

The background of the cover is a photograph of a large, lively event. The scene is filled with people, some wearing hats, and is decorated with numerous colorful, geometric, paper-like structures in shades of blue, green, and yellow. The lighting is bright and festive. A semi-transparent green rectangular box is overlaid on the right side of the image, containing the title and authors' names in white text.

GESTÃO DE **GRANDES EVENTOS** E O **TURISMO LOCAL**

[Org.] **Leonardo Salazar**
Isabela Morais
Cileide Batista

GESTÃO DE
**GRANDES
EVENTOS**
E O **TURISMO
LOCAL**

[Org.] **Leonardo Salazar**
Isabela Morais
Cileide Batista

RECIFE 2024

UNIVERSIDADE FEDERAL DE PERNAMBUCO

Reitor

Alfredo Macedo Gomes

Vice-Reitor

Moacyr Cunha de Araújo Filho

Pró-Reitora de Pós-graduação (PROPG)

Carol Virgínia Góis Leandro

Coordenador do Programa de Pós-graduação em Hotelaria e Turismo (PPHTUR/UFPE)

Viviane Santos Salazar

Realização

Programa de Pós-graduação em Hotelaria e Turismo (PPHTUR/UFPE)

Departamento de Hotelaria e Turismo (DHT/UFPE)

Grupo de Pesquisa em Antropologia e Turismo – ANTUR

Coordenadora do projeto

Isabela Andrade de Lima Morais

Professora e Pesquisadora do Programa de Pós-graduação em Hotelaria e Turismo (PPHTur/UFPE)

Autoria

Leonardo Santos Salazar

Mestre do Programa de Pós-graduação em Hotelaria e Turismo (PPHTur/UFPE)

Co-autoria e revisão

Cileide Batista de Santana

Graduanda em Turismo (DHT/UFPE) e Jornalista

Projeto gráfico

Adele Pereira

Apoio

Pró-Reitoria de Pós-graduação da Universidade Federal de Pernambuco (PROPG/UFPE) através do Edital PROPG no 09/2023 – Edital de Apoio ao Pesquisador vinculado aos Programas de Pós-Graduação da UFPE

Como citar

SALAZAR, Leonardo S.; MORAIS, Isabela A. L.; SANTANA, Cileide B. *Gestão de Grandes Eventos e o Turismo Local: Cartilha*. Recife: Universidade Federal de Pernambuco, 2024.

Material didático destinado a gestores públicos de turismo e da cultura. Direitos reservados ao Programa de Pós-graduação em Hotelaria e Turismo (PPHTur) da Universidade Federal de Pernambuco e ao Grupo de Pesquisa em Antropologia e Turismo – ANTUR (CNPq).

Não é permitido cobrar pelo acesso ou compartilhamento desta obra. Permitida a reprodução parcial desde que citada a fonte.

Sumário

4

Apresentação

48

**Considerações
finais**

8

Parte 1

Um novo sistema de
gestão para um grande
evento: o caso do São
João de Caruaru

50

Referências

31

Parte 2

Recomendações para
gestão de grandes
eventos e o turismo local

52

**Lista de
ilustrações**



Apresentação

Escrevo esta apresentação tendo em mente que os leitores interessados no tema são prioritariamente gestores municipais de turismo e/ou de cultura. Pois bem. De acordo com o artigo n. 180 da Constituição Federal do Brasil, todo município tem o dever de promover e incentivar o turismo como fator de desenvolvimento social e econômico (BRASIL, 1990). E a melhor forma de cumprir este mandamento constitucional é planejar o turismo com foco na produção local associada ao turismo.

O Ministério do Turismo - MTur, 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. (BRASIL, 2011, p. 13, grifo nosso).

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

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 produção associada agrega valor ao turismo por meio de produtos locais que expressam a identidade cultural do município. Faço uma analogia: a cultura está para o conteúdo assim como o turismo está para a embalagem do destino. Por essa razão, turismo e cultura devem andar de mãos dadas na administração pública municipal.

Apresento a seguir um novo sistema de gestão para grandes eventos com foco nas políticas públicas municipais de turismo e de cultura a partir da minha experiência na gestão do São João de Caruaru (o melhor e maior do mundo)!

Esta cartilha é um resumo simplificado da minha dissertação de mestrado no Programa de Pós-graduação em Hotelaria e Turismo da Universidade Federal de Pernambuco (PPHTUR/UFPE). Recomendo a leitura inicial desta cartilha e, para aqueles que desejam se aprofundar, recomendo também a leitura da **dissertação.**

Leonardo Santos Salazar



PARTE 1



Um novo sistema de gestão para um grande evento

O caso do São João de Caruaru

Os órgãos públicos têm dificuldades em fazer a gestão de grandes eventos ou de festivais culturais nacionais de grande porte, a exemplo das festas de Carnaval, São João, etc. Atualmente uma das referências no Brasil em governança de grandes e megaeventos é a comemoração dos festejos natalinos na cidade de Gramado, no Rio Grande do Sul, o Natal Luz de Gramado, que é planejado e executado pela Autarquia Municipal de Turismo – **GRAMADOTUR**, pessoa jurídica de direito público interno, que compõe a administração indireta do município, dotada de autonomia administrativa, financeira, contábil, técnica e funcional, vinculada ao Gabinete do(a) Prefeito(a).

No que se refere às festividades de São João, tem-se como referência o modelo de gestão implementado na cidade de Caruaru em 2017. Localizada no Estado de Pernambuco, a cidade de Caruaru é conhecida como “a Capital do Forró”, em 30 dias de evento (de 01 a 30 de junho), 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. Podemos resumir estas mudanças na seguinte linha do tempo:

1983

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 local.

