

# **ECONOMIA DA CULTURA E DESENVOLVIMENTO: contributos do evento artístico e cultural “Maior São João do Mundo” realizado no Parque do Povo em Campina Grande – PB**

SILVA, NICOLE CAVALCANTI  
SILVA, MÁRCIA FÉLIX DA

## **INTRODUÇÃO**

A atividade turística representa uma excelente alternativa de lazer e recreação, ao mesmo tempo em que, contribui para o desenvolvimento local ou regional de maneira a preservar a identidade local, conservar os patrimônios (natural, histórico e cultural), promover e dinamizar a economia dos locais que a desenvolvem. Nessa perspectiva, a cultura pode estar aliada e ser promotora de turismo, lazer, economia, sustentação e reforço de manifestações culturais, com base na cultura tradicional e que se originam do folclore, da memória e das crenças de determinada população.

Camilo e Bahl (2017), afirmam que o patrimônio cultural deve ser compreendido como mais um recurso à disposição das comunidades para seu desenvolvimento, tomando como referência e concepção, o patrimônio natural ou cultural como recurso econômico, capaz de gerar emprego e renda, estando associado ao crescimento do turismo e à necessidade das pessoas em conhecerem cada vez mais a diversidade

cultural das regiões e dos territórios nacionais e internacionais que o cercam.

Nesse contexto, Silva e Oliveira (2017), apontam que o estudo da economia da cultura é algo novo nas sociedades, surgindo a necessidade de pensar a economia proveniente da cultura a fim de dispor de ferramentas e conceitos suscetíveis para ajudar no seu desenvolvimento é fruto do incremento dos debates democráticos sobre a alocação de recursos e da concorrência internacional sobre o mercado de bens e serviços culturais.

Diante deste cenário, a festa de São João é um dos eventos mais tradicionais em todo o país e, em especial, no norte e nordeste brasileiro, caracterizando-se principalmente pela mudança de estação climática, o início do ciclo da colheita do milho e do feijão, indumentária diferenciada, comida típica regional e cerimonial alegre e vibrante das danças e músicas regionais (ANDRADE LIMA, 2008).

No que concerne ao evento artístico cultural “Maior São João do Mundo” realizado no local de eventos intitulado “Parque do Povo” em Campina Grande, cidade do Estado da Paraíba - Brasil, o expressivo número de pessoas no destino reflete no aumento exponencial da geração de emprego e renda para a população que trabalha no local, com base na religiosidade, tradição e promoção da cultura popular dos festejos juninos no espaço urbano e rural.

A escolha desse lócus de pesquisa se justifica porque Campina Grande-PB é reconhecida nacionalmente e internacionalmente como a cidade que realiza o “Maior São João do Mundo” do dia 3 de junho ao

dia 3 de julho, contabilizando 31 (trinta e um) dias de festa em comemoração aos Santos do mês de junho: Santo Antônio, São João e São Pedro, com a comercialização de comidas típicas regionais, apresentações de grupos folclóricos e atrações musicais com bandas de forró pé-de-serra e de ritmo sertanejo e gospel nacional.

Ante ao exposto, este estudo tem por objetivo verificar e analisar os impactos e as contribuições do evento artístico-cultural “Maior São João do Mundo” realizado no Parque do Povo em Campina Grande-PB, para a valorização do patrimônio histórico, artístico, cultural e o desenvolvimento da economia e do turismo local, a partir da aplicação de indicadores de sustentabilidade.

Esse estudo se justifica porque o Brasil apresenta um elevado potencial de crescimento no continente, por três fatores: mercado interno expressivo, políticas públicas diversificadas e eficientes e a riqueza e a diversidade da nossa cultura. Deve-se tratar a “economia da cultura” no Brasil pensando não apenas na situação existente, mas, sobretudo no potencial não realizado, bem como nas oportunidades que se colocam, em termos de geração de renda, emprego, exportação e inclusão, tanto nacionalmente quanto local ou regionalmente (LEITÃO, 2015).

A amplitude e a complexidade que tem a economia da cultura nos obrigam a tratá-la como um conjunto de economias distintas, com produtos, processos e mercados diversos, por outro lado, estas economias podem ser agrupadas de várias maneiras, seja pelo produto, pelo processo, seja por sua base tecnológica, ou mesmo segundo sua

base territorial ou regional. Embaixo deste guarda-chuva cabem jogos eletrônicos, software; grandes celebrações, como o carnaval; o design, comércio de antiguidades, edição, editoração e publicação, além do que já foi citado acima.

Os trabalhadores deste segmento, nas atividades mais rentáveis, costumam apresentar nível de instrução mais elevado que a média e que a sua correlação entre formação e salário é mais efetiva. O trabalhador deste setor tem um rendimento médio e domiciliar e uma participação no mercado bem superior ao total da população ocupada.

## **REFERENCIAL TEÓRICO**

### **Turismo cultural e lazer**

O turismo cultural é um segmento de mercado que, a partir dos anos 1980, vem recebendo crescente atenção por parte da literatura analítica, que tenta precisar conceitos, construir referencial teórico, coligir dados e testar hipóteses, tanto do trade turístico, que busca incessantemente novas atrações aptas ao consumo turístico, quanto de países, regiões e cidades ao redor do mundo, ávidos por atrair parcelas do crescente mercado turístico mundial (KÖHLER; DURAND, 2007).

Nesse sentido, Silberberg (1995), define turismo cultural como a visitação por pessoas de fora da comunidade receptora motivada, no todo ou em parte, por interesse em aspectos históricos, artísticos, científicos ou de estilo de vida e de herança oferecidos por uma comunidade, região, grupo ou instituição. Todavia, cabe destacar que, para que haja oferta de atrações culturais, o patrimônio cultural, pode ser

formado de bens tangíveis, como ambientes naturais e culturais, incluindo paisagens, locais históricos, sítios e ambientes construídos; e de bens intangíveis, como coleções, performances e festivais, práticas culturais passadas e atuais, conhecimento e experiências de vida (MCKERCHER; DU CROS, 2003).

Para Köhler e Durand (2007), as definições de turismo cultural segundo a oferta, baseiam-se no desfrute turístico de equipamentos e atrações previamente classificados como culturais: sítios e centros históricos, festivais, gastronomia local, centros de interpretação patrimonial, mercados tradicionais, museus, objetos, eventos, entre outros, tratando-se de um conceito baseado na oferta de atrações culturais, previamente classificadas como tal e aptas ao consumo do fluxo turístico.

No que tange ao lazer, Gomes (2014), cita duas abordagens teórico-conceituais do lazer: a primeira delas, sistematizada no decorrer do século XX, é aqui considerada hegemônica por entender o lazer como uma esfera da vida social oposta ao trabalho, como um tempo livre/liberado de variadas obrigações ou como uma ocupação do tempo livre; e a segunda, ainda incipiente nos estudos sobre a temática, concebe o lazer como necessidade humana e dimensão da cultura.

De acordo com Trigo (1998) apud Rodrigues, Wada e Chueco (2017), o turismo se insere no mundo do divertimento e do prazer em função da sua relação com as atividades desenvolvidas por esses segmentos, mas, por outro lado, por serem áreas complexas torna-se

difícil separá-las em termos administrativo, econômico e operacional, haja vista que, nem sempre, toda atividade de lazer envolve o turismo.

Nesse âmbito, Gomes (2011), compreende o lazer como uma necessidade humana e dimensão da cultura que constitui um campo de práticas sociais vivenciadas ludicamente pelos sujeitos, estando presente na vida cotidiana em todos os tempos, lugares e contextos. No caso do turismo, para Coriolano (2006), a experiência do lazer envolve a viagem, sendo necessário que a pessoa possua tempo e dinheiro suficientes para aproveitar os atrativos do destino turístico. Por outro lado, segundo Marcelino (2012), o lazer em si não necessita de uma experiência de viagem, mas de espaços destinados à satisfação da pessoa em seu momento de descanso, tempo este que está relacionado ao ócio do trabalho.

