



**Universidade Estadual da Paraíba
Centro de Ciências Exatas e Sociais Aplicadas
Campus VII – Patos/Paraíba
Curso de Bacharelado em Administração**

FELIPE VILAR GOMES

**GESTÃO PÚBLICA E PRIVADA DA PRODUÇÃO CULTURAL E ECONÔMICA DO
SÃO JOÃO DA CIDADE DE PATOS-PB NO CONTEXTO REGIONAL**

**Patos - PB
2024**

FELIPE VILAR GOMES

**GESTÃO PÚBLICA E PRIVADA DA PRODUÇÃO CULTURAL E ECONÔMICA DO
SÃO JOÃO DA CIDADE DE PATOS-PB NO CONTEXTO REGIONAL**

Trabalho de Conclusão de Curso (Monografia) apresentada ao Curso de Bacharelado em Administração da Universidade Estadual da Paraíba – Campus VII, como requisito para obtenção do Grau de Bacharel ou Bacharela em Administração.

Área de concentração: Desenvolvimento Regional

Orientador(a): Prof^ª. Dra. Aretuza Candeia de Melo

**Patos-PB
2024**

É expressamente proibida a comercialização deste documento, tanto em versão impressa como eletrônica. Sua reprodução total ou parcial é permitida exclusivamente para fins acadêmicos e científicos, desde que, na reprodução, figure a identificação do autor, título, instituição e ano do trabalho.

G633g Gomes, Felipe Vilar.

Gestão pública e privada da produção cultural e econômica do São João da cidade de Patos-PB no contexto regional [manuscrito] / Felipe Vilar Gomes. - 2024.
69 f. : il. color.

Digitado.

Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Administração) - Universidade Estadual da Paraíba, Centro de Ciências Exatas e Sociais Aplicadas, 2024.

"Orientação : Prof. Dra. Aretuza Candeia de Melo, Centro de Ciências Exatas e Sociais Aplicadas".

1. Gestão cultural. 2. São João. 3. Desafios - Gestão pública e privada. 4. Oportunidades - Produção cultural. 5. Economia regional. I. Título

21. ed. CDD 351.77

FELIPE VILAR GOMES

GESTÃO PÚBLICA E PRIVADA DA PRODUÇÃO CULTURAL E ECONÔMICA DO SÃO
JOÃO DA CIDADE DE PATOS-PB NO CONTEXTO REGIONAL

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado à
Coordenação do Curso de Administração da
Universidade Estadual da Paraíba, como
requisito parcial à obtenção do título de
Bacharel em Administração.

Aprovada em: 16/10/2024.

BANCA EXAMINADORA

Documento assinado eletronicamente por:

- **Aretuza Candeia de Melo** (**.421.224-**), em **29/11/2024 20:46:24** com chave **248c13c2aeac11ef986306adb0a3afce**.
- **Marta Lúcia Nunes** (**.447.104-**), em **29/11/2024 21:37:47** com chave **5276921aaeb311ef8ebb06adb0a3afce**.
- **Alana Candeia de Melo** (**.481.924-**), em **29/11/2024 21:20:55** com chave **f70f3172aeb011efb47506adb0a3afce**.

Documento emitido pelo SUAP. Para comprovar sua autenticidade, faça a leitura do QRCode ao lado ou acesse https://suap.uepb.edu.br/comum/autenticar_documento/ e informe os dados a seguir.

Tipo de Documento: Termo de Aprovação de Projeto Final

Data da Emissão: 30/11/2024

Código de Autenticação: c7b6a9



*Pra chegar nesta festa tão linda
Só Deus sabe o que já passei...
Joguei minha sorte na estrada
Andei na poeira, no sol
Já cantei, já sorri, já chorei
Tudo só por amor ao forró!*

Pinto do Acordeon

Ao Senhor Jesus Cristo, primeiramente, à Nossa Senhora, à Santa Terezinha do Menino Jesus, e a todos aqueles que, durante esta caminhada, me deram força e ajudaram a superar cada obstáculo, dedico este trabalho.

AGRADECIMENTOS

Agradeço a *Deus* por estes cinco anos de trabalho árduo que chegam ao fim neste último trabalho. Ele, que sempre esteve ao meu lado, me dando força, serenidade e a sensatez necessária para tomar cada decisão.

Agradeço aos meus pais, *Geane Vilar* e *José Edson*, razão incondicional do meu viver, por sempre me apoiarem e mostrarem que, apesar da nossa origem humilde, o caminho dos estudos seria a forma correta e honesta de vencer na vida.

Dedico também aos meus *avós maternos* e *paternos*, à minha irmã, *Girleide Vilar*, e ao meu cunhado, *Matheus Alves*.

Aos nobres e estimáveis amigos, *Rainara*, *Estéfanny*, *Iraelly*, *Ryan*, *Marcus*, *Vitória*, *Jonas*, *Leonardo*, *Pâmela* e *Erick*, pelas boas e velhas risadas em momentos difíceis, noites de estudo (às vezes aperreios rsrs) e por se fazerem presentes nesses cinco anos, ou parte deles.

Aos meus professores, em especial à minha digníssima orientadora, *Prof^a Dra. Aretuza Candeia de Melo*, pela brilhante orientação e condução deste trabalho ao longo dos últimos meses, guiando com sabedoria e maestria cada passo a ser trilhado para chegar ao resultado esperado.

E, sem sombra de dúvidas, dedico este TCC a *mim mesmo*, por não ter me deixado desanimar todas as vezes que pensei em desistir, mas, sempre firme, persisti, fui resiliente e cheguei ao final, mostrando que temos capacidade para superar desafios e alcançar nossos sonhos. Que este trabalho seja apenas o começo de um brilhante futuro e de uma trajetória profissional de sucesso.

Aos *estimados professores*, principalmente aqueles com os quais tive uma relação de amizade, foram fundamentais nesse processo e compartilharam seus conhecimentos de maneira perene. Agradeço especialmente à minha ilustre orientadora, que, desde o primeiro encontro, esteve comigo na elaboração deste trabalho, debatendo e contribuindo para o melhor resultado possível.

Por fim, agradeço aos meus grandes amigos, especialmente à minha *Panelinha 12/8*, grupo que, desde o retorno ao presencial, passou a estar comigo, dividindo as mesmas alegrias e preocupações. A *vocês*, expresso minha mais eterna gratidão, pois, em muitas das vezes, as boas e velhas gargalhadas e as partidas de *UNO* no intervalo foram a principal fonte de motivação para encarar este árduo desafio. Vocês marcaram minha vida, e com certeza carregarei a lembrança de cada um e desses momentos para onde for.

RESUMO

A gestão pública e privada da produção cultural e as festas de São João em Patos-PB envolve a colaboração entre o governo e o setor privado. Essa parceria é essencial para planejar e executar o evento no período junino como celebração cultural local, mas também gerando significativo impacto na economia regional. O objetivo geral consistiu em investigar a importância do São João de Patos no âmbito do Terreiro do Forró e o papel da gestão pública e privada na produção cultural, identificando os impactos sociais e econômicos locais, averiguando os desafios, impasses e oportunidades na promoção de geração de emprego e renda, assim como, a relevância de um evento como manifestação cultural regional. A metodologia embasou-se no método qualiquantitativo e na técnica da análise de conteúdo (Bardin, 1977), no qual foi realizada a aplicação de um questionário estruturado com 45 perguntas abertas e fechadas a 72 participantes, incluindo 62 festivaleiros e 10 comerciantes, no período de 19 a 23 de junho de 2024, durante o São João no Terreiro do Forró. O questionário foi aplicado de forma presencial, bem como on-line. O resultado mais relevante deste estudo teve como base a identificação de desafios, impasses, oportunidades e as relações entre a gestão pública e privada na produção cultural do São João de Patos, na promoção do uso do espaço no Terreiro do Forró, assim como traçou o perfil socioeconômico da população participante e a avaliação econômica dos trabalhadores e seu impacto na economia regional. Os desafios e impasses enfrentados na gestão do São João de Patos revelaram a complexidade das relações entre as esferas pública e privada, enquanto as oportunidades emergentes indicam caminhos para a melhoria da produção cultural. Ao promover uma colaboração mais integrada, valorizar a comunidade local e garantir a sustentabilidade econômica, o São João pode continuar a ser um pilar fundamental da identidade e da economia da região.

Palavras-Chave: Gestão cultural. São João. Desafios - Gestão pública e privada. Oportunidades – Produção cultural. Economia regional.

ABSTRACT

The public and private management of cultural production and the São João festivities in Patos-PB involves collaboration between the government and the private sector. This partnership is essential for planning and executing the event during the June period as a local cultural celebration, but also for generating a significant impact on the regional economy. The main objective was to investigate the importance of São João de Patos within the context of Terreiro do Furró and the role of public and private management in cultural production, identifying the local social and economic impacts, examining the challenges, obstacles, and opportunities in promoting employment and income generation, as well as the relevance of the event as a regional cultural manifestation. The methodology was based on a quali-quantitative approach and the content analysis technique (Bardin, 1977), in which a structured questionnaire with 45 open and closed questions was applied to 72 participants, including 62 festival-goers and 10 merchants, from June 19 to 23, 2024, during the São João event at Terreiro do Furró. The questionnaire was administered both in person and online. The most relevant result of this study was the identification of challenges, obstacles, opportunities, and the relations between public and private management in the cultural production of São João de Patos, in the promotion of the use of the space at Terreiro do Furró. The study also outlined the socioeconomic profile of the participating population and the economic assessment of the workers and their impact on the regional economy. The challenges and obstacles faced in the management of São João de Patos revealed the complexity of the relations between the public and private sectors, while the emerging opportunities indicate ways to improve cultural production. By promoting more integrated collaboration, valuing the local community, and ensuring economic sustainability, São João can continue to be a fundamental pillar of the region's identity and economy.

Keywords: Cultural management. São João. Challenges - Public and private management. Opportunities - Cultural production. Regional economy.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1: Administração Cultural no contexto das esferas.....	14
Figura 2: Tríade da gestão cultural a partir da globalização cultural.....	18
Figura 3: Pilares da Administração, segundo Chiavenato (2003).....	20
Figura 4: Grupo junino Moleka 100 Vergonha.....	22
Figura 5: Área de estudo.....	25
Figura 6: Metodologia aplicada na pesquisa.....	26
Figura 7: Área de desapropriação do Terreiro do Forró.....	29
Figura 8: Projeto de ampliação do Terreiro do Forró.....	30
Figura 9: Montagem da área Vip no Terreiro do Forró.....	30
Figura 10: Terreiro do Forró.....	31
Figura 11: Delimitação da Área Vip e o palco principal.....	33
Figura 12: Reportagem com Wesley Barbosa, representante da <i>Coollab Creative</i>	35
Figura 13: Imagem aérea do Terreiro do Forró.....	39
Figura 14: Barraqueiras e ambulantes atuando no Terreiro do Forró.....	48
Figura 15: Área delimitada para atuação dos barraqueiros fixos.....	50
Figura 16: Reportagem com Josemila Nóbrega, Secretária.....	51
Figura 17: Comerciante do ramo de comidas atuando no Terreiro do Forró.....	56

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1: Concepção em relação a organização do São João diante da Gestão Municipal e o sistema.....	34
Gráfico 2: Avaliação da organização estrutural, percepção cultural e concepção da área privatizada do Terreiro do Forró.....	35
Gráfico 3: As áreas privatizadas do Terreiro do Forró diminuem os festivaleiros e comerciantes menos favorecidos economicamente, mesmo sendo uma festa popular.....	37
Gráfico 4: Percepção cultural do participante em relação ao evento.....	39
Gráfico 5: Levantamento do gênero, faixa etária, escolaridade e origem dos participantes do São João de Patos-PB.....	42
Gráfico 6: Perfil da renda econômica dos festivaleiros do São João de Patos.....	42
Gráfico 7: Em qual local se hospeda e quando gasta por noite participada.....	43
Gráfico 8: Compra no comércio local e produtos mais adquiridos.....	44
Gráfico 9: Escolha e tempo de participação no São João de Patos.....	45
Gráfico 10: Reputação do São João, escala de satisfação e o São João como festejo cultural..	46
Gráfico 11: Análise do gênero, faixa etária, escolaridade e origem dos participantes do São João de Patos-PB.....	47
Gráfico 12: Local das atividades no São João de Patos, tipo de atividade comercial e tipo de trabalho.....	50
Gráfico 13: Local das atividades no São João de Patos, tipo de atividade comercial.....	55
Gráfico 14: Tamanho do empreendimento, colaboradores e ajudantes.....	57
Gráfico 15: Tempo diário dedicado às atividades, média de arrecadação capital, grau de satisfação na realização dos negócios e pretensão de investimentos durante a realização do São de Patos no Terreiro do Forró e do seu entorno.....	59

LISTA DE QUADROS

Quadro 1: As áreas privatizadas do Terreiro do Forró diminuem os festivaleiros e comerciantes menos favorecidos economicamente, mesmo sendo uma festa popular.....	37
Quadro 2: Produtos comercializados no período das festividades de Patos.....	51
Quadro 3: Seleção ou cadastro por parte da PMP, capacitação para os trabalhadores, determinação, regras e horários de funcionamento.....	52
Quadro 4: Produtos comercializados no período das festividades de Patos.....	55
Quadro 5: Tipo de trabalho que desempenha na vida cotidiano.....	56
Quadro 6: Existe alguma diferença perceptível na sua atividade empreendedora durante o período do São João.....	58

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO.....	12
2	FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA.....	14
	2.1 Administração pública e privada sob a ótica cultural.....	14
	2.2 Gestão cultural como fator de desenvolvimento do mercado.....	16
	2.3 Cultura administrativa e as relações entre as festas juninas no Nordeste brasileiro....	21
3	METODOLOGIA.....	25
	3.1 Área de estudo.....	25
	3.2 Procedimentos metodológicos.....	26
4	RESULTADOS E DISCUSSÃO.....	29
	4.1 Contextualização do São João de Patos no Terreiro do Forró.....	29
	4.2 Atuação da gestão público-privado na produção cultural do São João de Patos.....	33
	4.3 Terreiro do Forró no período do São João de Patos: atores sociais na vertente dos festivaleiros e comerciantes.....	40
	4.3.1 Festivaleiros.....	41
	4.3.2 Comerciantes.....	46
5	CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	61
6	REFERÊNCIAS.....	62
	APÊNDICE(S)	

1 INTRODUÇÃO

A gestão pública e privada da produção cultural envolve a colaboração entre diferentes setores governamentais, empresariais e da própria sociedade para execução de atividades culturais. A produção cultural desempenha um papel fundamental na identidade e no desenvolvimento das comunidades regionais de todo o país, especialmente, da Região Nordeste no período junino. Todavia, a gestão da produção cultural no contexto regional, enfrenta desafios complexos que envolvem a conciliação entre a preservação das tradições locais, o estímulo à economia criativa e o atendimento às demandas da comunidade.

Para o Instituto Alvorada Brasil (IAB, 2014), a produção cultural é essencial para a formação da identidade e o fortalecimento das comunidades regionais, pois promove a reflexão sobre as raízes culturais, contribuindo para a afirmação da identidade de um povo e sua conexão com a região. Ela envolve o planejamento e a execução de eventos e atividades culturais que ajudam a consolidar essa identidade cultural.

A partir desta ótica, surgiu a ideia de se trabalhar com o tema “Gestão pública e privada da produção cultural e econômica do São João da Cidade de Patos-PB no contexto regional”, que vão desde as questões de infraestrutura até a promoção da identidade cultural e o alcance de metas socioeconômicas do desenvolvimento regional. Desse modo, o foco da pesquisa foi o São João na área do Terreiro do Furró – “É da Gente”, um evento realizado pela Prefeitura Municipal de Patos, em uma parceria público-privada com a empresa *Coollab Creative*.

Nos últimos tempos, este evento tem ganhado notoriedade em todo o país, sendo reconhecido, inclusive, como Patrimônio Cultural Imaterial do Estado da Paraíba, através da Lei Nº 12.728, de 04 de julho de 2023, de autoria da Deputada Estadual Francisca Motta. Com base na formalização justifica-se a realização da referida pesquisa, que se originou a partir do questionamento: como a gestão influencia na produção cultural e econômica no contexto regional do São João da Cidade de Patos-PB, e quais são os desafios, impasses e oportunidades enfrentados pelos atores constituintes, como festivaleiros e comerciantes locais?

O objetivo geral deste estudo consistiu em investigar a importância do São João de Patos no âmbito do Terreiro do Furró e o papel das gestões pública e privada na produção cultural e econômica, identificando os impactos sociais e econômicos locais, averiguando os desafios, impasses e oportunidades na promoção de geração de emprego e renda, assim como, a

relevância de um evento enquanto manifestação cultura regional. Os objetivos específicos deste estudo foram:

1. Realizar uma investigação das gestões pública e privada da produção cultural do São João na Cidade de Patos-PB;
2. Compreender as abordagens que influenciam a preservação cultural, o desenvolvimento econômico e a participação da comunidade no São João de Patos no Terreiro do Forró;
3. Identificar a dinâmica dos negócios – (trabalhos) realizados pelos comerciantes locais no âmbito interno e externo do Terreiro do Forró, numa visão organizacional de fonte e renda;
4. Destacar a importância dos trabalhadores em meio ao São João de Patos, especialmente, no Terreiro do Forró, dentro do processo de toda a logística no contexto das atividades desenvolvidas, tanto os fixos como os ambulantes.

A justificativa da pesquisa parte da consolidação do São João de Patos-PB como um significativo evento cultural, desempenhando um papel essencial da identidade cultural e na dinâmica econômica local, ao atrair não apenas residentes regionais, mas também turistas provenientes de diversas regiões do país, assim como a gestão pública e privada de Patos pode se constituir em um processo primordial para promover a sustentabilidade do São João de Patos, impulsionando o desenvolvimento econômico local e regional e a preservação cultural.

Portanto, com base no que foi ressaltado anteriormente, a estrutura da presente pesquisa encontra-se dividida em seis partes, assim constituídas:

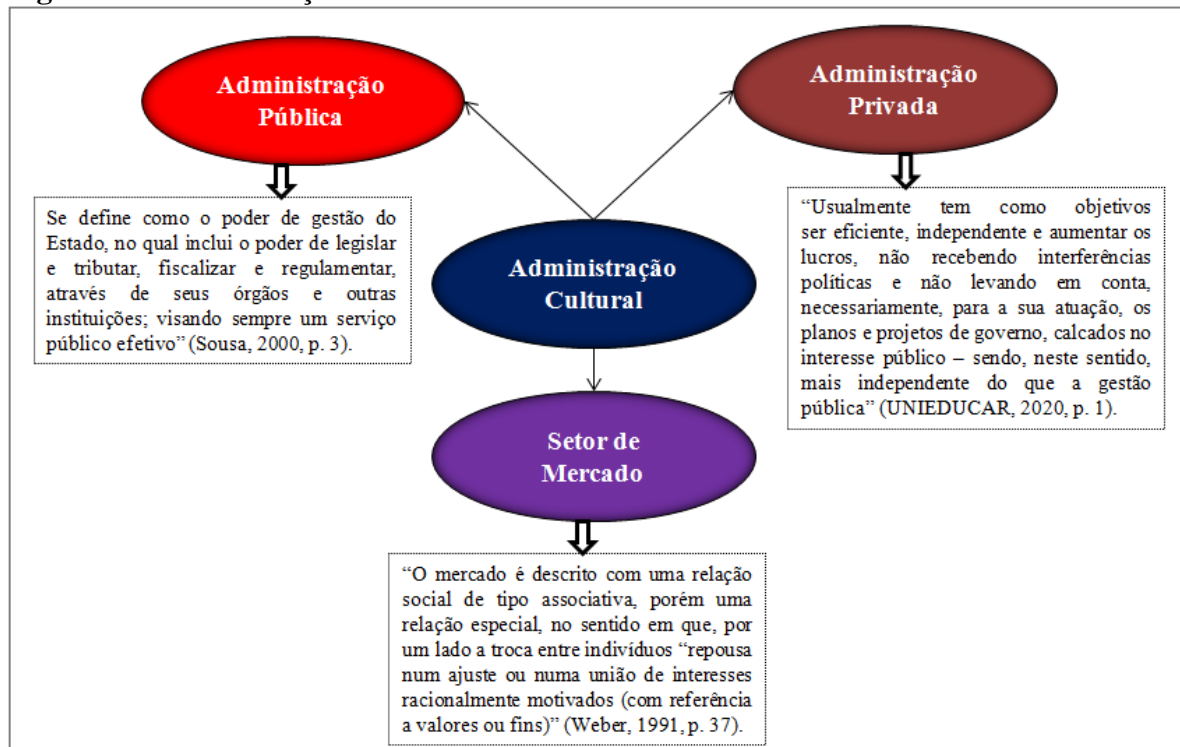
1. Introdução – breve reflexão sobre o tema abordado, como importância; relevância do tema; objetivos gerais e específicos; problemática e justificativa.
2. Fundamentação teórica: 1 – administração pública e privada sob a ótica cultural; 2 – gestão cultural como fator de desenvolvimento do mercado; 3 – cultura administrativa e as relações entre as festas juninas no Nordeste brasileiro.
3. Metodologia: 1 – descrição da área estudada; 2 – procedimentos metodológicos.
4. Resultados e discussão: 1 - contextualização do São João de Patos no Terreiro do Forró; 2 - atuação da gestão público-privado na produção cultural do São João de Patos; 3 - Terreiro do Forró no período do São João de Patos: atores sociais na vertente dos festivaleiros e comerciantes.
5. Considerações finais: resumo dos principais pontos abordados no trabalho, limitações e propostas para futuros trabalhos.
6. Referências: lista das fontes de informação utilizadas para a elaboração do trabalho.

