESCHI, Mauricio. **Produção Associada ao Turismo: uma estratégia de competitividade turística e inclusão econômica de pequenos negócios**. Biblioteca Interativa: Sebrae, 2012. Acessado em 16 fev 2022. Disponível em: [http://www.bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS\\_CHRONUS/bds/bds.nsf/B C41BD8E410492D683257A2800423FB7/\\$File/NT000476C2.pdf](http://www.bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/B C41BD8E410492D683257A2800423FB7/$File/NT000476C2.pdf)

THIOLLENT, Michel. **Metodologia da pesquisa-ação**. 18. ed. São Paulo: Cortez, 2011.

TJPE, Tribunal de Justiça de Pernambuco. 2ª Vara da Fazenda Pública de Caruaru. **Sentença processo nº 0004172-10.2016.8.17.-2480**. Caruaru, 26 jul. 2019.

TJPE, Tribunal de Justiça de Pernambuco. 2ª Turma da Câmara Regional de Caruaru. **Embargos de Declaração no Recurso de Apelação PJE nº 7268-96.2017**. Caruaru, 12 mai. 2022.

TRIPP, David. **Pesquisa-ação: uma introdução metodológica**. Educação e Pesquisa, São Paulo, v. 31, n. 3, p. 443-466, set./dez. 2005.

TURISMO, Diário do. **34° Natal Luz de Gramado encerra com resultados positivos de R\$ 7,4 milhões**. Disponível em: <https://diariodoturismo.com.br/34-natal-luz-de-gramado-encerra-com-resultados-positivos-de-r-74-milhoes/>. Acesso em: 29 jun. 2022.

UNESCO. **Mission Statement: creative cities network** . Paris, 2004.

UNESCO, Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura. **Re/pensar as políticas culturais: criatividade para o desenvolvimento**. Brasília: UNESCO, 2018.

VANGUARDA, Jornal. **Festas juninas estão elaboradas**. Caruaru: Jornal Vanguarda, ano 52, n. 5.723, 8 mai. 1983a.

VANGUARDA, Jornal. **Quinteto Violado abre São João de rua**. Caruaru: Jornal Vanguarda, ano 52, n. 5.727, 5 jun. 1983b.

VANGUARDA, Jornal. **São João deverá ter espetacular animação**. Caruaru: Jornal Vanguarda, ano 53, n. 5.776, 6 maio 1984a.

VANGUARDA, Jornal. **Caruaru: o melhor São João do Brasil**. Caruaru: Jornal Vanguarda, ano 53, n. 5.782, 17 jun. 1984b.

VANGUARDA, Jornal. **Quatro grandes palhoças fazem o São João de Caruaru**. Caruaru: Jornal Vanguarda, ano 53, n. 5.784, 1º jul. 1984c.

VANGUARDA, Jornal. **Empetur esquece Caruaru**. Caruaru: Jornal Vanguarda, ano 53, n. 5.782, 17 jun. 1984d.

VANGUARDA, Jornal. **Brasil vê São João de Caruaru**. Caruaru: Jornal Vanguarda, ano 53, n. 5.785, 08 jul. 1984e.

VANGUARDA, Jornal. **Caruaru: o melhor São João do Brasil**. Caruaru: Jornal Vanguarda, ano 54, n. 5.832, 9 jun. 1985.

VANGUARDA, Jornal. **Lei vai disciplinar festejos juninos da cidade**. Caruaru: Jornal Vanguarda, ano 64, 28/05 a 03 jun. 2005.

VANGUARDA, Jornal. **Programação do São João tem apresentação oficial no Baco's**. Caruaru, Jornal Vanguarda, ano 65, 20 a 26 mai. 2006.

VANGUARDA, Jornal. **O São João de Caruaru é um bem do povo**. Caruaru: Jornal Vanguarda, ano 67, 05 a 11 jul. 2008.

VANGUARDA, Jornal. **PMC acumula dívida de R\$ 3 milhões com Ecad**. Caruaru: Jornal Vanguarda, ano 75, 11 a 17 jun. 2016.

VIEIRA, R. M.; DUTRA, H. F. O. **Modelo de negócio turístico: um estudo de caso sobre os eventos juninos do município de Caruaru em Pernambuco**. In:

Seminário de Pesquisa em Turismo do Mercosul, 3., 2005, Caxias do Sul. Anais [...]. Caxias do Sul: EDUCS, 2005.

YIN, Robert K. **Pesquisa qualitativa do início ao fim**. Porto Alegre: Penso, 2016.

YÚDICE, George. **A conveniência da cultura: usos da cultura na era global**. 2. ed. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2013.