Complementando este cenário, Andrade (2000), distingue ainda três funções principais do lazer, que são: descanso, para recuperação, libertação da fadiga, reparação das deteriorações físicas ou nervosas provocadas pelas tensões consecutivas ao exercício das obrigações e, em modo particular, do trabalho; divertimento, libertação da fadiga e do tédio por meio de atividades reais (ao exemplo de viagens, jogos e esportes) e fictícias (que promovem identificação e projeção como recurso à vida imaginária, como a participação em espetáculos de teatro e de cinema, ou até mesmo leitura de romances); e desenvolvimento da personalidade, em que o lazer promove a integração voluntária na vida de agrupamentos recreativos, culturais, sociais, onde advém a adoção de atitudes ativas no emprego das diferentes fontes de informação, tais como: imprensa, cinema, rádio, televisão e internet.

Nesse enfoque, cabe ressaltar que os tipos de lazer podem ser agrupados em: cinema, teatro, shows, concertos e óperas; jogos esportivos e ginásticos; cursos, conferências e workshops; TV e internet; passeio em shopping centers; frequência a bares e restaurantes; visita a museus, exposições, parentes e amigos; viagens; associações literárias, musicais, de jogos, de esporte, de pesca, entre outros (SANTOS et al., 2016). Assim, enquanto uma necessidade humana fundamental, o lazer pode ser satisfeito de múltiplas formas, segundo os valores e interesses dos sujeitos, grupos e instituições em cada contexto histórico, social e cultural (GOMES, 2014).

Entretanto, Santos et al. (2016), destaca que a insuficiência de recursos financeiros ou de falta de tempo para o lazer impede o indivíduo de atingir o grau de lazer, objeto de aspiração ou de necessidade, criando insatisfação e frustração. Para os autores, a ideia de que o lazer é uma liberdade total carece de significado, já que se vive em um estado de natural coerção social, à medida que, as próprias atividades de lazer compreendem determinado controle social (usos, costumes e normas), como no caso de práticas esportivas e turismo em geral.

Por fim, em virtude desse cenário, a cultura tornou-se integrada a um sistema de consumo de lazer, pois o turismo cultural representa uma área de benefício econômico significativo para localidades com diversificado e rico patrimônios histórico, artístico e cultural, pois conforme ressaltado por Gomes (2014), concebido enquanto uma produção cultural humana, o lazer constitui relações dialógicas com a educação, com o trabalho, com a política, com a economia, com a linguagem e com a arte, entre outras dimensões da vida social, sendo parte integrante e constitutiva de cada coletividade.

## **Economia da cultura e desenvolvimento**

O turismo cultural tem sido, nos últimos tempos, considerado a área de maior crescimento no turismo global e, cada vez mais, tem sido tomado como a maior área de desenvolvimento de produto pelos destinos turísticos em busca de diversificação, pois o desejo pelo “turismo de qualidade”, a necessidade de encontrar recursos para apoiar a cultura e a pronta disponibilidade de recursos culturais torna o turismo cultural uma opção atrativa, tanto para áreas urbanas quanto para rurais (RICHARDS, 2009).

Nesse sentido, Coelho Netto (2007), ressalta que a cultura vem sendo, nas duas últimas décadas, sistematicamente pensada como meio para o desenvolvimento econômico e humano, à medida que, a cultura deve ser pensada como fim em si, não apenas como meio, o que significa que, compreendê-la apenas como alavanca para geração de empregos, renda e aumento do Produto Interno Bruto (PIB), com função instrumental, é retirar sua dimensão fundamental.

Para Leitão (2015), do ponto de vista da economia, a expressão “economia da cultura” identifica o conjunto de atividades econômicas relacionadas à cultura, sendo que, do ponto de vista da cultura, trata-se do conjunto de atividades culturais com impacto econômico. Segundo o autor, pode-se incluir neste conjunto qualquer prática direta ou indiretamente cultural que gere valor econômico, além do valor cultural, à medida que, a economia é uma das dimensões da cultura e a “economia da cultura” constitui um campo da economia.

Nesse contexto, a economia da cultura busca a utilização da lógica econômica e da sua metodologia para o setor cultural, ressaltando seu valor econômico enquanto atividade turística. Nessa vertente, são



privilegiados dados que apontem para o peso do turismo e da cultura na geração de empregos e renda para a população local, participação no PIB, na arrecadação tributária, na balança comercial e, em seu potencial, para o desenvolvimento (SOUSA; OLIVEIRA, 2017).

Por sua vez, segundo o Ministério da Cultura (MinC), o conceito de economia da cultura costuma ter uma conotação mais ampla que o de indústria cultural, de indústrias criativas, e até mesmo que o de economia criativa, pois fala-se também em indústria do entretenimento, em indústria de conteúdos e indústria de bens simbólicos (Minc, 2015).

O MinC (2015), também afirma que, nunca se falou tanto na capacidade que a cultura tem de gerar economias, cada vez mais evidenciado pelo próprio ritmo de expansão deste segmento em todo o planeta, decorrente, em grande medida, da revolução tecnológica que está sendo presenciado no mundo das comunicações (MinC, 2015). Nesse sentido, o Ministro da Cultura “Juca Ferreira”, teceu o seguinte comentário:

O momento em que vivemos no Brasil, e no mundo, reforçam a necessidade de melhor circunscrevermos a contribuição da economia da cultura para o desenvolvimento de nosso país. O que, em outras palavras, significa buscarmos melhor entender seu papel, seu significado, seu *modus operandi*, e sua capacidade de gerar economias e nos afirmar como Nação (MinC, 2015, p. 2).

Por sua vez, Leitão (2015), destaca que, cultura é mercadoria, mas mercadoria distinta, com duplo valor: econômico e cultural, à medida que mensurar economicamente a cultura não só é possível, mas necessário, pois análises econômicas ajudam a entender fenômenos

culturais e reforçam uma percepção positiva das atividades culturais, ao conferir a elas valor palpável.

Complementando este cenário, além do setor industrial da cultura, o estudo “A Economia da Cultura na Europa”, apresentado pela Direção Geral da Educação e Cultura da Comissão da União Europeia, incluiu na economia proveniente da cultura os segmentos do audiovisual, da música e da publicação de livros, entre outros; a indústria da mídia (imprensa, rádio e TV); a área criativa (moda, arquitetura, publicidade, design gráfico, design de produtos e design de interiores); e o turismo cultural, as expressões artísticas e instituições culturais (artes cênicas, artes visuais, cultura popular, património material, museus, arquivos, bibliotecas, eventos, festas e exposições) (GPEARI, 2008).

De acordo com Leitão (2015), o conjunto de pesquisas recentes sobre este assunto indica que a “economia da cultura” é atualmente o setor que mais cresce, mais gera renda, mais exporta e mais emprega, e o que melhor remunera, tendo em vista que se trata de um setor que mais impacta positivamente outros setores igualmente vitais e mais gera valor adicionado ao estar baseado no uso de recursos inesgotáveis (como criatividade); consumir cada vez menos recursos naturais esgotáveis; apresentar um uso intenso de inovações e impactar no desenvolvimento de novas tecnologias; e seus produtos geram bem-estar, estimulam a formação do capital humano e reforçam vínculos sociais e identidade.

Nesse contexto, para o autor, o papel do poder público neste campo deve ser exercido através de cinco eixos principais: formular e implementar políticas públicas, tendo em vista o grau de acesso ao consumo, a diversidade cultural, a capacitação de técnicos e empreendedores, a formação de públicos, o estímulo à criação, à

produção e à distribuição, a promoção de exportações e a valorização da cultura nacional; produzir e apoiar a produção e a disponibilização de levantamentos de dados, além de pesquisas e estudos sobre diversos aspectos relacionados ao tema, de modo a permitir uma melhor quantificação e também ajudar a qualificar o debate e as políticas públicas; gerir instrumentos eficazes e diversificados de fomento a projetos, grupos, empresas e instituições culturais, levando em conta as dinâmicas da atividade, com recursos suficientes para estimular um processo de desenvolvimento; disponibilizar crédito de longo prazo, com juros subsidiados, a empresas culturais; e regular as práticas econômicas, tendo em vista o equilíbrio dos mercados e a mediação entre o interesse das empresas e o interesse público.

