



**UNIVERSIDADE ESTADUAL DA PARAÍBA
CAMPUS I – CAMPINA GRANDE
PRÓ-REITORA DE PÓS-GRADUAÇÃO E PESQUISA
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM DESENVOLVIMENTO REGIONAL
MESTRADO EM DESENVOLVIMENTO REGIONAL**

MICHAEL RAY DA SILVA SOUSA

**ANÁLISE DAS POLÍTICAS PÚBLICAS DE TURISMO NO MUNICÍPIO DE
CAMPINA GRANDE-PB**

**CAMPINA GRANDE
2024**

MICHAEL RAY DA SILVA SOUSA

**ANÁLISE DAS POLÍTICAS PÚBLICAS DE TURISMO DO MUNICÍPIO DE
CAMPINA GRANDE-PB**

Dissertação apresentado ao Programa de Pós-Graduação em Desenvolvimento Regional da Universidade Estadual da Paraíba, como requisito à obtenção do título de Mestre em Desenvolvimento Regional.

Área de concentração: Sociedade, Cultura, Turismo e Desenvolvimento Regional.

Orientador: Prof. Dr. Rafael Albuquerque Xavier

**CAMPINA GRANDE
2024**

É expressamente proibido a comercialização deste documento, tanto na forma 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.

S725 Sousa, Michael Ray da Silva.
Análise das políticas públicas de turismo no município de Campina Grande-PB [manuscrito] / Michael Ray da Silva Sousa. - 2024.
91 p. : il. colorido.
Digitado. Dissertação (Mestrado em Desenvolvimento Regional) - Universidade Estadual da Paraíba, Pró-Reitoria de Pós-Graduação e Pesquisa, 2024. "Orientação : Prof. Dr. Rafael Albuquerque Xavier, Departamento de Geografia - CEDUC. "
1. Turismo - Campina Grande - Paraíba. 2. Eventos. 3. Políticas públicas municipais. 4. Políticas públicas de turismo.
I. Título

21. ed. CDD 320.6

MICHAEL RAY DA SILVA SOUSA

**ANÁLISE DAS POLÍTICAS PÚBLICAS DE TURISMO DO MUNICÍPIO DE
CAMPINA GRANDE-PB**

Dissertação apresentado ao Programa de Pós-Graduação em Desenvolvimento Regional da Universidade Estadual da Paraíba, como requisito à obtenção do título de Mestre em Desenvolvimento Regional.

Área de concentração: Sociedade, Cultura, Turismo e Desenvolvimento Regional.

Aprovada em: 22/08/2024

BANCA EXAMINADORA



Prof. Dr. Rafael Albuquerque Xavier (Orientador)
PPGDR/Universidade Estadual da Paraíba (UEPB)



Prof. Dra. Valéria Raquel Porto de Lima
PPGDR/Universidade Estadual da Paraíba (UEPB)



Prof. Dr. Lemuel Dourado Guerra Sobrinho
PPGCS/Universidade Federal de Campina Grande (UFCG)

A Deus, por ser minha fonte inesgotável de força, sabedoria e inspiração. À minha família, pelo amor incondicional, apoio constante e paciência ao longo de todo o processo, DEDICO.

AGRADECIMENTOS

A Deus, meu refúgio e fortaleza.

A minha esposa, Raisla, pelo carinho, apoio e incentivo em forma de companhia em todos os momentos e a meu filho João por ser meu grande combustível para perseverar todos os dias nessa jornada.

A toda minha família, em especial meus pais, Girlene e João, a quem desde cedo não mediram esforços para mostrar a importância da educação e minhas irmãs, Michele e Mikaelly, por todo auxílio e ajuda durante toda a minha caminhada.

Ao meu orientador, professor doutor Rafael Albuquerque Xavier, por suas grandes contribuições teóricas, por seus direcionamentos e instruções fundamentais no processo de produção da dissertação.

À toda coordenação do Mestrado em Desenvolvimento Regional, por todo suporte durante o curso, bem como aos colegas de turma pelo companheirismo.

A todos os professores e professoras do programa pelas contribuições, leituras e auxílios na maturação do objeto da pesquisa.

Aos membros da banca de qualificação, professor doutor Lemuel Guerra e o professor doutor Cidoval Moraes, pelas contribuições importantes naquele momento, bem como o auxílio da professora doutora Valéria Raquel, que gentilmente assumiu a banca de defesa.

A todos que auxiliaram no fornecimento de dados para melhor instrução e desenvolvimento da pesquisa.

Aos colegas de trabalho da UEPB, especialmente da CPCON, por auxiliarem e incentivarem em todo o período de duração do mestrado.

Ó profundidade da riqueza, tanto da sabedoria como do conhecimento de Deus! *Quão insondáveis são os seus juízos, e quão inescrutáveis, os seus caminhos! Quem, pois, conheceu a mente do Senhor? Ou quem foi o seu conselheiro? Ou quem primeiro deu a ele para que lhe venha a ser restituído? Porque dele, e por meio dele, e para ele são todas as coisas. A ele, pois, a glória eternamente. Amém!*

Romanos 11:33-36

RESUMO

Campina Grande é uma cidade paraibana reconhecida nacionalmente por seus eventos turísticos, mais especificamente, aqueles relacionados aos festejos juninos de São João. Mas além de promover o “Maior São João do Mundo”, a cidade possui outros produtos importantes na sua conjuntura turística, que são apoiados ou promovidos pela gestão política municipal. Nesse contexto, procurou-se investigar as políticas públicas de turismo nessa cidade, além de fazer uma análise de como a atuação da prefeitura municipal, através do órgão que gere o turismo, a Secretaria de Desenvolvimento Econômico (SEDE-CG), se dá com relação aos principais produtos turísticos. Os procedimentos metodológicos constituíram-se da coleta de dados publicados em portais, como o Censo IBGE 2022, Portal IBGE cidades, Plataformas Estaduais de Dados (PIB dos Municípios e PBTur), Portal da Transparência Municipal e páginas de pesquisa sobre a história dos eventos de turismo do município. Além destes, foram coletados diretamente com a SEDE-CG legislações municipais importantes acerca do turismo, material de divulgação do turismo local, atas do Conselho Municipal do Turismo de Campina Grande (COMTUR) e uma plataforma de dados no Microsoft Power BI produzida pela própria SEDE e o instituto de pesquisa 6Sigma sobre dados econômicos e de ocupação turística. A partir desses dados foi realizada uma análise qualitativa das políticas públicas de turismo do município, com o auxílio de figuras, quadros e gráficos produzidos através do Excel. Os principais resultados mostraram que na teoria, através de sua produção legislativa e dos órgãos existentes como o já citado COMTUR e o FUMTUR (Fundo Municipal de Turismo), o município apresenta potencialidades de estabelecer boas políticas que fortaleçam o turismo e o desenvolvimento local, nos aspectos econômicos, coletivos, sociais e culturais, entretanto, até a execução desse estudo essas leis e órgãos carecem de uma maior efetividade de aplicação prática. Observou-se que o turismo da cidade é marcado pelo segmento de eventos, apresentando uma forte característica de sazonalidade, com destaque para o enfoque na divulgação por parte do governo municipal e no apoio a eventos através de fomentos. Os dados apresentados confirmam uma maior preponderância do São João e uma influência menor de outros eventos como o Natal Iluminado e o Carnaval da Paz, pelo menos no que se refere às ocupações hoteleiras. Conclui-se que são necessários mais estudos sobre os impactos sociais e econômicos do turismo na cidade.

Palavras-chave: turismo; políticas públicas; eventos.

ABSTRACT

Campina Grande is a city in Paraíba that is nationally recognized for its tourism events, more specifically, those related to the June festivities of São João. However, besides promoting the “Biggest São João in the World”, the city has other important products in its tourism sector, supported or promoted by the municipal political administration. In this context, we sought to investigate the public tourism policies in this city, in addition to analyzing how the municipal government, through the agency that manages tourism, the Secretariat of Economic Development (SEDE-CG), acts about the main tourism products. The methodological procedures consisted of collecting data published on portals, such as the IBGE 2022 Census, IBGE Cities Portal, State Data Platforms (GDP of Municipalities and PBTur), Municipal Transparency Portal, and research pages on the history of tourism events in the municipality. In addition, important municipal legislation on tourism, local tourism promotional material, minutes of the Campina Grande Municipal Tourism Council (COMTUR) and a Microsoft Power BI data platform produced by SEDE itself and the 6Sigma research institute on economic and tourist occupancy data were collected directly from SEDE-CG. A qualitative analysis of the municipality's public tourism policies was carried out using figures, tables, and graphs produced in Excel. The main results showed that in theory, through its legislative production and existing bodies such as the aforementioned COMTUR and FUMTUR (Municipal Tourism Fund), the municipality has the potential to establish good policies that strengthen tourism and local development in economic, collective, social and cultural aspects. However, until this study was carried out, these laws and bodies lacked greater effectiveness in practical application. It was observed that the city's tourism is marked by the events segment, with a strong seasonal characteristic, with emphasis on the focus on publicity by the municipal government and on supporting events through incentives. The data presented confirm a greater preponderance of São João and a lesser influence of other events such as Natal Iluminado and Carnaval da Paz, at least concerning hotel occupancy. It is concluded that more studies are needed on the social and economic impacts of tourism in the city.