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.

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.

2013

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 das receitas e das despesas relacionadas com o evento, por parte da administração pública. Na esfera judicial, o Ministério Público de Pernambuco (MPPE) e o Ministério Público Federal em Pernambuco (MPF/PE) instauraram processos para investigar possíveis irregularidades cometidas pela Fundação de Cultura relacionadas à gestão do São João de Caruaru (MPF, 2016).

2017

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.

Mas, afinal, o que esse Novo Sistema de Gestão propõe? Quais as inovações trazidas?

As mudanças implantadas no novo sistema de gestão para o São João de Caruaru foram propostas em 2017 para gerar um equilíbrio público-privado, retornando ao setor público o controle das ações do São João. Isso implicou executar uma série de mudanças na forma como o festejo junino vinha sendo organizado nos últimos dezesseis anos, que era o de terceirização para empresas organizadoras de eventos privados, por inexigibilidade ou dispensa de licitação.

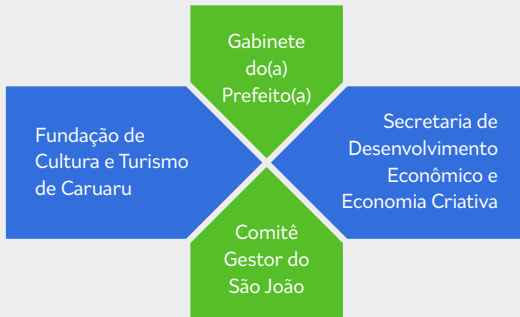


Figura 1.

Novo sistema de gestão do São João de Caruaru, implementado a partir de 2017. Fonte: elaboração própria (2022).

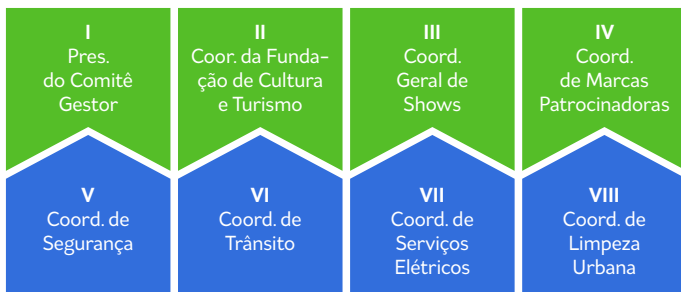
Em linhas gerais, o novo sistema consiste:

- SEDEEC** Secretaria de Desenvolvimento Econômico e Economia Criativa (SEDEEC): A captação de recursos para o São João;
- FCTC** Fundação de Cultura e Turismo de Caruaru (FCTC): A produção e gestão do São João;
- CGSJ** Comitê Gestor do São João (CGSJ): O monitoramento e controle das tarefas da SEDEEC e FCTC;
- Gabinete** Gabinete do(a) prefeito(a): A concentração do processo decisório.

Mas, efetivamente, quais as mudanças foram feitas que impactaram no São João de Caruaru?

1. Reativação do Comitê Gestor do São João (CGSJ)

O Comitê Gestor do São João passou a ter um novo organograma, além do presidente, passou a integrar membros coordenadores (servidores municipais) e membros representantes de instituições externas:





Além disso, houve a *Criação do Centro de Comando e Controle Integrado (CCCI)* que dispõe de uma sala de controle no evento, com a finalidade de promover respostas imediatas às ocorrências durante a festividade de São João.

2. Reforma Administrativa da Fundação de Cultura e Turismo e Caruaru (FCTC)

A Fundação de Cultura e Turismo de Caruaru passou a ter 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;
- VIII** Coordenar as atividades do Conselho Municipal de Turismo;
- XIX** 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.

3. Organização do Conselho Municipal de Política Cultural (CMPC)

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 e Turismo de Caruaru, 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.

4. Criação do Plano Municipal de Cultura (PMC)

Criação do Plano Municipal de Cultura de Caruaru para o decênio 2019-2029, intitulado “Caruaru, Cidade das

Artes”, com diretrizes para a elaboração e a implementação das ações culturais no município, conforme deliberações das Conferências Municipais de Cultura e do Conselho Municipal de Política Cultural. São objetivos do Plano Municipal de Cultura de Caruaru:

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 Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional – 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.

24º

Garantir espaço adequado e apoio administrativo para que o Conselho Municipal de Política Cultural desempenhe suas atividades regulares e exerça suas atribuições legais.

Fonte: Caruaru (2019b).

Mas, em relação ao Evento do São João, quais mudanças foram feitas?

1. Concepção

O São João como festividade popular carrega consigo elementos da tradição, porém, com o crescimento da festividade em Caruaru, a festa ganhou nuances da multiculturalidade, sendo importante compreender as comemorações a partir de uma nova perspectiva: o São João Cultural e o São João Entretenimento. Assim, esse conceito começou a fazer parte das campanhas comerciais e de comunicação com o público.

2. Identidade Visual

A criação de uma identidade visual passou a estampar o plano comercial, as peças publicitárias e compõem a ornamentação do São João, tendo como referência visual a xilogravura do artista local de J. Borges que agradou aos caruaruenses, os turistas e a crítica.



Figura 2.
Artista popular
J. Borges. Fonte:
Reprodução/
Flickr/Prefeitura
de Caruaru.



Figura 3.
Inclusão pela
arte. Fonte:
Reprodução/
Flickr/Prefeitura
de Caruaru.