Em suma, por serem baseados em criação, e, portanto, geradores de propriedade intelectual, os bens e serviços culturais se encontram no epicentro da chamada “economia do conhecimento”, constituindo um dos campos mais dinâmicos e atrativos da economia contemporânea, pois, tem-se que, as políticas públicas voltadas para a “economia da cultura” constituem, na verdade, políticas de desenvolvimento e havendo direcionamento de mais recursos para a cultura também estarão desenvolvendo o país, a região ou o local que a desenvolve (SOUSA; OLIVEIRA, 2017).

### **Sistema de Indicadores de Sustentabilidade do Desenvolvimento do Turismo**

Os sistemas de indicadores de sustentabilidade correspondem aos mecanismos que são adotados para avaliar o nível do desenvolvimento sustentável de um dado espaço territorial ou de uma dada atividade econômica. Para Van Bellen (2006), o objetivo principal dos indicadores

é o de agregar e qualificar informações de maneira que sua significância fique mais aparente. Para o autor, os indicadores simplificam as informações sobre fenômenos complexos, melhorando o processo de comunicação e gestão.

Por sua vez, a definição de um sistema de indicadores, assim como a elaboração de instrumentos e técnicas para sua medição, tornou-se prioritária e um componente fundamental para os processos de planejamento e gestão de destinos turísticos, exigindo bases e aplicação práticas de modelos propostos (HANAI, 2009). Ante ao exposto, preocupado com a problemática ambiental, o rápido crescimento demográfico e a multiplicidade de atividades humanas que consomem e exploram os recursos naturais, Hanai (2009), propôs um Sistema de Indicadores de Sustentabilidade denominado: Sistema de Indicadores de Sustentabilidade do Desenvolvimento do Turismo (SISDTur).

A motivação principal para a criação do sistema foram às preocupações com os problemas e desafios socioeconômicos e ambientais, relacionados ao uso dos recursos hídricos e à estrita dependência econômica da produção agropecuária nesta região que despertaram no pesquisador, a necessidade e a proposição de oportunidades de desenvolvimento local, visando propiciar melhores condições de vida aos moradores locais por meio da criação e implementação de um conjunto de indicadores de desenvolvimento sustentável que verifiquem e avaliem a efetivação das condições de sustentabilidade (ambiental, social, econômica, cultural, turística e institucional) do desenvolvimento do turismo.

O processo de desenvolvimento da pesquisa envolveu: a contextualização do desenvolvimento sustentável e da sustentabilidade

aplicada ao turismo; a análise das condições atuais do desenvolvimento turístico na região; a elaboração e a aplicação do programa de sensibilização turística; a abordagem conceitual e tipológica de indicadores, assim como as iniciativas, os sistemas e os modelos de indicadores do turismo sustentável, levantados e obtidos a partir de estudos de casos; o processo de seleção e definição de indicadores de sustentabilidade, por meio da abordagem participativa da sociedade local de Bueno Brandão, levando em consideração visões de outros grupos envolvidos na pesquisa (turismólogos e graduandos de Engenharia Ambiental); e a elaboração e proposição do SISDTur, configurando-o como um instrumento metodológico prático, útil e exequível para subsidiar o processo de desenvolvimento, gestão e monitoramento do turismo na região, consonante com os princípios de sustentabilidade (HANAI, 2009).

Nessa concepção, o SISDTur compreende dois conjuntos de indicadores: indicadores de sustentabilidade em estabelecimentos turísticos e espaços de visitação; e indicadores de sustentabilidade da gestão turística municipal, com descritores, indicadores, parâmetros, procedimentos técnicos, diretrizes e orientações para a identificação e obtenção de informações e dados sobre o turismo, distribuídos nas seis dimensões de sustentabilidade: ambiental, social, cultural, econômica, turística e institucional.

O sistema considera a necessidade prioritária de investigar cientificamente procedimentos e indicadores para a análise do processo de desenvolvimento do turismo, no sentido de propiciar a elaboração de instrumentos técnicos e científicos para a sua medição, auxiliando a tomada de decisões e a gestão sustentável da atividade turística. Assim

como, a definição e o estabelecimento de indicadores que não somente avaliem os impactos da atividade econômica, mas também identifiquem as ações e as iniciativas que evitem os possíveis impactos negativos relacionados ao desenvolvimento do turismo numa dada localidade.

Por fim, complementando este cenário, Hanai (2009), ressalta a importância de novos estudos e pesquisas sobre indicadores de sustentabilidade na atividade turística e a necessidade de elaboração de instrumentos e procedimentos de análise da sustentabilidade e de monitoramento do turismo a fim de auxiliar o planejamento e a gestão de atividades turísticas nos espaços rurais, o que se buscou identificar e analisar na proposta da presente pesquisa.

## **METODOLOGIA**

A pesquisa realizada foi exploratória, descritiva de abordagem quali-quantitativa, conduzida sob a forma de um estudo de caso realizada no decorrer do evento artístico e cultural – “Maior São João do Mundo” –, realizado no Parque do Povo na cidade de Campina Grande-PB, localizada no Estado da Paraíba-PB no Brasil.

O método de pesquisa aplicado foi o método indutivo, que consiste em estudar as partes para compreender o todo, no caso em estudo foi analisado cada um dos indicadores de desenvolvimento sustentável e respectiva dimensão. Soma-se a ele o método dialético, que possibilitou uma interpretação totalizante da realidade, considerando a importância da análise total das contribuições do “Maior São João do Mundo” para o fomento e desenvolvimento da cultura, economia e turismo local.

A coleta de dados para realização desta pesquisa foi dividida em duas partes. A primeira parte será construída por uma pesquisa

exploratória documental com a realização de um levantamento de dados secundários que versem sobre o tema. Para isso, será feita a coleta de informações gerais, tanto em relatórios e documentos oficiais, quanto em outras publicações, como: revistas, jornais, artigos científicos, teses e outras fontes confiáveis, a exemplo do IBGE, Ministério do Turismo, Prefeitura Municipal de Campina Grande (PMCG), entre outros. Esses dados servirão para melhor compreender o contexto local da cidade e a realização do “Maior São João do Mundo” que, por sua vez, auxiliará na análise dos indicadores e variáveis.

Por sua vez, para coleta de dados primários foi realizada pesquisa de campo, com observação não participante direta in locos, com utilização de diários de campo para anotações, além da elaboração e aplicação de questionários que continham questões abertas e fechadas, dividido em duas partes: a primeira contendo questões de identificação dos respondentes e, a segunda contendo as dimensões e os indicadores de sustentabilidade.

Cabe destacar que, os indicadores componentes dos questionários foram agrupados em três dimensões: Cultural; Socioeconômica; e Turística, tomando como referência os indicadores de sustentabilidade da dimensão cultural, social, econômica e turística do Sistema de Indicadores de Sustentabilidade do Desenvolvimento do Turismo (SISDTur), proposto por Hanai (2009), e as variáveis de avaliação de impacto ambiental do turismo, proposto por Dias et al. (2008), que foram transformadas em indicadores de sustentabilidade para melhor operacionalização deste estudo. O quadro 01, a seguir, apresenta os autores, as dimensões e os respectivos indicadores de sustentabilidade utilizados nos questionários.