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

2.1 Administração pública e privada sob a ótica cultural

A Administração Cultural encontra-se no contexto das esferas pública e privada, e essas constam de ações provenientes do sistema governamental a nível municipal, estadual e/ou federal, bem como, o direcionamento para o setor de mercado (Figura 1). Para Marques (1995), determinadas estruturas administrativas foram criadas a partir do espaço político próprio que as atividades culturais adquiriram nas sociedades contemporâneas. Essa administração, também entendida como gestão cultural, surgiu ao passo em que a cultura se transformou em “elemento constitutivo de uma determinada etapa civilizacional”, adquirindo características que são diferenciadas ao longo do tempo.

Figura 1 – Administração Cultural no contexto das esferas



Fonte: Próprio autor, 2024.

Sodré (2017) relata que a gestão cultural envolve um processo muito mais complexo do que simplesmente reconhecer e interpretar as potencialidades sociais, econômicas e políticas da produção cultural no Brasil. “A questão hoje é muito mais ampla – e muito mais problemática

– quando se considera a importância do saber ou da ‘cultura’ na economia do conhecimento que perpassa a produção industrial ou a prestação de serviços” (Sodré, 2017, p.14).

Nesse sentido, ao abordar o viés público e privado do setor, Thiry-Cherques (2001) já afirmava que existem barreiras à administração pública da cultura que estão longe de serem integralmente superadas, tais como a aversão distributiva entre os segmentos do aparelho de Estado, o desequilíbrio entre os subsetores culturais e a falta de critério na escolha dos beneficiários dos recursos, ao mesmo tempo em que, por parte da iniciativa privada, se vive a miséria da ganância irracional.

A diversidade de objetos culturais representa possivelmente o aspecto mais intrigante dos tempos contemporâneos. Doria (2001) relata que para compreender esse fenômeno, é inevitável recorrer a comparações simplificadas, como a analogia com o mercado. Isso se deve ao fato de que, se os “bens culturais” fossem apenas meros veículos de mercadorias (seu valor de uso), não haveria motivo para dedicar-lhes tamanha atenção. O autor argumenta que a indústria cultural alcançou uma expansão significativa, com números cada vez mais expressivos, levando o Estado a redefinir seus vínculos com a produção e o consumo de cultura.

A cultura passou a ser vista como indústria a partir do final da década de 1940, quando já era possível identificar a existência de um setor de produção cultural alinhado às estruturas de mercado da época. A categoria indústria cultural se caracteriza pela revolução industrial, o capitalismo liberal, a economia de mercado e a sociedade de consumo (Coelho, 1980). Em paralelo, ao analisar historicamente a atuação do Estado na área cultural, é possível perceber que o setor nunca foi unanimidade entre as políticas governamentais, presenciando-se uma constante instabilidade.

Fazendo um recorte a nível nacional, entre os anos de 1930 e 1953, as ações do Estado no setor estiveram sob a responsabilidade do Ministério da Educação e Saúde Pública (MESP), conforme (Hochman, 1998). Posteriormente, em 1953, a pasta foi desmembrada, dando lugar ao Ministério da Saúde e ao Ministério da Educação e Cultura (MEC). Todavia, somente no ano de 1975, após o lançamento da Política Nacional de Cultura (PNC), que a área cultural passou a ocupar um lugar de destaque entre as políticas governamentais.

O primeiro Ministério exclusivo para a área cultural no Brasil surgiu apenas em 1985, com o início do governo do então Presidente José Sarney. Até esse período, nunca houve um órgão dedicado explicitamente à formulação, implementação e coordenação das políticas governamentais voltadas especificamente para a área. No entanto, a criação do Ministério da Cultura não proporcionou à área cultural a estabilidade institucional esperada. Nos seus primeiros 10 anos de existência, a pasta teve oito ministros. Além disso, durante o governo

Collor, entre 1990 e 1992, o Ministério foi extinto, dando lugar à Secretaria da Cultura, que por sua vez teve dois secretários nesse período (Silva, 2001).

Ainda na década de 1990, um movimento de reestruturação do setor foi criado após toda a instabilidade presenciada na década passada. A partir de incentivos fiscais, o poder público federal buscou um modelo de financiamento da cultura, reafirmando o papel do Estado como impulsionador do setor, o que, por sua vez, despertou o interesse das indústrias em novas formas de investimento e envolvimento na esfera cultural (Balaban, 1998).

Nesse viés, a ideia central do governo, no que diz respeito às empresas, foi oferecer-lhes benefícios fiscais generosos para criar as condições institucionais e o ambiente necessário para que elas pudessem investir quantias mais substanciais no desenvolvimento cultural do país, estimulando a estruturação de uma mentalidade empresarial moderna, na qual as vantagens dos incentivos fiscais para a cultura estão ligadas tanto ao marketing cultural quanto ao compromisso das empresas com suas comunidades.

Moises (1998) destaca que o objetivo da política governamental não se limitava a oferecer benefícios contábeis às empresas, mas buscava estabelecer um ambiente propício e uma mentalidade coletiva favorável à colaboração entre Estado, produtores culturais e empresas para a criação e produção cultural. Nessa abordagem, essa colaboração se tornava um compromisso das partes com o público.

Portanto, durante os séculos XIX e XX, o Estado brasileiro determinou à sociedade o que reconhecia como cultura, legalizando-a e estabelecendo uma máquina administrativa complexa e diversificada em torno dela. Esse processo resultou na criação de uma burocracia empenhada na manutenção desse sistema e, por meio de diversas políticas, alinhou artistas e intelectuais aos padrões que adotou para essa esfera pública (Dória, 2001).

Feijó (2003) estabelece que as políticas culturais sempre fossem influenciadas por interesses, e a redução do papel do Estado resultou em uma notável falta de políticas culturais. Dessa forma, em um contexto globalizado, as políticas culturais tendem a servir a uma cultura que pode ser considerada como um meio de distração para as pessoas, sem deixar espaço para a crítica e transmitindo uma imagem distorcida de espontaneidade e democracia.

Por conseguinte, a falta de uma política cultural em nível municipal contribuiu para a proliferação do individualismo e da cultura de mercado, conforme aborda Moreira (2000). Na maioria das vezes, os gestores públicos municipais relegam as políticas culturais a um papel secundário, deixando para os governos estadual e federal a responsabilidade, que, por sua vez, muitas vezes delegam sua regulamentação ao mercado cultural, promovendo, assim, a privatização da cultura.

2.2 Gestão cultural como fator de desenvolvimento do mercado

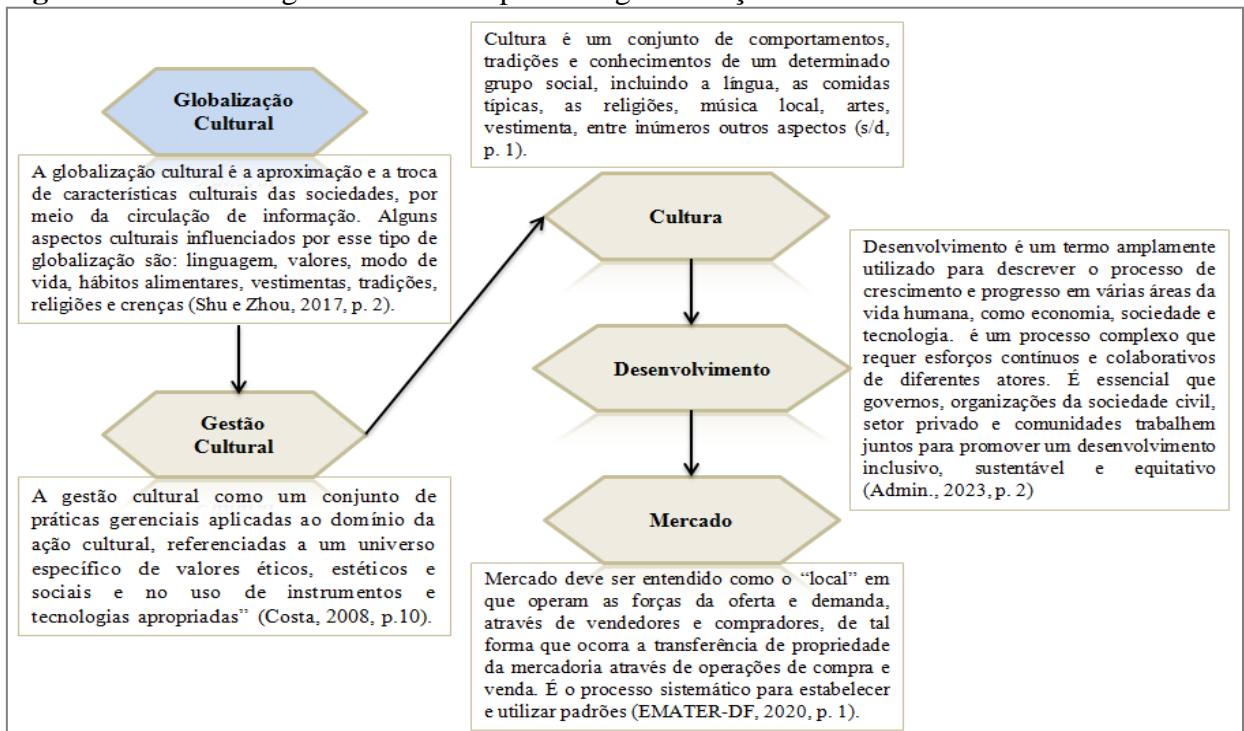
O termo cultura é controverso e abrange diversos aspectos. Sua definição envolve diferentes abordagens, englobando áreas como sociologia, antropologia, comunicação, estética, religiosidade, economia, agricultura e até política. No contexto do mundo globalizado, a própria identidade é moldada pela diversidade cultural. Porto (2012), diz que a partir de meados dos anos 1980, a liberalização do comércio, o aumento do consumo e a expansão global das comunicações ampliaram as noções tradicionais de cultura. Com o mercado neoliberal, esse passou a gerar novas áreas de trabalho, tornando-se cada vez mais globalizada e deixando de ser vista apenas como uma manifestação isolada de um povo.

A cultura passou a ser vista como um fenômeno dinâmico e interconectado, gerando novas áreas de trabalho relacionadas à indústria cultural, ao turismo, à mídia e à tecnologia. Com a influência do mercado neoliberal, houve um incentivo ao consumo cultural em escala global, levando à circulação de ideias, estilos e formas de vida que transcendem fronteiras regionais e nacionais. Essa globalização cultural não apenas enriquece as interações sociais, mas também suscita debates sobre questões de identidade, autenticidade e a possível homogeneização da cultura.

Essa perspectiva ressalta a importância de considerar a cultura como um campo em constante transformação, influenciado por fatores econômicos e sociais que moldam as relações entre diferentes grupos e sociedades em um mundo globalizado. Decorrente de um processo da globalização cultural, que ocorrem desde o final do século XX, ligado à tríade da gestão cultural.

Esse tipo de gestão desempenha na cultural de um povo a transformação do desenvolvimento conectado com os traços marcantes do mercado inovador. Que indicam sistemas de negócios, tais como: práticas culturais, comunicação e incentivo suficientes para o desempenho da gestão cultural, que surgem de valores sociais pós a globalização cultural. A tríade a partir da globalização cultural refere-se a três pilares essenciais que interagem e se influenciam nesse contexto: globalização cultural, gestão cultural e cultura (Figura 2).

Figura 2 – Tríade da gestão cultural a partir da globalização cultural



Fonte: Próprio autor, 2024.

Nesse sentido, Batista (2021, p. 10) diz que “pensar a gestão cultural passa a ser, em certo modo, um elemento primordial da atividade governamental, bem como para o progresso social, trazendo, por finalidade, a melhoria no desempenho das instituições públicas e privadas ligadas com a vida cultural de determinado contexto global”. Diante da transformação proporcionada pela globalização, a cultura torna-se um fator fundamental para diversas áreas, como política e economia. Esse processo desenvolve um sistema de constante incorporação de novas criações, produções e comunicações. Analisando o Sistema de Informações e Indicadores Culturais (SIIC), Porto (2012) destaca que a cultura é cada vez mais integrada à economia política, contribuindo anualmente com uma parcela crescente da arrecadação tributária, gerando renda e criando empregos.

As transformações significativas que a cultura vem passando ao longo dos anos podem ser constatadas ao considerar o potencial artístico do povo como um impulsionador da perspectiva econômica e analisar o aumento dos investimentos de empresas privadas e do governo na área cultural. Para Porto (2012), essas mudanças ocorrem tanto na luta pela preservação de costumes, tradições e valores, quanto no esforço de estabelecer a consciência política na área cultural como um fator essencial para a educação, a formação e o respeito às exigências e potencialidades de um povo.

Com o surgimento de novas demandas na produção cultural, a formação de gestores culturais em grandes cidades e municípios de menor porte tornou-se fundamental para a expansão das produções, realizações e reflexões nas políticas culturais. Conforme Corrêa (2004), essa formação é essencial para promover a “formação de público” e ampliar a educação e a mobilização artístico-cultural. No entanto, o autor citado ressalta que o principal desafio dessa nova profissão é conscientizar a sociedade sobre a importância da cultura e incentivar o interesse da população em participar de atividades culturais.

Corrêa (2004) também aponta que o desenvolvimento e a formação dos profissionais de Gestão Cultural ainda são temas de discussão atualmente. Isso se deve ao fato de que essa profissão emergiu das rápidas transformações causadas pela globalização e das mudanças e demandas da sociedade contemporânea.

Formar público é um processo que demanda tempo, ações de longo prazo, e deve ser um compromisso de todos os que, de alguma forma, relacionam-se com o mercado cultural. Compromisso que deve ser assumido não só por artistas e produtores culturais, mas que inclui, como parte do processo, o trabalho dos profissionais das diversas esferas governamentais, (...) e principalmente de educadores (Corrêa, 2004, p. 78).

A formação de um profissional na área cultural surge da necessidade de reflexão e aprofundamento dos conceitos de cultura e seu papel na sociedade. Mesmo sem muita “profissionalização”, os envolvidos buscavam criar um cenário que, no futuro, pudesse oferecer um campo e um mercado adequados para sua atuação.

Com o advento dessa profissionalização, após o período de formação, o produtor cultural evolui para um profissional da cultura, sendo então denominado gestor cultural. Cunha (2007) observa, entretanto, que ainda existe uma indefinição sobre a distinção entre produtor e gestor cultural, tornando esse tema uma questão debatida dentro do próprio mercado de trabalho.

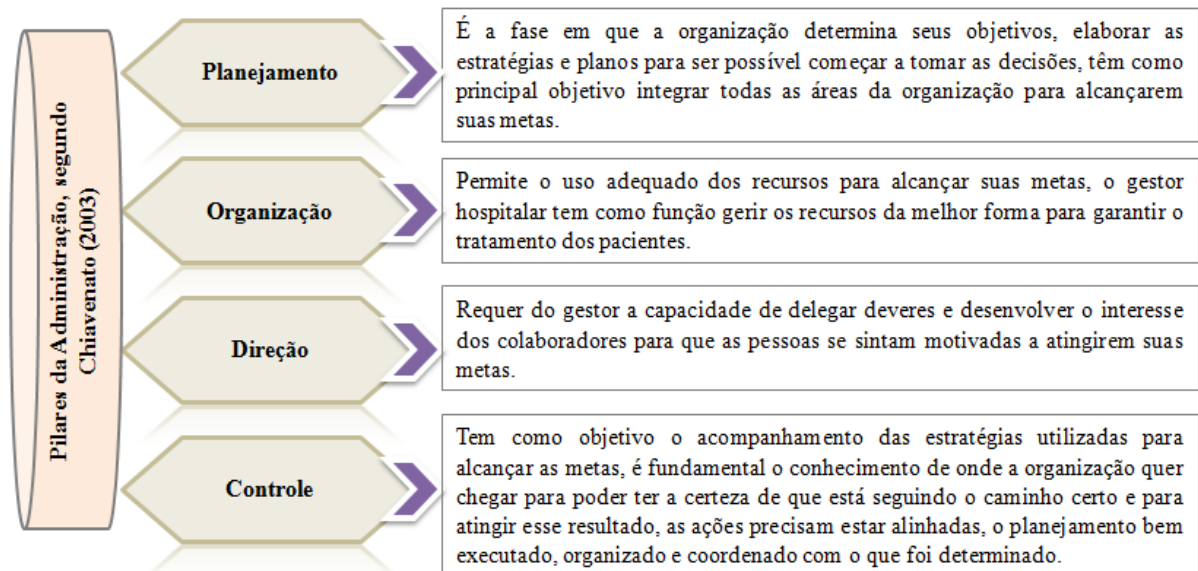
Essa diferenciação é uma ação ou o reflexo da realidade vivida por esses profissionais que, diante da complexificação das relações de trabalho, deparam com esse questionamento, no qual o produtor tem sido colocado como um profissional mais executivo e o gestor no âmbito das ações mais estratégicas. No entanto, apesar de serem identificadas como duas profissões diferentes, elas se confundem enquanto ocupação de espaços de atuação no mercado cultural e, principalmente, em relação aos saberes desenvolvidos em cada profissão, coexistindo, ao mesmo tempo, no mercado de trabalho (Cunha, 2007, p. 7).

A autora acima citada destaca que, a geração mais recente de gestores culturais começou a atuar de forma efetiva a partir de 1999, início do século XXI. “Eles encontraram as estruturas organizacionais do sistema público de culturas bem mais delimitadas e, ao mesmo tempo, um

mercado mais atuante no que diz respeito à participação no processo de investimento, à criação, à produção e ao consumo de bens culturais” (Cunha, 2007, p. 5).

Segundo Porto (2012, p. 48), por ser uma profissão ainda em desenvolvimento e formação, tanto no mercado quanto no reconhecimento profissional pela sociedade, o trabalho do gestor cultural não é algo simples. Os pilares da Ciência da Administração consistem em planejamento, organização, direção e controle, que contemplam o conhecimento das políticas culturais – sejam públicas, privados ou do terceiro setor – são essenciais para delinear os objetivos e funções necessários para um desempenho eficaz desse profissional, conforme Chiavenato (2003) – (Figura 3).

Figura 3 – Pilares da Administração, segundo Chiavenato (2003)



Fonte: Próprio autor, 2024.

Uma habilidade essencial para esses profissionais é a capacidade de interagir de forma interdisciplinar com os debates sobre arte, cultura, educação, cidadania e sociedade. Além dessa ampla interação, o gestor cultural deve navegar por várias outras áreas do conhecimento, como economia, políticas culturais, direito, administração, comunicação e marketing. Desse modo, é possível afirmar que o profissional da cultura “deverá ser capaz de materializar e dinamizar no âmbito local, regional e nacional as práticas que configuram a cultura de uma comunidade (Cunha, 2007, p. 4).

2.3 Cultura administrativa e as relações entre as festas juninas no Nordeste brasileiro

A questão da cultura no âmbito administrativo e organizacional ganhou destaque nas últimas duas décadas, embora não seja um tema inteiramente novo. O termo “cultura organizacional” começou a ser amplamente utilizado a partir do final dos anos 1970 e início dos anos 80 para identificar este novo campo de interesse dentro da administração (Barbosa, 1996). Reconhece-se que a cultura de uma empresa é uma variável significativa, capaz de atuar como um desafio ou um facilitador na implementação e adoção de novas políticas administrativas, e também influenciar seu desempenho econômico (Kotter; Haskett; *apud* Barbosa, 1996).

Schein (2010) aborda que a cultura organizacional trata de um conjunto de pressupostos fundamentais compartilhados por um grupo, desenvolvido ao enfrentar desafios de adaptação externa e integração interna. Esse conjunto se mostra eficaz o bastante para ser considerado válido e, conseqüentemente, transmitido aos novos membros como a abordagem adequada para perceber, pensar e sentir em relação a esses desafios. Todavia, há uma preferência entre o uso dos termos cultura administrativa e cultura organizacional.

Barbosa (1996) aponta que o termo “cultura administrativa” seria mais adequado para abordar a dimensão simbólica da vida empresarial e administrativa, pois destaca com maior clareza a importância da relação entre os diferentes tipos de instituições que administram e a administração em si com o universo social em que estão inseridas.