3. Polos de Animação

Antes de 2017, havia três polos de animação consolidados: o Parque de Eventos Luiz ‘Lua’ Gonzaga, o Pátio da antiga Estação Ferroviária, ambos localizados no centro da cidade, e a Rua Mestre Vitalino, localizada no Alto do Moura. Não havia a integração oficial da zona rural durante as festividades, somente a partir de 2017 houve a iniciativa de agregação dessa área, passando a ter cinco polos juninos descentralizados: o Parque de Eventos Luiz ‘Lua’ Gonzaga, o pátio da antiga Estação Ferroviária e o Polo Azulão, que estão localizados no centro da cidade; o Polo Mestre Vitalino, que está localizado no bairro do Alto do Moura, e o Polo de animação São João na Roça, caracterizado pelo formato itinerante, um caminhão-palco que circula pela zona rural.

Figura 4.
Mapa dos
polos juninos
descentralizados
do São João de
Caruaru. Fonte:
Sedeec (2019).



Além disso, há um circuito independente de festas juninas comunitárias denominado de “Comidas Gigantes”, que consiste na degustação de comidas típicas juninas produzidas em grandes proporções. Esse movimento realiza mais de 40 festas durante a temporada junina, nos bairros e na zona rural, contando com o apoio financeiro da Fundação de Cultura de Caruaru.

Figura 5.
Maior cuzcuz do
mundo. Fonte:
Rafael Lima/
Reprodução/
Flickr/São João
Caruaru.



4. Captação de Recursos

A captação de recursos foi assumida pelo município, que passou a publicar editais de chamamento público destinados às empresas interessadas em patrocinar o São João, formalizando contratos de patrocínio com a Fundação de Cultura e Turismo de Caruaru. Tais recursos captados a título de patrocínio constituem receitas à Fundação e são destinados exclusivamente para promoção, organização e execução das ações referentes ao São João. Outra mudança 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.

5. Licitações e Contratos

A Secretaria de Administração (SAD) do município absorveu na íntegra a demanda de processos licitatórios relativos ao São João, construindo um novo rol de processos licitatórios, tanto no que se refere a captação de patrocínios, quanto no que diz respeito à contratação dos serviços técnicos para a produção do evento.

Quadro 1. Rol de processos licitatórios do novo sistema de gestão do São João

Processo	Modalidade	Objeto	Orgão Responsável
01 ¹	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.	FCTC
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.	SDECC
03	Chamada Pública	Processo seletivo para aquisição das demais cotas de patrocínio para o São João.	SDECC
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.	FCTC
05	Pregão	Contratação de empresa especializada na prestação de serviços de ornamentação e decoração para o São João.	FCTC
06	Carta Convite	Contratação de empresa especializada na prestação de serviços de assessoria de imprensa para executar as estratégias do São João.	Secretaria Executiva de Comunicação e Imprensa

1. 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 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, tabladros, cabines sanitárias, caminhão palco, containers; e (2) equipamentos eletroeletrônicos de sonorização, iluminação, painel de leds, captação e transmissão de imagens, gerador de energia.

Processo	Modalidade	Objeto	Órgão Responsável
07	Carta Convite	Contratação de empresa de consultoria especializada para realização de pesquisa de satisfação e de impacto econômico para o São João.	SDECC
08	Pregão	Contratação de empresa especializada na locação de veículos com fornecimento de motorista e combustível para atender ao São João.	Secretaria de Ordem Pública
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.	Secretaria de Ordem Pública
10	Pregão	Contratação de empresa especializada na execução de show pirotécnico, com fornecimento de fogos de artifício, para atender ao São João.	FCTC
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.	Secretaria de Ordem Pública
12	Pregão	Contratação de empresa especializada na prestação de serviços de limpeza, conservação, higienização, com fornecimento de material, a serem utilizados no São João.	FCTC

Processo	Modalidade	Objeto	Órgão Responsável
13	Pregão	Contratação de empresa especializada na prestação de serviços de vigilância desarmada para o São João.	Secretaria de Ordem Pública
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.	Secretaria de Ordem Pública
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.	Secretaria de Ordem Pública
16	Inexigibilidade	Processos de contratação de artistas para o São João.	FCTC

Fonte: Elaboração própria (2022).

6. Seleção Artística

Houve a execução de um processo nacional de seleção de propostas artísticas, com regras de um edital de chamamento público, decisão que foi aprovada pelo plenário do Conselho Municipal de Política Cultural. O edital tem o objetivo de habilitar e pontuar as propostas artísticas e culturais, visando compor a programação do São João, a fim de promover apresentações de artistas e de grupos, com a contratação realizada diretamente com a Fundação de Cultura e Turismo de Caruaru, sem intermediários.

Os artistas ou grupos culturais são distribuídos para ocupar os cinco polos de animação, com diferentes categorias artísticas, que envolvem a música, a cultura popular, a dança, o teatro, o circo, o artesanato, a poesia, as artes plásticas e o cinema. Portanto, dessas contratações, 70% são realizadas por meio de edital, e 75% são de artistas ou grupos culturais de Caruaru.



Figura 6. Maestro Mozart e a Orquestra de Pifanos de Caruaru. Fonte: Arnaldo Felix/Reprodução/Flickr/Prefeitura de Caruaru.



Figura 7. Santanna, o cantador. Fonte: Arnaldo Felix/Reprodução/Flickr/Prefeitura de Caruaru.