Keywords: tourism; public policies; events.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1 -	Ciclo das Políticas Públicas.....	19
Figura 2 -	Mapa ilustrativo da Paraíba com destaque para o município de Campina Grande.....	32
Figura 3 -	Os dez maiores valores do PIB dos municípios da Paraíba – anos 2020 e 2021.....	33
Figura 4 -	Carnaval de Campina Grande em 1958.....	45
Figura 5 -	Logotipo do Carnaval da paz 2024.....	47
Figura 6 -	Procedimentos do pregão eletrônico no edital nº 014/2023 – SEDE-CG.....	53
Figura 7 -	Sugestão de programação de acordo com o quadro de atrações por parte da SEDE-CG.....	57
Figura 8 -	Proposta de decoração da SEDE-CG. Poste com balões juninos..	58
Figura 9 -	Proposta de decoração da SEDE-CG. Pannel de fotos.....	58
Figura 10 -	Proposta de decoração da SEDE-CG. Fogueira decorativa.....	59
Figura 11 -	Decoração do Natal Iluminado de Campina Grande.....	60
Figura 12 -	Mapa Turístico do São João de Campina Grande.....	66
Figura 13 -	Mapa Turístico do Natal Iluminado de Campina Grande.....	67
Figura 14 -	Cartões postais do Natal Iluminado.....	68
Figura 15 -	Cartões postais do São João de Campina Grande.....	69
Figura 16 -	Roteiro de 3 dias na Cidade de Campina Grande.....	69
Figura 17 -	Ocupação mensal de hóspedes em Campina Grande 2018-2023.	71
Figura 18 -	Quantidade de diárias produzidas pelos hotéis de Campina Grande.....	71
Figura 19 -	Histórico da ocupação no mês de junho (2007-2023)	72
Figura 20 -	Histórico da ocupação no mês de dezembro (2007-2023)	73
Figura 21 -	Dados de motivação de viagem, turistas brasileiros e estrangeiros (2023).....	73
Figura 22 -	Dados de gênero turistas brasileiros e estrangeiros.....	74
Figura 23 -	Dados de faixa etária turistas brasileiros e estrangeiros.....	77
Figura 24 -	Dados de origem turistas brasileiros.....	75
Figura 25 -	Dados de origem turistas brasileiros e estrangeiros.....	75
Figura 26 -	Dados do check-in da plataforma <i>airbnb</i>	76
Figura 27 -	Dados de deslocamento de turistas de uma distância de até 483 km.....	77

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 -	Competências da Coordenadoria de Turismo e de suas subdivisões.....	38
Quadro 2 -	Objetivos e Diretrizes da Política Municipal de turismo, de acordo com o Plano diretor da cidade de Campina Grande.....	43
Quadro 3 -	Fomentos mais significativos aos eventos religiosos do Carnaval da Paz.....	48
Quadro 4 -	Breve histórico do São João de Campina Grande.....	49
Quadro 5 -	Receitas/Despesas com o São João a partir de 2017.....	52
Quadro 6 -	Especificações de exploração comercial de camarotes, arquibancadas e <i>frontstage</i>	54
Quadro 7 -	Atrações sugeridas em edital pela Prefeitura de Campina Grande.	55
Quadro 8 -	Cronologia do Natal Iluminado.....	61
Quadro 9 -	Valores destinados a realização do Natal Iluminado em Campina Grande-PB.....	62
Quadro 10 -	Valores destinados a outros eventos de turismo em Campina Grande-PB (em reais R\$).....	64
Quadro 11 -	Principais pontos turísticos de Campina Grande-PB.....	65

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO.....	12
2	REFERENCIAL TEÓRICO.....	15
2.1	Políticas públicas.....	15
2.1.1	<i>Importância do planejamento.....</i>	15
2.1.2	<i>Conceitos de políticas públicas.....</i>	16
2.1.3	<i>Ciclo de políticas públicas.....</i>	18
2.1.3.1	<i>Identificação do Problema.....</i>	19
2.1.3.2	<i>Formação da Agenda.....</i>	20
2.1.3.3	<i>Formulação de alternativas e tomada de decisão.....</i>	21
2.1.3.4	<i>Implementação da Política Pública.....</i>	22
2.1.3.5	<i>Avaliação e Extinção.....</i>	22
2.2	O turismo.....	23
2.2.1	<i>O Turismo e sua definição ou definições?.....</i>	24
2.2.2	<i>A Relevância do Fenômeno do Turismo.....</i>	26
2.2.3	<i>Turismo e Desenvolvimento Regional.....</i>	26
2.2.4	<i>O Turismo no Contexto das Políticas Públicas.....</i>	28
2.2.5	<i>Turismo e Políticas Públicas no Brasil.....</i>	29
2.2.6	<i>Turismo em Campina Grande.....</i>	30
3	PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS.....	32
3.1	Caracterização da área de estudo.....	32
3.1.1	<i>Cidade do objeto.....</i>	32
3.1.2	<i>Procedimentos metodológicos de coleta de dados.....</i>	33
4	RESULTADOS E DISCUSSÕES.....	37
4.1	<i>Análise da gestão municipal do turismo por parte da Prefeitura de Campina Grande enquanto ente político.....</i>	37
4.1.1	<i>Normas e legislação relacionadas à Política de Turismo do Município de Campina Grande.....</i>	37
4.1.2	<i>Campina Grande: uma cidade movida ao turismo de Eventos.....</i>	44
4.1.2.1	<i>Campina Folia (Carnaval Tradição).....</i>	44
4.1.2.2	<i>Carnaval da Paz.....</i>	46
4.1.2.3	<i>Maior São João do Mundo.....</i>	49
4.1.2.4	<i>Natal Iluminado.....</i>	60
4.1.2.5	<i>Outros eventos fomentados pela Prefeitura de Campina Grande.....</i>	64
4.1.2.6	<i>Outros pontos turísticos e atrativos do município de Campina Grande.....</i>	64
4.1.3	<i>Política de divulgação por meio de materiais gráficos e ilustrativos.....</i>	66
4.2	<i>Dados de turismo da cidade de Campina Grande.....</i>	70
5	CONCLUSÃO.....	78
	REFERÊNCIAS.....	80
	ANEXO A – ATA DA II REUNIÃO COMTUR 2024.....	85
	ANEXO B – ATA DA II REUNIÃO COMTUR 2024.....	88

1 INTRODUÇÃO

É inegável a vocação para o turismo do nosso país. A vastidão de belezas naturais do Brasil, a diversidade de biomas como a floresta amazônica, cerrado, mata atlântica, as belíssimas praias, além da riqueza histórica, cultural e religiosa de caráter plural, demonstram todo o potencial turístico da nossa pátria. Com tanta diversidade, com um território extenso e cheio de possibilidades, o turismo se apresenta como uma grande ferramenta de desenvolvimento econômico, social e regional.

O município de Campina Grande-PB reconhecidamente se destaca quando o assunto é o turismo. Afinal a cidade constantemente é reconhecida popularmente de maneira nacional como “a terra do Maior São João do Mundo”, um lugar em que os festejos juninos, as tradições e cultura nordestina se destacam, uma cidade que abriga grandes eventos culturais e religiosos, que possui diversos museus e abriga uma vasta produção científica e tecnológica.

Todo esse potencial turístico naturalmente pode e deve ser administrado e exercido de alguma maneira por entidades privadas e principalmente por organismos estatais, através de formulações, organização e direcionamento através das políticas públicas.

Entretanto, cumpre-se destacar que o contexto dessas políticas públicas e do desenvolvimento regional não se deve observar o fenômeno do turismo apenas pelo viés econômico. Para além de seus potenciais desse aspecto, o turismo pode ser um meio de desenvolvimento da cultura e da população local, através de uma exploração sustentável, voltada para o homem e não apenas para o capital (Brasileiro, 2012).

Nessa disposição, no desenvolvimento do turismo local, é de extrema importância o engajamento da sociedade e das comunidades locais, outrossim, na maioria das vezes são necessárias políticas públicas para direcionar tal engajamento da população e para pensar, planejar, executar e avaliar as atividades turísticas.

A intervenção estatal seja ela de qualquer esfera (federal, estadual e municipal) possibilita a criação de projetos nos mais diversos ramos do turismo, permite a execução de eventos, o desenvolvimento de empreendimentos de grande, médio e pequeno porte, além de propiciar parcerias com entidades público-privadas para angariar mais recursos financeiros ou mesmo capacitar a comunidade local no âmbito educacional e profissional para desenvolver atividades turísticas.

As políticas públicas representam os meios para resolução de problemas públicos diversos da sociedade, são como a mente e os braços do Estado em atuação no campo social. Através delas os entes governamentais podem atuar, ocupar espaços e preencher as lacunas das necessidades da população. O turismo, como fenômeno social, não poderia estar fora do alcance de tais políticas.

Considerando esse contexto, este estudo se propõe a analisar como o município de Campina Grande, através da gestão política municipal, desenvolve políticas públicas com o intuito de desenvolver e estimular o turismo local. A descrição e o levantamento detalhado dessas políticas públicas relacionadas ao turismo na referida cidade e sua análise serão objeto de avaliação deste trabalho.

Para tanto, parte-se inicialmente de um referencial teórico que busca ressaltar a importância das políticas públicas num contexto global da atuação estatal. Será destacado como uma boa política pública deve nascer como fruto da organização e do planejamento estatal, considerando as necessidades públicas da sociedade, que são muitas e variadas. Logo, será engendrado através desse referencial um cenário do que seria eficaz e ideal, ou seja, como os entes políticos deveriam atuar, já que os problemas sociais existem e os recursos estatais para saná-los são limitados.