A cultura administrativa como o “conjunto de lógicas e valores contextualizados de forma recorrente na maneira de administrar de diferentes sociedades” (Barbosa, 1996, p. 19). Nesse contexto, tais valores não são demasiadamente inerentes à tarefa de gerir recursos humanos e materiais, e refletem as mesmas normas de interpretação da realidade que guiam a vida social em geral, embora sejam hierarquizados e aplicados de maneira diversa dentro das instituições de gestão. As particularidades desses sistemas de valores no contexto de empresas, organizações de serviços, sindicatos, fundações filantrópicas e similares podem ser compreendidas através de uma análise sociológica da sociedade que os envolve.

A abordagem sociológica do conceito de cultura administrativa revela uma interdependência entre as várias instituições, teorias, práticas e políticas administrativas presentes em cada contexto social. Esses elementos podem fornecer compreensões importantes para a gestão de recursos humanos e materiais, mesmo quando não são convencionalmente relacionados a essa área específica.

Em uma correlação com a área de estudo desse trabalho, evidencia-se que as festas juninas no Nordeste brasileiro são exemplos notáveis de organização e criatividade, tanto na alocação de recursos, sejam eles humanos, financeiros, artísticos, quanto no uso de materiais, destacando-se nitidamente em comparação com outros aspectos de nossa vida administrativa.

Desse modo, a cultura administrativa desempenha um papel fundamental, onde tais eventos demandam uma complexa rede de organização e coordenação entre diversos agentes, que incluem governos locais, entidades privadas, comunidades e patrocinadores, por exemplo. Para Pereira (2019, p. 20) a:

Região Nordeste é de grande destaque por promover as maiores festas junino do país ou até mesmo do mundo, sendo o principal meio turístico que mais cresce economicamente quando se tratam de mega eventos urbanos. Sua origem está relacionada às credices populares europeias, que se baseia nos cultos pagãos em adoração ao sol, no período do solstício de verão. Que ao passar das décadas, foi incorporado pelo catolicismo, como datas importantes na comemoração das festividades de alguns Santos da Igreja Católica, precisamente Santo Antônio, São João e São Pedro. No Brasil, essa festa ficou marcada por fazer ligação ao mês de julho. Mês esse, que os agricultores eram responsáveis pela colheita de todo o material derivado da agricultura local, como o milho, símbolo do circuito junino nordestino, com isso, a origem da festa partiu do cenário rural, atingindo o perímetro urbano, nos dias de hoje (Figura 4).

Figura 4 – Grupo junino Moleka 100 Vergonha



Fonte: Acervo da Moleka 100 Vergonha, 2019.

Cascudo (1988), afirma que os portugueses são os precursores dessas comemorações no nosso país, destacando a presença muito forte dos traços folclóricos e religiosos. Uma junção do profano e do sagrado, como elementos essenciais para a formação da cultura popular nordestina. Os festejos juninos, em um cenário regional, têm uma significação pautada inicialmente a partir de um conjunto de ideias e elementos do imaginário popular, bem como, ligados aos traços do catolicismo.

As festas juninas são eventos de importância relevante para a cultura do Nordeste brasileiro, destacando as ricas tradições tais como: quadrilhas, danças e comidas típicas, entre outros, além de promoverem valores comunitários e de cooperação. Estas não são apenas celebrações religiosas, mas também manifestações de identidade cultural, fortalecimento de laços sociais e de impulso econômico significativo, atraindo turistas e fomentando negócios locais. As festas integram as comunidades, reforçando a ideia de pertencimento e coesão social através da preservação de práticas culturais antigas e adaptações contemporâneas (Pereira (2019).

A diversidade cultural e a gestão destes eventos revelam um aspecto fascinante da administração pública e privada no Nordeste. Assim, cria-se um intercâmbio de saberes e práticas que enriquece ainda mais a experiência festiva. As festas juninas, no Nordeste, estão diretamente relacionadas ao início da colheita do milho e fazem referência principalmente a três santos da Igreja Católica: Santo Antônio, comemorado no dia 13; São João Batista, no dia 24; e São Pedro, no dia 29. Nesse sentido, Amaral (1998, p. 159) destaca que “a comemoração das festas juninas é certamente herança portuguesa no Brasil, acrescida ainda dos costumes franceses que a elas se mesclaram na Europa” e que trazem na sua realização um sentido religioso.

Pessoa (2005, p. 26), afirma que “a Igreja Católica foi assumindo a maioria dos símbolos das festas juninas, inserindo neles a sua lógica organizativa e os seus valores religiosos e rituais”. Anteriormente ligada à dimensão comunitária e às celebrações em casa de familiares e amigos, tal prática festiva expandiu-se e tornou-se mais complexa, englobando diversos agentes e espaços. Além disso, os festejos juninos têm sido fortemente influenciados pelas dinâmicas socioculturais da própria sociedade, que ressignifica e atualiza continuamente as formas de celebração da cultura popular.

Tais mudanças transcorreram principalmente a partir da década de 1970, quando um novo formato para as festas juninas começou a ser delineado graças à iniciativa de prefeituras, empresas, comerciantes e setores governamentais de estados como Bahia, Paraíba, Pernambuco, Rio Grande do Norte e Sergipe (Castro, 2010). Esses grupos passaram a investir na espetacularização das festas juninas como uma estratégia para a projeção midiática e turística das cidades.

Com o foco na espetacularização do evento e projeção das cidades, as festas juninas passaram a demandar um planejamento minucioso que abrange aspectos como logística, segurança, programação cultural e infraestrutura, e que serão coordenados, com base,

justamente, na cultura administrativa. Schein (2010) destaca que uma cultura organizacional forte pode facilitar a coordenação e integração das atividades.

A administração dessas festividades deve respeitar e realçar as tradições culturais, assegurando a autenticidade das celebrações. Isso inclui a preservação de práticas tradicionais, como a dança da quadrilha, musicalidade regional e a gastronomia típica, que são elementos essenciais para a identidade cultural da região. Geertz (1973) ressalta que a cultura é um conjunto de significados transmitidos ao longo da história e incorporados em símbolos, por meio dos quais as pessoas comunicam, perpetuam e desenvolvem sua compreensão e suas atitudes em relação à vida.

Não menos importante, as festas juninas têm um impacto socioeconômico considerável, principalmente na economia local, a partir da geração de empregos temporários que aumentam, consequentemente, a renda para comerciantes e prestadores de serviços durante o período das festividades. Uma gestão administrativa eficaz pode potencializar esses benefícios econômicos por meio de um planejamento criterioso e ao incentivar a participação dos negócios locais. Silva (2012) destaca que as festas juninas no Nordeste desempenham um papel crucial como fonte de renda para muitas famílias, além de impulsionarem o desenvolvimento econômico local.

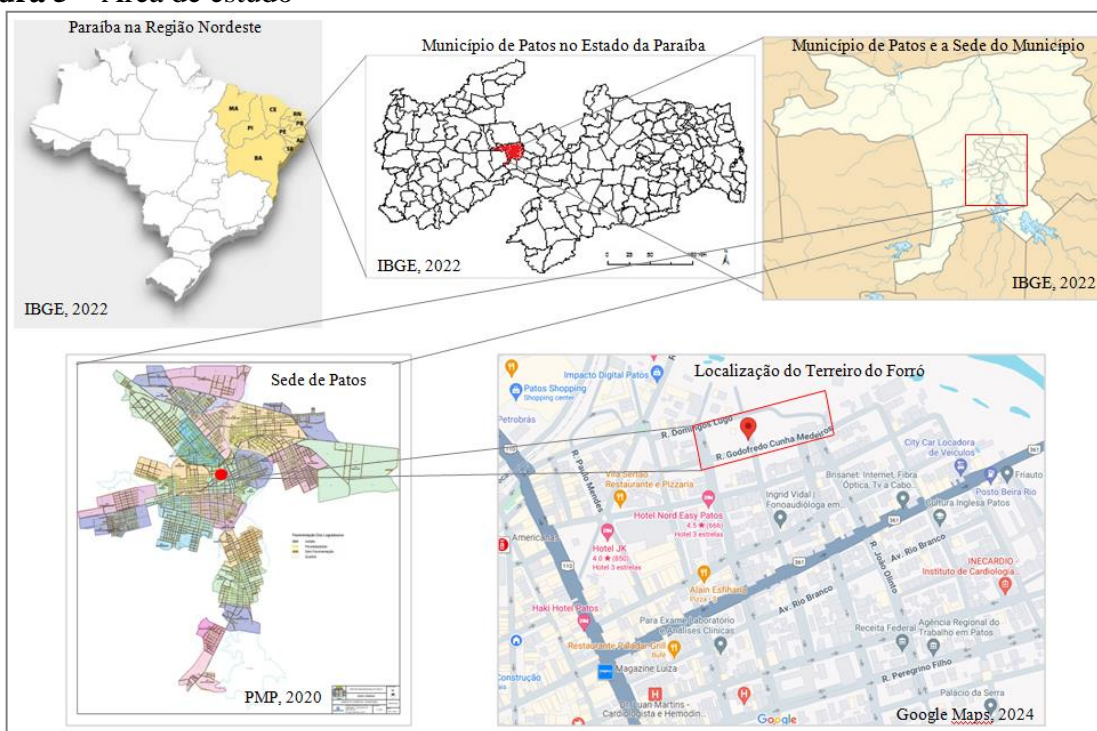
3 METODOLOGIA

3.1 Área de estudo

O Município de Patos localiza-se no Sertão do Estado da Paraíba, na Região Nordeste brasileiro, na Região Metropolitana, Imediata e Intermediária de Patos, que determina o seu alto alcance de influência regional na área dos serviços e comércios. A cidade tem uma localização geográfica privilegiada e de importância ímpar. O Município de Patos limita-se ao Norte com o município de São José de Espinharas, ao Sul, com São José do Bonfim, ao Leste, com São Mamede e a Oeste, com Santa Terezinha.

A área de estudo, o Terreiro do Forró, situa-se na interseção do Centro com o Bairro do São Sebastião, e especificamente fica no Bairro Brasília, entre as Ruas Darcílio Wanderley, Domingos Lugo e a Rua Godofredo Medeiros, nas proximidades do Colégio Santo Expedito. Apresenta uma área de 23.200 metros quadrados, com uma capacidade populacional de 120 mil pessoas (CONFIRA, 2020, p. 1) - (Figura 5).

Figura 5 – Área de estudo



Fonte: Elaborado pelo próprio autor com base no IBGE (2022); PMP (2020); *Google Maps* (2024).

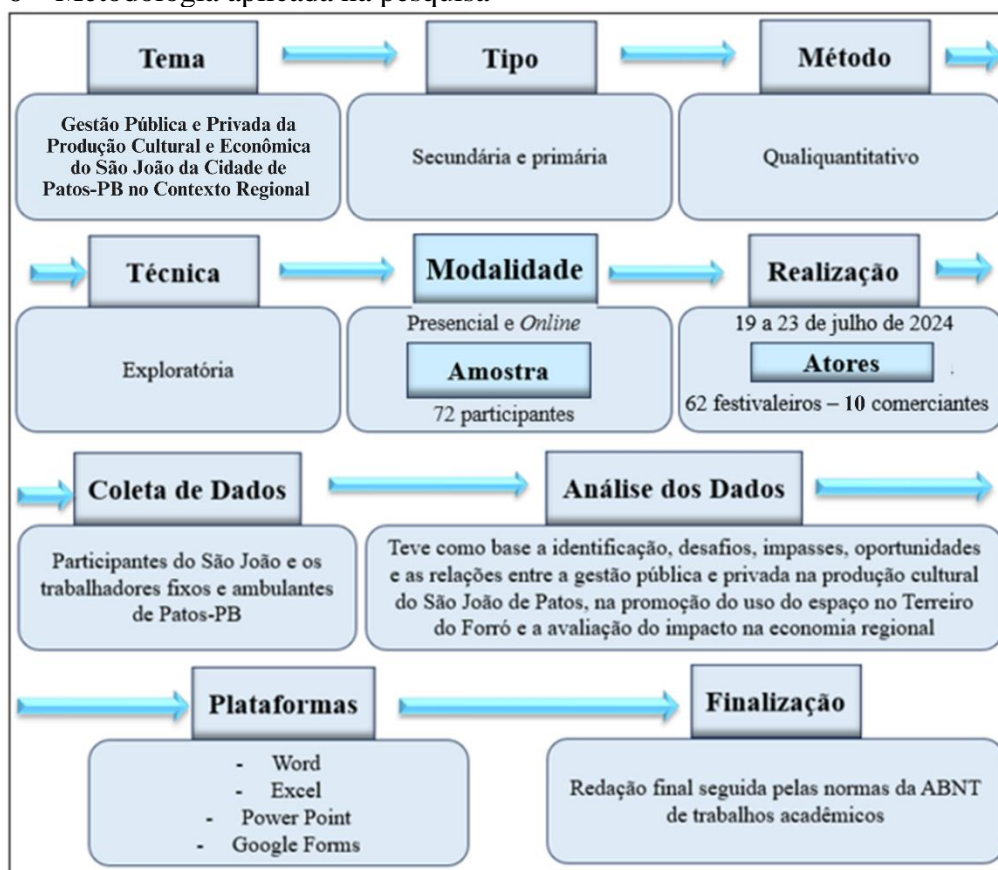
O São João de Patos é uma das festas juninas mais conhecidas do Brasil que ocorre anualmente, tendo como palco principal o Terreiro do Forró, além de outros eventos que fazem parte da programação oficial e que ocorrem em diferentes pontos da cidade. O festejo atrai milhares de visitantes de todo o país, sendo reconhecido por sua grandiosidade, que transcorre

em toda a localidade. A festa de São João de Patos é considerada a 4^o maior do Brasil, de acordo com o Ministério do Turismo (CONFIRA, 2020, p. 1).

3.2 Procedimentos metodológicos

A metodologia apresentada descreve, de forma detalhada, o processo de pesquisa realizada sobre “Gestão pública e privada da produção cultural e econômica do São João da Cidade de Patos-PB no contexto regional” em relação a gestão cultural municipal (Figura 6). A relevância do tema é bastante significativa por ser a maior festa cultural da Região de Patos, havendo a participação tanto da gestão pública quanto da privada, mantendo viva a identidade cultural da região, que gera receita para a cidade e região, bem como, a potencialização econômica durante as festividades que gera trabalho e renda econômica.

Figura 6 – Metodologia aplicada na pesquisa



Fonte: Próprio autor, 2024.

A pesquisa foi estruturada em duas etapas principais: a pesquisa bibliográfica e a pesquisa de campo. A seguir, resalta-se os principais pontos e implicações do estudo:

Pesquisa bibliográfica - Nesta etapa houve a escolha do tema e a coleta de informações em fontes secundárias (livros, artigos, apostilas, *papers*, monografia, dissertações, *sites*, *blogs*

e portais oficiais), que fundamentam a pesquisa, embasando o estudo com uma base teórica sólida.

Pesquisa de campo – Esta etapa consistiu na coleta de dados diretamente da população envolvida no evento do São João, na área do Terreiro do Forró, em Patos, com os participantes da festa e os trabalhadores do espaço interno e externo, permitindo uma análise prática e contextualizada. A pesquisa abordou o perfil socioeconômico dos participantes e dos que estavam desenvolvendo alguma atividade. Consistiu da coleta de dados diretamente da população envolvida no evento no Terreiro do Forró, com os festivaleiros e comerciantes, mencionando o perfil socioeconômico e atividades desenvolvidas. Foi realizado no período que compreendeu do dia 19 a 23 de junho de 2024.

Na abordagem do método foi utilizado o chamado método misto. Foi utilizada uma combinação de métodos qualitativos (descritivos) e quantitativos (numéricos), favorecendo uma análise abrangente do fenômeno investigado. Já com relação aos questionários, foram aplicados presencialmente e remotamente, via *Google Forms*, aos festivaleiros e aos comerciantes, com um total de 72 respondentes. A escolha desta plataforma facilitou a coleta e o transporte automatizado dos dados, ampliando o alcance da pesquisa e permitindo um acesso mais fácil a uma população diversa.

Através do questionário estruturado, 10 comerciantes decidiram participar do estudo de maneira voluntária. A partir da coleta de dados por meio da aplicação de questionário-entrevista estruturada e eletrônicos, foi possível reunir a participação voluntária dos festivaleiros, cuja participação foi de 62 pessoas que compartilharam suas percepções e experiências, formando a amostra da pesquisa.

A técnica exploratória foi realizada de forma sistemática e detalhada, explorando questões específicas relacionadas ao São João de Patos no Terreiro do Forró. Esta técnica visou explorar um fenômeno ainda pouco estudado pela academia de Patos, e principalmente pelo Curso de Administração da UEPB, na perspectiva da gestão cultural e socioeconômica. Esta envolveu etapas tais como: revisão de literatura existente sobre gestão cultural, políticas públicas e eventos regionais; aplicação de questionários com festivaleiros e trabalhadores da área interna e externa do Terreiro do Forró; observação direta do São João para entender a dinâmica e os desafios da produção cultural.

Para coletar dados sobre a gestão pública e privada na produção cultural e econômica do São João de Patos-PB, foram consideradas as seguintes abordagens: - iniciou-se com um plano de estudo de caso para a coleta dos dados; - houve a aplicação de questionários com

festivaleiros, trabalhadores e comerciantes locais; - questionários foram distribuídos para obter uma ampla gama de opiniões e informações sobre a festa durante os cinco dias; concepção dos participantes quanto ao São João e espaço do Terreiro do Forró; coleta do perfil socioeconômico dos festivaleiros, além dos comerciantes locais sobre o impacto econômico do evento, como receitas geradas, empregos temporários criados, e o fluxo de turistas. Essas abordagens combinadas podem fornecer uma visão abrangente da gestão do São João de Patos e seu impacto cultural e econômico na região, a partir da técnica aplicada.

A análise pode revelar desigualdades no acesso à cultura e propor soluções para tornar os eventos culturais mais inclusivos e acessíveis a todos os segmentos da população, tanto como os festivaleiros e comerciantes locais. Esses pontos foram essenciais para entender como a gestão integrada pode promover o desenvolvimento cultural e econômico de Patos-PB, especialmente durante o evento de grande porte, a exemplo do São João.

Para a pesquisa, foram utilizadas ferramentas, tais como: - Word (redação do desenvolvimento da pesquisa), seguindo as normas da ABNT de trabalhos acadêmicos; - Planilha Excel (tabulação dos gráficos), para a otimização das análises quantitativas; - Power Point (confeção das figuras) e o *Google Forms* (plataforma de criação de questionários).

Por fim, procedeu-se a redação final do trabalho.

4 RESULTADOS E DISCUSSÃO

4.1 Contextualização do São João de Patos no Terreiro do Forró

O São João de Patos é uma das maiores e mais tradicionais festas juninas do Estado da Paraíba e do Nordeste, atraindo milhares de visitantes todos os anos. Realizado no Terreiro do Forró, o evento é conhecido por sua grandiosidade e pela rica programação cultural que inclui shows de forró, apresentações de quadrilhas juninas, comidas típicas, entre outros. O espaço que compreende o Terreiro do Forró foi oficialmente desapropriado em 28 de dezembro de 2021, através do Decreto Municipal N° 96/2021, publicado na edição extra do Diário Oficial na presente data. Conforme o conteúdo da publicação, foram desapropriadas as áreas que compreendem os lotes 01 ao 12, da quadra “G” e os lotes 01 ao 17, da quadra “J”, sem benfeitoria, como demonstra a Figura 7.

Figura 7 – Área de desapropriação do Terreiro do Forró



Fonte: Decreto N° 96/2021, Diário Oficial do Município (28/12/2021)

Destaca-se, neste ponto, o projeto de ampliação apresentado pela Prefeitura Municipal na abertura do São João da Gente 2024. O projeto foi assinado pelo arquiteto Felipe Bezerra, e, conforme divulgado, será voltado para as famílias do Sertão Paraibano e turistas que visitam a Cidade de Patos. Essa ampliação pode incluir melhorias nos espaços de convivência, na acessibilidade, na oferta de serviços e nas estruturas de entretenimento, visando proporcionar uma experiência mais rica e agradável para todos os participantes – festivaleiros e comerciantes.

O novo Terreiro do Forró possuirá 100 mil m² com diversas áreas, como anfiteatro ao ar livre, quadrilhódromo do sol, espaço multicultural em que a população será contemplada o

ano inteiro; quadra poliesportiva, de futsal, basquete e *vôleiball*; arenas de *beach tennis*, academia de ginástica ao ar livre, pista de atletismo; espaço pet, parquinhos, bancos gigantes, decks e quiosques, banheiros, coreto com restaurante e área verde (Patos Online, 2024) – (Figura 8).