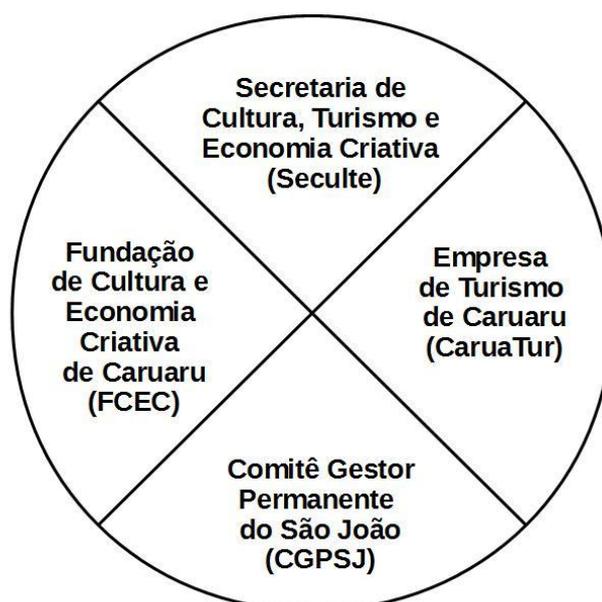
WITTMANN, Tatiana; TESTONI, Beatriz M. V. **Distritos criativos ganham espaço no Brasil e no exterior**. Via Revista, ano 4, n. 6, abr. 2019.

ZANELA SACCOL, Amarolinda. **Um retorno ao básico: Compreendendo os paradigmas de pesquisa e sua aplicação na pesquisa em administração**. Revista de Administração da Universidade Federal de Santa Maria, v. 2, n. 2. 2009.

## APÊNDICE A - RECOMENDAÇÕES À PREFEITURA DE CARUARU

Para que o novo sistema de gestão do São João de Caruaru possa avançar com base nas avaliações críticas desta dissertação, eu julgo que a criação de uma Secretaria de Cultura, Turismo e Economia Criativa (Seculte) daria o alinhamento político necessário para que a gestão pública da cultura e do turismo caminhem na mesma direção, incorporando, também, os setores criativos. Considerando o disposto no artigo 175 da Constituição Federal, que incumbe ao poder público, como regra geral, a prestação de serviços públicos de forma direta, a nova Seculte precisaria de dois braços para cumprir sua missão: a remodelagem da fundação em Fundação de Cultura e Economia Criativa de Caruaru (FCEC) e a criação de uma nova Empresa de Turismo de Caruaru (CaruaTur), inspirada na solução apontada no caso da reestruturação do Natal Luz de Gramado. Com relação às atribuições específicas para a realização do São João de Caruaru, a FCEC cuidaria da curadoria e da contratação artística do evento, observando as diretrizes do Plano de Salvaguarda das Matrizes Tradicionais do Forró, e a nova CaruaTur assumiria a gestão do evento. A Seculte e as duas entidades da administração indireta trabalhariam juntas no Comitê Gestor Permanente do São João (Figura 8).

Figura 8 - Solução de governança e gestão para o São João de Caruaru



Fonte: elaboração própria (2022)

A nova governança do sistema seria estruturada na Seculte, órgão da administração pública diretamente subordinado ao gabinete do(a) prefeito(a), e, ao mesmo tempo, interligado aos conselhos municipais de cultura e de turismo, além do comitê gestor permanente do festejo junino. A gestão pública da cultura e dos setores criativos ficariam a cargo da FCEC, e a gestão pública do turismo, a cargo da nova empresa pública CaruaTur. O Quadro 16 detalha as atribuições de cada órgão, que teria seu próprio cargo efetivo de carreira, respectivamente, de gestor cultural e de gestor de turismo, para atender às demandas setoriais.

Quadro 16 - Solução de governança e gestão para a Seculte

<b>Prefeitura Municipal de Caruaru (PMC)</b>	
<b>Secretaria de Cultura, Turismo e Economia Criativa (Seculte)</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Órgão de governança pública (avaliar &gt; dirigir &gt; monitorar)</li> <li>• Foco nas estratégias integradas (cultura, turismo e economia criativa)               <ul style="list-style-type: none"> <li>• Conselho Municipal de Política Cultural de Caruaru (CMPC)</li> <li>• Conselho Municipal de Turismo de Caruaru (COMTURC)                   <ul style="list-style-type: none"> <li>• Comitê Gestor Permanente do São João (CGPSJ)</li> </ul> </li> </ul> </li> </ul>	
<b>Fundação de Cultura e Economia Criativa de Caruaru (FCEC)</b>	<b>Empresa de Turismo de Caruaru (CaruaTur)</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Órgão de gestão cultural/criativa</li> <li>• Foco tático-operacional</li> <li>• Planejar &gt; executar &gt; controlar</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Órgão de gestão do turismo</li> <li>• Foco tático-operacional</li> <li>• Planejar &gt; executar &gt; controlar</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Carreira de gestor cultural</li> <li>• Gestão do Fundo Municipal de Cultura</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Carreira de gestor de turismo</li> <li>• Gestão do Fundo Municipal de Turismo</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Equipamentos culturais/criativos: oito museus, duas bibliotecas, a Casa da Cultura, o Espaço Cultural, as futuras instalações do Centro Cultural do Alto do Moura<sup>10</sup> e da Estação Criativa<sup>11</sup></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Equipamentos turísticos: três centros de atendimento ao turista, um autódromo e o Mercado Gastronômico Casa Rosa</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• São João &gt; curadoria/contratação artística</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• São João &gt; gestão global do evento</li> </ul>