A seguir, será destacado o fenômeno do turismo. Sua diversidade conceitual, sua realidade, sua importância e como ele se configura como um instrumento de desenvolvimento. Nesse mesmo sentido, será abordado no decorrer da presente análise, como o turismo se relaciona com as políticas públicas no Brasil, num viés de entender como isso se desenvolveu ao longo dos anos. Além desses fatores, será abordado o turismo como uma ferramenta de desenvolvimento regional e como ele tem sido sua apresentação no município de Campina Grande.

A partir desse referencial, se buscará analisar as políticas públicas da gestão municipal do turismo em Campina Grande-PB, sendo este o objetivo geral desse trabalho. Dentro dessa análise mais global, haverá ainda em sede de objetivos específicos:

- a) Apresentar os principais produtos turísticos da cidade e como a gestão municipal atua em cada um deles.
- b) Avaliar o impacto das políticas públicas para o desenvolvimento do turismo na cidade através de indicadores avaliativos.

Assim, a estrutura deste trabalho científico buscou obedecer às normas de redação científica, baseado nos objetivos propostos. Para atender esses objetivos foram produzidos e redigidos, em seguida, os itens referentes ao Referencial Teórico, os Materiais e Métodos, Resultados e Discussões e as Conclusões. Além destes, apresenta-se ao fim o item Referências Bibliográficas, ou seja, as descrições de todas as fontes de pesquisa e das citações feitas no texto, além dos Anexos em que constam as descrições completas das atas do COMTUR obtidas no decorrer da pesquisa.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 Políticas públicas

Estudar políticas públicas significa mergulhar em águas profundas. Muitas são as discussões acadêmicas, contendo inúmeras especificidades acerca deste tema. Para fins didáticos, este trabalho buscará examinar inicialmente um breve histórico sobre a importância do planejamento na gestão pública, a seguir serão abordados alguns conceitos de políticas públicas, suas classificações e tipologias e, por fim, será destacado o ciclo dessas políticas, em que serão vistas as etapas para construção e execução das políticas públicas.

2.1.1 Importância do planejamento

Ao longo dos anos as realidades estatais são analisadas por diversas perspectivas: filosófica, política, jurídica, administrativa, entre outras. Cada uma dessas facetas teve dominância em algum período da história. Entretanto, a visão estatal através das ciências administrativas e gerenciais tem ganhado dominância a partir do século XX (Saravia, 2006).

O contexto das atividades estatais é sempre dinâmico. Com o avanço da globalização, das interações entre indivíduos, empresas e organismos internacionais, da complexidade dos problemas e da diversificação das necessidades sociais, novas variáveis e desafios surgem para as ações do estado. Nesse sentido, desde o pós segunda guerra surgem tanto para empresas privadas, como para os governos a necessidade de planejar. Com isso, a influência das ciências administrativas nos estados começa a se alastrar pelo mundo a partir da década 60, prevalecendo até os dias atuais (Saravia, 2006, p.23 e 24).

Essa influência da visão administrativa e gerencial fez com que a maioria dos estados no mundo ocidental entre as décadas de 50 e 80, mitigassem a perspectiva jurídica, já que esta seria limitada e insuficiente para compreender os fenômenos sociais, e passarem então a abraçar a perspectiva da política pública, com uma visão mais democrática e participativa para as decisões estatais no que se refere as necessidades sociais (Saravia, 2006, p.26).

O Brasil no decorrer dos anos, em sua formação política vem se constituindo

como um estado social de direito. O histórico dos documentos políticos nacionais, notadamente as constituições federais, avançaram nesse caminho, a ponto de chegarmos finalmente na Constituição Federal de 1988. Um documento em que estão positivados direitos e garantias sociais que precisam do governo como organismo estatal para sua execução.

Por esse cenário de uma Constituição Federal que possui tantos direitos sociais positivados e previstos é natural pensar que as ações dos governos e governantes são relevantes para a sociedade, já que através desses meios, objetivos coletivos, programas e direitos são transformados em políticas públicas concretas.

2.1.2 Conceitos de políticas públicas

Como se pode conceituar ou definir políticas públicas? Muitas são as possibilidades de definições, cada uma delas com um aspecto predominante. Numa perspectiva mais clássica o termo política vem do grego “pólis”, que se referia “às coisas da cidade”. Em Aristóteles, o termo ganha um aspecto de ciência do Governo, em que a conotação de “decisão através do poder” é mais destacada (Rodrigues, 2010). Nesse contexto, quando se fala em políticas públicas, “a política é entendida como um conjunto de procedimentos que expressam relações de poder e que se orienta à resolução de conflitos no que se refere aos bens públicos.” (Rodrigues, 2010, p. 13).

Secchi, comenta a importância de diferenciar os termos *politics* e *policy* para uma maior compreensão do que seria política na língua latina. Ao citar Bobbio, Secchi destaca que *politics* se relaciona ao obter e manter o poder sobre outros homens. Já *policy* aproxima-se do significado de decisão ou ação. Assim, para o autor, as políticas públicas se relacionam com esse segundo sentido, pois “tratam do conteúdo simbólico de decisões políticas, e do processo de construção e atuação dessas decisões.” (Secchi, 2012).

Outro ponto levantado pelo citado autor acerca da conceituação das políticas públicas é sobre a origem das políticas: apenas oriundas dos governos ou é possível outros organismos as implementarem (ONG's, mídia, organizações sociais etc.)? Secchi defende que as políticas públicas são multicêntricas, ou seja, as políticas governamentais são espécie (a maior) do gênero políticas públicas. Podendo outros entes participarem da busca por resolução de problemas públicos (Secchi, 2012).

Num aspecto mais prático, pode-se entender as políticas públicas como um fluxo de decisões públicas visando a, por exemplo, justiça social, consolidação de poder ou mesmo ao bem-estar público. Nessa mesma linha assevera Enrique Saravia (2006, p.29):

Com uma perspectiva mais operacional, poderíamos dizer que ela é um sistema de decisões públicas que visa a ações ou omissões, preventivas ou corretivas, destinadas a manter ou modificar a realidade de um ou vários setores da vida social, por meio da definição de objetivos e estratégias de atuação e da alocação dos recursos necessários para atingir os objetivos estabelecidos.

Nesse sentido, as políticas públicas pressupõem decisões políticas dos atores responsáveis pela resolução dos problemas públicos, mas não de maneira apressada e descuidada, antes, essas ações devem ser estratégicas e cirúrgicas, pautadas por estudos de cunho científico para que não fujam do seu escopo.

Para tanto, Secchi (2016) nos apresenta a necessidade de análises anteriores mais meticulosas para que o Estado possa agir para resolver um problema público. Essas análises vão auxiliar na “elaboração, projeção e recomendação de políticas públicas concretas”. Além disso se fazem necessárias avaliações no intuito de obter informações para manutenção, ajustes ou mesmo a extinção de determinada política pública.

De um outro prisma, pode-se compreender que as políticas públicas são as ações e decisões do Estado com o objetivo de solucionar problemas e atender as necessidades da sociedade. Conforme assevera Teixeira (2004), essas políticas podem ser orientadas para diferentes áreas, como saúde, educação, segurança, meio ambiente, entre outras. O objetivo é garantir o bem-estar da população e promover a igualdade social. Assim, as políticas públicas compreendem a formulação, administração e implementação de programas, projetos e ações voltadas para o atendimento das necessidades da sociedade.

A referida autora comenta ainda que os desafios na formulação de políticas públicas incluem a necessidade de um processo de planejamento institucional criterioso, com fluxo, desde as concepções gerais até as ações para a execução das políticas públicas. Além disso, é necessário que as políticas públicas se concretizem através de um processo de planejamento que parte de uma mudança de paradigma e se afirma como uma fuga aos modelos mecanicistas e adaptativos.

Nesse sentido, conforme Duarte (2013), as políticas públicas têm ligação com a concretização de direitos por meio de arranjos institucionais, que são realizados por meio de programas, decisões políticas e por instituições legítimas para o alcance das tarefas próprias do Estado Social e Democrático de Direito.

2.1.3 Ciclo de políticas públicas

Desde a formulação de uma política pública, até chegar-se a fase prática e executória um processo geralmente é seguido. A esse processo de elaboração, implementação e avaliação das políticas públicas, os autores e acadêmicos denominam ciclo de políticas públicas.

Para uma melhor operacionalidade e aplicabilidade das políticas públicas, esses pesquisadores dividem o ciclo de políticas públicas em algumas etapas, como por exemplo, as trazidas por (Silva *et al.*, 2017) em que há a identificação dos problemas e da agenda, formulação da política, implementação e avaliação. Sobre isso os autores mencionados acima comentam que

o ato de elaboração das políticas públicas, compreende o esquema de organização de uma política pública através da identificação do problema, formação da agenda, formulação de alternativas, tomada de decisão, implementação e avaliação. As ponderações referentes ao ciclo das políticas possuem grande utilidade prática, pois, são capazes de organizar ideias e apresentar com mais clareza os esboços e intenções políticas aos administradores e outros envolvidos nas ações que compõem o ciclo das políticas. (Silva *et al.*, 2017, p.35).