**Quadro 01 – Dimensões, indicadores e autores**

Autores Dimensão	Dias <i>et al.</i> (2008)	Hanai (2009)
<b>Cultural</b>	Mudança nos modos de vestir; Aumento da produção e comércio de produtos artesanais; e Surgimento de novos valores, crenças e costumes.	Quantidade de produtos típicos locais ofertados (artesanato, produtos alimentícios, <i>souvenirs</i> , etc.); Quantidade de bens patrimoniais, arquitetônicos e históricos conservados e abertos à visitação; Quantidade de eventos e festas tradicionais e populares de manifestações culturais típicas realizadas; Atos de vandalismo praticados por turistas aos artefatos culturais (sítios, museus, monumentos, etc.); Atos de vandalismo praticados por residentes locais aos artefatos culturais (sítios, museus, monumentos, etc.); Interesse por aprender novos idiomas; e Dificuldades de estacionamento nas ruas principais.
<b>Socioeconômica</b>	Aumento na demanda por transporte público; Aumento da criminalidade (drogas, tráfico, assaltos e furtos); Manutenção, higiene e segurança em vias públicas; Aumento do consumo de álcool; Aumento no consumo de drogas; Aumento do número de acidentes envolvendo pedestres, ciclistas, motocicletas e veículos automotores; Aumento do índice de violência; Existência de iniciativas de minimização da sazonalidade turística, promovendo outras festas culturais no decorrer do ano; Aumento do preço de produtos com a vinda de turistas; e Aumento sazonal da geração de empregos, trabalho e renda.	Número de residentes locais empregados nos estabelecimentos turísticos; Existência de iniciativas de capacitação e treinamento profissional aos funcionários residentes locais num período; Existência de funcionários residentes locais com capacitação em turismo; Satisfação da população local com o turismo; Geração de emprego e renda para a população local; Funcionamento dos estabelecimentos turísticos em finais de semana e feriados;  Gasto de recursos financeiros por dia nos estabelecimentos turísticos; e Investimentos anuais em turismo são equilibrados e atendem ao aumento da demanda.



(Continua...)

<b>Turística</b>	Aumento da poluição sonora e visual; Aumento da geração de resíduos sólidos (lixo); Aumento da demanda por energia elétrica e água potável; Evidente necessidade de implantação de obras de infraestrutura turística e urbana na cidade; Problemas no tráfego de pedestres, turistas e veículos; Aumento na demanda por estacionamento; Saturação e pontos de estrangulamento em vias, ruas e calçadas, usadas para estacionamento e vendedores ambulantes; e Oferta de instalações sanitárias temporárias (banheiros químicos).	Oferta de hospedagem para atender à demanda turística; Facilidades para mobilidade de pessoas com dificuldades de locomoção e/ou outras necessidades especiais no evento; Registro e controle da visitação nos atrativos turísticos; Programação de atividades educacionais e visitas guiadas com interpretação ambiental e/ou cultural; Respeito a capacidade de carga dos atrativos; Equilíbrio entre o número de guias e turistas; Relatos de incidentes e acidentes envolvendo turistas/visitantes; Satisfação dos turistas com os serviços oferecidos e voltam outras vezes ao município; Existência de taxas de visitação pagas para contribuições de proteção, conservação ou utilização dos atrativos turísticos; Estudos de minimização dos impactos ambientais decorrentes do turismo.
------------------	--	--

Fonte: Adaptado de Dias *et al.* (2008) e Hanai (2009).

Para análise das contribuições que o “Maior São João do Mundo” traz para a valorização do patrimônio cultural e o desenvolvimento da economia local, optou-se por uma amostragem não probabilística intencional, levando em consideração a heterogeneidade e a diversidade da amostra, haja vista que, queremos incluir todas as ideias, opiniões ou pontos de vista, sem estar preocupado em representar essas opiniões proporcionalmente, pois o interesse principal é obter um significado amplo de ideias (TROCHIM, 2006).

Neste caso, o universo e a amostra da pesquisa foram representados pelo quantitativo de atores sociais do poder público, da iniciativa privada e da sociedade civil que sofrem impactos diretos e

indiretos com a realização do evento ao instalarem camarotes, barracas e quiosques no Parque do Povo. Assim, o quadro 02, a seguir, apresenta o quantitativo da amostra e a relação dos autores sociais por instituições e entidades respondentes da pesquisa.

**Quadro 02 – Relação dos participantes da pesquisa.**

<b>ATORES SOCIAIS</b>	<b>INSTITUIÇÕES/ENTIDADES</b>
<b>Sociedade civil</b>	Residente local (A1); Turista (A2; A3); Guia de turismo (A4); Barraqueiro (A5); Quiosque (A6); Comerciante de artesanato local (A7); Associação e Cooperativa de Materiais Recicláveis – Catamais (A8); Associação de Catadores de Materiais Recicláveis – Arensa (A9); e proprietário de Bar e morador local (A10).
<b>Iniciativa privada</b>	Presidente da Aliança Comunicação e Cultura (B11); Segurança da RYV Pinto Segurança (B12); Segurança da Dinamika Eventos (B13); Coordenador da Associação dos artesãos e venderes de artigos diversos da Vila do Artesão (B14); Proprietário de Pousada local (B15); e Gerente de Agência de Turismo local (B16).
<b>Poder público</b>	Secretaria de Serviços Urbanos e do Meio Ambiente de Campina Grande – Sesuma (C17); Coordenadoria Municipal de Turismo e Eventos – Coortur (C18); Secretaria de Cultura – Secult (C19); Coordenador de Meio Ambiente – Comea (C20); Secretaria de Planejamento – Seplan (C21); Secretaria de Desenvolvimento Econômico – Sede (C22); Secretaria de Esporte, Juventude e Lazer – Sejel (C23); Superintendência de Trânsito e Transporte Público – STTP (C24); Gerência Municipal de Vigilância Sanitária – Gevisa (C25); Coordenadoria de Desenvolvimento Local (C26); 2ª Superintendência Regional de Polícia Civil – SRPC (C27); Diretor do departamento de limpeza urbana (C28); Coordenador do “Maior São João do Mundo” (C29); Coordenador dos catadores de resíduos sólidos da PMCG (C30); Policial civil (C31); e Médico do posto de atendimento em saúde instalado no local (C32).

Fonte: Os Autores, 2018.

Os indicadores e variáveis serão avaliados pelos respondentes tomando como parâmetro o critério Booleano (sim ou não) para

afirmativa/presença ou negativa/ausência deles em relação aos fatores internos e externos que incidem durante a realização do “Maior São João do Mundo”, levando-se em consideração as dimensões e respectivos indicadores calculados percentualmente e analisados.

Assim, visando melhor dimensionar a análise das dimensões com seus respectivos indicadores, eles serão sistematizados e igualmente analisados levando em consideração a triangulação: análise de dados primários, dados secundários e inferências do pesquisador por meio da observação não participante direta *in loco*. O período de coleta de dados foi de junho a agosto de 2017, durante a realização do evento, sendo realizadas várias visitas de campo para aplicação de questionários.

Por fim, em virtude desta metodologia, estabeleceu-se, o seguinte percurso metodológico para atender ao objetivo geral proposto neste estudo: 1. Compreensão dos modelos de Dias et al. (2008) e Hanai (2009); 2. Seleção dos indicadores de sustentabilidade para comporem as dimensões: Cultural, Socioeconômica e Turística; 3. Identificação das instituições e atores sociais envolvidos com o “Maior São João do Mundo”; 4. Coleta de dados secundários sobre o lócus a ser estudado; 5. Elaboração do instrumento de pesquisa; 6. Visita de reconhecimento ao Parque do Povo e contato com os primeiros atores sociais; 7. Levantamento dos dados primários através da aplicação do instrumento de pesquisa com os atores sociais; 8. Tabulação dos dados primários e cálculo dos indicadores; 9. Análise quantitativa e qualitativa dos indicadores; e 10. Elaboração do relatório final.

## **APRESENTAÇÃO DOS DADOS E ANÁLISE DOS RESULTADOS**

### **Caracterização do lócus da pesquisa**

O local do evento, Parque do Povo, está localizado no bairro São José na cidade Campina Grande-PB, situada a 07° 13’ 50” latitude Sul e 35° 52’ 52 longitude Oeste, na mesorregião do agreste paraibano, com sede aos 551 metros de altitude do nível do mar, conforme dados do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística - IBGE (2017). A faixa territorial da cidade corresponde à 593,026 km<sup>2</sup> com densidade demográfica de 648,31 hab./km<sup>2</sup> no ano de 2010 e população estimada em 407.754 habitantes no ano de 2016 (IBGE, 2017).