Fonte: elaboração própria (2022)

Nesta proposta, a Seculte seria o órgão de governança das políticas públicas municipais de cultura, de turismo e de economia criativa, e teria o importante papel de desenvolver as estratégias integradas, algo que a Prefeitura de Caruaru nunca conseguiu entregar. “Estratégia é o processo de transformação de aspirações em capacidades”, ensina o eminente professor PhD Silvio Meira (MEIRA, 2021).

<sup>10</sup> Projeto em andamento, orçado em R\$ 6,6 milhões, com recursos do Ministério do Turismo

<sup>11</sup> Projeto em andamento, orçado em R\$ 3,5 milhões, com recursos do Ministério do Turismo

1. **aspiração** é alguma coisa que deveria **existir** ou **algo** que deveria **acontecer**.
  - a. as **aspirações mudam** na e com a estratégia.
  - b. a **gestão das aspirações** é um condicionante para a execução da estratégia.
2. **capacidades** são **competências, habilidades e recursos** para **realizar** aspirações.
  - a. **competências** são a combinação de **conhecimento** teórico e prático, do potencial de **aprendizado**, de comportamentos, princípios e valores.
  - b. **habilidades** são aptidões para realizar, na **prática**, o que as competências possibilitam em tese.
  - c. **recursos** são os **meios necessários e suficientes** para que agentes desempenhem os papéis que habilitam a realização de suas competências e habilidades.
  - d. as **capacidades são desenvolvidas** na elaboração e durante a execução da estratégia.
  - e. a **gestão das capacidades**, de forma dinâmica, é parte da estratégia.
3. uma **transformação** é uma mudança **induzida** ou **espontânea** de um estado para outro.
  - a. no processo de **transformação estratégica**, o estado de partida é um conjunto de **aspirações** e o de chegada outro, de **capacidades**.
  - b. uma **mudança induzida** é a modificação de uma **configuração sistêmica** para outra, desejada, de acordo com **regras e ações**, sob a égide de uma **agência estratégica**.
    - i. um **sistema** é um conjunto de unidades interdependentes ou que interagem regularmente, formando um **todo**.
    - ii. uma **configuração** é o **arranjo** relativo, estrutural e estável, das partes que compõem um sistema.
    - iii. **agência** é um processo temporalmente incorporado de **engajamento social**, informado pelo passado e orientado para o futuro e o presente.
    - iv. a **rede**, formal ou não, de **pessoas** engajadas no **desenho e execução** da estratégia é o **locus** da **agência estratégica**.
  - c. uma **mudança espontânea** é um processo de **adaptação** das capacidades existentes, causada por fatores ambientais.
    - i. nas mudanças espontâneas, a **agência estratégica** é inexistente ou se limita a reagir ao contexto ambiental.
    - ii. em **grandes transições**, ou frente a **desafios estruturais**, sistemas que dependem apenas de mudanças espontâneas tendem a não sobreviver.
4. o **contexto** afeta e muitas vezes **define a estratégia**, quando não a **(in)viabiliza**.
  - a. **contexto** é a situação, condições interrelacionadas ou arcabouço em que algo existe ou acontece, o que pode ajudar a explicá-lo.
5. em qualquer **transformação**, o **foco** deve estar nas **pessoas** envolvidas e afetadas. (MEIRA, 2021)
  - a. **empreitadas e empresas** são **abstrações**: o que importa, sempre, são as pessoas.
  - b. uma **empreitada** é um projeto ou empreendimento, tipicamente difícil e/ou que requer grande esforço para atingir seus **fins**.

- c. uma **empresa** é uma entidade legal que representa uma associação de pessoas que compartilham determinados **objetivos**. (MEIRA, 2021, grifos do autor)

A nova CaruaTur seria uma empresa pública nos termos da nova Lei das Estatais, como ficou conhecida a lei federal nº 13.303, de 30 de junho de 2016, que dispõe sobre o estatuto jurídico da empresa pública e da sociedade de economia mista no âmbito da União, dos Estados e dos municípios. Esta lei obriga a empresa pública a observar regras de governança corporativa, de transparência e de estruturas, práticas de gestão de riscos, de controle interno e de composição da administração, prevendo a elaboração de um código de conduta e integridade.