Já para Clarice Duarte (2013), as etapas do ciclo de políticas públicas são: Identificação dos problemas e demandas a serem abordados para definir as prioridades; Formulação de propostas concretas de programas e políticas a serem adotados; Implementação da política, incluindo a criação da estrutura necessária, o gasto de recursos e a aprovação de leis; Avaliação dos resultados da política para verificar sua eficácia e impacto; Fiscalização e controle da execução da política por parte da sociedade civil, dos Tribunais de Contas e do Ministério Público. A referida autora ressalta que tais etapas não ocorrem de forma linear ou estanque, mas sim como um processo dinâmico e sujeito a ajustes e retroalimentação.

O autor outrora citado, Leonardo Secchi, propõe que o ciclo de políticas públicas apresenta 7 etapas, conforme a figura abaixo: a) identificação do problema,

b) formação da agenda; c) formulação de alternativas; d) tomada de decisão, e) implementação; f) avaliação e g) extinção. Tais etapas serão exploradas de agora em diante.

Figura 1 - Ciclo das Políticas Públicas.



Fonte: Secchi, 2016, p. 33.

2.1.3.1 Identificação do problema

Toda política pública deve pressupor um problema público. Em outras palavras, de um lado existe uma situação, um fato ou mesmo uma necessidade social que requer uma resolução e do outro, temos o mecanismo para atingir essa intenção. Esse mecanismo pode ser expresso de maneira concreta através de “leis, programas, campanhas, obras, prestação de serviços” (Secchi, 2016). Nesse sentido,

o problema público está para a doença assim como a política pública está para o tratamento. Metaforicamente, a doença (problema público) precisa ser diagnosticada, para então ser dada uma prescrição médica de tratamento (política pública), que pode ser um remédio, uma dieta, exercícios físicos, cirurgia, tratamento psicológico, entre outros (instrumentos de política pública). (Secchi, 2016, p.5)

A identificação do problema discutida no âmbito do ciclo de políticas públicas é a percepção de uma inconexão entre o *status quo* e a situação considerada ideal. Dessa maneira, o problema público pode ser classificado em três episódios: um evento súbito (necessidade que surge a partir de um acontecimento novo, repentino) uma tendência indesejada (o problema vai se agravando ao longo do tempo e a

demanda por resolução se torna cada vez mais necessária) ou uma discrepância entre a realidade existente e o que se pretende dela (o problema acaba se diluindo na realidade, fazendo parte desta) (Agum *et al*, 2015).

A esses aspectos soma-se a escassez dos recursos públicos, que impõe aos órgãos executores e de decisão de políticas públicas uma maior preocupação na eficiência dessas ações, fazendo com que os governos se preocupem com cada procedimento, cada etapa de execução de tais políticas. Conforme a lição de Silva, Costa e Carvalho (2013, p.3)

A importância de estabelecer prioridades e racionalizar os investimentos reside no fato de que a sociedade apresenta um grande número de demandas coletivas que, por sua vez, deverão ser atendidas com um número limitado de recursos que o Governo dispõe. Logo, torna-se indispensável avaliar o caráter emergencial dessas demandas para que se possa distribuir os recursos da melhor maneira possível.

2.1.3.2 Formação da Agenda

Na etapa da formação da agenda são levantados os principais problemas e temas mais relevantes de um determinado tempo, que serão objetos de intenção das políticas públicas. Nesse sentido, “a formação da agenda pode ser entendida como o processo de transformar questões em prioridades governamentais em qualquer área como saúde, educação, economia, agricultura e bem-estar social.” (Capella, 2020, p. 1499).

Existem diferentes tipos de agendas, como a agenda formal, que é a agenda institucional que contém as questões já estabelecidas como problemas públicos a serem enfrentados, e a agenda política, que são os temas considerados importantes pela classe política. Há ainda uma outra espécie de agenda que geralmente é imposta. Trata-se da agenda da mídia na qual os meios de comunicação tentam ditar temas, mas muitas vezes estes têm um caráter provisório, acabando por desaparecer à medida que o tempo passa (Secchi, 2016).

Algumas condições necessárias para que um problema entre na agenda política, como chamar a atenção dos grupos que irão produzir a intervenção, demonstrar que é possível fazer uma ação intervencionista para modificar a situação atual e que o problema esteja dentro da responsabilidade pública (Agum *et al*, 2015).

2.1.3.3 *Formulação de alternativas e tomada de decisão*

Nessa etapa da formulação de alternativas são levantados as possíveis soluções, os programas, análises e estratégias a serem adotadas ou não para o avanço da tomada de decisão, dessa maneira, nessa etapa

Alternativas e soluções são desenvolvidas dentro das comunidades de políticas, compostas por pesquisadores, assessores parlamentares, acadêmicos, funcionários públicos, analistas pertencentes a grupos de interesses, entre outros – que compartilham uma preocupação em relação a uma área específica de políticas públicas. Nessas comunidades, as ideias circulam entre os especialistas, às vezes por longos períodos de tempo até que sejam aceitas. Nesse processo, algumas ideias sobre soluções são combinadas em novas propostas, outras são alteradas e eventualmente descartadas em um processo competitivo de seleção. (Capella, 2028, 41)

Os especialistas, então, apresentam as possíveis consequências daquele problema público específico, levantam a relação de custo-benefício que determinada solução poderá acarretar e instituem objetivos a serem seguidos e alcançados na execução de uma política pública. Ou seja, vários tipos de alternativas são selecionadas para a possível resolução dos problemas. Essas alternativas podem ter, por exemplo, o caráter de conscientização, coerção, diretrizes técnicas ou mesmo de premiação para sociedade que contribui na resposta ao problema (Secchi, 2016).

Após o diagnóstico das melhores alternativas possíveis, é chegada a fase da tomada de decisão. Esta é uma etapa primordial no processo de implementação de políticas públicas, pois envolve a análise e avaliação de diferentes opções e alternativas para resolver um problema ou atender a uma demanda específica. No decorrer dessa etapa, os formuladores de políticas públicas avaliam diversos fatores, como viabilidade técnica, recursos disponíveis, impacto social e político, entre outros (Duarte, 2013).

Além disso, a tomada de decisão pode sofrer influência de diferentes atores e interessados, como especialistas, grupos de interesse, organizações da sociedade civil e cidadãos. Nesse sentido, é importante considerar a participação da população afetada pela política pública, por meio de consultas públicas, audiências e mecanismos de participação social.

2.1.3.4 Implementação da Política Pública

Após tomada a decisão, o próximo passo é implementar a política pública, isso envolve a criação das estruturas necessárias, a alocação de recursos, a aprovação de leis e a observância dos trâmites existentes. Essa fase, apesar de todo planejamento e estudo empreendido, por vezes esbarra em problemas técnicos, administrativos ou mesmo políticos. Por isso, é imprescindível já na fase de tomada de decisão, vislumbrar as possíveis falhas e dificuldades na implementação (Secchi, 2016, p.45).

Por ser o momento mais prático, de ação efetiva, se faz necessária, na hora da implementação, uma maior eficiência por parte dos atores públicos encarregados de liderar todo o processo, visto que, outros agentes não estatais começam a entrar em cena (fornecedores, prestadores de serviço, parceiros etc.). Estes líderes devem, então, estar preparados para possíveis obstáculos e conflitos, gerenciando também a cooperação dos destinatários da política pública. Além disso, é nesse momento que todo o planejamento estatal se transforma em ações concretas para melhorar e transformar a realidade das pessoas, de um bairro, de uma comunidade, por exemplo (Secchi, 2016).

2.1.3.5 Avaliação e Extinção

A avaliação das políticas implementadas é considerada uma das fases mais importantes para o êxito da política pública. Todos aqueles atores envolvidos na ação são analisados e sua capacidade de resolução de um determinado problema pode ser examinada por meio dela. Entretanto, a avaliação não deve ser feita de maneira arbitrária, parâmetros de avaliação e formas de qualificar o desempenho são instituídos com base em critérios e padrões.

Sobre esses critérios, Agum *et al* (2015), explica que alguns indicadores são levados em consideração, de modo que os indicadores *input* têm por objetivo medir os esforços despendidos em uma ação, enquanto os indicadores *output* procuram medir os resultados alcançados. Dessa maneira, a avaliação de uma política pública é um fator norteador para averiguação do comportamento da política em curso, podendo, assim, levar à continuação (poucas adversidades na implementação),

reestruturação (existem problemas na implementação, mas estes são contornáveis) ou mesmo extinção da política.

Quais seriam as causas da extinção de uma política pública? Giuliani (2005 apud Secchi, 2010) aponta três alternativas:

- o problema público que culminou com a geração da política é solucionado;
- os métodos que alimentavam a política pública são identificados como ineficazes;
- o problema público, mesmo que não resolvido, perdeu sua importância, saindo das agendas formais e políticas.

É notória a relevância da criação e execução de políticas públicas por parte do Estado, tais políticas são os braços estatais na resolução dos problemas da sociedade. E para fazê-lo é necessário organização, estudos, boa execução e constante avaliação das medidas adotadas.

O turismo enquanto fenômeno social que abrange diversos aspectos da sociedade, inclusive o seu envolvimento com gestão pública e política, pode ser observado à luz desses fundamentos de constituição de boas políticas públicas que foram acima desenvolvidos. Nesse sentido, busca-se a seguir, entender um pouco mais do turismo, sua relação com as políticas públicas e com o desenvolvimento.