Figura 8 – Projeto de ampliação do Terreiro do Forró



Fonte: Divulgação/Prefeitura Municipal de Patos, 2024

A presença de setores privados em uma celebração tradicionalmente popular levanta questionamentos sobre o papel da cultura no contexto econômico atual, em que o entretenimento frequentemente se vê mercantilizado, a exemplo das áreas Vips (Figura 9). Essa percepção de que as áreas privatizadas limitam o acesso de grupos de renda mais baixa pode prejudicar a imagem do evento como uma festa popular e democrática. Sendo assim, o desafio está em conciliar a necessidade de gerar receitas, especialmente por meio de patrocinadores privados, com a preservação da acessibilidade e inclusão de todas as camadas sociais, equilibrando, então, os interesses comerciais dos patrocinadores com o caráter público do São João.

Figura 9 – Montagem da área Vip no Terreiro do Forró



Fonte: Próprio autor, 2024

Todavia, não basta apenas sugerir que a retirada da iniciativa privada seria a solução. A dependência dos recursos públicos e, principalmente, privados, torna a sustentabilidade econômica o desafio central na realização do São João de Patos. Como um evento de grande porte que envolve altos custos, o São João de Patos depende significativamente dos patrocinadores privados, como já explanado, para sua realização. Isto cria uma dependência financeira que pode ser arriscada, pois qualquer descontinuidade no apoio privado verá a comprometer o evento. Além disso, os patrocinadores sempre influenciam as decisões sobre a organização do evento, como a exclusividade de marcas nas bebidas vendidas, o que pode limitar a diversidade e autonomia dos comerciantes locais.

Os resultados e discussão desta pesquisa foram fundamentados na análise da gestão pública e privada do evento São João de Patos - “É Da Gente”, realizado na Cidade de Patos, Sertão da Paraíba, tendo como parâmetro público privado na organização do evento a Prefeitura Municipal e a Empresa *Coollab Creative*. O estudo focou na estruturação, organização e execução do evento, observando como a parceria entre os setores público e privado influenciou sua realização.

A parceria trouxe diversos benefícios, como a geração de empregos diretos e indiretos, principalmente, entre os dias 19 a 23 de julho de 2024, fomento ao turismo e à promoção da cultura local. A estruturação do evento incluiu melhorias na infraestrutura do espaço físico e das ruas de acesso, além de campanhas de sensibilização sobre dependência química e a ampliação de áreas destinadas ao público geral. Estas ações demonstram como a colaboração entre os setores público e privado pode resultar em um evento seguro no Terreiro do Forró, situado no entroncamento das Ruas Darcílio Wanderley, Domingos Lugo e Godofredo Medeiros, no Bairro Brasília, considerado com o maior São João do interior da Paraíba (Figura 10).

Figura 10 – Terreiro do Forró



Fonte: Google Maps, 2024.

Dois aspectos principais foram considerados: as percepções dos participantes sobre o evento e a avaliação dos empreendedores atuantes no espaço. A análise foi desenvolvida em etapas que incluíram a identificação dos desafios enfrentados pela gestão e o modelo de parceria público-privada sob a ótica dos atores sociais envolvidos durante o evento. As opiniões dos participantes serviram de base para o estudo, fornecendo informações relevantes sobre o perfil do público, suas motivações para participar do evento e suas percepções sobre a qualidade da organização.

Após uma análise criteriosa dos dados obtidos por meio de questionários eletrônicos, bem como, *in loco*, estes demonstraram uma avaliação positiva em relação à gestão do evento, reforçando sua importância como uma manifestação cultural regional e uma fonte de dinamismo econômico. Outrossim, a pesquisa também identificou áreas que podem ser aprimoradas, especialmente no que diz respeito à delimitação do espaço em relação à iniciativa privada.

A pesquisa se propôs a preencher uma lacuna na literatura ao oferecer um estudo de caso específico sobre a importância da pesquisa qualitativa na análise das percepções e experiências de comerciantes e consumidores. A participação voluntária de 10 comerciantes por meio de questionário estruturado, além da coleta de dados de 62 pessoas por meio de questionários eletrônicos, contribuiu para a compreensão das questões abordadas no estudo de caso, na ordem geral de 72 entrevistados.

Destaca-se, para tanto, que a Secretária de Desenvolvimento Econômico e Empreendedorismo, Josemila Nóbrega, que através de sua pasta é responsável direta pela formulação e execução do evento, foi contactada e convidada a participar do presente estudo, todavia, não foi obtido o retorno.

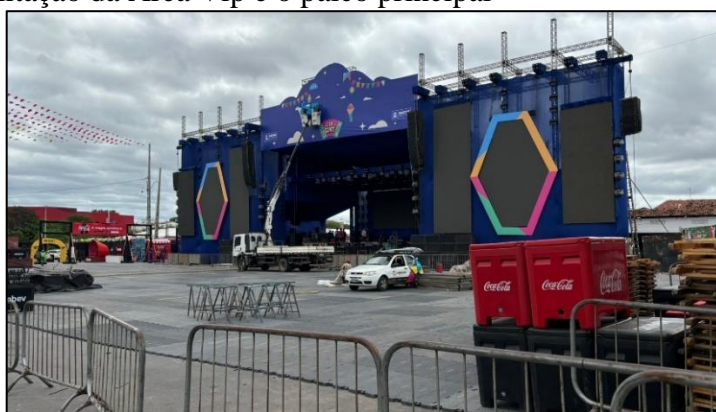
Portanto, a Secretaria de Desenvolvimento Econômico e Empreendedorismo, é responsável pela formulação e execução do evento, mas não houve retorno ao convite para participar do estudo. Destaca-se, portanto, a relevância do papel desempenhado por esta Secretaria, pelas responsabilidades que carrega em impulsionar a economia local, fomentar o espírito empreendedor e apoiar a realização de eventos que promovam o desenvolvimento econômico. A compreensão dessa contextualização é essencial para identificar os desafios e oportunidades relacionados à participação da secretária em estudos acadêmicos e formular recomendações para a melhoria dessa participação.

4.2 Atuação da gestão público-privado na produção cultural do São João de Patos-PB

Do ponto de vista administrativo, a gestão compartilhada entre o setor público e privado, implementada no evento há três edições, tem desempenhado um papel fundamental na organização e desenvolvimento do São João de Patos-PB, com destaque para a parceria entre a Prefeitura Municipal e empresas privadas, entre elas a *Coollab Creative*, responsável direta pela execução do festejo. Tal colaboração e parceria tem permitido a realização de um evento de grande porte que atrai tanto o público local quanto visitantes de outras cidades, não só da Paraíba, mas de diversos estados do Brasil, impulsionando o evento a nível regional-nacional e consolidando a festividade como uma referência cultural e econômica.

De modo geral, as atuações da gestão pública envolvem desde a seleção de comerciantes e trabalhadores do evento, com foco na capacitação e regulamentação, além de promover políticas culturais que assegurem a preservação das tradições e do folclore nordestino. Por outro lado, a atuação da iniciativa privada, principalmente através de patrocínios e a privatização de áreas do evento como a área Vip que fica à frente do palco principal, traz investimentos financeiros necessários para a realização de uma festa de grande escala, mas também gera impasses quanto à democratização do acesso, estratificando um evento que é considerado popular, visto que uma parte do público considera estas áreas restritas como uma limitação ao caráter popular do São João (Figura 11).

Figura 11 – Delimitação da Área Vip e o palco principal

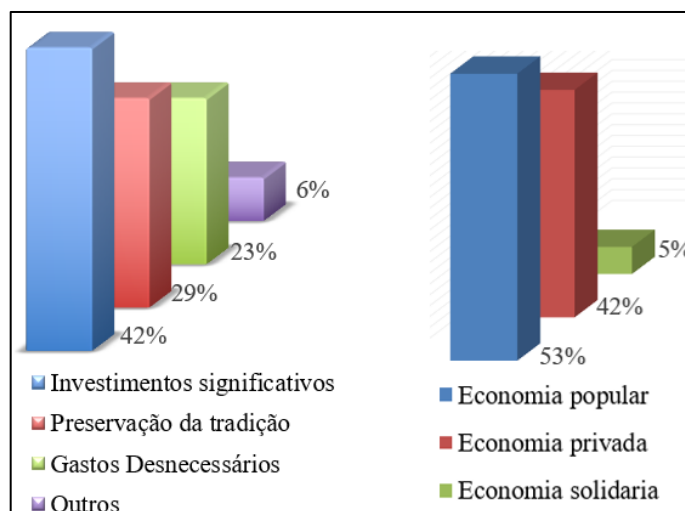


Fonte: Próprio autor, 2024.

A percepção sobre a gestão do evento pela Prefeitura Municipal e a empresa privada *Coollab Creative* foi dividida. Como mostra o Gráfico 1, enquanto 42% dos participantes reconhecem os investimentos significativos na organização, 29% veem como uma preservação da tradição, 23% apontaram como gastos desnecessários, e 6% não especificaram. Sobre outra concepção, 53% consideram que ocorre no mercado local e regional de Patos uma economia popular, 42% dizem que a economia é privada, e 5% reconhece que há uma economia solidária.

Embora a gestão tenha sido eficaz em consolidar o evento, há uma necessidade de maior transparência e diálogo com o público sobre os investimentos realizados (Gráfico 1).

Gráfico 1 – Concepção em relação a organização do São João diante da Gestão Municipal e o sistema desenvolvimento econômico durante o período de festividades



Fonte: Pesquisa direta, 2024.

No que diz respeito aos valores, este estudo não obteve um detalhamento dos gastos e montantes investidos pelas iniciativas públicas e privadas neste ano de 2024. Todavia, conforme reportagem divulgada pelo Portal TV Sol (2023) na data de lançamento do evento do ano passado, em 23 de março de 2023, foi possível obter um panorama geral dos valores investidos pela iniciativa pública e privada.

A reportagem cita que Wesley Barbosa, representante da *Coollab Creative*, disse haver um investimento na edição 2023 do São João de Patos de aproximadamente R\$ 10 milhões de reais, incluindo gastos com estrutura e atrações (Figura 12). Destes, R\$ 2 milhões seriam a contrapartida da Prefeitura Municipal de Patos, enquanto o restante foi bancado pela empresa organizadora do evento.

Figura 12 – Reportagem com Wesley Barbosa, representante da *Coollab Creative*

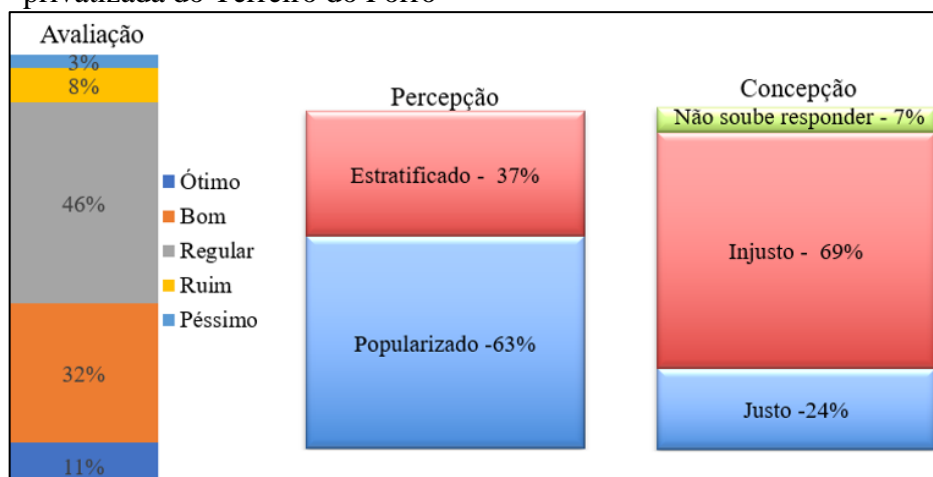


Fonte: Portal TV Sol, 2023.

Quanto à avaliação, percepção e concepção sobre o São João de Patos por parte do público de festivaleiros, 11% consideram ótimo, 32% bom, 46% regular, 8% ruim e 3% péssimo o São João de 2024.

Já com relação a percepção do ambiente da festa, 37% afirmaram ser um evento muito estratificado, principalmente, com a participação da população que vem de outros lugares, que se isolam do restante da população local, e 63% disseram que consideram uma festa popular, onde todos compartilham o espaço de forma igualitária. No entanto, 69% dos participantes veem a área privada injusta, porque reduz o acesso de públicos menos favorecidos, enquanto, 24% acham justo por ser uma área mais segura, e 7% não responderam (Gráfico 2).

Gráfico 2 – Avaliação da organização estrutural, percepção cultural e concepção da área privatizada do Terreiro do Forró



Fonte: Pesquisa direta, 2024.

Essas percepções revelam um contraste entre a visão de uma festa inclusiva e as experiências de estratificação social. Enquanto a maioria acredita na igualdade do espaço, uma parcela significativa vê a necessidade de abordar questões de segregação que podem surgir,

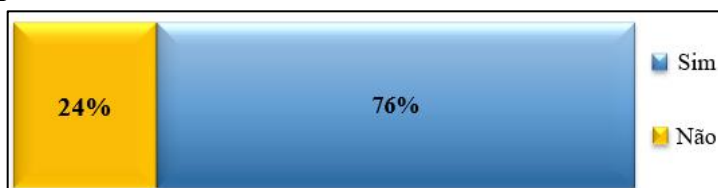
especialmente com a presença de visitantes de outras localidades. Esses dados são fundamentais para a organização de futuros eventos do São João de Patos, com planejamentos estratégicos para melhorar a inclusão e a experiência do público, bem como, a promoção de uma cultura de pertencimento, pode contribuir para um São João mais unificado e satisfatório.

A privatização de áreas em eventos populares, como o São João no Terreiro do Forró na Cidade de Patos, pode, de fato, criar barreiras para o acesso de públicos menos favorecidos economicamente (Gráfico 3). Essa situação pode se manifestar de várias maneiras:

1. Se determinadas áreas do evento são privatizadas, isso pode resultar em custos mais altos para ingresso ou consumo, limitando a participação de pessoas de baixa renda.
2. A criação de espaços exclusivos pode dar a impressão de estratificação social, em que apenas certos grupos têm acesso a privilégios como melhor localização, serviços diferenciados e experiências exclusivas.
3. Quando o foco está em atender a um público com maior poder aquisitivo, pode ocorrer uma redução nas atividades que são voltadas para o público geral, minimizando a diversidade cultural e a inclusão.
4. A presença de áreas privatizadas pode alterar a dinâmica do evento, criando divisões físicas e sociais que contradizem a proposta de uma festa popular, onde todos compartilham o mesmo espaço.
5. O público pode começar a perceber o evento como um espaço elitizado, afastando aqueles que tradicionalmente se identificam com a festa e suas raízes culturais.

Para garantir que o São João do Terreiro do Forró continue sendo uma festa popular e acessível a todos, os organizadores poderiam considerar algumas abordagens importantes tais como, manter áreas reservadas para o público em geral, assegurando que não haja exclusão de pessoas com menos recursos financeiros; oferecer serviços e um comércio no local a preços acessíveis à todos, incluir uma programação que valorize e represente a cultura local, promovendo a participação de artistas da região, promover uma conscientização sobre a importância da inclusão e diversidade no evento, reforçando o caráter popular da festa. Sobre esta percepção, 76% dos participantes do São João consideram que as áreas privatizadas do Terreiro do Forró diminuem o público menos favorecido economicamente, numa festa cultural e popular, já 24% disseram que estas áreas não prejudicam ou excluem o público – cada um tem seu espaço (Gráfico 3 e Quadro 1).

Gráfico 3 e Quadro 1 – As áreas privatizadas do Terreiro do Forró diminuem os festivaleiros e comerciantes menos favorecidos economicamente, mesmo sendo uma festa popular



Fonte: Pesquisa direta, 2024.

1. Não. Devido a festa ser popular, o espaço privado deveria ser diminuído em 50% para que o público tivesse a oportunidade de curtir a festa gratuitamente.
2. Áreas privadas em festas populares causam exclusão social, prejudicam o espírito de igualdade e aumentam a complexidade logística e de segurança. Manter a acessibilidade para todos é essencial para preservar a natureza inclusiva dessas celebrações.
3. Tira o acesso a uma visão mais panorâmica do palco.
4. Percebe-se que a cada ano as áreas privatizadas estão aumentando, dá a entender que no futuro a festa vai deixar de ser popular mesmo sendo paga com dinheiro público.
5. Por que tem pessoas que não tem condições para comprar o ingresso da área vip.
6. Nem todos possuem condições financeiras para estar na área privatizada. A depender da gestão, se a área ficar muito extensa, acaba por prejudicar o restante do público.
7. Creio que o intuito e a cultura do São João fazem dela uma festa popular, sendo assim, é incorreta a instalação da Área VIP, já que a mesma favorece determinados públicos econômicos, além de favorecimento de estrutura, como chão confortável, banheiros próprios.
8. Muitos não têm condições, e o São João é de todos.
9. Ocupada todo o lugar em frente ao palco, impossibilitando o acesso do público geral. Porque deixa de ser uma pedra do povo e passar ser de boa parte particular.
10. A situação atual do país não permite que um trabalhador que recebe um salário mínimo por mês, tenha condições de arcar com o pagamento de um camarote ou acesso vip.
11. Se o São João é público, não tem a necessidade de ter áreas que separe o público. Pois, deveria ser uma festa em sua totalidade, pública!
12. Pois, ocupam uma parte muito ampla, impedindo uma melhor experiência do público com o artista.
13. Sim, porém a prefeitura tem um certo lucro nisso. Só acho que poderia dividir ao meio, deixando ambos os públicos mais próximos.

14. Muito injusto, espaço muito grande. O pessoal pobre não tem dinheiro pra comprar o individual e a bebida nas áreas privadas, já que o valor é bem elevado para os padrões deles.
15. Eu compreendo que com a privatização de algumas áreas, traz um aspecto de exclusão social, se for analisar aonde ficar a área pública fica na parte inferior do espaço, onde gera uma super lotação.
16. Cada ano a área privatizada cresce, e isso dificulta ainda mais as pessoas a verem as apresentações.
17. Sim, ocupa muito espaço, e normalmente ficam poucas pessoas nessas áreas mais privadas 18. Sim, os favorecidos são os q pode pagar, já que é uma festa pública os direitos deveriam ser iguais.
19. Sei lá, é injusto pelo fato de que nem todos tem as mesmas condições de comprar.
20. Se o intuito é oferecer a população uma festa acessível a todos, cujos custos são bancados pelos cidadãos, não faz sentido a privatização de áreas privilegiadas.
21. Acredito que diminua o espaço para o público economicamente. É uma área pensada para que tem mais recursos financeiros, e acaba influenciando no espaço da área para o evento.
22. Como é uma festa pública, acredito que não a necessidade de ampliar tanto as áreas privadas, assim deixa um espaço, mas justo e confortável para todos.
23. Porque além de tomar um bom espaço reduz o do público geral. A festa é para o povo, com o dinheiro do povo e independente se você chega cedo ou tarde você ainda vai ficar super distante do palco.
24. Sim, porque além de um lugar imenso, quem quer está próximo não consegue devido a área está ocupando boa parte do espaço.
25. Toma muito espaço. Distância quem não tem condições de ir para o vip, onde antes que não era só chegar cedo e garantir seu lugar na frente do palco.
26. Se já existem os camarotes pelo capitalismo e sistema dos empresários, já não é o bastante pegar quase 30% da área pública e ainda delimitarem? Inadmissível. Tornou-se evento privado, caro e injusto.
27. Sim, favorecem ao público que paga pra ter acesso aquele local mais privilegiado, enquanto os menos favorecidos ficam sem acesso, por não ter condições pra arcar com essas “despesas.
28. Sim, porque tira uma quantidade maior de espaço do ambiente, deixando assim aqueles que participam da área pública com um espaço menor e mais apertado para curtir a festa.

29. Pôr a área privatizada ser grande, o público que é menos favorecido acaba se prejudicando, tendo menos privilégios do que outros e, como se não bastasse isso, eles acabam ficando mais longe do palco, do artista, do som e outros.

30. Os preços que muitos não têm como pagar no momento e pode chegar a diminuir a experiência.

31. O espaço vip pode existir, mas deve ser menor em tamanho e mais democrático em relação ao posicionamento da área não vip perante o palco.

32. Apesar de ser uma festa pública nem todos podem pagar.

Fonte: Pesquisa direta, 2024.

Nesse sentido, foi questionado a percepção cultural do participante em relação ao São João. O São João de Patos é realmente um evento de grande importância cultural para a comunidade local e regional. A programação de 2024, por exemplo, incluiu artistas renomados como Nattan, Simone Mendes, Xand Avião e Leonardo, entre outros, que atraiu milhares de pessoas no Terreiro do Forró. Quanto à popularização, 63% do público diz ser um indicativo positivo relevância para a economia, bem como, para a preservação da cultura regional.

No entanto, a preocupação com a privatização de áreas e a consequente estratificação mencionada por 37% dos participantes também foi significativa. Isso pode, de fato, afastar o evento de suas raízes culturais e limitar a participação comunitária, o que é um ponto crítico a ser considerado para manter a essência do São João de Patos por parte, principalmente do poder público (Gráfico 4 e Figura 13).