Esse formato agregaria os setores criativos à política cultural, e, ao mesmo tempo, liberaria a FCEC para administrar os equipamentos e desenvolver ações culturais e criativas o ano inteiro, e não somente fazer o São João de Caruaru. Isso porque, hoje, a FCC mais parece uma produtora de eventos, que existe em função de resolver, principalmente, as demandas do festejo junino, deixando em segundo plano as ações culturais, sequer envolvendo os setores criativos. Não se pode admitir que a política cultural seja atropelada pela política de eventos. Uma política cultural de Estado requer uma abordagem que dê conta das três dimensões da cultura - simbólica, cidadã e econômica. Nesse sentido, devem ser priorizadas as ações de preservação do patrimônio (histórico, artístico e cultural), de usos educativos dos espaços culturais, de apoio às artes e de fomento aos setores da economia criativa.

Esse desenho institucional ainda destravaria a gestão do turismo no município. Caruaru tem diversos atrativos naturais e histórico-culturais aguardando para entrar na agenda do desenvolvimento local sustentável<sup>12</sup>. A política de turismo deve priorizar os investimentos na infraestrutura de apoio ao turismo sustentável, no desenvolvimento do turismo criativo e na articulação para associar o trade turístico com as cadeias de produtos culturais, artesanais e gastronômicos que detenham a identidade caruaruense, a fim de incrementar a competitividade e agregar valor ao destino. Vale destacar que o turismo movimenta um encadeamento de cerca de 50 atividades econômicas, gerando desenvolvimento para as comunidades receptoras e contribuindo para a retomada da economia do município pós-pandemia Covid-19.

---

<sup>12</sup> Desenvolvimento sustentável significa tratar com a mesma importância as questões econômicas, políticas, sociais e ambientais, satisfazendo as necessidades do presente sem comprometer a capacidade das futuras gerações de suprir suas próprias necessidades. (AGENDA, 2022)

Vale ressaltar que planejar o turismo com foco na produção associada contribui para o alcance dos objetivos e metas da Agenda 2030 para o Desenvolvimento Sustentável da Organização das Nações Unidas (AGENDA, 2022):

a) objetivo 8 - promover o crescimento econômico inclusivo e sustentável, emprego pleno e trabalho decente para todos;

b) meta 8.9 - até 2030, elaborar e implementar políticas para promover o turismo sustentável, que gera empregos, promove a cultura e os produtos locais.

O novo sistema de gestão do São João de Caruaru deve ser encarado pela administração pública municipal como um processo a ser melhorado continuamente visando a sustentabilidade, não só do evento em si, mas também do bem cultural patrimonializado - o Forró. Em 2012, a ABNT publicou a norma técnica NBR ISO 20121 intitulada “Sistemas de gestão para sustentabilidade de eventos - Requisitos com orientações de uso”, desenvolvida para auxiliar as organizações a melhorar a sustentabilidade de suas atividades relacionadas aos eventos. É o caso do SJC.

Esta norma é aplicável a todos os tipos e tamanhos de organizações envolvidas no projeto e execução de eventos, e acomoda diferentes condições geográficas, culturais e sociais. **Ao mesmo tempo, ela requer que as organizações reconheçam a sua relação e o impacto sobre a sociedade, e as expectativas da sociedade com os eventos.** (ABNT, 2017, grifo nosso)

Uma pesquisa-ação é um processo cíclico: seu final gera um novo começo.

Considerando que o São João da Capital do Forró não deve ser tratado como um mero evento do *show business* nacional, mas sim como um processo integrado a um Plano de Salvaguarda das Matrizes Tradicionais do Forró, eu recomendo ao Poder Executivo Municipal, como proposta de encaminhamento, a implementação de quatorze medidas, até o São João de 2024, quando será atingida a marca da 40ª edição do festejo junino organizada diretamente pela Prefeitura de Caruaru:

1. Instituir o Comitê Gestor Permanente do São João;
2. Disponibilizar mais tempo e mais espaço para a sociedade civil colaborar efetivamente com a organização do São João de Caruaru;
3. Aplicar no SJC a norma técnica ABNT NBR ISO 20121 (Sistemas de gestão para sustentabilidade de eventos - Requisitos com orientações de uso);