2.2 O turismo

O turismo é um fenômeno abrangente e complexo, já que pode ser observado de maneira multifacetada. Ele comumente tanto remete a ideia de viagens, do lazer, como também, se visto de um outro prisma, alcança a possibilidade de desenvolvimento de uma região. Desse modo, pensando no aspecto da região promotora do turismo, considera-se que ele pode ser uma ferramenta eficaz no desenvolvimento de uma localidade, pois apresenta em seus traços de funcionamento potencialidades para suprir desigualdades através da geração de emprego e renda.

Entretanto, essa visão, precisa estar balanceada. Costumeiramente pensa-se no turismo sob lentes que buscam maximizar apenas os seus aspectos econômicos. Nesse sentido, o turismo tem sido visto como fonte de inspiração de políticas de desenvolvimento que têm ofertado produtos e serviços turísticos sem considerar os demais aspectos que envolvem a atividade. Conforme abordam Scótolto e Netto (2015), outros temas fundamentais relacionados a exploração turística, como a

preservação da cultura regional, aspectos da poluição ambiental, sonora e visual, problemas de trânsito, até mesmo o aumento do custo de vida da população local, tem sido deixado em segundo plano.

Dessa maneira, se faz necessária uma correlação entre a diversidade do fenômeno turístico e suas implicações para a comunidade local. Assim, a partir de agora buscar-se-á uma maior compreensão e aprofundamento no estudo do turismo, desde as suas possíveis definições, sua relevância e alcance no desenvolvimento local, até chegar nas políticas de turismo, saindo de uma perspectiva ampla, ou seja, a nível nacional até a aproximação da cidade objeto deste estudo.

2.2.1 O Turismo e sua definição ou definições?

Há uma histórica dificuldade em definir o turismo, seja por sua multidisciplinaridade e proximidade com vários ramos do conhecimento, ou mesmo pelo desafio de delimitar sua essência em elementos de sua conceituação. Por mais que a Organização Mundial do Turismo (OMT), uma entidade internacional especializada no turismo vinculada a ONU, busque estabelecer conceitos relacionados ao turismo ao longo dos anos, estes ainda carecem de um aprofundamento acadêmico e científico, ficando mais restritos ao âmbito econômico e estatístico.

Nesse sentido, Pakman (2014) explica que a OMT se propõe muito mais a definir critérios estatísticos-operacionais do Turismo, deixando em segundo plano as discussões teórico-conceituais. Dessa maneira, por mais relevante que seja a OMT, suas definições são incompletas diante da complexidade do fenômeno do Turismo, pois ela se limita a “fins de produção e padronização de estatísticas, uniformizando critérios entre os diferentes países”. Dessa maneira,

Em consequência, pode se considerar como teoricamente errada a adoção de definições da OMT enquanto referência incontestada da essência do turismo. Essa abordagem encerra armadilhas com resultados nocivos à constituição do turismo como ciência, porque induz ao engano de deturpar o objeto do Turismo (Pakman, 2014).

Por mais que no decorrer dos anos a OMT tenha se preocupado em tornar o conceito de turismo cada vez mais genérico e abrangente, como por exemplo, a definição de 2008: “O turismo é um fenômeno social, cultural e econômico, que

envolve o movimento de pessoas para lugares fora do seu local de residência habitual, geralmente por prazer”, este conceito ainda fica aquém das perspectivas diferentes das disciplinas que se relacionam com o turismo.

Conforme explica Galdino e Costa (2011, p. 2), há que se considerar essas dimensões mais abrangentes, pois

O turismo é uma atividade que apresenta aspectos inter e multidisciplinares envolvendo, em seu contexto, fatores importantes de uma sociedade, como história, crenças e valores, tradições, belezas naturais, artificiais e culturais, influenciando áreas diretamente ligadas aos indivíduos, às organizações e aos ambientes de convivência e sobrevivência, englobando questões econômicas, sociais, ambientais, culturais e políticas.

Coriolano (2006) tem uma visão mais crítica e ampla do fenômeno do turismo, apresentando-o como algo que se configura como o lazer comprado pelas classes mais ricas, enquanto os pobres não o usufruem, mas produzem serviços turísticos, permanecendo a injustiça e desigualdade social características do capitalismo. Para a autora, o turismo é uma prática social multifacetada, já que inclui economia, política, educação, cultura, o que implica em relações de poder entre aqueles que são residentes e turistas, ou são consumidores e produtores. Assim, para ela, “o turismo é simultaneamente ócio e trabalho, produto do modo de viver contemporâneo, cujos serviços criam formas confortáveis e prazerosas de viver, restrita a poucos”. (Coriolano, 2006, p. 368)

Já para Menezes (2012) há um outro olhar para definição do turismo, pois este se apresenta como “uma atividade socioeconômica e cultural que possui o homem, o espaço e o tempo como elementos indispensáveis”. Nesse contexto, para a autora, o homem é tanto aquele que realiza a atividade de viagem, o turista, como também, o homem é o receptor nos destinos turísticos, prestando serviços em variadas áreas ao turista. O espaço é um elemento do turismo, pois pela natureza de sua definição representa deslocamento e movimento nos lugares, além disso, o tempo faz parte dessa engrenagem, pois dita em que condições e quando ocorrerá tal deslocamento.

Nesse sentido, pela diversidade característica do turismo, seu caráter plural e dinâmico, não há que se falar em uma única definição engessada e limitada, mas em definições do turismo.

2.2.2 A Relevância do Fenômeno do Turismo

Com os avanços da tecnologia, da globalização e dos meios de transporte, a atividade turística cresceu expressivamente, tornando-se um dos principais setores da atividade econômica mundial. Para se ter uma ideia de sua evolução, estima-se que em 1950 o número de chegada de turistas em todo mundo era na casa dos 25 milhões, em 2019 esse número subiu para 1,5 bilhão de pessoas (*United Nations World Organization*, 2020a). Além disso, dados do Conselho Mundial de Viagens e Turismo (Wttc, 2020), maior autoridade empresarial do turismo mundial, apontam que, em anos anteriores à pandemia, a atividade respondia por 1 em cada 10 empregos no mundo.

No Brasil o setor turístico é de fundamental importância para a economia. De acordo com a WTTC, o Turismo representou em 2019 cerca de 7,7% do PIB nacional, caindo para 5,5% em 2020 devido a pandemia de Covid-19, com uma ligeira melhora em 2021, chegando a 6,4% (Wttc, 2022). Em termos de geração de empregos, a Confederação Nacional do Comércio de Bens, Serviços e Turismo (CNC) revela que em meados de março de 2020, o Brasil chegou a ter cerca 3,5 milhões de pessoas ocupadas nas atividades típicas do Turismo.

Para além dos efeitos econômicos, o turismo possibilita a valorização das culturas locais, se tiver sua exploração com base em critérios de desenvolvimento sustentável e valorização das comunidades relacionadas. Para tanto, é fundamental que os entes públicos forneçam uma infraestrutura que desenvolva a roteirização (criar e organizar rotas temáticas de acordo com as peculiaridades regionais para distribuir os possíveis turistas), a divulgação por meio de internet ou outras mídias, a formação de guias para mediação entre comunidade e turistas e à cooperação entre os serviços de turismo para que a comunidade seja evidenciada (De Abreu et al, 2019).

2.2.3 Turismo e Desenvolvimento Regional

É senso comum pensar o turismo apenas numa perspectiva econômica e de acumulação. Da mesma maneira o conceito de desenvolvimento é reduzido ao viés do crescimento econômico, à dicotomia riqueza-pobreza, em que é desenvolvido àquele que é rico e é subdesenvolvido ou não desenvolvido àquele que é pobre.

Entretanto, essa lógica deve ser um tanto quanto superada, pois “desenvolvimento é um processo multidimensional, territorial, ambiental, econômico, social e cultural” (Coriolano, 2012, p. 63). Propõe-se então essa ruptura de encarar o desenvolvimento sob um olhar além da acumulação de capital, da competitividade e da produtividade, mas voltado à produção com partilha social, considerando princípios de justiça, equidade e com respeito aos ciclos da natureza.

Para Coriolano (2012, p. 65), a ideia de desenvolvimento deve se “voltar para a escala humana e o turismo para benefício de comunidades, ou do desenvolvimento local”, de maneira que as políticas públicas relacionadas ao turismo “criem oportunidades de trabalho e renda para a maioria, sem deixar de dar a proteção social requerida, colocando o homem no centro do poder” (Coriolano, 2012, p. 65).

A atual exploração turismo, em sua esmagadora maioria não tem seguido essa perspectiva social e sustentável. Pequenos grupos exploram um produto que deveria pertencer a coletividade. E é bem-sucedido apenas o conglomerado turístico que apresenta cifras maiores. Assim como no pensamento do desenvolvimento apenas do viés econômico, em que números do PIB são exaltados, em detrimento de índices de desenvolvimentos sociais, pois no turismo vale mais arrecadar mais do que abraçar ideais de valorização cultural e ambiental.

É inegável que o turismo é uma importante atividade econômica, voltada majoritariamente para o setor de serviços, que favorece a criação de empregos e geração de renda. Por outro lado, a sua exploração desmedida pode afetar áreas importantes, trazendo prejuízos irreparáveis tanto ao meio-ambiente, nos destinos turísticos que envolvem o turismo natural, como também ao patrimônio histórico-cultural ou mesmo às estruturas sociais (Da Silva, 2012).