Mudanças implementadas a partir de 2017 com o novo sistema de gestão do São João de Caruaru

Quadro 2. Síntese do novo sistema de gestão

Tópico	Antes de 2017	Depois de 2017
Reativação do Comitê Gestor do São João (CGSJ)	Não constituído	Finalizado e Ativo
Reforma Administrativa da Fundação de Cultura e Turismo e Caruaru (FCTC)	Cargos e salários defasados	Reforma administrativa
Organização do Conselho Municipal de Política Cultural (CMPC)	Esvaziado e desprestigiado	Funcionamento ativo como espaço de negociação
Criação do Plano Municipal de Cultura (PMC)	Inexistente	Elaborado e publicado
Concepção	Entretenimento	Entretenimento e Cultura
Identidade Visual	Aleatória	Conceitual
Polos de Animação	Foco no Pátio de Eventos	Descentralização
Captação de Recursos	Terceirizada para empresas organizadoras de eventos	Prefeitura de Caruaru, através de chamamento público
Licitações e Contratos	Comissão permanente de licitação (CPL), da FCTC.	Secretaria de Administração (SAD)
Seleção Artística	Fundação de Cultura, com intermediação de agenciadores	Fundação de Cultura, através de edital público

Fonte: Elaboração própria (2022 e 2024).



Figura 8.
Abertura do
São João de
2019, Fonte:
Reprodução/
Flickr/Prefeitura
de Caruaru.

Quais os benefícios trazidos com essas mudanças?



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 movimenta a economia local e regional.

Entrevista com José Pereira
Presidente da FCTC de 1997 a 2000, p. 135 e 136



Walmiré Dimeron, destaca 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.

Entrevista com Walmiré Dimeron
Ex-secretário de Turismo de Caruaru, p. 136

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 São João de Caruaru 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.

Entrevista com José Pereira
Presidente da FCTC de 1997 a 2000, p. 137

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.

Entrevista com José Pereira
Presidente da FCTC de 1997 a 2000, p. 138



PARTE 2



Recomendações para gestão de grandes eventos e o turismo local

Fazer a gestão de um grande evento é um verdadeiro desafio para a gestão pública. O novo modelo implementado no São João de Caruaru em 2017 é um exemplo significativo. Após tornar conhecidas as mudanças implantadas pelo novo sistema de gestão do São João de Caruaru, cabe agora trazer à tona outras contribuições que podem ser replicadas/adotadas por outras Prefeituras pelo Brasil.

1. Criação de uma Secretaria de Cultura, Turismo e Economia Criativa (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 para realização de grandes eventos, com objetivo de realizar a governança das políticas públicas municipais de cultura, de turismo e de economia criativa, desenvolvendo estratégias integradas.

Deve:

- Dar o alinhamento político necessário para que a gestão pública da cultura e do turismo caminhem na mesma direção, incorporando, também, os setores criativos.
- A proposta de incorporar os setores criativos traz vantagens, a partir da elaboração de ações culturais e criativas que podem ser distribuídas durante o ano inteiro.

2. Criação de uma Fundação de Cultura e Economia Criativa (FCEC)

Órgão com autonomia administrativa e financeira, sendo uma personalidade jurídica de direito privado e utilidade pública, que visa fazer a gestão pública da cultura e dos setores criativos.

Deve:

- Formada por 3 órgãos: Conselho de administração, Diretorias e Conselho Fiscal;
- Priorizar 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;

- Possuir regimento interno e Estatuto.
- A função da FCEC em Grandes Eventos é cuidar da curadoria e contratação artística.

3. Criação de um Comitê Gestor Permanente para realização de Grandes Eventos (CGPGE)

Órgão criado por lei e formado por membros da administração pública, instituições externas que possuam relação com grandes eventos e sociedade civil. Dentre os membros da administração pública, entende-se membros titulares e suplentes da FCEC, secretarias da administração municipal e do Conselho Municipal de Cultura.

Deve:

- Abranger funções administrativas de planejamento, de monitoramento e de avaliação do evento;
- Integrar secretarias e demais órgãos/entidades/instituições envolvidas com a realização de grandes eventos;
- Disciplinar o apoio financeiro dos eventos;
- Fiscalizar exposição de marcas, patrocinadores e comercialização de produtos oficiais no período e no perímetro dos eventos.

4. Criação de uma Empresa de Turismo (EmpTur)

Órgão que funciona como uma empresa pública para fazer a gestão pública do turismo, que dispõe sobre o estatuto jurídico da empresa pública e da sociedade de economia mista no âmbito da União, dos Estados e dos municípios e observa 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.

Deve:

- Possuir estatuto Jurídico da empresa pública e da sociedade de economia mista;
- Possuir regras de governança corporativa; transparência e de estruturas;
- Fazer a gestão de riscos; controle interno e da composição da administração;
- Possuir código de conduta;
- Zelar pela integralidade;
- Captar recursos;
- Produzir os eventos.
- A função da EmpTur em Grandes eventos é assumir a gestão dos eventos.

A inspiração para a criação da Empresa de Turismo (Emptur) surgiu com base na empresa Gramadotur, que é responsável pela organização de grandes eventos realizados no município de Gramado. Por meio da Lei 3.066/2012, a cidade de 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.

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.