4. Alinhar as políticas públicas de cultura e de turismo, agregando ainda os setores da economia criativa existentes no município, acomodadas na mesma estrutura, a Secretaria de Cultura, Turismo e Economia Criativa (Seculte);
5. Realizar, com urgência, um concurso público para o preenchimento de cargo efetivo, como de gestor cultural e de museólogo, na Fundação de Cultura;
6. Criar um novo órgão executivo autônomo para o turismo, como uma empresa pública (CaruaTur), com cargo efetivo de carreira, como de gestor de turismo;
7. Remodelar os termos de referência de todos os processos licitatórios do SJC para reexaminar aqueles itens que podem ser parcelados por objeto/lote;
8. Universalizar o teto de cachê fixado pelo edital de seleção artística, reajustando o valor máximo para R\$ 350 mil, observando o critério definido no art. 17 da lei municipal nº 4.416/2005 (ritmos regionais nordestinos);
9. Propor novo acordo ao ECAD referente aos direitos autorais de execução pública musical no percentual de 5% sobre o valor dos cachês artísticos, seguindo os mesmos critérios do acordo entre a entidade e a Prefeitura de Salvador, garantindo a remuneração dos compositores de músicas juninas;
10. Reenviar para a Câmara de Vereadores o projeto de lei que institui o Fundo Municipal de Cultura de Caruaru, consolidando a implantação do acordo de cooperação firmado entre o município e a União, por intermédio do então Ministério da Cultura, visando o desenvolvimento do Sistema Nacional de Cultura;
11. Liderar a construção do Plano de Salvaguarda das Matrizes Tradicionais do Forró, em parceria com as associações Balaio Nordeste e Respeita Januário;
12. Implantar os Distritos Criativos do Alto do Moura e da Estação Ferroviária;
13. Mobilizar a sociedade civil para a construção do dossiê técnico de submissão da candidatura de Caruaru à Rede de Cidades Criativas da UNESCO;
14. Adotar um ciclo de gestão anual para o São João de Caruaru.

O ciclo de gestão de evento é um termo técnico assim definido pela Associação Brasileira de Normas Técnicas: “estágios e atividades de um evento (incluindo produtos e serviços envolvidos), desde a pesquisa, concepção e planejamento, até as atividades de implementação, análise crítica e pós-evento” (ABNT, 2017). Eu avalio que são necessários 12 meses para planejar, organizar,

executar e avaliar a entrega do São João de Caruaru. Assim, eu subdividi o ciclo de gestão do SJC em nove etapas, conforme o seguinte cronograma anual:

1. Concepção: de 01/09 a 31/10 do ano anterior;
2. Prospecção: de 01/11 a 31/12 do ano anterior;
3. Lançamento: 13 de dezembro do ano anterior;
4. Licitações e contratos: de 01/01 a 30/04;
5. Montagem: de 01 a 31/05;
6. Realização do São João de Caruaru: de 01 a 30/06;
7. Desmontagem: de 01 a 20/07;
8. Avaliação: de 21 a 31/07;
9. Prestação de contas: de 01 a 31/08.

Na etapa (1) Concepção, ocorrem as seguintes atividades: 1.1) concepção e funcionamento de todos os polos juninos; 1.2) elaboração dos termos de referência para as contratações dos fornecedores; 1.3) elaboração e impressão do plano comercial com valor de cotas e contrapartidas; e 1.4) elaboração e cadastramento do projeto cultural nas leis de incentivo à cultura.

Na etapa (2) Prospecção, ocorrem as seguintes atividades: 2.1) visita e entrega do plano comercial a agências de publicidade em Recife e São Paulo; e 2.2) visita e entrega do plano comercial a patrocinadores antigos, atuais e potenciais.

Na etapa (3) Lançamento, ocorrem as seguintes atividades: 3.1) coletiva de imprensa para anunciar a próxima edição do São João de Caruaru; e 3.2) anúncio festivo para comemorar o Dia Nacional do Forró, celebrado em 13 de dezembro, data natalícia de Luiz Gonzaga, o Rei do Baião.

Na etapa (4) Licitações e Contratos, ocorrem as seguintes atividades: 4.1) publicação de todos os editais de concorrência ou de chamamento público até 07/02; 4.2) publicação de todos os editais de pregão ou de carta convite até 07/03; 4.3) homologação de todos os processos licitatórios até 15/04; 4.4) assinatura de todos os contratos até 30/04; 4.5) o extrato do contrato de inexigibilidade de artista pode ser publicado até cinco dias úteis antes do show.

Na etapa (5) Montagem, ocorrem as seguintes atividades: 5.1) montagem das estruturas (palcos, camarotes, pavilhões, arquibancadas, toldos, pisos, pórticos, contêineres, banheiros químicos, barracas, restaurantes etc.); 5.2) montagem dos equipamentos eletroeletrônicos (rede de energia, sonorização, iluminação, painel de

leds, câmeras, rede de internet, geradores de energia etc.); 5.3) montagem dos elementos de ornamentação, decoração, ambientação e sinalização; 5.4) fiscalização das garantias e cláusulas contratuais; e 5.5) atendimento aos órgãos de controle e fiscalização (corpo de bombeiros, conselho regional de engenharia, delegacia regional do trabalho, tribunal de contas etc.).

Durante a etapa (6) Realização do São João de Caruaru, ocorrem as seguintes atividades: 6.1) apresentações artísticas e exposições culturais; 6.2) direção de palco e produção de *backstage*; 6.3) atendimento ao turista, ao público em geral, aos veículos de comunicação, aos patrocinadores e às autoridades; 6.4) funcionamento do centro de operações integradas (plantão de serviços públicos, pronto-socorro, segurança, delegacia móvel, juizado especial); 6.5) funcionamento dos espaços de acolhimento (do idoso, da mulher, do menor etc.); 6.6) fiscalização dos contratos; e 6.7) manutenção de estruturas, eletroeletrônicos e ornamentação.