Nesse sentido, o turismo pode se relacionar ao desenvolvimento regional buscando fortalecer a comunidade local, para que haja uma melhora na qualidade de vida dos moradores, proporcionando o estímulo à valorização de insumos locais, artesanato e outras atividades associadas ao turismo. Essa ideia converge no pensamento de (Da Silva 2012, p.118) pois:

O desenvolvimento local deve, prioritariamente, se constituir por ações alternativas que conduzem a uma realização em estágios primários voltados para o morador local. Sua base essencial de existência deverá se voltar para o retorno imediato na qualidade de vida da comunidade local.

Dessa maneira, pode-se refletir que a participação da gestão pública pode se

preocupar com o morador local, além de pensar que o “planejamento do turismo pode garantir que o desenvolvimento do turismo seja integrado às necessidades mais amplas do território, incluindo as dimensões econômica, social, ambiental e política” (Trentin, 2012, p. 126)

2.2.4 O turismo no contexto das políticas públicas

Sendo o turismo esse fenômeno social relevante que abrange diversos ramos do conhecimento e se envolve com áreas econômicas, culturais, de meio ambiente e desenvolvimento local, ele é influenciado diretamente por políticas públicas. Essas políticas no contexto do turismo servem para nortear e orientar o planejamento e as tomadas de decisão dos entes políticos, a fim de potencializar os produtos turísticos e trazer benefícios para a sociedade.

Comentando o papel das gestões públicas e políticas no âmbito do turismo, Menezes (2012, p. 106), discute que quando se fala no “incremento do turismo no cenário brasileiro não é difícil identificar a influência da administração pública no processo de planejamento, organização e operacionalização dos produtos e serviços que tornam a atividade possível”. A ideia aqui seria de potencializar administrativamente algo que já surgiu de maneira mais orgânica, seja na cultura local ou nos atrativos naturais.

Nesse sentido, sobre a importância das políticas públicas de turismo, Henz e Anjos (2018) destacam que

A política de turismo precisa criar critérios para o desenvolvimento, a exemplo de priorizar questões sociais e ambientais, convertendo-se em defensora das localidades turísticas, atuando como mediadora entre interesses e necessidades. Uma política representa a escolha de uma ou mais alternativas facilitadoras do processo de desenvolvimento e fortalecimento do turismo em determinado local, sendo que para seu funcionamento, é requisito básico, harmonizar os planos e programas de todas as esferas governamentais (nacional, estadual e municipal), representando suporte para os destinos.

De acordo com os citados autores, tais políticas públicas do turismo podem buscar um desenvolvimento harmônico em duas frentes, uma mais pragmática, geralmente mensurada em números econômicos e comerciais e a outra mais holística, estabelecendo limites de exploração das atividades turísticas, com uma maior preocupação com a sociedade receptora e a cultura local (Henz e Anjos, p. 15, 2018).

2.2.5 Turismo e Políticas Públicas no Brasil

Na realidade brasileira, até meados dos anos 90 não havia tantas iniciativas através de órgãos oficiais para organizar ou sistematizar o turismo no país. Existia apenas um desenvolvimento espontâneo do turismo e pequenas influências tímidas de iniciativas governamentais para tentar inserir o assunto do turismo nas pautas políticas. Entretanto, o turismo sempre foi encarado de maneira secundária.

Entretanto, a partir da década acima citada, alguns marcos começam a se destacar, quando em 1994 houve a criação do Plano Nacional de Municipalização do Turismo – PNMT e logo em seguida foi apresentada a Política nacional de Turismo 1996/1999. O plano objetivou a delegação das responsabilidades sobre o turismo para os municípios, enquanto o governo federal restou apenas como um gestor e orientador nas tomadas de decisões (Henz e Anjos, 2018). Já a política nacional de Turismo seguiu a linha de descentralização, com a ideia de trazer os chamados municípios turísticos, onde os governos municipais e estaduais ficariam com a maioria das atividades.

Mas foi em 2003, no primeiro governo do presidente Luiz Inácio Lula da Silva, o principal avanço no que concerne ao esforço por uma organização nacional do Turismo no Brasil, a criação do Ministério do Turismo. Este, englobava a Embratur, a Secretaria de Políticas de Turismo e a Secretaria de Programas de Desenvolvimento do Turismo. Como explicam Galdino e Costa (2011), a atividade turística ganhou também Planos Nacionais de Turismo - PNT's – que abrangeram os períodos de 2003 a 2007 e 2007 a 2010, além do Plano Aquarela e o Plano Cores do Brasil, todos voltados para promoção do turismo. Para os citados autores, “tais políticas foram, e com certeza, ainda são extremamente relevantes ao bom desenvolvimento da atividade turística no Brasil.” (Galdino e Costa, 2011, p.9).

No entanto, mesmo com todo esse planejamento e com esses órgãos em funcionamento, as políticas públicas de turismo no Brasil desde em tão continuaram a ter um caráter descentralizado, onde as funções são divididas entre estados, municípios e iniciativa privada, sendo o governo federal um grande coordenador, mas não um exclusivo provedor de ações para as atividades turísticas no país (Henz e Anjos, 2018).

2.2.6 Turismo em Campina Grande

De acordo com as divulgações midiáticas e com os indicadores estaduais de turismo, Campina Grande é reconhecida por ser uma cidade que atrai muitos turistas. Possivelmente não através de um turismo prolongado e consolidado em todas as épocas do ano, mas em especial com um caráter sazonal, por meio de alguns eventos. O principal deles é o denominado “Maior São João do Mundo”, dentro dos festejos juninos, relacionados à cultura e a religião local.

Dessa maneira, durante o período do São João, no mês de junho, cidades do Nordeste, como Campina Grande-PB, recebem o maior número de turistas. Isso não apenas movimenta a economia local, contribuindo para a renda daqueles que trabalham durante os festejos, mas também destaca as expressões culturais mais características da região, estando presente a identidade histórica do povo e a tradição religiosa estão presentes de forma marcante. (Dos Santos, *et al*, 2021).

Ainda sobre O Maior São João do Mundo, nesse mesmo sentido, Zulmira Nóbrega o denomina de um “megaevento festivo” da cidade de Campina Grande. Sendo o verdadeiro ápice de importância entre as realizações do setor turístico,

Com grandeza comprovada na diversidade, qualidade, quantidade e originalidade de suas atrações artísticas de caráter multifacetado no que tange à cultura, como também nos dados estatísticos sobre sua rentabilidade econômica, investimentos do setor público e privado, interesse da mídia, fluxo turístico e, primordialmente, a participação popular. (Nóbrega, 2011, p.2)

Entretanto, como anteriormente citado, não é marcante no turismo de Campina Grande uma presença linear de turistas ao longo do ano, visto que, a sazonalidade é uma das características mais marcantes do turismo de Eventos. De Souza *et al* (2020) relaciona esse fenômeno “à ausência de políticas destinadas a consolidação dos empreendimentos e atrativos turísticos de modo que a cidade “ainda não possui um espaço característico estruturado, apesar de diversos atrativos capazes de influenciar em visitas a cidade, a exemplo das festas juninas e do carnaval que congrega vários eventos religiosos” resultando numa inefetiva não apropriação do espaço turístico.

Nesse sentido, quando se fala na apropriação de festejos culturais, mais especificamente no caso de Campina Grande, dos festejos juninos pela administração pública, como algo de sua responsabilidade, isso deve gerar questionamentos, sobretudo no que se refere à preservação do patrimônio cultural. (De Souza Leão

et al, 2017) aponta que essa discussão se dá numa época em que o mercado se configura como meio de legitimação social, transformando-se tudo em mercadoria. O grande perigo dessa prática é que

A Administração Pública e a iniciativa privada sintonizam-se, inserindo práticas lúdicas e religiosas num circuito cosmopolita, em que as práticas significativas são legitimadas e viabilizadas cada vez mais pelos poderes locais, em seus atravessamentos político-econômicos e culturais e em sua vinculação ao ramo comercial do turismo. Isso resulta num processo de mercadorização da cultura. (De Souza Leão, 2017, p. 88 *apud* Farias, 2005)

É nesse contexto de conflito de interesses, sobretudo econômicos e mercadológicos, que se buscará destacar nessa pesquisa a gestão do turismo no município de Campina Grande, vislumbrando a análise do planejamento e execução de suas políticas públicas nessa área específica, de modo que estas políticas sejam avaliadas e analisadas.