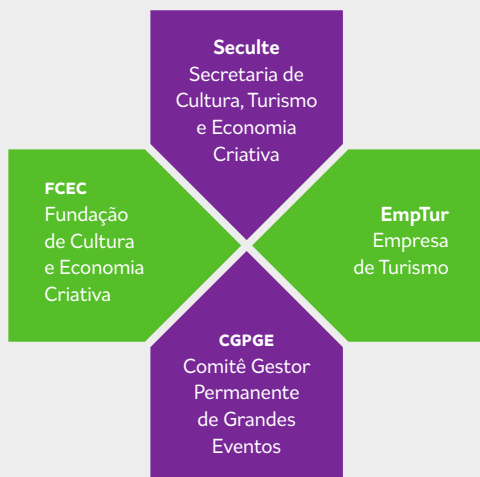


Figura 9. Solução de governança e gestão para grandes eventos. Fonte: Elaboração própria (2023).

Quadro 3. Solução de governança e gestão de grandes eventos

Prefeitura Municipal (PM)
Secretaria de Cultura, Turismo e Economia Criativa (Seculte)
<ul style="list-style-type: none"> ■ Órgão de governança pública (avaliar > dirigir > monitorar) ■ Foco nas estratégias integradas (cultura, turismo e economia criativa) ■ Conselho Municipal de Política Cultural (CMPC) ■ Conselho Municipal de Turismo (COMTUR) ■ Comitê Gestor Permanente de Grandes Eventos (CGPGE)

Fundação de Cultura e Economia Criativa (FCEC)	Empresa de Turismo (EmpTur)
<ul style="list-style-type: none"> ■ Órgão de gestão cultural/criativa ■ Foco tático-operacional ■ Planejar > executar > controlar 	<ul style="list-style-type: none"> ■ Órgão de gestão do turismo ■ Foco tático-operacional ■ Planejar > executar > controlar
<ul style="list-style-type: none"> ■ Carreira de gestor cultural ■ Gestão do Fundo Municipal de Cultura 	<ul style="list-style-type: none"> ■ Carreira de gestor de turismo ■ Gestão do Fundo Municipal de Turismo
<ul style="list-style-type: none"> ■ Equipamentos culturais/criativos: museus, bibliotecas, Casa da Cultura, Espaço Cultural, Centro Cultural e Estação Criativa 	<ul style="list-style-type: none"> ■ Equipamentos turísticos: centros de atendimento ao turista e um mercado gastronômico
<p>Evento > curadoria/contratação artística</p>	<p>Evento > gestão global do evento</p>
Comitê Gestor Permanente de Grandes Eventos (CGPGE)	
<p>Fiscalização dos acordos comerciais firmados mediante edital de chamamento público de cota de patrocínio, com o objetivo de verificar se as empresas cumprem os perímetros dos polos de animação</p>	

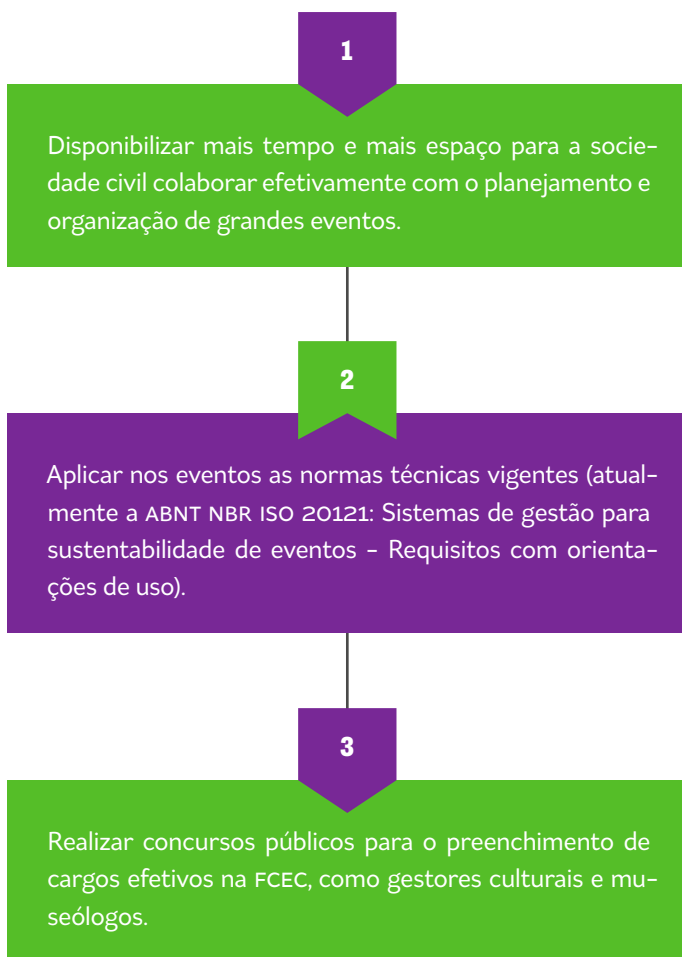
Fonte: Elaboração própria (2023).

O novo sistema de gestão de grandes eventos busca fomentar o desenvolvimento local sustentável, visando alcançar os objetivos e metas previstas na Agenda 2030 para o Desenvolvimento Sustentável da Organização das Nações Unidas (AGENDA, 2022). Para isso, faz-se necessário um gerenciamento transparente da implantação da estrutura organizacional, com financiamentos e investimentos em tecnologia, infraestrutura e pessoas. Nesse contexto, a EmpTur pode ser um importante meio de promover o turismo responsável, contribuindo na promoção dos destinos turísticos, a partir do desenvolvimento socioeconômico consciente.



Figura 10.
Objetivos de Desenvolvimento Sustentável no Brasil. Fonte: Organização das Nações Unidas (2022).