Gráfico 4 - Percepção cultural do participante em relação ao evento

Figura 13 - Imagem aérea do Terreiro do Forró



Fonte: Pesquisa direta, 2024. Divulgação/Instagram: @saojoaodepatos, 2024.

A insatisfação com a privatização destaca um ponto de tensão entre a gestão municipal e o caráter tradicionalmente popular do São João, diante de alguns participantes desta pesquisa. Os dados apresentados no Gráfico 4 e na Figura 11, mostram, de forma perceptível, a estratificação do evento. Três áreas ocupadas por áreas VIPs e uma popular, algo que não deveria ocorrer pelo caráter democrático da festa, reforçando a necessidade de refletir sobre o equilíbrio entre cultura popular e áreas privadas, levantando, assim, a necessidade de um diálogo entre a parceria pública-privada e comunidade na base da discutida inclusão social na produção cultural da festa.

Laurentino (2009, p. 316), frisa que “quando o Estado define regras muito estritas de uso e comportamento para determinados espaços públicos, está designando também quais grupos sociais podem ou são capazes de usufruí-lo”. Desse modo, é necessária a discussão com a sociedade quanto à produção e a regulamentação de espaços públicos, para torná-los democráticos. No contexto do São João de Patos, a adoção de políticas inclusivas, a exemplo de preços mais acessíveis para as áreas consideradas VIPs, ou ampliação das áreas reservadas para o público de baixa renda, são vistas como possíveis soluções para manter as características de festejo popular.

4.3 Terreiro do Forró no período do São João em Patos-PB: atores festivaleiros e comerciantes locais

O Terreiro do Forró no período do São João em Patos-PB é um espaço emblemático que agrega diversos elementos da cultura popular nordestina, sendo um ponto de encontro vibrante que envolve tanto os festivaleiros quanto os comerciantes locais. Os festivaleiros são uma parte vital do evento, trazendo movimento e energia ao Terreiro do Forró. Eles participam das danças, shows, interações culturais, enriquecendo ao São João. Além disso, a presença de turistas contribui para o reconhecimento e a promoção da cultura local em um cenário mais amplo. Os comerciantes locais são representados pelos vendedores de comida típica, artesãos e pequenos empreendedores, comerciantes de bebidas e produtos regionais e várias atividades de serviços

A interação entre festivaleiros e comerciantes é fundamental para o sucesso do "Terreiro do Forró". Os comerciantes oferecem experiências que atraem o público e, ao mesmo tempo, os festivaleiros impulsionam as vendas e a circulação de recursos na economia local. Essa dinâmica cria um ciclo sustentável e benéfico para a comunidade e a economia local.

O Terreiro do Forró no São João de Patos-PB é um espaço de celebração, cultura e economia local, que valoriza a participação ativa de festivaleiros e comerciantes. O evento não só promove a cultura nordestina, mas também contribui para o desenvolvimento social e

econômico da região. Investir em iniciativas que fortaleçam essa relação pode resultar em benefícios duradouros para a comunidade, preservando suas tradições e promovendo sua diversidade cultural.

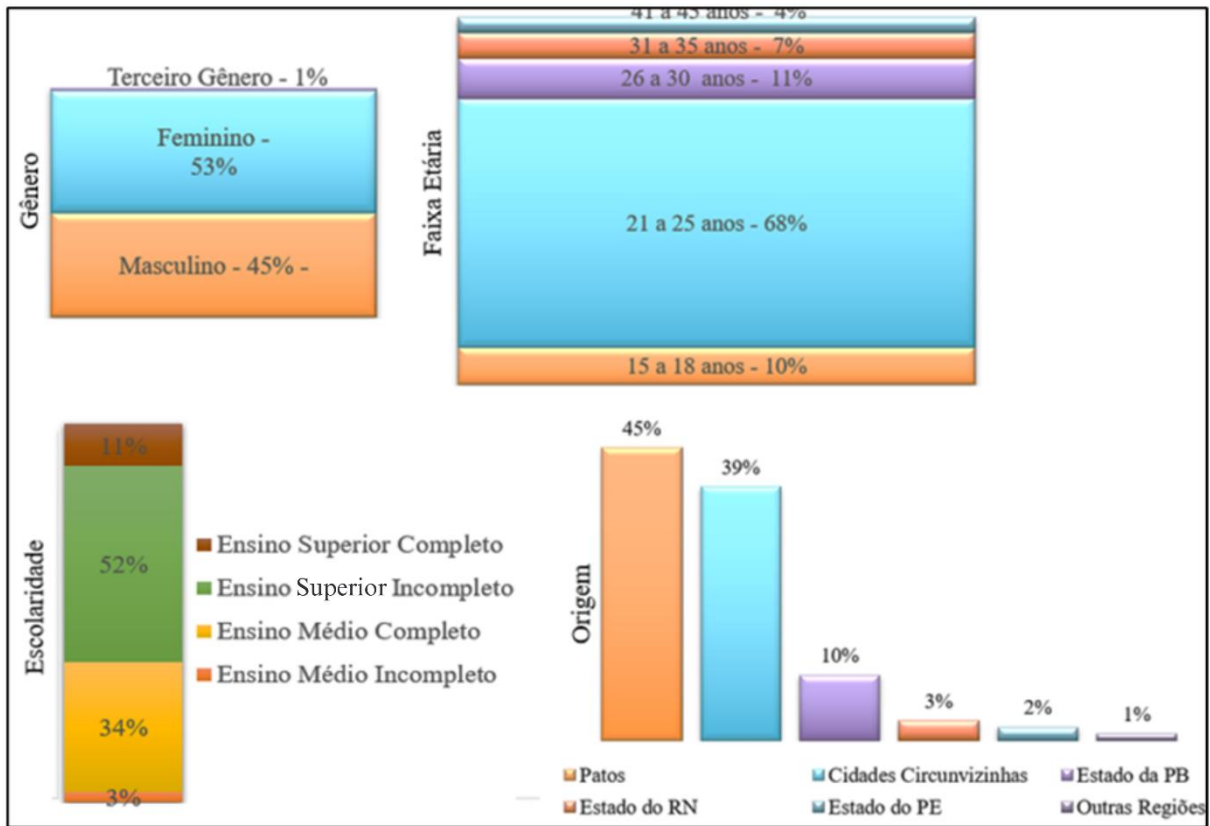
4.3.1 Festivaleiros

Com base no perfil dos festivaleiros, foi possível analisar que a presença de jovens no evento pode ser vista como uma chance para preservar a cultura, já que seu envolvimento na festividade os posiciona como responsáveis pela continuidade dessa tradição. Os atores sociais envolvidos no São João de Patos evidenciam características interessantes sobre o público participante e suas implicações para o evento. Com 68% dos participantes na faixa etária entre 21 e 25 anos, o evento atrai predominantemente um público jovem, o que sugere que as atrações e atividades programadas são de interesse dessa faixa etária

A composição do público em relação ao sexo mostra uma leve predominância feminina, com 53% de participantes do sexo feminino contra 45% do sexo masculino, indicando um ambiente que pode ser mais atrativo para mulheres, possivelmente refletindo nas atividades e na programação do evento. Além disso, a presença significativa de pessoas com ensino médio completo (34%) e superior incompleto (52%) sugere que o público é majoritariamente composto por jovens em formação ou que estão buscando novas oportunidades de educação e emprego, o que pode influenciar as dinâmicas sociais e culturais durante o evento.

A forte concentração de público de Patos (45%) e cidades circunvizinhas (39%) reforça o caráter regional do São João, consolidando-o como um evento comunitário que fomenta a identidade local e regional. Isso também implica em uma oportunidade para estreitar os laços entre a população local e os visitantes, promovendo a cultura e as tradições da região, além de estimular a economia local por meio do consumo nos estabelecimentos da cidade (Figura 5).

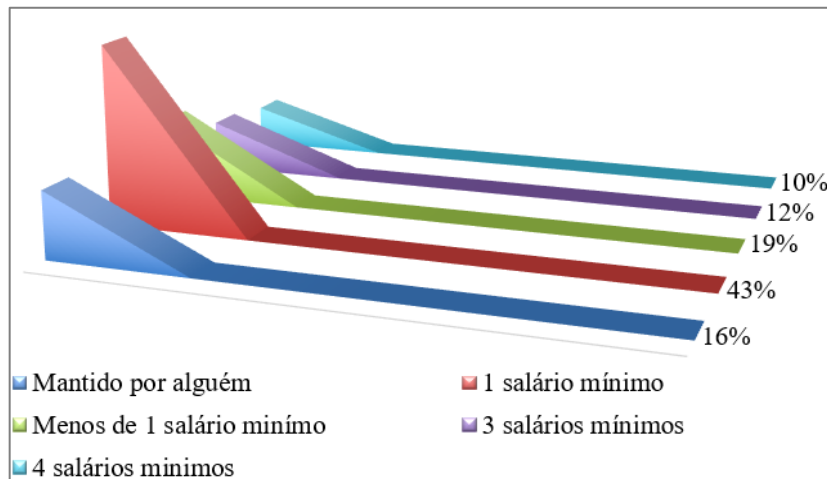
Gráfico 5 – Levantamento do gênero, faixa etária, escolaridade e origem dos participantes do São João de Patos-PB



Fonte: Pesquisa direta, 2024.

O perfil socioeconômico dos festivaleiros no São João de Patos revela uma diversidade significativa de níveis de renda que é essencial para compreender as dinâmicas de participação no evento, com 43% que vivem com até um salário mínimo, 19% com menos de um salário, 16% dependem financeiramente de alguém, 12% ganham até três salários mínimos, e 10% recebem até quatro salários (Gráfico 6).

Gráfico 6 – Perfil da renda econômica dos festivaleiros do São João de Patos



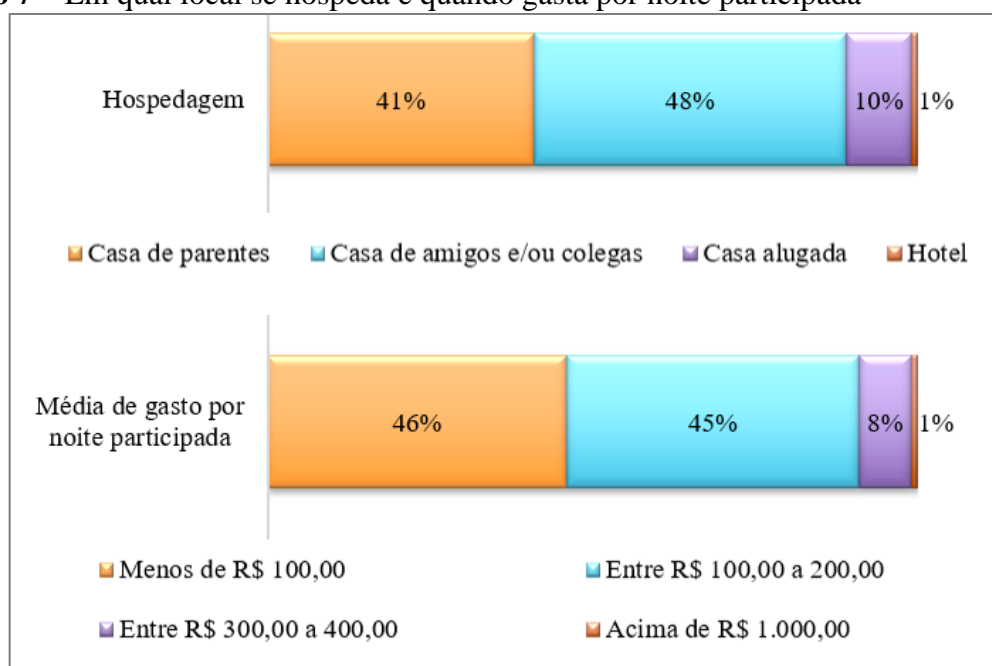
Fonte: Pesquisa direta, 2024.

O elevado percentual de pessoas que sobrevivem com menos de um salário mínimo pode afetar a maneira como vivenciam o evento, especialmente no que se refere ao acesso a áreas privatizadas e à participação em atividades pagas. Esse cenário evidencia a importância de preservar o caráter popular e acessível da festa, buscando um equilíbrio entre as áreas privatizadas e espaços financeiramente acessíveis a todos.

Independente do nível de renda, e para que possam vivenciar plenamente as festividades, pode-se ofertar atividades gratuitas ou a implementação de preços acessíveis, assegurando que a festa continue sendo um espaço inclusivo e acolhedor para a comunidade local.

Conforme o Gráfico 7, 46% dos participantes gastam menos de R\$100 por noite, enquanto outros 45% desembolsam entre R\$100 e R\$200, evidenciando as limitações financeiras já mencionadas anteriormente. Além disso, 89% dos entrevistados fizeram compras no comércio local, com destaque para comidas (35%), bebidas (24%), roupas e calçados (16%), e outros gêneros alimentícios (10%), a exemplo de lanches, o que ressalta a relevância do evento para a economia local.

Gráfico 7 – Em qual local se hospeda e quando gasta por noite participada



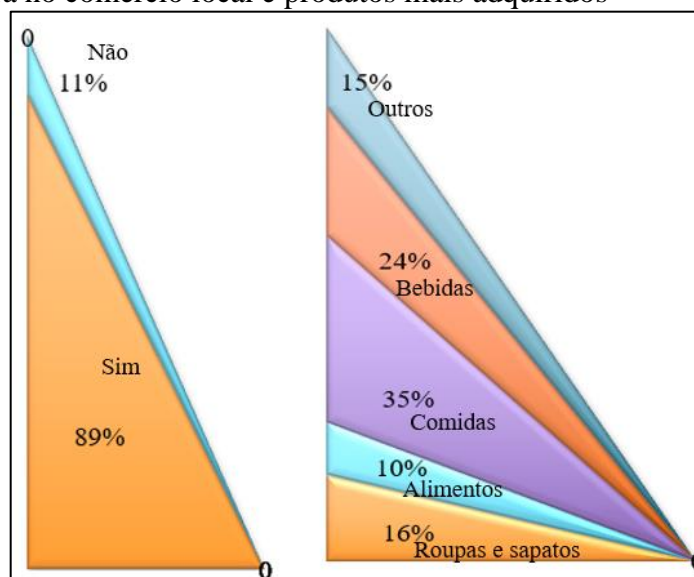
Fonte: Pesquisa direta, 2024.

Esses dados refletem a importância do São João de Patos como um evento que vai além da mera festividade, atuando como um boom econômico para a comunidade local. A movimentação financeira durante o evento pode ser crucial para pequenos negócios, melhorando a renda de comerciantes e contribuindo para o aumento da economia local e da

região. Portanto, o evento não só promove a cultura e as tradições locais, mas também desempenha um papel fundamental na revitalização e no apoio à economia local.

A participação no São João de Patos tem impacto significativo no comércio local, conforme indicado pelos dados sobre compras realizadas pelos festivaleiros no período do São João na Cidade de Patos. No entanto, 89% desses atores consomem alguma “coisa” do comércio de Patos. Com 89% dos participantes gastando em estabelecimentos locais, isso ratifica a importância do evento para a economia da região. Os produtos mais adquiridos durante o evento incluem, 35%; comidas; 24% bebidas; 16% roupas e calçados; 10% gêneros alimentícios; e 15% outros tipos de consumos (Gráfico 8).

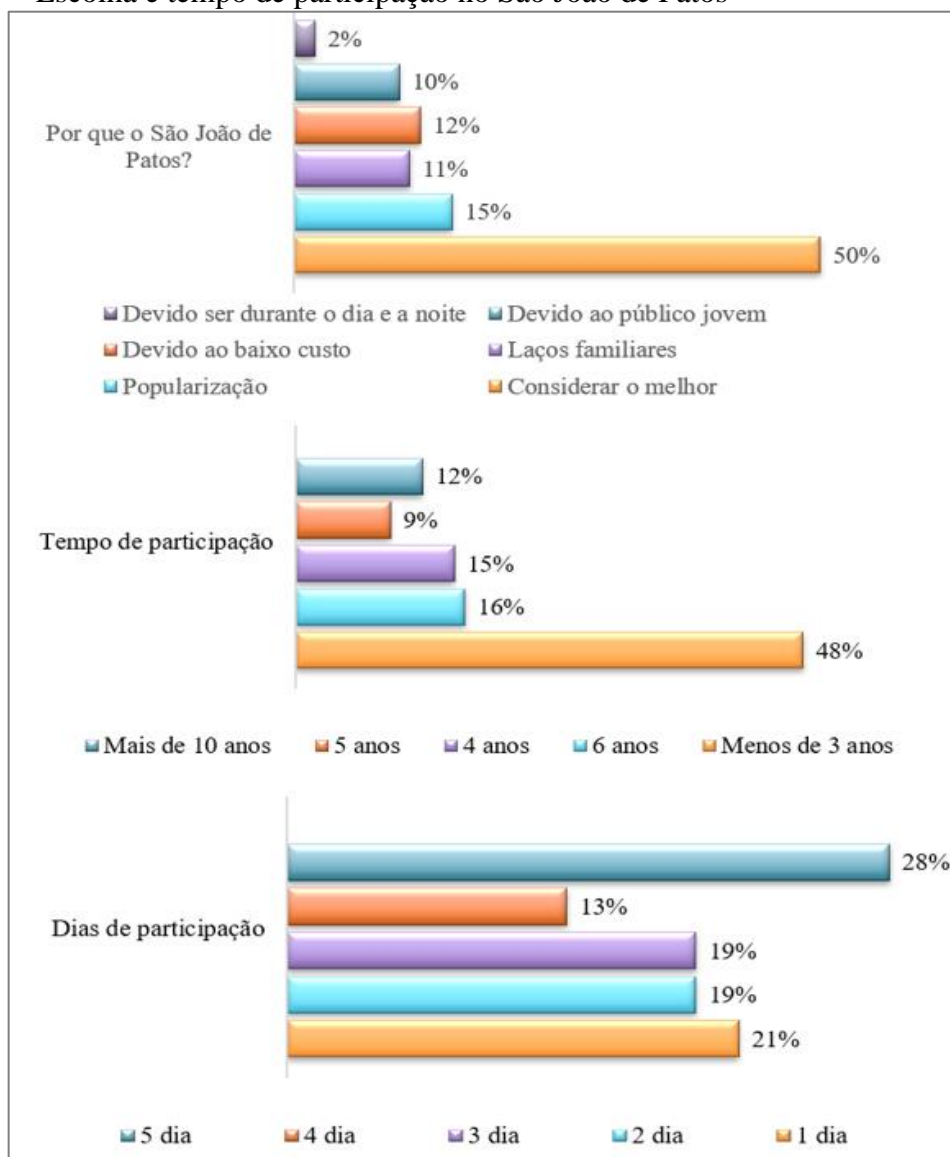
Gráfico 8 – Compra no comércio local e produtos mais adquiridos



Fonte: Pesquisa direta, 2024.

A escolha do festivaleiro pelo São João de Patos para participar do evento é decorrente de diversos fatores, incluindo a tradição cultural, a programação de atrações, pelo poder aquisitivo que a localidade oferece quanto aos serviços. Portanto, 50% consideram o melhor da Paraíba e da região, 15% pela popularização, 11% devido ser durante o dia e a noite, 12% devido ao baixo custo, 10% pela presença do público jovem, e 2% pelos laços familiares.

A participação no evento varia de acordo com o tempo que cada pessoa decide ficar na festa, refletindo tanto o entusiasmo pela festividade quanto as limitações financeiras e de tempo. Assim, 12% já frequenta a mais de 10 anos, 9% 5 anos, 15% 4 anos, 16% 6 anos, e 48% menos de 3 anos. Quanto aos dias frequentados, 28% participou dos cinco dias, 13% quatro dias, 19% três dias, 19% dois dias, e 21% apenas um dia (Gráfico 9).

Gráfico 9 – Escolha e tempo de participação no São João de Patos

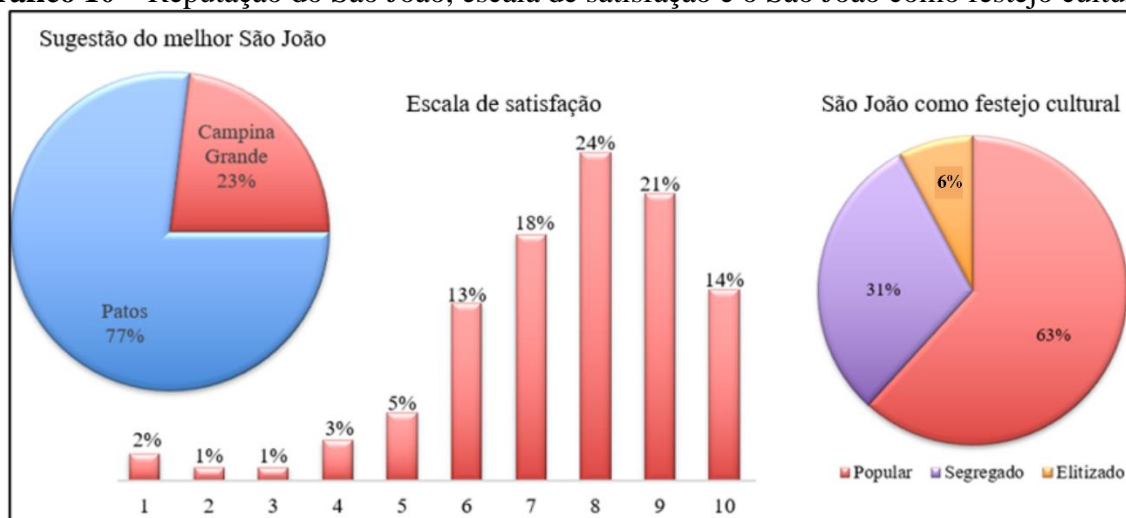
Fonte: Pesquisa direta, 2024.