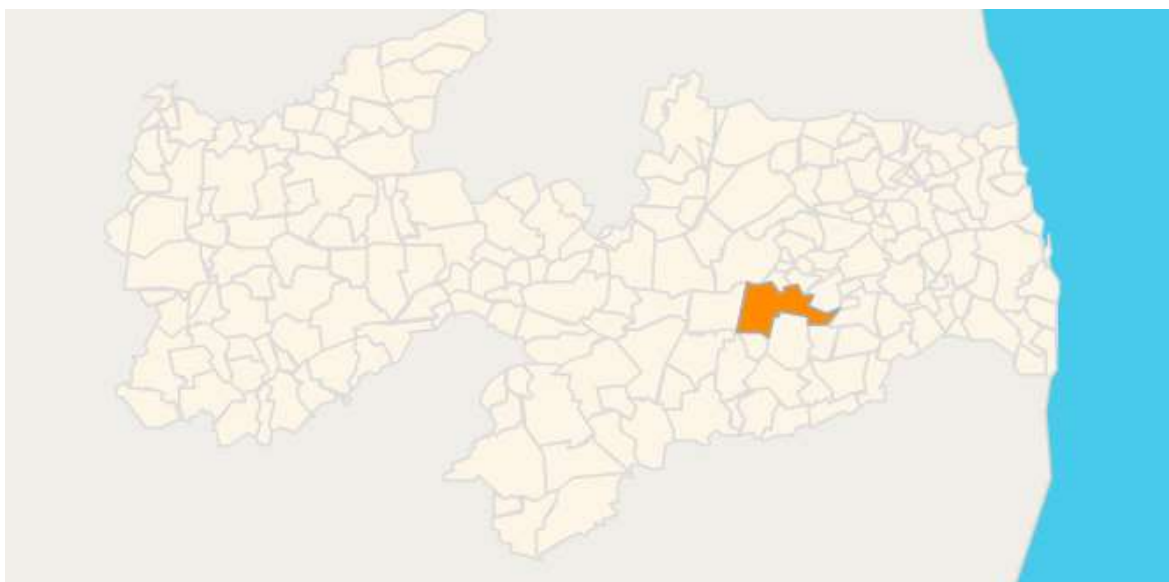
3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

3.1 Caracterização da área de estudo

3.1.1 Cidade do Objeto

A área objeto desta pesquisa é a cidade de Campina Grande, situada na mesorregião do Agreste, no Estado da Paraíba, distante 126,5 km da capital paraibana, João Pessoa. De acordo com dados do último censo do IBGE (2022), Campina Grande tem uma área territorial de 591.658 km², sendo classificado como o 18º dos 223 municípios paraibanos no que concerne ao seu território.

Figura 2 - Mapa ilustrativo da Paraíba com destaque para o município de Campina Grande.



Fonte: IBGE, 2022

Com relação à demografia, ainda com os dados do censo IBGE (2022), a população de Campina era de 419.379 pessoas, possuindo, assim, uma densidade demográfica na área urbana de 708,82 habitantes por quilômetro quadrado.

Sobre os dados da economia municipal, Campina Grande é classificada como tendo o 2º maior Produto Interno Bruto (PIB) dentre os municípios paraibanos, conforme figura abaixo. Os dados são do indicador econômico PIB dos Municípios elaborado em parceria do IBGE e dos Órgãos Estaduais de Estatística das Secretarias

Estaduais (Produto Interno Bruto Dos Municípios Do Estado Da Paraíba, 2021). Nesse indicador Campina Grande apresentou um PIB da ordem de R\$ 10,3 bilhões, representando uma participação no PIB estadual de 13,4% de sua totalidade. Tendo, ainda, o setor de serviços como o grande referencial na produção econômica, representando aproximadamente 66% do total do PIB. Vale destacar que as atividades de Turismo se inserem nesse setor.

Figura 3 - Os dez maiores valores do PIB dos municípios da Paraíba – anos 2020 e 2021.

Os dez maiores valores do PIB dos municípios da Paraíba (R\$ 1.000)				
Municípios	PIB 2020	Municípios	PIB 2021	
Paraíba	70.292.034	Paraíba	77.470.331	
João Pessoa	20.728.227	1º João Pessoa	22.244.284	1º
Camp. Grande	10.077.160	2º Campi. Grande	10.373.107	2º
Cabedelo	2.741.069	3º Alhandra	3.399.775	3º
Santa Rita	2.564.208	4º Cabedelo	3.152.546	4º
Alhandra	2.216.316	5º Santa Rita	2.616.825	5º
Patos	1.920.850	6º Patos	1.993.586	6º
Bayeux	1.291.606	7º Guarabira	1.790.168	7º
Sousa	1.254.399	8º Bayers	1.366.842	8º
Cajazeiras	1.134.929	9º Sousa	1.318.529	9º
Guarabira	1.057.345	10º Conde	1.286.990	10º
Os Dez maiores	44.986.109	- Os Dez maiores	49.542.653	-
Demais	25.305.925	- Demais	27.927.677	-

Fonte: Produto Interno Bruto Dos Municípios Do Estado Da Paraíba, 2021.

3.1.2 Procedimentos metodológicos de coleta de dados

A coleta de dados se deu de duas formas principais. A primeira delas foi através de dados publicados em plataformas online, quais sejam: Censo IBGE 2022, Portal IBGE cidades, Plataformas Estaduais de Dados (PIB dos Municípios e PBTur), Portal da Transparência Municipal, “sites” sobre a história dos eventos de turismo do município, dentre outros.

Num segundo momento a coleta foi feita através de visitas à SEDE-CG (Secretaria de Desenvolvimento Econômico do Município de Campina Grande), responsável pela administração do turismo local, momento em que foram disponibilizados documentos com relação ao turismo local.

Em relação ao objeto do estudo levantado, trata-se inicialmente de uma pesquisa descritivo-exploratória, como sugere Gil, já que “têm como propósito proporcionar maior familiaridade com o problema, com vistas a torná-lo mais explícito” (2018, p. 25).

A pesquisa apresenta uma abordagem qualitativa, em que se pretende estudar um fenômeno social, mais especificamente a influência das políticas públicas de turismo no município de Campina Grande e seu papel no intuito de desenvolver e estimular o turismo local. A descrição e o levantamento dessas políticas públicas relacionadas ao turismo na referida cidade serão objeto de avaliação deste trabalho.

A pesquisa bibliográfica e bibliométrica foi utilizada para uma base teórica acerca das definições de políticas públicas e suas particularidades, do fenômeno do turismo, seus conceitos e aproximações com o desenvolvimento local através das políticas públicas.

Sobre o objeto propriamente dito, algumas visitas foram realizadas na Secretaria de Desenvolvimento Econômico do município de Campina Grande (SEDE-CG), pasta que, entre outras, abrange a Coordenadoria de Turismo, responsável pela promoção de planos, projetos, eventos e programas da área turística da cidade. Foram feitas reuniões com um dos Coordenadores de Turismo, o senhor Bruno Vidal e a turismóloga Fabíola Cortezzi, em que foi apresentado um panorama das políticas de Turismo do município, seja através de execução própria ou mesmo através de parcerias e fomentos a eventos turísticos que são realizados na cidade.

Nesse sentido, foram disponibilizadas e mencionadas as legislações municipais relacionadas ao turismo na cidade, a saber, a lei orgânica do Município de Campina Grande, a lei complementar municipal nº 15/2002, que especifica as competências de cada ente e secretaria administrativa da cidade, a lei complementar nº 33/2006 que instituiu o Plano Diretor Municipal, além de leis específicas sobre o turismo local, como a lei que instituiu o Conselho Municipal de Turismo (COMTUR) e o Fundo Municipal de Turismo (FUMTUR) e suas atualizações. Todo esse arcabouço legislativo foi objeto de análise nos resultados desse trabalho, a fim de entender como essas leis podem influenciar nas políticas públicas de turismo.

De acordo com essas legislações cabe ao COMTUR, junto com a SEDE-CG tratar das diretrizes de turismo na cidade. Dessa maneira, foram solicitadas as atas do referido conselho com anuência dos colaboradores supracitados, para trazer maior embasamento a pesquisa e para entender o funcionamento desse órgão colegiado na prática.

Nas visitas à Secretaria de Desenvolvimento Econômico, e com base nas competências legais da pasta, deduz-se que a missão da SEDE-CG é promover os atrativos culturais e turísticos de Campina Grande por todo Brasil através da divulgação da marca turística “Viva Campina”, uma espécie de selo que busca guiar os turistas e visitantes “por uma jornada de experiência inesquecível na cidade e suas atrações turísticas durante todo ano”. Essa divulgação, é realizada através da propaganda, de revistas, divulgações em feiras de turísticas como a ABAV (Associação Brasileira das Agências de Viagem), entre outros meios.

Os principais produtos turísticos trabalhados pela SEDE-CG são o São João de Campina Grande e o Natal Iluminado. Nestes, o poder executivo municipal atua mais diretamente na sua produção e realização, apesar do primeiro ter sido terceirizado, através de concessão por licitação. O segundo, porém, é a atração turística que dispense mais gastos por parte do município, segundo relato dos colaboradores citados e através de dados da transparência municipal, que serão disponibilizados. Esses eventos serão objeto de análise para mensurar sua importância para a cidade.

Mas além desses produtos, a prefeitura municipal ainda atua em parcerias com fomentos em outros eventos como o Carnaval da Paz, Carnaval Tradição, Festival de Inverno, Motofest, entre outros que serão destacados no decorrer da pesquisa, inclusive com os dados de valores empreendidos em cada um desses eventos, de acordo com dados públicos divulgados.

Serão somados à análise da gestão municipal também os indicadores divulgados pela PBTur, Empresa Paraibana de Turismo, vinculada à Secretaria de Turismo e Desenvolvimento Econômico do Estado da Paraíba, com o objetivo de analisar as políticas de turismo de Campina Grande. Além destes, foram analisados processos e documentos do Tribunal de Contas do Estado da Paraíba (TCE-PB), através do seu sistema TRAMITA, dados como relatórios de prestação de conta, contratos, licitações e despesas da SEDE-CG foram utilizados na pesquisa.

Além destes dados, a SEDE-CG disponibilizou um documento dos indicadores socioeconômicos de Campina Grande através de parceria com o grupo estatístico 6sigma, com dados atualizados até dezembro de 2023 na plataforma Microsoft Power BI, com o endereço nas referências deste trabalho. A partir desses dados foram gerados gráficos dos indicadores de turismo da cidade, expostos nos resultados, que foram elaborados através do programa Excel.