Esse modelo de novo sistema de gestão de grandes eventos deve levar em consideração um processo de aperfeiçoamento contínuo, apoiado na ideia de sustentabilidade. Com essa base fortalecida, recomenda-se algumas medidas que podem ser adotadas para realizações de Grandes Eventos.



4

Realizar concursos públicos para o preenchimento de cargos efetivos na EmpTur, como turismólogos.

5

Remodelar os termos de referência de processos licitatórios, reexaminando itens que podem ser parcelados por objeto/lote.

6

Universalizar o teto de cachê fixado pelo edital de seleção artística, observando os critérios definidos por legislação.

7

Propor acordos ao ECAD referentes aos direitos autorais de execução pública musical, garantindo a remuneração dos compositores de músicas.

8

Instituir projeto de lei para criação de um Fundo Municipal de Cultura, 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.

9

Liderar a construção de Planos de Salvaguarda das Matrizes Tradicionais, em parceria com as associações.

10

Implantar Distritos Criativos.

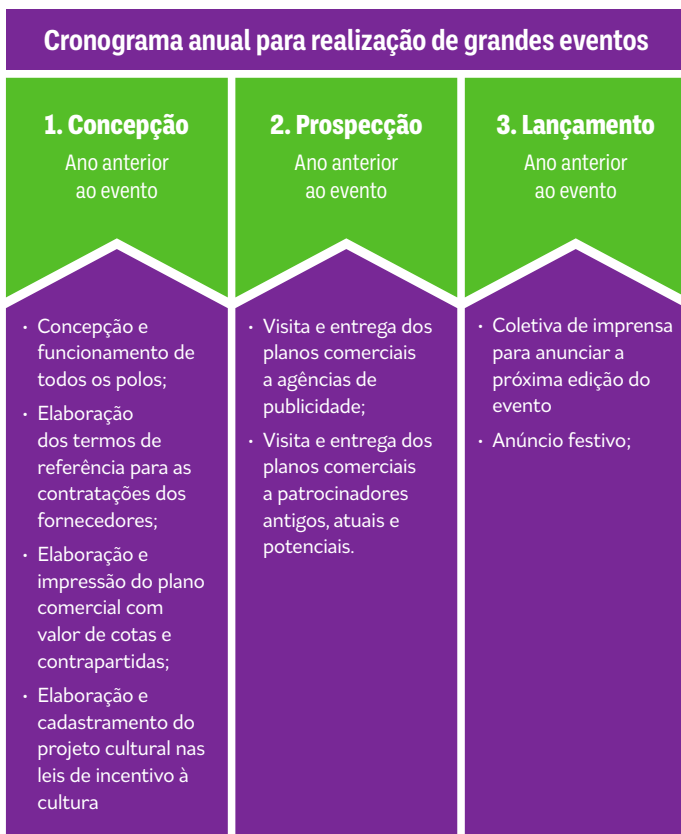
11

Mobilizar a sociedade civil para a construção de dossiês técnicos de submissão da candidaturas, tais como a Rede de Cidades Criativas da UNESCO.

12

Adotar um ciclo de gestão anual para grandes eventos.

Acredita-se que são necessários 12 meses para planejar, organizar, executar e avaliar grandes eventos, assim, segue nove etapas incluídas no cronograma anual:



4. Licitações e contratos

Meses anteriores ao evento

- Publicação de todos os editais de concorrência ou de chamamento público;
- Publicação de todos os editais de pregão ou de carta convite;
- Homologação de todos os processos licitatórios;
- Assinatura de todos os contratos;
- Extrato do contrato de inexigibilidade de artista (pode ser publicado até cinco dias úteis antes do show)

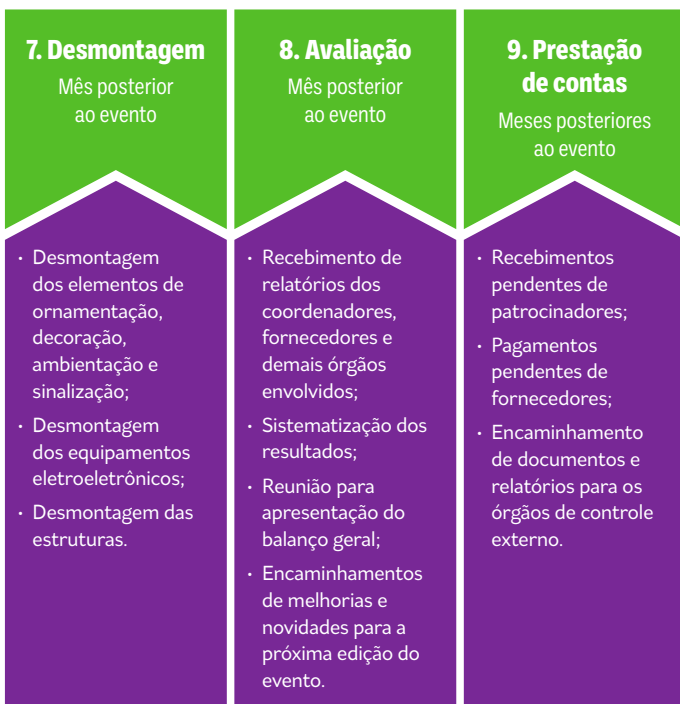
5. Montagem

Mês anterior ao evento

- Montagem das estruturas (palcos, camarotes, pavilhões, arquibancadas, toldos, pisos, pórticos, contêineres, banheiros químicos, barracas, restaurantes etc.);
- Montagem dos equipamentos eletroeletrônicos (rede de energia, sonorização, iluminação, painéis de leds, câmeras, rede de internet, geradores de energia etc.);
- Montagem dos elementos de ornamentação, decoração, ambientação e sinalização; fiscalização das garantias e cláusulas contratuais;
- Atendimento aos órgãos de controle e fiscalização (corpo de bombeiros, conselho regional de engenharia, delegacia regional do trabalho, tribunal de contas etc.).