O Parque do Povo foi construído e inaugurado na administração do ex-prefeito Ronaldo Cunha Lima na década de 80, o Parque do Povo tem a função de realizar vários eventos dos mais variados segmentos da cidade, como por exemplo, o “O Maior São João do Mundo”, o “Encontro da Consciência Cristã”, a “Feira de carros Auto Shopping Campina”, o “Campina Grande Moto Fest” e o “Natal dos Sonhos com o Presépio Vivo de Natal” (PARQUE DO POVO, 2018). Com área total de 42 mil e 500 metros quadrados é um espaço público urbano aberto e descoberto destinado a realização de eventos de diversos segmentos, neste espaço o único ambiente coberto é a pirâmide, construído em forma de pirâmide (PARQUE DO POVO, 2018). A figura 01, a seguir, apresenta o Layout aéreo do Parque do Povo-PB durante a realização do “Maior São João do Mundo”.

**Figura 01 – Layout do Parque do Povo-PB durante o “Maior São João do Mundo”.**



Fonte: Parque do Povo, 2018.

**Legendas:**

	49 Bares/Show (3m x 5m)		1 Bar (10m x 7m)
	10 Barracas/Pirâmide (3m x 3m)		61 Quiosques (2,5m x 2,5m)
	54 Bares (3m x 5m)		1 Camarote privado
	14 Bares (6m x 5m)		1 Camarote da Prefeitura Municipal de Campina Grande (PMCG)
	19 Barracas/Área de alimentação (3m x 5m)		2 Palcos para shows
	16 Barracas de artesanato/Vila Nova da Rainha (3,5m x 4,5m)		2 Camarins
	20 Bares/Restaurante (10m x 10m)		6 Entradas e saídas de emergência
	3 Palhoças de forró (12m x 10m)		1 Posto médico

Fonte: Adaptado do Parque do Povo, 2018.

Diante deste cenário, Andrade Lima (2008), destaca que, a festa de “São João” no espaço urbano, tal como acontece todos os anos na cidade de Campina Grande-PB, pode vir a servir como um exemplo paradigmático e modelo de expressão em busca de um novo

entendimento dos processos culturais, da geração de emprego e renda, das alternativas de lazer em meio urbano e exemplo das manifestações populares centenárias. Os próximos tópicos (4.2, 4.3 e 4.4), apresentaram a descrição de cada dimensão, a análise individual de seus respectivos indicadores por dimensões e a análise global da dimensão.

### **Dimensão Cultural**

Para Vasconcelos et al. (2010), essa dimensão procura expor a identidade cultural de determinada localidade e contexto específico, corroborando as evidências de uma população que tenha acesso a eventos culturais e que possa, por intermédio disso, aumentar sua capacidade intelectual e conhecimento acerca de si própria e do espaço que a envolve. Nesse sentido, Lacerda (2011), frisa que esta dimensão busca mensurar os efeitos negativos ou positivos ocasionados pela atividade turística no meio cultural de uma região como também serve de apoio para as comunidades, gestores e o setor do turismo nas tomadas de decisões que minimizem problemas futuros.

Assim, a tabela 02, a seguir, apresenta o número e a correspondente taxa percentual das respostas dos indicadores das questões da Dimensão Cultural, organizadas conforme a ordem do número da questão: 1. Quantidade satisfatória de produtos típicos locais ofertados (artesanato, produtos alimentícios, souvenirs, etc.); 2. Quantidade satisfatória de bens patrimoniais, arquitetônicos e históricos conservados e abertos à visitação; 3. Quantidade satisfatória de eventos e festas tradicionais e populares de manifestações culturais típicas

realizadas; 4. Atos de vandalismo praticados por turistas ou residentes aos artefatos culturais (sítios, museus, monumentos, etc.); 5. Mudança nos modos de vestir; 6. Mudança na percepção sobre dificuldades de estacionamento nas ruas principais; 7. Aumento da produção e comércio de produtos artesanais; 8. Surgimento de novos valores, crenças e costumes; e 9. Aumento no interesse por aprender novos idiomas.

**Tabela 01 – Respostas da Dimensão Cultural.**

DIMENSÃO CULTURAL						
Nº DA QUESTÃO	SIM	%	NÃO	%	S/I <sup>1</sup>	%
1	26	81	6	19		
2	21	66	11	34		
3	28	88	4	12		
4	21	66	10	31	1	3
5	27	84	5	16		
6	32	100	0	0		
7	28	88	4	12		
8	29	91	3	9		
9	8	25	24	75		
<b>Total</b>	<b>220</b>	-	<b>67</b>	-	<b>1</b>	-

Fonte: Dados da pesquisa, 2018.

<sup>1</sup>S/I – Sem informação.

Em face do exposto, as respostas aos indicadores da Dimensão Cultural revelaram que, 81% dos entrevistados afirmaram existir uma quantidade satisfatória de produtos típicos locais ofertados, enquanto 19% negaram haver boa quantidade de artesanato, produtos alimentícios, souvenirs, etc., ofertados; e ao serem perguntados sobre a existência de uma quantidade satisfatória de bens patrimoniais, arquitetônicos e históricos conservados e abertos à visitação, 66% responderam “Sim”, enquanto 34% dos respondentes negaram, mas confirmando o indicador

alguns atores sociais citaram haver outros bens abertos à visita além do “São João” realizado no Parque do Povo, como a Vila do Artesão, o Sítio São João e o São de Artesanato da Paraíba.

Na questão “3”, 88% responderam existir uma quantidade satisfatória de eventos e festas tradicionais e populares de manifestações culturais típicas realizadas, enquanto 12% responderam “Não” ao indicador. Sobre a existência de atos de vandalismo praticados por turistas ou residentes aos artefatos culturais (sítios, museus, monumentos, etc.), 66% afirmaram existir, 31% negaram e 3% relataram não ter informações ou dados para responderem ao indicador, entretanto, alguns atores sociais destacaram que os turistas não visitam as atrações: histórico e artístico-culturais da cidade com o intuito de realizar atos de vandalismo, mas que observam a prática de tais atos por residentes locais.

No que tange a percepção sobre a mudança nos modos de vestir, 84% afirmaram usar roupas com estampas da época como o “Xadrez” e 16% negaram existir alteração nos modos de vestir. Referente a mudança na percepção sobre dificuldades de estacionamento nas ruas principais, 100% dos entrevistados afirmaram perceber dificuldade de encontrar locais para estacionar veículos. Sobre o aumento da produção e comércio de produtos artesanais, 91% afirmaram a pergunta do indicador, enquanto 9% negaram haver aumento da produção e venda dos produtos.

Complementando este cenário, 91% dos entrevistados responderam surgir novos valores, crenças e costumes na época do São



João e 9% negaram, mas é sabido que, as festividades realizadas no mês de junho de cada ano, coincidem com as datas comemorativas dos três Santos da religião católica (Santo Antônio, São João e São Pedro), reafirmando anualmente a crença e os costumes que vêm de gerações. Por fim, 25% dos entrevistados afirmaram haver aumento no interesse por aprender novos idiomas e 75% negaram haver interesse.

### **Dimensão Socioeconômica**

Para Sachs (2007) apud Falção e Gómez (2010), a dimensão social aparece como uma preocupação relacionada à organização interna de cada sociedade humana e comunidade mundial de nações cada vez mais interdependentes. Desse modo, segundo as autoras, para que a sustentabilidade social seja obtida deve-se alcançar um justo grau de homogeneidade social, ter uma distribuição equitativa de renda, ter condições de oferecer pleno emprego e/ou autoemprego para que o indivíduo (chefe da família ou família) tenha meios de garantir sua subsistência.

A dimensão econômica evidencia o desempenho macro, micro financeiro-econômico do objeto em estudo, e os impactos no consumo de recursos materiais e uso de energia primária, auxiliando os gestores e a comunidade local nas tomadas de decisões na elaboração das políticas públicas locais (VASCONCELOS et al., 2010). Assim, esta dimensão busca caracterizar de forma clara o impacto do turismo na economia

local, estabelecendo uma ligação entre as políticas de desenvolvimento econômico no âmbito do turismo e o desenvolvimento sustentável.