Em suma, pode-se dizer que muitas pessoas optam por comparecer apenas uma ou duas noites do evento, enquanto outras, especialmente os moradores de Patos têm uma maior flexibilidade de participação na festividade, já que se encontram na cidade. A frequência pode ser afetada por compromissos pessoais, disponibilidade de transporte e o custo associado à participação em mais noites. A escolha de participar do São João de Patos, assim como, o tempo dedicado ao evento, é influenciada por uma combinação de fatores pessoais, sociais e culturais.

Conforme o Gráfico 10, segundo a percepção dos entrevistados, 77% apontam que Patos tem o melhor São João da Paraíba e do Nordeste, enquanto 23% consideram o de Campina Grande. Com relação ao festejo cultural, 63% consideram um evento popular, 31% segregado, e apenas 6% o classifica como elitizado, relatando que, apesar das restrições impostas por áreas

privatizadas, a maioria ainda o percebe como uma festividade acessível e representativa da cultura local e regional.

Gráfico 10 – Reputação do São João, escala de satisfação e o São João como festejo cultural



Fonte: Pesquisa direta, 2024.

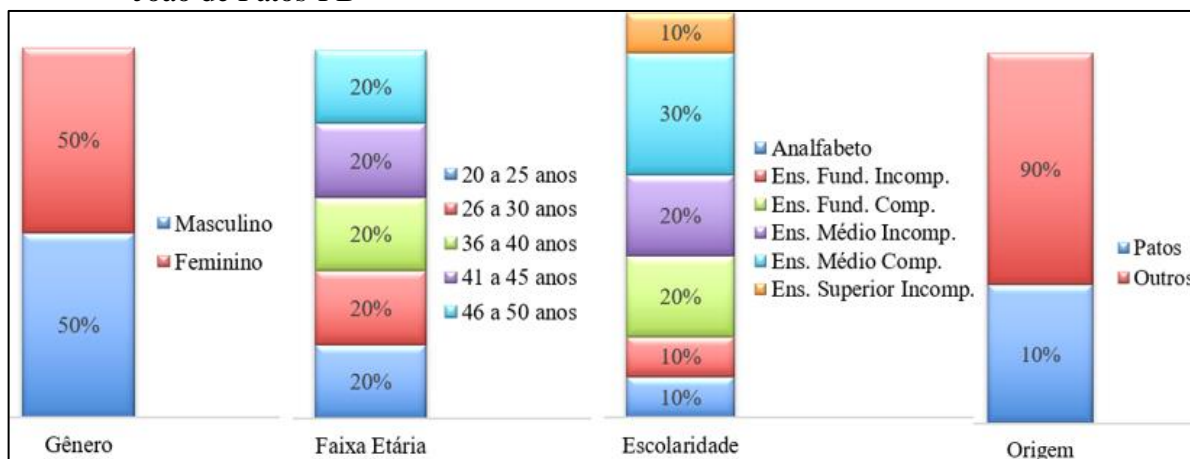
Com base na percepção dos entrevistados sobre o São João de Patos, pode-se analisar os dados apresentados em três aspectos principais: a reputação do evento, a escala de satisfação dos festivaleiros e a percepção do festejo cultural. A pesquisa demonstra que Patos possui o melhor São João da Paraíba e do Nordeste. A escala de satisfação demonstra que notas de 1 a 3 (4%), indicam um descontentamento significativo; nota 4 (3%), aponta uma avaliação abaixo do esperado; notas 5 a 7 (36%), estas refletem uma satisfação média a ligeiramente acima da média. Os 13% que deram nota 6 e 18% na nota 7 indicam que muitos enxergaram o evento de forma moderadamente positiva, mas ainda há alguns aspectos a melhorar. Notas 8 a 10, mostrando que 59% estão satisfeitos ou muito satisfeitos com o evento.

4.3.2 Comerciantes

Para realizar uma análise do gênero, faixa etária, escolaridade e origem dos comerciantes da área do Terreiro do Forró e do entorno do São João de Patos-PB, as informações foram estruturadas em quatro variáveis principais. Assim, pode-se dizer que 50% dos comerciantes eram do sexo masculino e 50% do sexo feminino. A faixa etária dos participantes predominou entre 20 a 25 anos (20%), 26 a 30 anos (20%), 36 a 40 anos (20%), 41 a 45 anos (20%) e 46 a 50 anos (20%). O nível de escolaridade indica que o evento atrai um público como analfabetos (10%), Ensino Fundamental Incompleto (10%), Ensino Fundamental Completo (20%), Ensino Médio Incompleto (20%), Ensino Médio Completo (30%) e Ensino

Superior Incompleto (10%). Quanto à origem, 90% residem em Patos e 10% são de outras localidades (Gráfico 11).

Gráfico 11 - Análise do gênero, faixa etária, escolaridade e origem dos participantes do São João de Patos-PB



Fonte: Pesquisa direta, 2024.

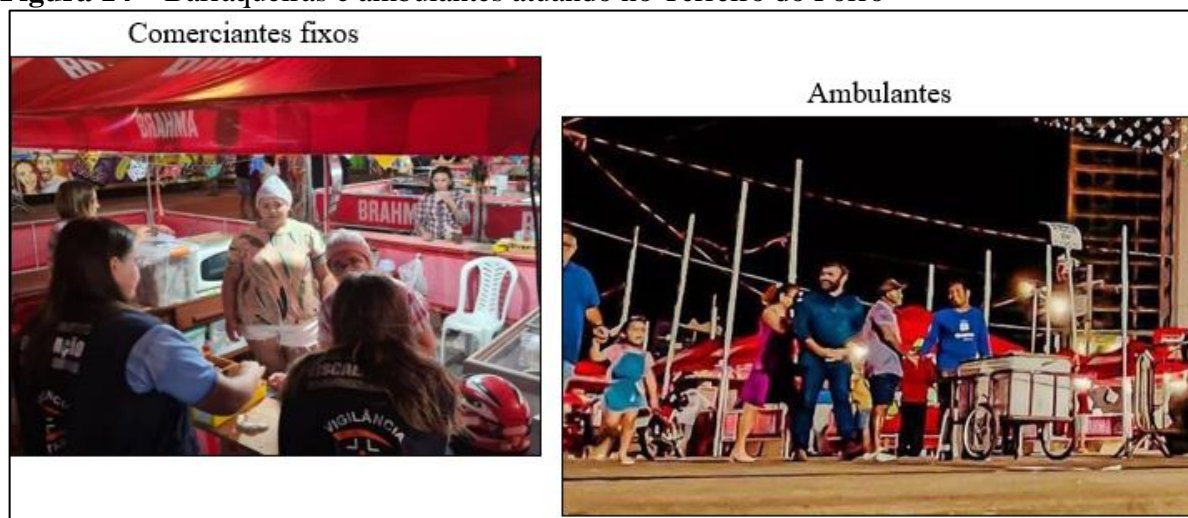
A igualdade de gênero entre os comerciantes sugere um ambiente inclusivo e pode indicar que o evento proporciona oportunidades equitativas para ambos os sexos na atividade comercial, seja como ambulantes, camelôs ou de ponto fixo. Esta paridade também refletiu uma diversidade de produtos e abordagens oferecidas nas vendas, beneficiando o festivaleiro. Quanto à faixa etária, a distribuição uniforme ao longo da faixa etária, exceto pela ausência de comerciantes na faixa dos 31 a 35 anos, indica que o evento atrai pessoas em várias idades de suas vidas profissionais. A presença significativa das faixas de 20 a 50 anos pode ser um indicativo de que o evento está atraindo tanto jovens iniciantes em negócios quanto profissionais mais experientes.

A diversidade no nível de escolaridade apontou para um público variado, no qual o Ensino Médio Completo representa a maior porcentagem (30%). Isso sugere que, embora haja comerciantes com pouca formação escolar, a maioria possui pelo menos o Ensino Médio Completo, o que pode refletir uma base de conhecimento suficiente para gerir atividades comerciais. A grande maioria dos comerciantes reside em Patos, o que evidencia que o evento possui um forte impacto local. Isso pode fortalecer a economia da cidade e promover um senso de comunidade entre os moradores. A baixa representatividade de comerciantes de outras localidades pode ser vista como uma oportunidade para incentivar a participação de vendedores externos nos próximos São João.

Os comerciantes que operam no Terreiro do Forró, durante o São João, desempenham um papel importante na economia local. Apesar das oportunidades, os comerciantes enfrentam desafios relacionados à regulamentação e à concorrência com grandes marcas patrocinadoras,

como a obrigatoriedade de vender produtos de marcas específicas, o que pode limitar a autonomia dos pequenos comerciantes. Como observado na Figura 14, a maioria se identifica como pequenos empreendedores, muitos dos quais trabalham de maneira temporária, concentrando suas atividades apenas no período do São João.

Figura 14 – Barraqueiras e ambulantes atuando no Terreiro do Forró



Fonte: Divulgação/Prefeitura Municipal de Patos (2023)

De maneira pertinente, cita-se nesse estudo, algumas avaliações feitas por vendedores através da imprensa patoense. Uma primeira matéria veiculada no Portal Patos Online destaca a seguinte manchete: “*Vendedor diz que 2024 foi o pior ano para os ambulantes no São João de Patos*”. Cadastrado no segmento de isopor, Lamark Torres, classificou o São João de Patos 2024 como o pior ano em relação às vendas nas cinco noites de festa realizadas no Terreiro do Forró. Ele atribuiu este fato à grande quantidade de isopores e de coolers com os forrozeiros que adentraram no perímetro da festa, que, segundo o comerciante, prejudicou as vendas ocorridas em cada noite do evento.

Em apenas três anos trabalhando como vendedor, esse foi o pior ano em relação às vendas, comparado aos anos anteriores que eu já trabalhei. Criei muita expectativa com relação às vendas desse ano e foram completamente frustradas”, disse o vendedor em áudio anexado à reportagem.

Em uma segunda matéria, a vendedora identificada como Carmicélia, destacou que a festa permitiu ganhos para os barraqueiros, embora alguns deles tenham se sentido prejudicados por conta da entrada dos forrozeiros com comida e bebida no espaço do Terreiro do Forró, o que, para ela, evitou maiores ganhos nas cinco noites de festa.

As vendas foram mais ou menos, era pra ser melhor em termos de bebida, porque a bebida a gente compra no evento, mas eles não têm devolução, o que sobra é prejuízo pra agente. O importante era se o forrozeiro não entrasse com a bebida, porque

facilitava pra a gente vender mais bebida.”, avaliou Carmélia em sonora anexada à reportagem.

O Terreiro do Forró em Patos, PB, é um espaço central durante as festividades de São João, atraindo diversos atores públicos, privados e empreendedores, tanto formais quanto informais. A Prefeitura de Patos desempenha um papel crucial na organização e ampliação do evento. Em 2024, o prefeito Nabor Wanderley anunciou a ampliação do Terreiro do Forró para oferecer mais conforto e espaço para os participantes e os comerciantes. A parceria público-privada também é fundamental, com empresas como a *Coollab Creative* colaborando na realização dos festejos.

As empresas privadas, especialmente do setor de entretenimento e serviços como a *Coollab Creative*, participou ativamente, além da área hoteleira, restaurantes, bares, comércio em geral do centro da cidade e empresas de transporte como Uber, mototáxi e alternativos teve um aumento significativo na demanda durante o período do São João, impulsionando a economia local.

Os empreendedores formais incluem barraqueiros, vendedores ambulantes e camelos que obtêm licenças para executar suas atividades durante o evento, estes cadastrados junto a Prefeitura Municipal de Patos. Já os informais aproveitam a grande movimentação para vender produtos e serviços, sem estarem cadastrados, como comidas típicas e artesanatos, contribuindo para a diversidade e riqueza cultural do São João de Patos.

É na área do palco principal do São João de Patos, o Terreiro do Forró, onde se concentra a maior parte das atividades culturais e comerciais durante os cinco dias do evento. O uso deste espaço envolve uma variedade de atores, desde a gestão pública, que organiza e regulamenta o uso do local, até empresas privadas que patrocinam áreas específicas, como camarotes e setores VIPs, denominado *Frontstage*, os comerciantes, que atuam como empreendedores formais e informais, também ocupam um papel importante no evento.

O São João enquanto um ato público, a Prefeitura Municipal de Patos é responsável direta pela regulação e organização do evento, ficando encarregada pela alocação dos espaços e a definição de regras para o funcionamento das atividades econômicas no Terreiro do Forró e em seu entorno, a exemplo da emissão de alvarás para os comerciantes alocarem-se na área espacial do evento, tanto internamente como externamente (Figura 15).

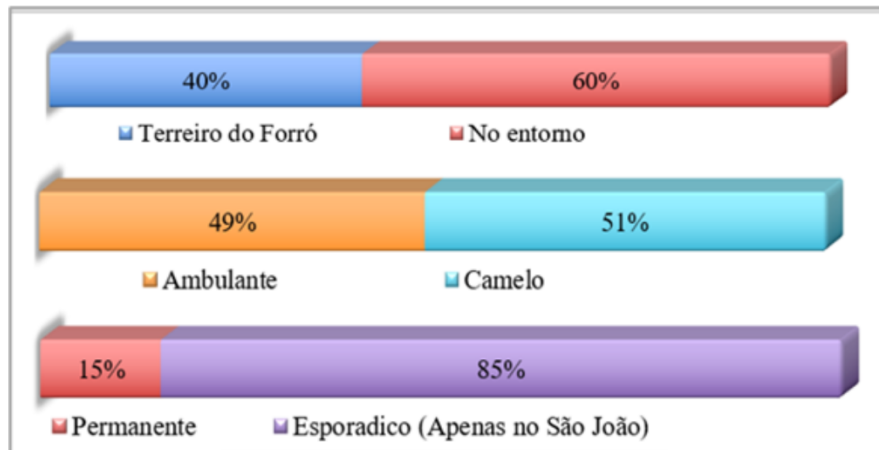
Figura 15 – Área delimitada para atuação dos barraqueiros fixos



Fonte: Próprio autor, 2024.

De acordo com os resultados obtidos, 40% dos comerciantes que trabalharam durante o período do São João de Patos afirmaram que ficaram locados no Terreiro do Forró, e 60% ficaram no entorno da festa e as ruas adjacentes. 49% dos comerciantes eram ambulantes, enquanto 51% atuam como camelôs, oferecendo uma variedade de produtos, desde alimentos e bebidas até artesanato e outros itens (Gráfico 12).

Gráfico 12 - Local das atividades no São João de Patos, tipo de atividade comercial e tipo de trabalho?



Fonte: Pesquisa direta, 2024.

Quadro 2 - Produtos comercializados no período das festividades de Patos

Comida típica	40%
Comida diversa	30%
Salgado	30%
Batata frita	30%
Bebida alcoólica	70%
Água	70%
Água de coco	40%
Bugigangas	20%
Produtos artesanais	20%

Fonte: Pesquisa direta, 2024.

Esse processo, conforme divulgado pela secretária de Desenvolvimento Econômico e Empreendedorismo, Josemila Nóbrega, em reportagem veiculada pelo Portal Patos Online (Figura 12), inclui ainda a assinatura de um Termo de Autorização de Uso do Espaço Público, onde o comerciante se compromete a cumprir uma série de regras estabelecidas pela organização do evento, o que sugere um controle rigoroso da ocupação dos espaços por parte dos empreendedores.

Figura 16 – Reportagem com Josemila Nóbrega, Secretária de Desenvolvimento Econômico de Patos

Secretaria de Desenvolvimento Econômico de Patos alerta sobre emissão de alvarás e regras para o São João

Segundo Josemila Nóbrega, secretária da pasta, é necessário que todos os comerciantes obtenham os alvarás adequados para suas atividades, especialmente aqueles que precisarão de energia elétrica.

Locais / São João 2024

05/06/2024 às 07h00 / Atualizada em 05/06/2024 às 23h47

Por: Gilfeide Vilar / Fonte: Patosonline.com

Compete! WhatsApp Facebook X

Patos - PB

Sobre o município

Patos é uma cidade na Paraíba, conhecida como a "Capital do Sertão". Sua fundação remonta a 1788, quando era um povoado. Emancipada em 1833, a cidade cresceu significativamente e hoje é um polo importante em educação, comércio e saúde no interior do estado. Situada no vale do Rio Escalvador, a região tem um clima semiárido e uma economia diversificada que inclui o comércio e serviços. Patos também se destaca por eventos culturais como o São João, um dos maiores da região.

Reprodução: TV Sol

Fonte: Portal Patos Online, 2024.

Apesar deste processo de formalização ser necessário para garantir a ordem e a segurança no evento, também levanta questionamentos sobre a acessibilidade e inclusão de pequenos empreendedores que podem ter menos acesso a essas oportunidades. No âmbito desse espaço público, a influência dos Atores Privados, no que tange a parceria público-privada com

a Empresa *Coollab Creative* trouxe uma nova perspectiva ao evento, impactando tanto o financiamento quanto a logística e a infraestrutura.

A presença de patrocinadores privados e empresas de grande porte tem impactado diretamente o uso e a ocupação dos espaços dentro do Terreiro do Forró. Os dados coletados por meio do questionário apontam um exemplo claro dessa influência - a regra que limita a comercialização de bebidas apenas às marcas patrocinadoras do evento, uma situação mencionada por 60% dos comerciantes. A influência de patrocinadores privados e grandes empresas no Terreiro do Forró é um exemplo claro de como o patrocínio pode moldar eventos culturais, evidenciado pelo percentual citado acima.

O modelo de patrocínio adotado, embora garanta a promoção do evento e proporcione uma infraestrutura mais adequada e segura, também levanta algumas questões: - a exclusividade das marcas patrocinadoras pode criar um monopólio no fornecimento de bebidas; - os comerciantes que não estão vinculados às marca patrocinadoras podem enfrentar dificuldades significativas em suas vendas e, conseqüentemente, no seu lucro financeiro; - os festivaleiros podem perceber a falta de diversidade nas opções de bebidas, o que pode impactar no seu consumo; - a dependência de patrocinadores pode ser problemática a longo prazo se os interesses comerciais destas empresas não estiverem alinhados com os valores econômicos e objetivos do evento cultural.

Esta situação reflete uma tendência mais ampla, quando os patrocinadores buscam maximizar a visibilidade e o retorno sobre o investimento, muitas vezes restringindo a concorrência local. Isso pode trazer benefícios, como maior financiamento e infraestrutura para o evento, mas também pode limitar a diversidade de opções para os consumidores e afetar os pequenos comerciantes locais (Quadro 3).

Quadro 3 – Seleção ou cadastro por parte da PMP, capacitação para os trabalhadores, determinação, regras e horários de funcionamento

Há seleção ou cadastro realizado pela Prefeitura Municipal de Patos (PMP) para realizar as atividades de trabalho no âmbito do Terreiro do Forró ou do seu entorno durante o São João?	
Pesquisados	100% afirmaram que sim
Explique como foi esse processo:	

- Foi lançado um edital no mês de abril e estabelecido um prazo de 15 a 23 do mesmo mês para a realização das inscrições;
- Realização de cadastramento através do edital publicado dois meses antes;
- Inscrição realizada na Secretaria de Desenvolvimento Econômico e Empreendedorismo;
- Cadastramento junto à Secretaria de Desenvolvimento dois meses antes do evento;
- Foi feito um cadastro na Secretaria de Desenvolvimento no mês de abril;
- Recebemos a divulgação da Prefeitura de que seria realizado um cadastramento no mês de abril, a partir de edital publicado;
- Foi feito através de edital, mas perdi o prazo e fiquei comercializando de maneira irregular durante a festa;
- Assim como no ano passado, a Prefeitura nos notificou sobre a necessidade de cadastramento, que foi aberto o prazo em abril, para realizar as inscrições.

A PMP desenvolve alguma capacitação para os barraqueiros, ambulantes ou camelos trabalharem durante o período do São João?