6. Realização do Evento

- Apresentações artísticas e exposições culturais;
- Direção de palco e produção de backstage;
- Atendimento ao turista, ao público em geral, aos veículos de comunicação, aos patrocinadores e às autoridades;
- Funcionamento do centro de operações integradas (plantão de serviços públicos, pronto-socorro, segurança, delegacia móvel, juizado especial);
- Funcionamento dos espaços de acolhimento (do idoso, da mulher, do menor etc.);
- Fiscalização dos contratos;
- Manutenção de estruturas, eletroeletrônicos e ornamentação.



Um ciclo que se reinicia a cada novo evento!

Quais os benefícios trazidos com os Grandes Eventos?

Os desafios para a realização dos eventos são diversos e seus impactos interferem na dinâmica das cidades, bem como de todos os envolvidos nos processos. Afinal, muitos setores são mobilizados, uma vez que os eventos demandam planejamento, organização e logística. Assim, para compreender esses impactos gerados pelos eventos, os destinos turísticos também precisam investir em pesquisas que contribuam para o fortalecimento das

políticas públicas e para a construção de estratégias que visem o desenvolvimento sustentável das localidades.

As informações colhidas mediante pesquisas, independente das metodologias aplicadas nos estudos sobre o impacto econômico, servem para subsidiar a tomada de decisões dos órgãos solicitantes. Nesse sentido, há quatro métodos de avaliação, são eles: estudos de impacto setorial; estudos de impacto de projetos ou ações culturais; métodos de preferência revelada, e por fim, métodos de preferência declarada. A proposta do estudo de impacto setorial é analisar a economia de um setor específico, a partir das diferentes conexões com a cadeia produtiva, para identificar obstáculos e potencialidades. Por sua vez, os estudos de impacto de projetos ou ações culturais visam mensurar os resultados dos impactos, com base nos efeitos diretos, indiretos e induzidos. Os métodos de preferência revelada acontecem quando os dados são obtidos de forma objetiva, por meio de temáticas, bem definidas, que referem-se aos custos de uma viagem e de avaliação hedônica. Por fim, as informações adquiridas pelos métodos de preferência declarada são realizadas através de entrevistas ou questionários, que visam mensurar dados de benefícios intangíveis, que absorvem valores de não-uso (REIS, 2007).

A contratação e parcerias com empresas/instituições/profissionais especializados em coletar dados, visam, por exemplo, mapear os resultados dos eventos; saber se os objetivos foram alcançados; e conhecer a percepção do público, a partir de sugestões de melhorias. Outros indicativos de desempenho podem ser coletados tendo em vista as futuras tomadas de decisões pela gestão dos eventos, tais como: avaliação dos

fornecedores e parceiros; avaliação das oportunidades comerciais; medição das ações de comunicação e dos canais de divulgação; medição dos aspectos que dizem respeito à segurança pública, limpeza, iluminação, acessibilidade e etc.

A captação de eventos é uma boa estratégia para uma localidade atrair visitantes e promover o desenvolvimento local, com iniciativas que movimentam toda uma cadeia produtiva, por exemplo, hospedagem, alimentação, lazer, transportes e outros serviços que os eventos possam demandar.

Mas afinal, quais os benefícios trazidos com a realização dos eventos?

1. Econômico

A realização de eventos possibilita o aumento do turismo, a arrecadação de impostos, a geração de empregos (diretos e indiretos) e renda, e aumento de comercialização de produtos e serviços e etc. Tais impactos podem ser diretos, indiretos e induzidos. Na lógica do turismo, pode-se dizer que os impactos diretos estão relacionados aos gastos dos turistas nos locais receptores. Os impactos indiretos ocorrem quando as prestadoras de serviços turísticos utilizam esses recursos financeiros, que advêm dos turistas, para pagarem os fornecedores de produtos e serviços. Os impactos induzidos acontecem quando os funcionários assalariados (moradores) das empresas turísticas utilizam, na própria localidade, as rendas obtidas pela atividade turística.

2. Social

Os impactos sociais estão relacionados à melhoria da qualidade de vida dos moradores locais, no que diz respeito à segurança, iluminação pública, coleta de lixo e investimentos na infraestrutura urbana, por exemplo, a partir da construção de praças, parques e centros urbanos. Ainda, pode haver melhorias nos transportes públicos e a criação de novas vias de acesso. Portanto, os eventos são importantes para as localidades, uma vez que eles possibilitam deixar um legado para os moradores.

3. Cultural

Contribuir na preservação do patrimônio histórico, artístico e cultural, por exemplo, estimulando as tradições, manifestações culturais e costumes, a partir do artesanato, dança e gastronomia. É importante destacar também as ideias de autoestima e pertencimento dos moradores locais que integram as festividades.

4. Ambiental

É importante identificar e compreender os principais impactos dos eventos, visando uma gestão sustentável, considerando as características particulares de cada evento.

É importante levar em consideração que uma organização de eventos necessita de uma gestão transparente, com ações integradas de comunicação permanente; que estimule a população, com o aproveitamento da mão de obra local. Além disso, valorizar os artistas e as artes locais; facilitar o acesso, adaptando o espaço físico

às questões de acessibilidade; ampliar a visibilidade dos municípios e oferecer oportunidades à população e aos turistas de vivenciar diferentes experiências, aproveitando as características dos municípios.