Nesse sentido, a tabela 02, a seguir, apresenta o número e a correspondente taxa percentual das respostas dos indicadores das questões da Dimensão Socioeconômica, organizadas conforme a ordem do número da questão: 1. Bom número de residentes locais empregados nos estabelecimentos turísticos; 2. Iniciativas de capacitação e treinamento profissional aos funcionários residentes locais no período; 3. Funcionários com capacitação em turismo; 4. Geração de emprego e renda para a população local; 5. Satisfação da população local com o turismo; 6. Aumento na demanda por transporte público; 7. Aumento da criminalidade (drogas, tráfico, assaltos e furtos); 8. Manutenção, higiene e segurança em vias públicas; 9. Aumento do consumo de álcool; 10. Aumento do consumo de drogas; 11. Aumento da prostituição; 12. Aumento do número de acidentes envolvendo pedestres, ciclistas, motocicletas e veículos automotores; 13. Aumento do índice de violência; 14. Estabelecimentos turísticos que funcionam nos finais de semana e feriados; 15. Gastos financeiros dos turistas por dia no evento e estabelecimentos turísticos; 16. Investimentos anuais em turismo são equilibrados e atendem ao aumento da demanda; 17. Iniciativas de minimização da sazonalidade turística, promovendo outras festas culturais no decorrer do ano; 18. Aumento do preço de produtos com a vinda de turistas; e 19. Aumento sazonal da geração de empregos, trabalho e renda.

**Tabela 02 – Respostas da Dimensão Socioeconômica.**

DIMENSÃO SOCIOECONÔMICA						
Nº DA QUESTÃO	SIM	%	NÃO	%	S/I <sup>1</sup>	%
1	28	88	4	12		
2	12	37	20	63		
3	13	41	14	44	5	15
4	29	91	3	9		
5	32	100	0	0		
6	28	88	4	12		
7	26	81	6	19		
8	25	78	7	22		
9	29	91	3	9		
10	22	69	3	9	7	22
11	20	63	10	31	2	6
12	15	47	12	38	5	15
13	20	63	8	25	4	12
14	28	88	4	12		
15	29	91	3	9		
16	22	69	10	31		
17	20	63	10	31	2	6
18	29	91	3	9		
19	29	91	3	9		
<b>Total</b>	<b>456</b>	-	<b>127</b>	-	<b>25</b>	-

Fonte: Dados da pesquisa, 2018.

<sup>1</sup>S/I – Sem informação.

Diante desse cenário, tem-se que 88% afirmaram e 12% negaram a existência de um bom número de residentes locais empregados nos estabelecimentos turísticos. No indicador “Iniciativas de capacitação e treinamento profissional aos funcionários residentes locais”, 37% afirmaram e 63% negaram a existência de capacitação e treinamento profissional. Sobre a existência de funcionários residentes locais com

capacitação em turismo, 41% afirmaram, 44% negaram e 15% relataram não ter informações ou dados para responderem a questão.

Por sua vez, 91% afirmaram e 9% negaram que a atividade turística da cidade gera emprego e renda para a população local, contudo, 100% dos respondentes relataram existir satisfação da população local com o turismo proveniente dos festejos do “Maior São João do Mundo”. Na questão “6”, 88% afirmaram e 12% negaram existir aumento na demanda por transporte público. Já sobre o aumento da criminalidade (drogas, tráfico, assaltos, furtos), 81% afirmaram e 19% atribuíram “Não” ao indicador. No indicador “Manutenção, higiene e segurança em vias públicas”, 78% afirmaram e 22% negaram a questão.

No que tange ao aumento do consumo de álcool (bebidas alcóolicas), 91% afirmaram e 9% negaram haver o aumento do consumo. Ao indicador “Aumento do consumo de drogas”, 69% afirmaram, 9% negaram e 22% relataram não ter informações ou dados para responderem ao indicador. Sobre o aumento da prostituição 63% afirmaram, 31% negaram e 6% citaram não souberam responder a questão por não ter informações ou dados. Na questão “12”, 47% afirmaram, 38% negaram e 15% relataram não ter informações ou dados para responder se houve aumento do número de acidentes envolvendo pedestres, ciclistas, motocicletas e veículos automotores.

Sobre o aumento do índice de violência, 63% afirmaram, 25% negaram e 12% dos respondentes relataram não ter informações ou dados para responderem ao indicador. Indo além, 88% afirmaram e 12% dos respondentes negaram o indicador que trata sobre a existência de

estabelecimentos turísticos que funcionam nos finais de semana e feriados; e 91% afirmaram e 9% acharam insuficientes os gastos da quantidade de recursos financeiros dos turistas por dia no evento e estabelecimentos turísticos.

Por fim, 69% afirmaram e 31% responderam que os investimentos anuais em turismo não são equilibrados para atenderem ao aumento da demanda. Na questão “17”, 63% afirmaram, 31% negaram e 2% relataram não ter informações ou dados para responderem sobre a existência de iniciativas de minimização da sazonalidade turística ao promoverem outras festas artístico-culturais no decorrer do ano, todavia, cabe destacar que no decorrer do ano ocorrem outros eventos religiosos, acadêmicos e artísticos-culturais que fomentam a economia da cidade, ao exemplo da Consciência Cristã, Festival de Inverno, Natal dos Sonhos, Vaquejadas, Motofest, Quartas Acústicas, entre outros. Sobre o aumento do preço de produtos com a vinda de turistas, 91% afirmaram e 9% negaram haver alterações nos preços dos produtos; e 91% afirmaram e 9% negaram haver aumento sazonal da geração de empregos, trabalho e renda local.

### **Dimensão Turística**

O turismo sustentável foi definido pela Organização Mundial do Turismo (OMT), como aquele que atende às necessidades dos atuais turistas e das regiões receptoras, ao mesmo tempo em que busca ampliar, promover e garantir às mesmas oportunidades do usufruir dos produtos turísticos às gerações futuras (OMT, 2003). Dessa feita, esta dimensão

busca mensurar o nível de sustentabilidade da atividade turística em atender as necessidades das demandas turísticas atuais sem comprometer as necessidades turísticas das futuras gerações (SILVA; CÂNDIDO, 2016).

Nesse contexto, a tabela 02, a seguir, apresenta o número e a correspondente taxa percentual das respostas dos indicadores das questões da Dimensão Turística, organizadas conforme a ordem do número da questão: 1. Aumento da poluição sonora e visual; 2. Aumento da geração de resíduos sólidos (lixo); 3. Necessidade de implantação de obras de infraestrutura turística e urbana na cidade; 4. Aumento da demanda por energia elétrica e água potável; 5. Oferta satisfatória de instalações sanitárias temporárias (banheiros químicos); 6. Oferta de hospedagem é suficiente para atender à demanda turística; 7. Facilidades para mobilidade de pessoas com dificuldades de locomoção e/ou outras necessidades especiais no evento; 8. Programação de atividades educacionais e visitas guiadas com interpretação ambiental e/ou cultural; 9. Respeito a capacidade de carga dos atrativos; 10. Equilíbrio entre o número de guias turísticos e turistas; 11. Incidentes e acidentes envolvendo turistas, visitantes ou residentes locais; 12. Satisfação do turista com os serviços oferecidos e voltam outras vezes a cidade; 13. Taxas de visitação pagas para contribuições de proteção, conservação e utilização dos atrativos turísticos; 14. Problemas no tráfego de pedestres, turistas e veículos; 15. Aumento na demanda por estacionamento; 16. Saturação e pontos de estrangulamento em vias, ruas e calçadas, usadas para estacionamento e vendedores ambulantes; 17. Estudos de

minimização dos impactos ambientais decorrentes do turismo; e 18. Oferta satisfatória de comidas típicas regionais.

**Tabela 03 – Respostas da Dimensão Turística.**

DIMENSÃO TURÍSTICA						
Nº DA QUESTÃO	SIM	%	NÃO	%	S/I <sup>1</sup>	%
1	28	88	4	12		
2	30	94	2	6		
3	32	100	0	0		
4	30	94	2	6		
5	20	63	12	37		
6	10	31	22	69		
7	18	56	14	44		
8	21	66	11	34		
9	10	31	22	69		
10	4	13	27	84	1	3
11	20	63	10	31	2	6
12	30	94	2	6		
13	8	25	22	69	2	6
14	28	88	4	12		
15	32	100	0	0		
16	32	100	0	0		
17	18	56	12	38	2	6
18	28	88	4	12		
<b>Total</b>	<b>399</b>	-	<b>170</b>	-	<b>7</b>	-

Fonte: Dados da pesquisa, 2018.