Na etapa (7) Desmontagem, ocorrem as seguintes atividades: 7.1) desmontagem dos elementos de ornamentação, decoração, ambientação e sinalização; 7.2) desmontagem dos equipamentos eletroeletrônicos; e 7.3) desmontagem das estruturas.

Na etapa (8) Avaliação, ocorrem as seguintes atividades: 8.1) recebimento de relatórios dos coordenadores, fornecedores e demais órgãos envolvidos; 8.2) sistematização dos resultados; 8.3) reunião para apresentação do balanço geral do São João de Caruaru; e 8.4) encaminhamentos de melhorias e novidades para a próxima edição do evento.

Na etapa (9) Prestação de Contas, ocorrem as seguintes atividades: 9.1) recebimentos pendentes de patrocinadores; 9.2) pagamentos pendentes de fornecedores; e 9.3) encaminhamento de documentos e relatórios para os órgãos de controle externo.

O ciclo se reinicia com a concepção do próximo São João de Caruaru.

## ANEXO A - TERMOS TÉCNICOS DE GESTÃO DE EVENTOS

Este anexo tem a função de apresentar os principais termos técnicos de gestão de eventos que fundamentam esta dissertação. Para isso, é utilizada a coletânea de normas técnicas para gestão de eventos publicada pela Associação Brasileira de Normas Técnicas, que é o foro nacional de normalização. As Normas Brasileiras (NBR), cujo conteúdo é de responsabilidade dos comitês brasileiros e dos organismos de normalização setorial, são elaboradas por comissões de estudo, formadas por partes interessadas no tema objeto de normalização (ABNT, 2017).

A referida coletânea de normas técnicas para gestão de eventos foi elaborada pela comissão de estudo especial de gestão de eventos. Os Quadros 17, 18, 19, 20 e 21 apresentam um resumo das cinco normas compostas pela coletânea de normas técnicas para gestão de eventos: (1) ABNT NBR 16004:2016 Eventos - classificação e terminologia; (2) ABNT NBR 16513:2016 Organizador de eventos - competências pessoais; (3) ABNT NBR 16566:2016 Eventos - Sistemas de gestão de segurança; (4) ABNT NBR 16571:2016 Eventos - qualidade na organização; e (5) ABNT NBR ISO 20121:2012 Sistemas de gestão para sustentabilidade de eventos. Essas normas fornecem referências para o desenvolvimento do segmento, diretrizes para a classificação de eventos e os termos técnicos específicos utilizados.

Quadro 17 - Classificação de eventos por tipo

TIPO	DEFINIÇÃO
<b>Comercial (promocional)</b>	Evento que visa transações de compra e venda, ou promoção de produtos e serviços.
<b>Cultural</b>	Evento que tem como objetivo principal a promoção da cultura, normalmente por meio de manifestações artísticas que ressaltam os aspectos de determinada cultura.
<b>Empresarial (corporativo)</b>	Evento do mercado corporativo para planejar, capacitar, apresentar, divulgar, promover e estabelecer relacionamentos com as partes interessadas, para construir, consolidar e/ou conquistar os objetivos organizacionais.
<b>Folclórico</b>	Evento de tradições e manifestações populares, constituídos por dança, música, gastronomia e costumes passados de geração em geração, que representa a identidade de um povo.
<b>Gastronômico</b>	Evento que aborda a gastronomia de uma determinada localidade, além de disseminar o conhecimento sobre as ferramentas e produtos da preparação alimentar, cultura local, a

	ciência e a filosofia que envolve a prática.
--	--

Fonte: Coletânea de normas técnicas - gestão de eventos (ABNT, 2017)

Quadro 18 - Classificação de eventos por porte

<b>PORTE</b>	<b>DEFINIÇÃO</b>
<b>Megaevento</b>	Evento que gera grande impacto econômico, ambiental e social, com alto grau de complexidade de organização, envolvendo poderes públicos e privados e, normalmente, de visibilidade e repercussões mundiais, envolvendo um número expressivo de pessoas (público e profissionais envolvidos com a realização) e gerando grande interesse do público.
<b>Evento de grande porte</b>	Evento que gera grande impacto econômico, ambiental e social, com alto grau de complexidade de organização, com visibilidade e repercussão nacional ou internacional, com a participação de um número significativo de pessoas (público e profissionais envolvidos com a realização).
<b>Evento de médio porte</b>	Evento que gera impacto econômico, ambiental e social significativo, com nível de complexidade de organização menor que os eventos de grande porte e com visibilidade e repercussão adequados ao público-alvo. Normalmente envolve um número significativo de pessoas (público e profissionais envolvidos com a realização).
<b>Evento de pequeno porte</b>	Evento que gera baixo impacto econômico, ambiental e social significativo, com baixo grau de complexidade de organização, visibilidade e repercussão, e envolvendo um número menor de pessoas que os eventos de médio porte (público e profissionais envolvidos com a realização).