Considerações finais

O objetivo desta cartilha foi oferecer informações que julgamos importantes para a realização de grandes eventos, para isso, tivemos como ponto de partida o São João de Caruaru, onde foram descritas as mudanças implantadas pela gestão municipal, a partir do ano de 2017. Tais mudanças tornaram as ações planejadas e transparentes, permitindo que os cidadãos tivessem acesso às informações da administração pública, a partir do conhecimento sobre como os recursos públicos foram geridos.

É importante ressaltar que o planejamento jamais deve ser negligenciado. Quando um projeto é bem elaborado torna-se possível que cada etapa seja seguida

com êxito, dominando-se o processo, os gestores terão as habilidades necessárias para desempenhar suas funções, facilitando a tomada de decisão. Outro ponto de destaque é o acompanhamento dos resultados, que permitem ajustes de melhorias e aprendizados. Um trabalho que precisa ser realizado de forma integrada e coesa, alinhando aos interesses da sociedade, com base no viés da sustentabilidade.

Os grandes eventos mudam a rotina dos destinos turísticos, devendo promover benefícios em toda a cadeia produtiva, por exemplo, por meio da geração de emprego e renda aos moradores locais; aumento das atividades comerciais; e arrecadação de impostos. Além do contexto econômico, os impactos também podem refletir em conjunturas social, cultural e ambiental.

Por fim, o conteúdo deste material contribuirá para que os gestores públicos obtenham e desenvolvam os conhecimentos sobre a realização de grandes eventos, adequando-os às diferentes realidades brasileiras.

Mais informações:

DISSERTAÇÃO

Novo sistema de gestão do São João de Caruaru: uma pesquisa-ação sobre a organização do evento na Capital do Forró.

ABNT NBR ISO 20121

Sistemas de gestão para sustentabilidade de eventos – Requisitos com orientações de uso



Referências

AGENDA 2030 para o Desenvolvimento Sustentável. Organização das Nações Unidas. Disponível em: <<https://nacoesunidas.org/pos2015/agenda2030/>>. Acesso em: 06 jul. 2022.

BRASIL, Ministério do Turismo. Serviço 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.

BRASIL. [Constituição (1988)]. *Constituição da República Federativa do Brasil*: promulgada em 5 de outubro de 1988. 4. ed. São Paulo: Saraiva, 1990.

REIS, Ana Carla Fonseca. *Economia da cultura e desenvolvimento sustentável: O caleidoscópio da cultura*. Barueri: Manole, 2007.

SALAZAR, Leonardo Santos. *Novo sistema de gestão do São João de Caruaru: uma pesquisa-ação sobre a organização do evento na Capital do Forró*. Dissertação (Mestrado em Hotelaria e Turismo). Disponível em: <<https://repositorio.ufpe.br/bitstream/123456789/48079/1/DISSERTA%c3%87%c3%83O%20Leonardo%20Santos%20Salazar.pdf>>.

Lista de ilustrações

Capa. (Reprodução/Flickr/Prefeitura de Caruaru). Disponível em: <https://www.flickr.com/photos/prefcaruaru/41181422300/in/album-72157668441148117/>.

Artista popular J. Borges (Reprodução/Flickr/Prefeitura de Caruaru). Disponível em: <https://www.flickr.com/photos/prefcaruaru/48165637486/in/album-72157709348376782/>.

Inclusão pela arte. (Reprodução/Flickr/Prefeitura de Caruaru). Disponível em: <https://www.flickr.com/photos/prefcaruaru/48135695271/in/album-72157709269835312/>.

Mapa dos polos juninos descentralizados do São João de Caruaru. Disponível em: Sedeec (2019).

Maior cuscuz do mundo. (Rafael Lima/Reprodução/Flickr/São João Caruaru). Disponível em: <https://www.flickr.com/photos/sjcaruaru2016/27095543574/in/photolist-46wppg-nC11wW-nWgMoB-nSs1uo-nWg-DEF-nC1hm3-nBZHWx-nUc8eZ-nUpXGq-nC1KeP-nUmRFq-eHTSDY-eHMNrZ-eHTRAs-eHMNS6-eHT-Soo-eHMNEi-uEVXV4-uotZAK-tJ62wn-eHTRYw-uE-VZtK-JarrtS-HhkK7o-eyyEYC-eHMPzg-tJ5Wr2-uEua-DU-uotTPR-eHTSa3-nuqPEe-ejqCAj-eyyFbq-Jkb47P>.

Maestro Mozart e a Orquestra de Pifanos de Caruaru. (Arnaldo Felix/Reprodução/Flickr/Prefeitura de Caruaru). Disponível em: <https://www.flickr.com/photos/prefcaruaru/42474802472/in/album-72157691780253760/>.

Santanna, o cantador. (Arnaldo Felix/Reprodução/Flickr/Prefeitura de Caruaru). Disponível em: <https://www.flickr.com/photos/prefcaruaru/35245655141/in/album-72157682211490804/>.

Abertura do São João de 2019. (Reprodução/Flickr/Prefeitura de Caruaru). Disponível em: <https://www.flickr.com/photos/prefcaruaru/47987231582/in/album-72157708890861398/>.



PROPG
PRÓ-REITORIA DE
PÓS-GRADUAÇÃO

PPHTur
Programa de Pós-Graduação
em Hotelaria e Turismo