Sim

90%

Não

10%

Os trabalhadores que afirmaram sim, explicam que:

- Sim. No mês de maio foi realizado um workshop, onde foram repassadas orientações, como por exemplo, em relação a defesa do consumidor e combate ao trabalho infantil;
- A capacitação se deu através de workshop, porém, voltado mais para questões preventivas de segurança;
- Um workshop para repassar diretrizes e orientações;
- Uma espécie de workshop mais ou menos um mês antes, repassando algumas orientações sobre o uso do espaço do Terreiro e medidas de segurança;
- Apenas uma reunião, espécie de workshop, para falar sobre atendimento ao consumidor, manuseio de energia e outras medidas de segurança;
- Uma reunião para repassar algumas práticas durante o período de festa, incluindo combate ao trabalho infantil e medidas de segurança;
- Um curso com o pessoal cadastrado para falar sobre o que pode ou não ser feito no espaço da festa;
- *Workshop* com as equipes das secretarias e autoridades que trabalham no evento;
- Minicurso com os vendedores cadastrados, onde os fiscais e autoridades repassam regras e procedimentos para a gente trabalhar.

A PMP determina, estabelece regras e horários de funcionamento, quanto ao tipo de empreendimento durante as festividades?

Sim

60%

Não

40%

Os trabalhadores que afirmaram que sim, disseram?

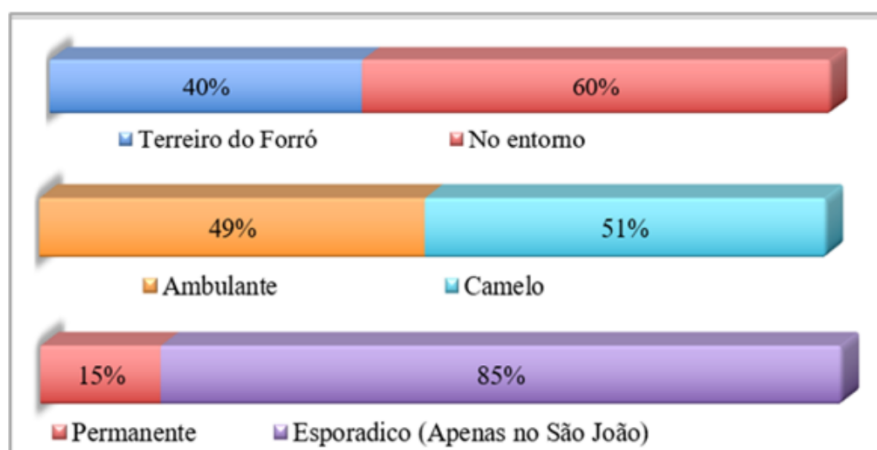
- Devido ao modelo de parceria público-privada, ela determina quais bebidas devem ser comercializadas, no caso, as da empresa patrocinadora do evento;
- Permite que seja comercializada apenas a água mineral da empresa patrocinadora do evento;
- Fiscalização da vigilância sanitária em relação ao controle de higiene dos alimentos utilizados;
- Só podemos comercializar bebidas da marca patrocinadora do evento;
- Eles determinam que só podemos vender as bebidas que pertencem à empresa patrocinadora do evento, caso contrário, poderemos perder a barraca;
- Só me permitiram vender bebidas que são fabricadas ou comercializadas pela empresa que patrocina o evento, a Pau Brasil Ambev.

Fonte: Pesquisa direta, 2024.

Entre as marcas disponíveis para comercialização, como explanado pela secretária Josemila Nóbrega na reportagem citada anteriormente, estavam Brahma, Duplo Malte, *Spaten*, Cachaça Matuta, Coca-Cola, Coca-Cola sem açúcar, Fanta (laranja, uva e guaraná), *Sprite*, Água Crystal e sucos *Del Valle*, todas pertencentes ao grupo Ambev, financiadora do evento. A participação destas marcas não só enriqueceu a experiência dos visitantes com uma variedade de bebidas, mas também, demonstrou a importância das parcerias público-privadas na realização de grandes eventos culturais como o São João de Patos.

Do ponto de vista comercial, essa restrição estabelece um ambiente controlado, onde pequenos empresários ou comerciantes informais podem encontrar desafios para competir ou se ajustar às demandas dos patrocinadores, já que os preços serão padronizados devido à uniformidade dos produtos vendidos entre os comerciantes.

Apesar disso, a atividade empreendedora, tanto formal quanto informal, desempenha um papel importante no São João de Patos, com o Terreiro do Forró sendo o principal local de atuação. Os dados coletados indicam que 85% dos comerciantes trabalham de forma temporária, limitando sua atividade ao período do evento, enquanto apenas 15% mantém uma ocupação permanente relacionada ao São João (Gráfico 13). Destes, os que declararam o trabalho no São João como esporádico, informaram atuar em outras profissões ao longo do ano, tais como: servente de pedreiro, catadora de recicláveis, costureira, gari e vendedora de loja, conforme o Quadro 4. Isso evidencia o impacto temporário, porém relevante, do evento na criação de empregos e na geração de renda para os trabalhadores da região.

Gráfico 13 - Local das atividades no São João de Patos, tipo de atividade comercial

Fonte: Pesquisa direta, 2024.

Quadro 4 - Produtos comercializados no período das festividades de Patos

Comida típica	40%
Comida diversa	30%
Salgado	30%
Batata frita	30%
Bebida alcoólica	70%
Água	70%
Água de coco	40%
Bugigangas	20%
Produtos artesanais	20%

Fonte: Pesquisa direta, 2024.

No cotidiano, os comerciantes que instalam seus negócios no período do São João de Patos também exercem atividades diversas sem registro formal. Isso inclui funções como vendedores ambulantes, diaristas, trabalhadores da construção civil, profissionais autônomos, eletricitas, encanadores e *freelancers*. Essas ocupações variam em natureza e demandam diferentes habilidades, refletindo a diversidade do trabalho informal na região, havendo a necessidade de se buscar uma renda extra no período junino (Quadro 5 – Figura 15).

Quadro 5 – Tipo de trabalho que desempenha na vida cotidiano

Figura 17 - Comerciante do ramo de comidas atuando em uma das barracas no Terreiro do Forró

Todas as atividades cotidianas são informais (sem registro trabalhista)	
Vendedor ambulante	Profissionais autônomos
Camelô	Eletricista e encanador
Diarista diurna	Catador de recicláveis
Trabalhador da construção civil	Costureira
Vendedora de loja	Gari
Cozinheira	Freelancer



Fonte: Pesquisa direta, 2024 /Jornalista José Filho/Portal Patos Online

As ocupações informais durante o período junino podem incluir vendas de comidas típicas, artesanato, decoração e serviços relacionados a festas. Essa diversidade de atividades exige que as pessoas desenvolvam habilidades variadas, como culinária, *marketing*, logística e atendimento ao cliente. Além disso, a procura por renda extra é impulsionada pela tradição das festividades juninas, que motivam a participação de muitas pessoas em busca de oportunidades econômicas.

Correlacionado aos números desta pesquisa, a maioria dos empreendedores entrevistados se identifica como pequenos empreendedores¹, com 98% classificando-se como de pequeno porte e 2% como microempreendedores². A pesquisa indica que 60% dos comerciantes contam com o auxílio de familiares ou amigos em suas atividades, enquanto 40% trabalham sozinhos. Dos 60% que contam com auxílio, 40% atuam com familiares e 20% com amigos e outros.

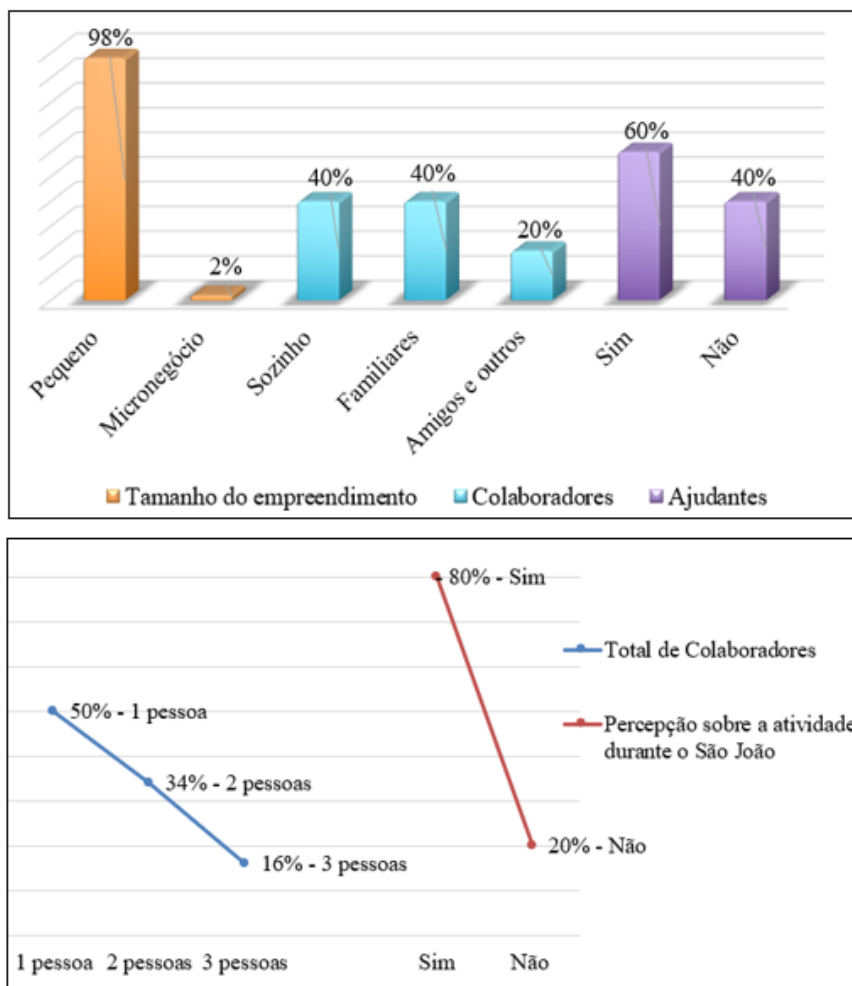
Destes, 50% disse trabalhar com ajuda de 1 pessoa, 34% até 2 pessoas e 16% até 3 pessoas, evidenciando uma estrutura de trabalho predominantemente informal e familiar que

¹ Pequeno empreendedor pode se referir a alguém que tenha uma Microempresa (ME) ou uma Empresa de Pequeno Porte (EPP), com maior faturamento e capacidade operacional (SEBRAE, 2022).

² Microempreendedor refere-se ao MEI, com faturamento bem limitado e pouca estrutura (SEBRAE, 2022).

caracteriza grande parte desses negócios, como apresentado no Gráfico 14 e Quadro 6. Estes números ressaltam a importância do São João como uma oportunidade econômica para pequenos empreendedores, muitos dos quais atuam de maneira informal, como camelôs ou ambulantes na Cidade de Patos.

Gráfico 14 – Tamanho do empreendimento, colaboradores e ajudantes



Fonte: Pesquisa direta, 2024.

A descrição destaca a estrutura de trabalho dos pequenos empreendedores durante o São João, refletindo características importantes do mercado informal na Cidade de Patos, como a composição do trabalho, em que 50% dos entrevistados contam com a ajuda de uma pessoa e 34% até duas, isto indica que muitos empreendimentos são familiares, com mão de obra que não é formalmente registrada. Isso é comum em eventos culturais quando os custos e os riscos são compartilhados entre familiares e amigos.

O evento não apenas proporciona uma chance de gerar renda, mas também mobiliza a economia local, favorecendo pequenos empreendedores e oferecendo uma plataforma para expor produtos e serviços. Para muitos, especialmente camelôs e ambulantes, essa é uma

oportunidade para aumentar a receita em um período do ano. O trabalho informal traz benefícios, como flexibilidade e menor burocracia. No entanto, também acarreta desafios, como a falta de acesso a direitos trabalhistas e a vulnerabilidade financeira, especialmente em momentos de crise ou insatisfação na venda de produtos.

Os dados compartilhados reforçam a importância dos eventos culturais, como o São João, no fortalecimento da economia local, especialmente para pequenos empreendedores que utilizam estruturas simples e muitas vezes informais para operar. Esta dinâmica é vital para a sobrevivência econômica de muitos, mas também requer atenção para garantir que esses trabalhadores não sejam explorados e tenham condições de trabalho dignas (Quadro 6).

Quadro 6 – Existe alguma diferença perceptível na sua atividade empreendedora durante o período do São João?

Especificação sobre o tipo de empreendimento, que aufera sua renda anualmente	
Barraquinha de lanches	Trabalho vendendo bugigangas e produtos de fabricação artesanal na rua
Vendedor de água ambulante nas ruas de Patos e durante o São João tenho uma barraca no Terreiro do Forró	Tenho uma barraca de lanches no Mercado Central de Patos e durante o São João comercializo comidas no Terreiro do Forró
Vendo água mineral e água de coco	Comercializo milho assado e cozido no entorno do Terreiro do Forró
Trabalho com a fabricação de produtos artesanais à base de madeira	Comercializo bebidas diversas como isopozeiro no entorno do Terreiro do Forró
Tenho um <i>food-truck</i> e vendo hambúrgueres artesanais	Durante o São João passo a comercializar também bebidas alcoólicas
Trabalho como costureira, com produção de pequenas peças e consertos em roupas usadas	Durante o São João eu paraliso as atividades como costureira e, juntamente com meu esposo e irmão, comercializo bebidas em uma barraca no Terreiro do Forró

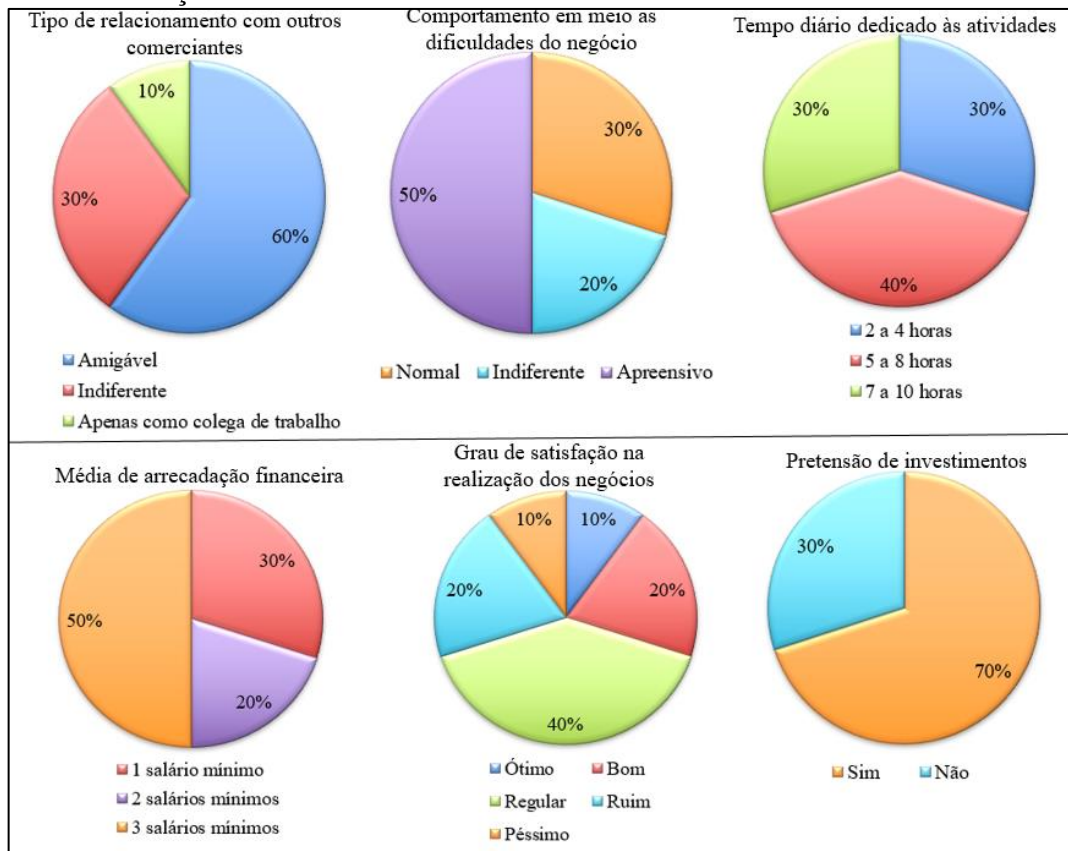
Fonte: Pesquisa direta, 2024.

No período que compreende o São João se destaca a diversidade das ocupações informais no Terreiro do Forró e nas adjacências, refletindo a necessidade de uma renda extra. A distribuição de horas dedicadas ao trabalho mostra que 40% dos entrevistados trabalham entre 5 a 8 horas, 30% dedicam de 2 a 4 horas, e os outros 30% passam de 7 a 10 horas. A média salarial para estes trabalhos varia de R\$ 1.430,00 (salário mínimo), R\$ 800,00, R\$ 750,00 e R\$ 600,00, enquanto a maioria dos familiares não recebe uma parte desta renda, que vai diretamente para os trabalhadores.

Quanto à média de salário auferido durante suas atividades no São João, 50% dos participantes conseguiram arrecadar até 3 salários mínimos, 30% conseguiram 1 salário, e 20% conseguiram 2 salários. Com relação ao grau de satisfação, 40% consideraram-se satisfeitos (ótimo ou bom), 40% consideraram-se em situação regular, e 20% se sentiram insatisfeitos (ruim ou péssimo). Quanto ao quesito intenção de novos investimentos, 70% afirmaram que pretendem investir para o próximo São João e 30% relataram que não querem correr o risco de perder mercadorias.

A maioria dos participantes (80% juntos) se posicionam entre regular e apresentam alguma forma de insatisfação, indicando uma possibilidade de melhorias na experiência. A alta intenção de investimento (70%) sugere um otimismo entre os participantes, apesar das preocupações de 30% que mencionaram risco. Isso pode sinalizar oportunidades para suporte ou garantias que incentivem mais participantes a investir (Gráfico 15).

Gráfico 15 – Tempo diário dedicado às atividades, média de arrecadação capital, grau de satisfação na realização dos negócios e pretensão de investimentos durante a realização do São de Patos no Terreiro do Forró e do seu entorno



Fonte: Pesquisa direta, 2024.

A maioria dos familiares não recebe uma parte dessa renda, que vai diretamente para os trabalhadores, evidenciando a importância do trabalho informal para a economia familiar durante o São João. Essa situação mostra como eventos culturais podem ter um impacto

significativo na vida econômica das pessoas, proporcionando oportunidades de trabalho e renda adicionais. Este modelo de organização pode ser benéfico para diminuir os custos e aumentar os lucros, porém, também pode gerar uma dependência de mão de obra não remunerada ou com baixa remuneração, conforme mencionado por alguns entrevistados.

O trabalho informal se mostra essencial para a economia das famílias durante as festividades juninas da Cidade de Patos. O São João não apenas cria oportunidades de ganho imediato, mas também ajuda a complementar a renda familiar, especialmente em períodos em que outras formas de emprego se encontram escassas. A renda gerada no São João pode ser decisiva para muitas famílias, contribuindo para cobrir despesas básicas, na organização de trabalho em eventos como o São João pode, de fato, reduzir custos operacionais e aumentar lucros para estes pequenos e microempreendedores e trabalhadores.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A gestão pública e privada no contexto do São João da Cidade de Patos-PB explicita uma colaboração essencial para o fortalecimento da cultura local e o desenvolvimento econômico local e regional. A interação entre esses setores permite uma abordagem mais integrada, na qual a gestão pública garante a infraestrutura necessária, incluindo segurança, trânsito e serviços municipais, enquanto a iniciativa privada contribui com recursos financeiros através de patrocínios, investimentos em atrações e logística estratégica que torne o evento mais atrativo.

A integração entre os setores público e privado é importante para que eventos como o São João não apenas celebrem a cultura local, mas também, contribuam significativamente para o desenvolvimento econômico e social, criando um ciclo virtuoso que beneficia a todos os envolvidos – festivaleiros e comerciantes. Além de promover uma cultura regional de destaque gerando impactos sociais e econômicos significativos, atraindo turistas e criando empregos temporários, bem como, fortalecer o desenvolvimento regional e a economia local. O São João no Terreiro do Forró depara-se, também, com grandes desafios e oportunidades, numa aparente dinâmica dos negócios – (trabalhos) realizados pelos comerciantes no âmbito interno e externo do Terreiro do Forró, sobre a visão organizacional de fonte e renda.

As limitações deste estudo encontram-se fundamentadas nos seguintes aspectos: - escassos trabalhos sobre a temática; - falta de acesso ao projeto da logística do evento; - tamanho pequeno da amostra investigada, tanto quanto os festivaleiros e os comerciantes; - limitação no tempo das respostas (rápidas); dados incompletos e não confiáveis; - burocracia por parte da gestão pública e da Empresa *Coollab Creative*; - e por fim, a Secretária Josemila Nóbrega da pasta de Desenvolvimento Econômico e Empreendedorismo, se eximiu em responder à entrevista.