Fonte: Coletânea de normas técnicas - gestão de eventos (ABNT, 2017)

Quadro 19 - Classificação de eventos por abrangência

<b>ABRANGÊNCIA</b>	<b>DEFINIÇÃO</b>
<b>Internacional</b>	Evento com identidade, divulgação e repercussão internacionais, e participação presencial ou à distância do participante e público final de outros países.
<b>Nacional</b>	Evento com identidade, divulgação e repercussão nacionais, e participação presencial ou à distância dos participantes e público final de pelo menos duas regiões do país.
<b>Regional</b>	Evento com identidade, divulgação e repercussão regionais, e participação presencial ou à distância dos participantes e público final de estados da região.
<b>Estadual</b>	Evento com identidade, divulgação e repercussão estaduais, e participação presencial ou à distância dos participantes e público final de cidades do estado.

Fonte: Coletânea de normas técnicas - gestão de eventos (ABNT, 2017)

Quadro 20 - Classificação de eventos por público

<b>PÚBLICO</b>	<b>DEFINIÇÃO</b>
<b>Fechado</b>	Evento para público selecionado e/ou convidado a participar, de acordo com os critérios restritos de adesão predefinidos pelo seu organizador.
<b>Aberto</b>	Evento para público em geral convidado a participar ou de acordo com critérios de adesão predefinidos pelo seu organizador, podendo ou não ser cobrado pelo acesso.

Fonte: Coletânea de normas técnicas - gestão de eventos (ABNT, 2017)

Quadro 21 - Termos técnicos utilizados na gestão de eventos

<b>TERMO</b>	<b>DEFINIÇÃO</b>
<b>Ação corretiva</b>	Ação para eliminar a causa de uma não conformidade e evitar sua reincidência.
<b>Ação preventiva</b>	Ação para eliminar a causa de uma não conformidade potencial.
<b>Acessibilidade</b>	Usabilidade de um produto, serviço, ambiente ou instalação por pessoas com a mais ampla gama de capacidades.
<b>Acidente</b>	Incidente que resulta em morte, doença, ferimento ou outros danos.
<b>Alta administração (direção)</b>	Pessoa ou grupo de pessoas que dirige e controla uma organização no nível mais alto.
<b>Apoiador</b>	Pessoa jurídica que confere credibilidade ao evento de forma institucional e, em contrapartida, permite o uso e a exposição de sua marca. Sua ação não envolve pagamento em espécie.
<b>Auditoria</b>	Processos sistemático, independente e documentado, para obter evidência objetiva e avaliá-la objetivamente para determinar a extensão na qual os critérios de auditoria são atendidos.
<b>Cadeia produtiva</b>	Sequência de atividades ou partes que fornece produtos ou serviços para a organização.
<b>Ciclo de gestão de evento</b>	Estágios e atividades de um evento (incluindo produtos e serviços envolvidos), desde a pesquisa, concepção e planejamento até as atividades de implementação, análise crítica e pós-evento.
<b>Cliente</b>	Pessoa física ou jurídica, de direito público ou privado, que contrata as empresas organizadoras de eventos.
<b>Consequência</b>	Resultado de um evento que afeta os objetivos.
<b>Competência</b>	Capacidade de mobilizar, desenvolver e aplicar conhecimentos, habilidades e atitudes no desempenho do trabalho e na solução de problemas, para gerar os resultados esperados.
<b>Conformidade</b>	Atendimento de um requisito.
<b>Contexto</b>	Ambiente em que a organização busca alcançar seus objetivos.