<sup>1</sup>S/I – Sem informação.

Assim, com base no quadro apresentado conclui-se que, 88% afirmaram e 12% negaram o aumento da poluição sonora e visual; 94% afirmaram e 6% negaram que houve aumento da geração de resíduos sólidos (lixo); e 100% dos respondentes afirmaram haver evidente necessidade de implantação de obras de infraestrutura turística e urbana

na cidade. Ao indicador “Aumento da demanda por energia elétrica e água potável”, 94% afirmaram e 6% negaram haver aumento da demanda por tais recursos. Sobre a existência de instalações sanitárias temporárias, 63% afirmaram e 37% negaram existir oferta satisfatória de banheiros químicos no Parque Povo; e 31% afirmaram e 69% negaram que a oferta de hospedagem é suficiente para atender à demanda turística durante a realização do “Maior São João do Mundo”.

No que tange a existência de facilidades para mobilidade de pessoas com dificuldades de locomoção e/ou outras necessidades especiais no evento, 56% afirmaram e 44% negaram existir rampas, sinalização, corrimãos ou vias acessíveis que facilitem o tráfego de pessoas portadoras de necessidades especiais permanentes ou temporárias. Na questão “8”, 66% afirmaram e 34% negaram existir programação de atividades educacionais e visitas guiadas com interpretação ambiental e/ou cultural; e 31% afirmaram e 69 negaram que os empreendimentos turísticos e turistas respeitam a capacidade de carga dos atrativos, dessa forma, cabe ao poder público e a iniciativa privada controlar o fluxo e o acesso de pessoas nos atrativos turísticos para manter a segurança na utilização. Sobre o equilíbrio entre o número de guias turísticos e turistas, 13% afirmaram, 84% negaram e 3% relataram não ter informações ou dados para responderem ao indicador, porém, tomando por base a pesquisa de campo observou-se que as Agências de Turismo de Campina Grande-PB possuem Guias de Turismo que atendem e guiam os visitantes e turistas durante a realização de grandes eventos na cidade; e ao indicador “Incidentes e acidentes



envolvendo turistas, visitantes ou residentes locais”, 63% afirmaram, 31% negaram e 6% relataram não ter informações ou dados para responderem a questão.

Por sua vez, 94% afirmaram e 6% negaram que os turistas ficam satisfeitos com os serviços oferecidos e voltam outras vezes a cidade; enquanto 25% afirmaram, 69% negaram e 6% dos respondentes relataram não ter informações ou dados para responderem sobre a existência de taxas de visitação pagas para contribuições de proteção, conservação e utilização dos atrativos turísticos. Nesse sentido, cabe destacar que a única atração turística que cobra uma taxa simbólica de R\$ 5,00 reais é o Sítio São João, organizado como um antigo vilarejo nordestino onde o visitante pode presenciar a fabricação da cachaça, da farinha de mandioca e do beiju (tapioca doce com coco), além de poder entrar nas palhoças de forró, engenhos, casinhas e igrejas ornamentadas com objetivos rústicos característicos do sertão brasileiro.

Não obstante, 88% afirmaram e 12% dos entrevistados negaram que houve problemas no tráfego de pedestres, turistas e veículos nos locais turísticos, sendo que, 100% dos entrevistados afirmaram que houve aumento na demanda por estacionamentos, bem como de também haver saturação e pontos de estrangulamento em vias, ruas e calçadas, usadas para estacionamentos e por vendedores ambulantes.

Sobre a existência de estudos de minimização dos impactos ambientais decorrentes do turismo no local de eventos “Parque do Povo”, 56% afirmaram, 38% negaram e 6% relataram não ter informações ou dados para responderem a questão; e 88% afirmaram e

12% negaram existir oferta satisfatória de comidas típicas regionais, mas apesar da negativa, a observação não participante permitiu constatar que durante a realização dos festejos juninos do “Maior São João do Mundo”, é comercializado vários produtos e alimentos típicos e regionais, ao exemplo das canjicas, pamonhas, milhos assados e cozidos, tapiocas recheadas, crepes, maçãs do amor, acarajés, rapaduras, cocadas, carnes de bode, galinha e boi ao molho, bolos, cuscuz recheado, macaxeira, e inhame, caldinhos diversos acompanhados de uma dose de cachaça, entre outros.

## **CONSIDERAÇÕES FINAIS**

Este estudo teve por objetivo verificar e analisar os impactos e as contribuições do evento artístico-cultural “Maior São João do Mundo” realizado no Parque do Povo em Campina Grande-PB, para a valorização do patrimônio histórico, artístico, cultural e o desenvolvimento da economia e do turismo local, a partir da aplicação de indicadores de sustentabilidade. Assim, em face dos dados apresentados, infere-se que as festas juninas em comemoração à Santo Antônio, São João e São Pedro, ocorridas anualmente nos meses de junho, tem contribuído para o desenvolvimento da economia local de quem os desenvolve, bem como contribuem para o reforço da tradição da cultura e do folclore brasileiro, em especial, da cultura nordestina.

Ademais, a realização do “Maior São João do Mundo” no mês de junho em Campina Grande-PB, tem fortalecido a cultura e incrementado o turismo e a economia local em todos os setores, pois ocorre o aumento

na produção e no consumo de artigos variados, surgindo como oportunidade ideal para todos os setores da economia, tanto formal (representado pelo comércio: vestuário, calçados, alimentos, bebidas e hotelaria), quanto informal (representado pelos vendedores ambulantes, quiosques e barracas), obtendo ganhos reais provenientes do evento.

Entretanto, foi constatado que, o poder público da Prefeitura Municipal de Campina Grande (PMCG) em parceria com as secretarias, poderiam direcionar políticas públicas municipais de desenvolvimento urbano para incrementar e enriquecer a oferta dos produtos turísticos da cidade, pois do total de nove indicadores da “Dimensão Cultural”, três merecem ser melhor gerenciados: atos de vandalismo praticados por turistas ou residentes aos artefatos culturais (sítios, museus, monumentos, etc.); mudança na percepção sobre dificuldades de estacionamento nas ruas principais; e interesse por aprender novos idiomas; na “Dimensão Socioeconômica”, do total de 19 indicadores, 11 necessitam de medidas de controle, erradicação ou corretivas, a saber: iniciativas de capacitação e treinamento profissional; funcionários com capacitação em turismo; aumento na demanda por transporte público; aumento da criminalidade (drogas, tráfico, assaltos e furtos); consumo de álcool; consumo de drogas; número de acidentes envolvendo pedestres, ciclistas, motocicletas e veículos automotores; aumento do índice de violência; investimentos anuais em turismo para atender a demanda; iniciativas de minimização da sazonalidade turística; e sazonalidade da geração de empregos, trabalho e renda para a população local; e do total de 18 indicadores da “Dimensão Turística”, 14 requerem melhor atenção: poluição sonora e visual; geração de resíduos sólidos (lixo); implantação de obras de infraestrutura turística e urbana; oferta de

instalações sanitárias temporárias; oferta de hospedagem para atender à demanda turística; implemento de obras de acessibilidade para pessoas com dificuldades de locomoção ou necessidades especiais; atividades educacionais e visitas guiadas com interpretação ambiental e cultural; respeito a capacidade de carga dos atrativos; equilíbrio entre o número de guias turísticos e turistas; incidentes e acidentes envolvendo turistas, visitantes ou residentes locais; problemas no tráfego de pedestres, turistas e veículos; demanda por estacionamento; saturação e pontos de estrangulamento em vias, ruas e calçadas, usados para estacionamento e vendedores ambulantes; e estudos de minimização dos impactos ambientais decorrentes do turismo.

Por fim, complementando este cenário, os indicadores de sustentabilidade quantitativos ou qualitativos, subjetivos ou objetivos, conceituais ou práticos, além de serem fidedignos, específicos para estudos, situações e especificidades, válidos (medir o que se pretende) e viáveis (fácil medição e custo econômico acessível), são importantes ferramentas de gestão, pois podem ser utilizados nos processos de planejamento, tomadas de decisão e desenvolvimento e promoção de políticas públicas, à medida que, permitem a montagem de um sistema de informações de dados e percepções que auxiliam os gestores como base para análises e decisões do setor público ou privado.