Para trabalhos futuros recomenda-se que estes encontrem base do parâmetro acadêmico da Administração, que envolvam aspectos culturais, sociais, econômicos, logística, gestão, marketing e tecnológico, tais como: - estudar o impacto econômico do São João em Patos; investigar como a produção cultural do São João preserva e promove a cultura local; explorar as práticas organizacionais do evento entre o poder público e os festivaleiros; uso de tecnologias digitais na promoção e organização, como redes sociais, aplicativos de eventos, aplicativos móveis (veículos) e plataformas de streaming (para público que assiste de casa); envolver a comunidade local e regional na organização e execução do São João.

REFERÊNCIAS

- ACERVO. **Acervo da Moleka 100 Vergonha**. Campina Grande-PB, 2019.
- ADMIN. **Desenvolvimento**: o que é?. 2023. Disponível em: <https://desenvolvimento-o-que-e-significado/>. Acesso em: 05/06/2024.
- AMARAL, R. As mediações culturais da festa. **Revista Mediações**. Londrina, v. 3, n. 1, jan./jul. 1998.
- BALABAN, M. D. **Os indicadores quantitativos da cultura**. Rio de Janeiro: Associação de Amigos da Funarte, 1998.
- BARBOSA, L. N. H. Cultura Administrativa: Uma nova perspectiva das relações entre antropologia e administração. **RAE - Revista de Administração de Empresas**. V. 36, n. 4, p. 6-19. São Paulo, 1996.
- BARDIN L. **Análise de conteúdo**. Lisboa: Edições 70; 1977.
- BATISTA, F. E. A. **Gestão cultural**: cultura, desenvolvimento e mercado. Ponta Grossa - PR: Atena, 2021.
- CASTRO, J. R. B. **A espetacularização das festas juninas no espaço urbano como estratégia político-administrativa de promoção do turismo cultural no Recôncavo Baiano**. Facom-UFBA, Salvador, 2010.
- CASCUDO, C. L. **Dicionário do Folclore Brasileiro**. São Paulo: EDUSP; Belo Horizonte: Itatiaia, 1988.
- COELHO, T. **O que é indústria cultural**. São Paulo: Brasiliense, 1980.
- CONFIRA. São João de Patos 2020. **Terreiro do Forró Patos-PB**. 2020. Disponível em: <https://confiramais.com.br/sao-joao-de-patos/>. Acesso em: 07/06/2024.
- CORRÊA, M. B. **Do marketing ao desenvolvimento cultural**: relacionamento entre empresas e cultura; reflexões e experiência. Belo Horizonte: 2004.
- COSTA, L. F. Cultura e desenvolvimento: referências para o planejamento regional. **O Público e o Privado**. N. 12 - Julho/Dezembro, 2008.
- CUNHA, M. H. Gestão cultural: profissão em formação. **Portal Iberoamericano de Gestión Cultural**. Belo Horizonte, maio de 2007.
- DÓRIA, C. A. A merencória luz do Estado. **São Paulo em Perspectiva**. São Paulo, v.15, n.2, abr./jun. 2001.
- EMATER-DF. **Conceitos de mercado**. Governo do Distrito Federal. Empresa de Assistência Técnica e Extensão Rural. Brasília: EMATER-DF, 2020.
- EES. Equipe da Enciclopédia Significados. **Conceito de Cultura**. s/d. Disponível em: <https://www.significados.com.br/cultura/>. Acesso em: 06/06/2024.

FEIJÓ, M. C. As políticas culturais da globalização. In: BRANT, L. (Org.) **Políticas culturais**. Barueri, SP: Manole, 2003. v.1.

FNEM BRASIL. **Região Metropolitana de Patos (PB)**. Disponível em: <https://fnembrasil.org/regiao-metropolitana-de-patos-pb/>. Acesso em: 10 set. 2024.

G1 PARAÍBA. **São João 2024 movimentada mais de R\$ 700 milhões na PB: 'realizei sonhos da minha família', diz comerciante**. Disponível em: <https://g1.globo.com/pb/paraiba/sao-joao/noticia/2024/06/19/sao-joao-2024-movimentada-mais-de-r-700-milhoes-na-pb-realizei-sonhos-da-minha-familia-diz-comerciante.ghtml>. Acesso em: 06 set. 2024.

G1 PARAÍBA. **IBGE: Paraíba tem 4,1 milhões de habitantes, mas 38,5% deles estão concentrados em quatro cidades**. Disponível em: <https://g1.globo.com/pb/paraiba/noticia/2024/08/30/ibge-paraiba-tem-41-milhoes-de-habitantes-mas-385percent-deles-estao-concentrados-em-quatro-cidades.ghtml>. Acesso em: 08 set. 2024.

GEERTZ, C. **A interpretação das culturas**. Nova York: Livros Básicos, 1973.

GOOGLE MAPS. **Localização do Terreiro do Forró na Cidade de Patos-PB**. Disponível em: [google.com/maps/place/Terreiro+do+Forr%C3%B3+-+R.+Fenelon+Bonavides+-+](https://www.google.com/maps/place/Terreiro+do+Forr%C3%B3+-+R.+Fenelon+Bonavides+-+). Acesso em: 22/04/2024.

HOCHMAN, G. **Reformas, políticas e saúde pública em debate no Estado Novo**. Rio de Janeiro: FGV/USF, 1998.

IBGE. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **Região Nordeste no Contexto Brasileiro**. Rio de Janeiro: IBGE, 2020.

IBGE. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **Município de Patos no Estado da Paraíba**. Rio de Janeiro: IBGE, 2020.

IAB. Instituto Alvorada Brasil. **Projetos Culturais**: como elaborar, executar e prestar contas. Brasília: Instituto Alvorada Brasil: Sebrae Nacional, 2014.

LAURENTINO, F. de P. ESPAÇO PÚBLICO: ESPAÇO DE CONFLITOS. **Projeto História: Revista do Programa de Estudos Pós-Graduados de História**, [S. l.], v. 33, n. 1, 2009. Disponível em: <https://revistas.pucsp.br/index.php/revph/article/view/2449>. Acesso em: 25 set. 2024.

MARTINS, R. S. **A gestão rural na perspectiva das áreas rurais no município de Patos-PB**. Monografia de Graduação. Curso de Bacharelado em Administração. Centro de Ciências Exatas e Sociais Aplicadas da Universidade Estadual da Paraíba. Campus VIII. Patos-PB: UEPB, 2022.

MARQUES, F. P. **De que falamos quando falamos de cultura**. Lisboa: Presença, 1995.

MOISES, J. A. **Os efeitos das leis de incentivo**. Rio de Janeiro: Associação de Amigos da Funarte, 1998.

MOREIRA, A. J. **A cultura como articuladora da sociedade**. São Paulo: Polis, 2000.

PATOS METRÓPOLE. **Rede Hoteleira de Patos comemora a ocupação de 90% dos leitos durante o São João.** Disponível em: <https://patosmetropole.com.br/2024/06/26/rede-hoteleira-de-patos-comemora-a-ocupacao-de-90-dos-leitos-durante-o-sao-joao/>. Acesso em: 15 set. 2024.

PATOS ONLINE. **Secretaria de Desenvolvimento Econômico de Patos alerta sobre emissão de alvarás e regras para o São João.** Disponível em: <https://patosonline.com/noticia/253412/secretaria-de-desenvolvimento-economico-e-empendedorismo-de-patos-alerta-sobre-emissao-de-alvaras-e-regras-para-o-sao-joao-de-patos>. Acesso em: 15 set. 2024

PATOS ONLINE. **Parceria entre Ambev e Prefeitura coleta 5,9 toneladas de recicláveis, gerando R\$ 96 mil de renda para catadores no São João de Patos.** Disponível em: <https://patosonline.com/noticia/254098/parceria-entre-ambev-e-prefeitura-coleta-5-9-toneladas-de-reciclaveis-gerando-r-96-mil-de-renda-para-catadores-no-sao-joao-de-patos>. Acesso em: 17 set. 2024.

PATOS ONLINE. **Vendedor diz que 2024 foi o pior ano para os ambulantes no São João de Patos. Ouça.** Disponível em: <https://patosonline.com/noticia/254119/vendedor-diz-que-2024-foi-o-pior-ano-para-os-ambulantes-no-sao-joao-de-patos-ouca>. Acesso em: 26 set. 2024.

PATOS ONLINE. **Vendedores fazem avaliação das vendas no Terreiro do Forró durante o São João de Patos 2024.** Disponível em: <https://patosonline.com/noticia/254117/vendedores-fazem-avaliacao-das-vendas-no-terreiro-do-forro-durante-o-sao-joao-de-patos>. Acesso em: 26 set. 2024.

PATOS ONLINE. **Terreiro do Forró receberá estrutura inovadora e espaço terá 100 mil m².** Disponível em: <https://patosonline.com/noticia/253998/terreiro-do-forro-recebera-estrutura-inovadora-e-espaco-tera-100-mil-m-sup2>. Acesso em: 26 set. 2024.

PEREIRA, M. G. S. **Os bastidores da quadrilha junina Moleka 100 vergonha: uma atividade cultural de caráter profissionalizante.** Monografia de Graduação. Departamento de Geografia do Centro de Educação. Universidade Estadual da Paraíba. Campina Grande: UEPB, 2019.

PESSOA, J. M. **Saberes em festa: gestos de ensinar e aprender na cultura popular.** Goiânia: UCG; Kelps, 2005.

PREFEITURA MUNICIPAL DE PATOS. **Diário Oficial do Município de Patos, edição extra, 28 de dezembro de 2021.** Disponível em: <https://patos.pb.gov.br/images/arquivos/documentos/1640803057.pdf>. Acesso em: 26 set. 2024.

PMP. Prefeitura Municipal de Patos. **Delimitação do Município e dos Bairros de Patos.** Patos: PMP, 2020.

POLÊMICA PATOS. **“Na área VIP pode tudo e aqui a gente não pode nada”, relata vendedora ambulante revoltada com tratamento no São João de Patos.** Disponível em: <https://polemicapatos.com.br/patos-em-foco/2024/06/23/na-area-vip-pode-tudo-e-aqui-a-gente-nao-pode-nada-relata-vendedora-ambulante-revoltada-com-tratamento-no-sao-joao-de-patos/>. Acesso em: 24 set. 2024.

PORTAL CORREIO. **São João de Patos registra recorde com público de cerca de 80 mil pessoas.** Disponível em: <https://portalcorreio.com.br/sao-joao-de-patos-registra-recorde-com-publico-de-cerca-de-80-mil-pessoas/>. Acesso em: 27 set. 2024.

PORTAL TV SOL. **Estrutura e atrações do São João de Patos custarão cerca de R\$ 10 milhões em 2023.** Disponível em: https://www.portaltvsol.com/noticias/patos/p2_articleid/24548. Acesso em: 12 set. 2024.

PORTO, M. N. A cultura em tempos de gestão: o mercado de trabalho na área da cultura. **Pergaminho**. (3), 45-51, novembro de 2012. Minas Gerais: Patos de Minas.

SEBRAE. **Saiba o que diferencia o ME do MEI.** Disponível em: <https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ufs/ac/artigos/saiba-o-que-diferencia-o-me-do-mei,a3e1cb87e9722810VgnVCM100000d701210aRCRD#:~:text=Apesar%20das%20semelh an%C3%A7as%20Microempreendedor%20e,n%C3%A3o%20s%C3%A3o%20a%20me sma%20coisa.&text=Microempreendedor%20%C3%A9%20o%20profissional%20que,no%20mercado%20como%20pequeno%20empres%C3%A1rio>. Acesso em: 16 out. 2024.

SHU, C.; ZHOU, A. R. Globalização Cultural. **Revista de Economia**. São Paulo: USP, 2017.

SCHEIN, E. H. **Cultura organizacional e liderança**. 4 ed. São Francisco: Jossey-Bass, 2010.

SILVA, V. M. **A construção da política cultural no regime militar: concepções, diretrizes e programas (1974-78)**. 2001. Dissertação (Mestrado). Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2001.

SILVA, T. L. **A Cultura das Festas Juninas no Nordeste Brasileiro**. Dissertação de Mestrado. Universidade Federal de Pernambuco, 2012.

SODRÉ, M. A cultura como crise. **Políticas Culturais em Revista**. Salvador, v. 10, n. 1, p. 11-22, jan./jun. 2017.

SOUSA, M. C. Administração Pública. **Enciclopédia Jurídica da PUC-SP**. Tomo Direito Penal. 1 ed. São Paulo: PUC, 2020

THIRY-CHERQUES, H. R. De falácias e de cultura. **RAP**. Rio de Janeiro, v.35, n.4, p.7-17, jul./ago.2001.

TRIBUNAL DE CONTAS DO ESTADO DA PARAÍBA (TCE-PB). **Festas juninas em 202 municípios tiveram gastos públicos superiores a R\$ 54 milhões**. Disponível em: <https://tce.pb.gov.br/noticias/festas-juninas-em-202-municipios-tiveram-gastos-publicos-superiores-a-r-54-milhoes>. Acesso em: 28 set. 2024.

UNIEDUCAR. Gestão Pública X Gestão Privada. **Time de Gestão de Conteúdo - 2020**. Disponível em: <https://unieducar.org.br/blog/gestao-publica-x-gestao-privada#>. Acesso em: 18/04/2024.

WEBER, M. **Economia e Sociedade**. São Paulo: Editora Universidade de Brasília, 1991.



Universidade Estadual da Paraíba
 Centro de Ciências Exatas e Sociais Aplicadas
 Curso de Bacharelado em Administração
 Campus VII – Patos – Paraíba

QUESTIONÁRIO APLICADO AO PÚBLICO PARTICIPANTE

Número do questionário: _____

- 1 – Gênero: Masculino Feminino Terceiro gênero
- 2 – Escolaridade: Analfabeto Ens. Fund. Incompleto Ens. Fund. Completo
 Ens. Médio Incompleto Ens. Médio Completo Superior Incompleto
 Superior Completo
- 3 – Idade: 15 a 18 19 a 20 21 a 25 26 a 30 31 a 35 36 a 40
 41 a 45 46 a 50 51 a 55 56 a 60 61 a 65 66 a 70
 71 a 75 76 a 79 + de 80
- 4 – Origem: Patos Cidades circunvizinhas Estado da Paraíba Pernambuco
 Rio Grande do Norte Outro estado do Nordeste Outra região Exterior
- 5 – Renda: Mantido por alguém Menos de 1 salário 1 salário 2 salários
 3 salários 4 salários 5 salários + de 6 salários
- 6 – Por que você escolheu o São João de Patos?
 Considerar o melhor Tranquilidade Laços familiares Segurança
 Devido ao baixo custo Devido ao público jovem Festa diurna e noturna
 Popularização Outro _____
- 7 – Faz quanto tempo que vem participando do São João de Patos?
 Menos de 3 anos 4 anos 5 anos 6 anos 7 anos 8 anos
 9 anos Mais de 10 anos
- 8 – Participa de quantos dias do São João? 1 dia 2 dias 3 dias 4 dias 5 dias
- 9 - Se é de fora, aonde fica quando vem para o São João?
 Casa de parentes Amigos Colegas Hotel Casa alugada
- 10 - Em média, quanto você gasta por noite no Terreiro do Forró?
 Menos de R\$ 100,00 R\$ 100,00 a 200,00 R\$ 300,00 a 400,00
 R\$ 500,00 a 900,00 Acima R\$ 1.000,00 Outro _____
- 11 - Faz compra no comércio local da Cidade de Patos no período do São João?
 Sim Não
 Se sim, que tipo de produto? _____

- 12 – Como avalia a organização e estrutura do São João de Patos por parte da Prefeitura Municipal de Patos?
 Péssimo Ruim Regular Bom Ótimo
- 13 – Você considera o São João de Patos no Terreiro do Forró um ambiente?
 Popularizado Estratificado
- 14 – O que você acha da área privatizada no Terreiro do Forró, quanto a frente do palco e dos camarotes?
 Justo Injusto Outro _____
- 15 – As áreas privatizadas do Terreiro do Forró diminuem o público menos favorecidos economicamente, já que é uma festa popular? Sim Não
Justifique? _____
- 16 – Entre o São João de Patos e o de Campina Grande, qual você indicaria para um amigo(a)?
 Patos Campina Grande
- 17 – Numa escala 1 a 10 qual nota você atribui ao São João de Patos no Terreiro do Forró?
 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
- 18 – Você considera que o São João de Patos, enquanto público participante, como um festejo?
 Popular Segregado Elite
- 19 – Como você avalia a Gestão Municipal de Patos quanto ao evento cultural das proporções do São João como? Investimento Tradição Gastos Outro _____
- 20 – Quando ao sistema econômico desenvolvimento no período do São João de Patos você considera que há um expansionismo de qual tipo de economia (múltipla escolha)?
 Economia popular Economia solidária Economia privada (formalizada)



Universidade Estadual da Paraíba
 Centro de Ciências Exatas e Sociais Aplicadas
 Curso de Bacharelado em Administração
 Campus VII – Patos – Paraíba

QUESTIONÁRIO APLICADO AOS PEQUENOS COMERCIANTES DA ÁREA INTERNA E EXTERNA DO TERREIRO DO FORRÓ NO PERÍODO DO SÃO JOÃO

Número do questionário: _____

- 1 – Gênero: Masculino Feminino Terceiro gênero
- 2 – Escolaridade: Analfabeto Ens. Fund. Incompleto Ens. Fund. Completo
 Ens. Médio Incompleto Ens. Médio Completo Superior Incompleto
 Superior Completo
- 3 – Idade: 15 a 18 19 a 20 21 a 25 26 a 30 31 a 35 36 a 40
 41 a 45 46 a 50 51 a 55 56 a 60 61 a 65 66 a 70
 71 a 75 76 a 79 + de 80
- 4 – Origem: Patos Cidades circunvizinhas Estado da Paraíba Pernambuco
 Rio Grande do Norte Outro _____
- 5 – Você está cadastrado pela Prefeitura Municipal de Patos para desenvolver essa atividade no São João de Patos? Sim Não
 Se não, por que? _____
- 6 – Há quantos anos você trabalha no São João de Patos?
 1 ano 2 a 4 anos 5 a 8 anos 9 a 12 anos 13 a 15 anos
 16 a 20 anos Mais de 20 anos
- 7 - Como começou a trabalhar no Terreiro do Forró durante o São João?
 Por necessidade Complementar a renda Adquirir um recurso extra
 Outro _____
- 8 – Sua atividade se dá em qual espaço da festa do São João?
 Terreiro do Forró No entorno Outro _____
- 9 – Qual tipo de comércio você desenvolve no São João?
 Ambulante Barraca fixa
- 10 – Que tipo de produto comercializa?
 Comida típica Comida diversas Salgados Batatas fritas Bebida não alcoólica Bebida alcoólica Água Água de coco Bugigangas Produtos artesanais outros _____
- 11 - Como você caracteriza o seu trabalho? Permanente Esporádico (apenas no São João)

- Se esporádico, em que você trabalha de fato? _____
- 12 – Você considera seu empreendimento? Pequeno Médio
- 13 – No seu empreendimento, você encontra-se?
 Sozinho Familiares Funcionários Amigos Sócios Outro _____
- 14 – Você recebe ajuda de familiares, amigos ou outras pessoas para a preparação e transporte das mercadorias, alimentos, bebidas ou produtos que comercializa no São João?
 Sim Não
 Se sim, esses recebem quanto pelo trabalho realizado? _____
 Quantas pessoas trabalham com você no período do São João? _____
- 15 – Especifique mais precisamente o tipo de seu empreendimento, já que você auferir sua renda por meio desse? _____
- 16 - A atividade citada muda algo por ser realizada durante de São João? Sim Não
 Se sim, por quê? _____
- 17 – Há algum tipo de seleção ou cadastro por parte da Prefeitura Municipal para poder trabalhar no São João em Patos, dentro do Terreiro do Forró ou do seu entorno?
 Sim Não
 Se sim, explique como foi esse processo _____
- 18 - A Prefeitura de Patos desenvolve alguma capacitação para vocês trabalharem no São João?
 Sim Não
 Se sim, como? _____
- 19 - A Prefeitura Municipal de Patos determina e estabelece regras de funcionamento, quanto ao tipo de seu empreendimento durante as festividades do São João? Sim Não
 Se sim, como? _____
- 20 - Como você se relaciona com os outros trabalhadores de atividades semelhantes a sua no São João? Amigável Indiferente Não Falo Como concorrente
- 21 - Como você se comporta em meio às dificuldades no seu trabalho na festa de São João?
 Normal Indiferente Apreensivo Outro _____
- 22 - Quanto tempo dedica à atividade desenvolvida durante o São João de Patos?
 2 a 4 horas 5 a 8 horas 10 horas
- 23 – Qual é a média de arrecadação que você auferir no São João de Patos?
 1 salário 2 salários 3 salários 4 salários 5 salários
 Outro _____
- 24 – Qual o seu grau de satisfação durante a realização de sua atividade no São João?
 Péssimo Ruim Regular Bom Ótimo
- 25 – Pretende fazer novos investimentos para São João futuros? Sim Não