<b>Coordenador</b>	Profissional com perfil de liderança, apto a executar funções de coordenação em todas as etapas de um evento (pré-evento, evento e pós-evento), com atuação junto a fornecedores contratados, monitorando os serviços e garantindo a sua perfeita execução.
<b>Desempenho</b>	Resultado mensurável.
<b>Desenvolvimento sustentável</b>	Desenvolvimento que satisfaz as necessidades do presente sem comprometer a capacidade das futuras gerações de suprir suas próprias necessidades.
<b>Efetividade</b>	Medida em que as atividades planejadas são realizadas e os resultados planejados são alcançados.
<b>Eficiência</b>	Extensão em que as atividades planejadas são realizadas e os resultados planejados são alcançados.
<b>Emergência</b>	Situação séria que requer uma ação imediata.
<b>Empresa organizadora de eventos</b>	Empresa que tem por objeto social a prestação de serviços de gestão, planejamento, organização, promoção, coordenação, operacionalização, produção e assessoria de eventos, podendo terceirizar parte do processo e intermediar ou contratar diversos fornecedores de serviços e produtos necessários à realização do evento.
<b>Espectáculo (show)</b>	Eventos com apresentações que envolvem uma ou mais manifestações artísticas, de teatro, circo, dança, música ou audiovisual.
<b>Evento</b>	Encontro planejado em relação a um período de tempo e um local onde uma experiência é criada e/ou uma mensagem é transmitida.
<b>Impacto</b>	Mudança positiva ou negativa para a sociedade, economia ou meio ambiente, total ou parcialmente resultante das decisões e atividades passadas e presentes.
<b>Incidente</b>	Evento que leva a um acidente ou que tem potencial de levar a um acidente
<b>Inclusão</b>	Prática de tratamento justo e envolvimento significativo de todas as partes interessadas.
<b>Informação documentada</b>	Informação requerida a ser controlada e mantida por uma organização e o meio no qual está contido.
<b>Integridade</b>	Adesão aos princípios éticos.
<b>Festa</b>	Evento com objetivo de comemoração ou conagraçamento.
<b>Festival</b>	Evento para celebrar temática específica ou pluricultural, que normalmente ocorre por um ou mais dias.
<b>Fornecedor de produtos</b>	Pessoa jurídica que fornece produtos para a execução dos eventos.
<b>Fornecedor de serviços</b>	Pessoa física ou jurídica que presta serviços à execução dos eventos.

<b>Inclusão</b>	Prática de tratamento justo e envolvimento significativo de todas as partes interessadas.
<b>Legado</b>	Resultado deixado por um evento.
<b>Medição</b>	Processo que determina um valor.
<b>Melhoria contínua</b>	Atividade recorrente para melhorar o desempenho.
<b>Meta</b>	Requisito de desempenho detalhado, aplicável à organização, resultante dos objetivos e que necessita ser estabelecido e atendido para que tais objetivos sejam atingidos.
<b>Monitoramento</b>	Determinar a condição de um sistema, um processo ou uma atividade.
<b>Objetivo</b>	Resultado a ser alcançado.
<b>Ocorrência</b>	Acontecimento ou mudança em um conjunto específico de circunstâncias.
<b>Organização</b>	Pessoa ou grupos de pessoas com suas próprias funções, com responsabilidades, autoridades e relações para alcançar seus objetivos.
<b>Organizador do evento</b>	Entidade que produz e/ou gerencia todos ou alguns aspectos de um evento.
<b>Parte interessada</b>	Pessoa ou organização que pode afetar, ser afetada ou se perceber afetada por uma decisão ou atividade.
<b>Participante</b>	Pessoa física ou jurídica que integra as atividades de um evento.
<b>Patrocinador</b>	Pessoa física ou jurídica que investe de forma tangível para a realização do evento, em espécie ou material, recebendo em contrapartida visibilidade de sua marca e facilidades para difundir mensagens de seu interesse a um público determinado.
<b>Perigo</b>	Fonte de dano potencial.
<b>Política</b>	Intenções e direcionamento de uma organização, como formalmente expressos por sua alta direção.
<b>Procedimento</b>	Forma específica de executar uma atividade ou um processo.
<b>Processo</b>	Conjunto de atividades inter-relacionadas ou interativas que transformam entradas em saídas.
<b>Produtor</b>	Profissional com capacidade para prestar assessoria antes e durante os eventos, supervisionando os fornecedores contratados, organizando a execução e acompanhando a preparação da infraestrutura física e logística para a realização de eventos.
<b>Promotor (realizador)</b>	Pessoa física ou jurídica detentora de nome ou marca do evento, responsável pela realização de um evento e/ou pela contratação de um organizador.
<b>Proprietário do evento</b>	Entidade que se encarrega do evento

<b>Público final</b>	Conjunto de pessoas visitantes que interagem com as atividades de um evento.
<b>Requisito</b>	Necessidade ou expectativa que é estabelecida declaradamente, geralmente implícita ou obrigatória
<b>Risco</b>	Efeito da incerteza.
<b>Segurança</b>	Ausência de riscos inaceitáveis.
<b>Serviços de alimentação relacionados a eventos</b>	Serviços de fornecimento de alimentação aos participantes de um determinado evento.
<b>Sistema de gestão</b>	Conjunto de elementos inter-relacionados ou interativos de uma organização para estabelecer políticas, objetivos e processos para alcançar esses objetivos.
<b>Sustentabilidade</b>	Grau de desenvolvimento sustentável no contexto da organização ou evento.
<b>Terceirizar</b>	Fazer um acordo em que uma organização externa executa parte de uma função ou processo da organização.
<b>Transparência</b>	Franqueza sobre decisões e atividades que afetam a sociedade, a economia e o meio ambiente, e a disposição de comunicá-las de forma clara, precisa, tempestiva, honesta e completa.
<b>Usuário final</b>	Usuário que faz o papel do consumidor.

Fonte: Coletânea de normas técnicas - gestão de eventos (ABNT, 2017)