## REFERÊNCIAS

ANDRADE, J. V. **Turismo: fundamentos e dimensões**. 8 ed. São Paulo-SP: Ática, 2000. 216 p.

ANDRADE LIMA, E. C. **A Fábrica dos Sonhos: a invenção da festa junina no espaço urbano**. 2 ed. Campina Grande-PB: EDUFPG, 2008. 251 p.

CAMILO, I.; BAHL, M. Desenvolvimento do turismo baseado em elementos culturais. In: **Revista Turismo & Sociedade**, Curitiba-PR, v. 10, n. 1, pp. 1-12, jan./abr., 2017.

COELHO NETTO, J. T. Política cultural em nova chave. In: **Revista Observatório Itaú Cultural – OIC**, São Paulo-SP, n. 3, v. 1, pp. 9-21, set./dez., 2007.

CORIOLOANO, L. N. M. T. **O turismo nos discursos, nas políticas e no combate à pobreza**. 1 ed. São Paulo-SP: Annablume, 2006. 238 p.

DIAS, M. C. O. et al. Turismo. In: DIAS, M. C. O.; PEREIRA, M. C. B.; DIAS, P. L. F.; VIRGÍNIO, J. F. (Orgs.). **Manual de impactos ambientais: orientações básicas sobre aspectos ambientais de atividades produtivas**. 2 ed. Fortaleza-CE: Banco do Nordeste, 2008. 297 p.

FALCÃO, M. C.; GÓMEZ, C. R. P. Avaliando a sustentabilidade de um destino turístico: o caso de Fernando de Noronha-PE. In: CANDIDO, G. A. (Org.). **Desenvolvimento Sustentável e Sistemas de Indicadores de Sustentabilidade: Formas de Aplicação em Contextos Geográficos Diversos e Contingências Específicas**. 1 ed. Campina Grande-PB: UFCG, 2010. 469 p.

GPEARI. Gabinete de Planeamento, Estratégia, Avaliação e Relações Internacionais. **Nota Estatística** – março de 2008. Disponível em: <http://www.gepac.gov.pt/gepac-dsepac/estudos-e-estatisticas/estatisticas/03ne06-pdf.aspx>. Acesso em: 20 mar. 2018.

GOMES, C. L. LAZER: Necessidade humana e dimensão da cultura. In: **Revista Brasileira de Estudos do Lazer**, Belo Horizonte-MG, v. 1, n. 1, pp. 3-20, jan./abr., 2014.

GOMES, C. L. LAZER. Estudos do Lazer e geopolítica do conhecimento. In: **Revista Licere**, Belo Horizonte-MG, v. 14, n. 3, pp. 1-25, set., 2011.

HANAI, F. Y. **Sistema de Indicadores de Sustentabilidade: Uma aplicação ao Contexto de Desenvolvimento do Turismo na Região de Bueno Brandão Estado de Minas Gerais, Brasil**. 2009. 432 f. Tese (Doutorado em Ciências da Engenharia Ambiental) – Universidade

Federal de São Carlos, Escola de Engenharia de São Carlos, São Paulo, 2009.

IBGE. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **Campina Grande-Paraíba**. Disponível em: <<https://cidades.ibge.gov.br/v4/brasil/pb/campina-grande/panorama>>. Acesso em: 19 mar. 2018.

LACERDA, C. de S. **Sistema de indicadores de sustentabilidade para atividade turística**: Uma proposta metodológica participativa aplicada no município do Conde/PB. 2011. 104 f. Dissertação (Mestrado em Recursos Naturais) – Universidade Federal de Campina Grande – UFCG, Campina Grande, 2011.

LEITÃO, S. S. **Economia da cultura e desenvolvimento**. Disponível em: <<http://revistazcultural.pacc.ufrj.br/economia-da-cultura-e-desenvolvimento-de-sergio-sa-leitao/>>. Acesso em: 20 mar. 2018.

KÖHLER, A. F.; DURAND, J. C. G. Turismo cultural: conceituação, fontes de crescimento e tendências. In: **Turismo, Visão e Ação**, Balneário Camboriú-SC, v. 9, n. 2, pp. 185-198, mai./ago., 2007.

MARCELINO, N. C. **Estudos do Lazer**: uma introdução. 5 ed. Campinas-SP: Autores Associados, 2012. 112 p.

MCKERCHER, B.; DU CROS, H.. Testing a cultural tourism typology. In: **International journal of tourism research**, Chichester-UK, v. 5, n. 1, pp. 45-58, jan./fev., 2003.

MinC. MINISTÉRIO DA CULTURA. **A economia da cultura e o desenvolvimento do Brasil**. Disponível em: <[www.cultura.gov.br/noticias-destaques/-/asset\\_publisher/OiKX3xIR9iTn/content/id/1277347](http://www.cultura.gov.br/noticias-destaques/-/asset_publisher/OiKX3xIR9iTn/content/id/1277347)>. Acesso em: 20 mar. 2018.

OMT. Organização Mundial de Turismo. **Guia de desenvolvimento do turismo sustentável**. Tradução de Sandra Netz. 1 ed. Porto Alegre-RGS: Bookman, 2003. 169 p.

PARQUE DO POVO. **Parque do Povo**: Campina Grande. Disponível em: <<http://saojoaodecampina.com.br/parquedopovo/>>. Acesso em: 10 abr. 2018.

RICHARDS, G. Turismo cultural: dos conceitos aos impactos. In: CAMARGO, P.; CRUZ, G. (Orgs.). **Turismo Cultural: Estratégias, sustentabilidade e tendências**. 1 ed. Ilhéus-BA: Editus, 2009. 424 p.

RODRIGUES, V.; WADA, E.; CHUECO, B. Turismo de negócios e o turismo de lazer: A hospitalidade como mediadora no gerenciamento de crise nas relações dos meios de hospedagem e a empresa mineradora após o rompimento de uma barragem de rejeitos de minério em Mariana-MG. In: **Revista Turismo e Desenvolvimento**, Aveiro-PT, v. 1, n. 27/28, pp. 251-260, jan./jun., 2017.

SANTOS, A. M.; SILVA, E.; BAADE, J. H.; AMORIM, W. L. Turismo e lazer na era do conhecimento. In: **Revista Inteligência Competitiva**, São Paulo-SP, v. 6, n. 1, pp. 48-78, jan./mar., 2016.

SILBERBERG, T. Cultural tourism and business opportunities for museums and heritage sites. In: **Tourism management**, Ontario-CA, v. 16, n. 5, pp. 361-365, aug., 1995.

SILVA, N. C.; CÂNDIDO, G. A. Sistema de indicadores de sustentabilidade do desenvolvimento do turismo: um estudo de caso do município de Areia – PB. In: **Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo -RBTur**, São Paulo-SP, v. 10, n. 3, pp. 475-496, set./dez., 2016.

SILVA, L. S.; OLIVEIRA, L. M. B. de. **Economia da Cultura**. Disponível em: [≤http://www.itaucultural.org.br/obsglossario/economia-da-cultura/≥](http://www.itaucultural.org.br/obsglossario/economia-da-cultura/). Acesso em: 19 mar. 2018.

TROCHIM, W. MK. **Nonprobability Sampling**. Disponível em: [≤https://www.socialresearchmethods.net/kb/samprnon.php≥](https://www.socialresearchmethods.net/kb/samprnon.php). Acesso em: 23 mar. 2018.

VASCONCELOS, A. C. F. et al. Análise da sustentabilidade entre municípios do brejo paraibano: uma aplicação do Índice de Desenvolvimento Sustentável Municipal (IDSM). In: CÂNDIDO, G. A. (Org.). **Desenvolvimento Sustentável e Sistemas de Indicadores de Sustentabilidade: Formas de Aplicação em Contextos Geográficos Diversos e Contingências Específicas**. 1 ed. Campina Grande-PB: UFCG, 2010. 469 p.