Tais informações serão somadas às outras fontes citadas a fim de um diagnóstico do turismo local em números de hotelaria, de origem dos turistas, motivação de viagem, entre outros itens.

4 RESULTADOS E DISCUSSÕES

Baseado na metodologia apresentada o presente estudo objetiva analisar inicialmente a gestão municipal do turismo no contexto do fenômeno das políticas públicas. Nesse sentido, pretende-se apresentar como a gestão política municipal observa e direciona o turismo na cidade de Campina Grande.

Inicialmente com os elementos legislativos que embasam as políticas do município e a descrição dos principais produtos turísticos e como a gestão municipal atua neles. E por fim, serão correlacionados dados do turismo disponibilizados para a análise das políticas públicas municipais.

4.1 Análise da gestão municipal do turismo por parte da prefeitura de campina grande enquanto ente político.

Pelo que é exposto midiaticamente, é senso comum para os nordestinos e brasileiros, pensar em Campina Grande como um caso de “sucesso” no que se refere ao turismo. Principalmente pelo viés midiático e público do assim chamado “Maior São João do Mundo”. Entretanto, sendo o turismo um fenômeno complexo e diverso, é preciso uma análise mais aproximada e aprofundada para se mensurá-lo. Inicialmente, uma análise normativa e legislativa do município será construída para analisar como a gestão municipal compreende o fenômeno do turismo.

4.1.1 *Normas e legislação relacionadas à Política de Turismo do Município de Campina Grande.*

Apesar desse status público relevante, desde 2002 o turismo é gerido no município por uma Coordenadoria (uma espécie de subsecretaria), inserida na Secretaria de Desenvolvimento Econômico (SEDE). Essa configuração mostra indícios que há décadas, a gestão municipal tem entendido o turismo majoritariamente sob o aspecto econômico. Além disso, a subdivisão da Coordenadoria de Turismo, elencada na Lei Complementar nº 15, de 2002, em: “a) Gerência de Planejamento e Promoção de Eventos e b) Gerência de Organização de Eventos”, revela um viés direcionado ao turismo de eventos, em detrimento a outras possibilidades de desenvolvimento do turismo.

Essa predileção pelo turismo de eventos, bem como a compreensão da gestão municipal, desenvolvida ao longo dos anos, com um papel de ser apenas, divulgadora e impulsionadora de eventos turísticos, é destacada também nas competências da própria Coordenadoria de Turismo, também presente na Lei Complementar 15/2002 e listada no quadro abaixo:

Quadro 1 - Competências da Coordenadoria de Turismo e de suas subdivisões.

Coordenadoria de Turismo	
I.	Assessorar o Secretário na definição de programas turísticos para o desenvolvimento dessa atividade;
II.	Supervisionar os projetos e eventos turísticos, no que diz respeito ao fomento às atividades;
III.	Promover o atendimento turístico especializado, voltado à orientação de visitantes no Município;
IV.	Desenvolver outras atividades correlatas que lhe venham a ser atribuídas pelo Secretário.
Gerência de Planejamento e Promoção de Eventos	
I.	Implementar ações de promoção do Município junto ao meio empresarial estadual, nacional e internacional.
II.	Estruturar roteiros e programas turísticos, explorando as potencialidades locais;
III.	Promover a formação de eventos municipais para trazer maior número de turistas a cidade;
IV.	Fiscalizar e analisar os eventos turísticos do Município;
V.	Desenvolver outras atividades correlatas que lhe venham a ser atribuídas pela Coordenadoria.
Gerência de Organização de Eventos	
I.	Assessora a Coordenadoria na obtenção de recursos para a realização de eventos turísticos;
II.	Organizar eventos temáticos com a articulação do setor turístico do Município;
III.	Desenvolver outras atividades correlatas que lhe venham a ser atribuídas pela Coordenadoria.

Fonte: Lei Complementar nº 15/2002 (Campina Grande, 2002, art. 19)

Com exceção da competência relacionada à estruturação de roteiros e programas turísticos, as demais competências elencadas reforçam o papel incentivador, divulgador e criador do turismo de eventos por parte da Coordenadoria de Turismo do município de Campina Grande.

Ainda a respeito das legislações que fundamentam as políticas públicas municipais de turismo, tem-se a Lei Orgânica do Município de Campina Grande, esse instrumento normativo, abrange toda a organização político-administrativa do município, sendo o equivalente a uma espécie de “constituição municipal”. Nesse documento, o turismo é mencionado nos seguintes termos (Campina Grande, 1990):

Art. 212. O Município apoiará e incentivará o turismo, como atividade econômica, mantendo a sua forma de promoção e desenvolvimento social.

Art. 213. O Município adotará uma política específica para o setor, ouvindo o Conselho Municipal de turismo, observadas as seguintes diretrizes e ações:

I – adoção de plano integrado e permanente com outras cidades, pólos turísticos;

II – desenvolvimento de infra-estrutura básica e conservação dos parques e reservas biológicas;

III – apoio à divulgação e orientação do turismo local, nas atividades especificadas em lei;

IV – estímulo à iniciativa privada no desenvolvimento de programas de lazer e entretenimento para a população de modo geral.

Art. 214 – O Conselho Municipal de Turismo, a ser definido em lei complementar, será composto pelos Secretários da Educação, da Indústria, Comércio e Tecnologia, Sindicato dos Hotéis e Similares, Associação Comercial, Clube de Diretores Lojistas, Federação das Indústrias e Associação Campinense de Imprensa.

Observa-se uma vez mais o olhar precipuamente econômico do turismo no principal instrumento normativo municipal. Todavia, um órgão colegiado é mencionado nos artigos supracitados: o Conselho Municipal de Turismo. Esse órgão é formado de representantes da comunidade campinense, com o intuito de que haja uma efetiva participação coletiva nas políticas administrativas setoriais, no caso em tela, o setor do Turismo.

O Conselho Municipal de Turismo (COMTUR) de Campina Grande foi instituído em 1994, através da Lei Municipal nº 3.050. De acordo com esta, tal órgão tem um caráter consultivo e de assessoramento no que se refere ao desenvolvimento turístico da cidade. Dentre suas competências, conforme a Lei, estava o assessoramento para elaboração de um plano turístico para o município, propor formas de captação de recursos financeiros, estabelecer diretrizes para benefícios e implantação de eventos e “exercer rigorosa fiscalização sobre os recursos destinados à política do turismo” (Campina Grande, 1994). Além disso, foi definida a sua composição e quantidade de membros, representando os vários órgãos e entidades que se relacionam com o Turismo.

A referida lei foi atualizada pela Lei nº 5.907/2015, acrescentando competências e modificando a estrutura dos membros representantes do COMTUR. Assim, a estrutura atual tem a seguinte configuração (Campina Grande, 2015, art. 4º):

Art. 4º Executivo O Conselho Deliberativo será presidido pelo Chefe do Poder e a vice presidência ficará a cargo da Secretaria Desenvolvimento, contando ainda com os seguintes representantes:

I- da chefia do Gabinete do Prefeito;

- II- *da Câmara Municipal de Campina Grande;*
- III- *da Secretaria de Desenvolvimento Econômico e Social (SEDE);*
- IV- *da Secretaria de Planejamento (SEPLAN);*
- V- *da Secretaria de Cultura (SECULT);*
- VI- *da Secretaria de Serviços Urbanos e Meio Ambiente (SESUMA)*
- VII- *da Procuradoria Geral do Município;*
- VIII- *do Sindicato dos Hoteleiros, Restaurantes, Bares e Similares (SINDCAMPINA);*
- IX- *dos Serviços de Apoio às Micro e Pequenas Empresas do Estado da Paraíba (SEBRAE);*
- X- *da Federação do Comércio de Bens, Serviços e Turismo do Estado da Paraíba (FECOMÉRCIO);*
- XI- *da Empresa Paraibana de Turismo (PBTUR);*
- XII- *da Associação Campinense de Imprensa (ACI);*
- XIII- *da Associação Brasileira de Jornalistas e Escritores de Turismo (ABRAJET);*
- XIV- *da Associação Brasileira de Agências de Viagem (ABAV);*
- XV- *da Associação Brasileira de Bares e Restaurantes (ABRASEL);*
- XVI- *da Associação Brasileira da Indústria de Hotéis (ABIH);*
- XVII- *da Associação Brasileira de Turismólogos e Profissionais de Turismo (ABBTUR);*
- XVIII- *da Parahyba Conventions & Visitors Bureau;*
- XIX- *do Sindicato dos Guias de Turismo (SINGTUR);*
- XX- *da Universidade Federal de Campina Grande (UFCG);*
- XXI- *da Universidade Estadual da Paraíba (UEPB);*
- XXII- *do terceiro setor (ONG's).*

Apesar da diversidade de membros do conselho deliberativo do COMTUR, da idealização da representatividade da sociedade civil e da importância de suas competências conforme o disposto em sua legislação de origem, o Conselho de Turismo só foi efetivado no ano de 2017, 23 anos após a sua constituição legal.

Através de pedido à Secretaria de Desenvolvimento Econômico (SEDE) para melhor entendimento do atual funcionamento do COMTUR solicitaram-se as atas das reuniões. Entretanto, a SEDE disponibilizou apenas duas atas do ano de 2024, dos meses de fevereiro e março. Apesar da amostragem ser reduzida, é possível entender de maneira geral o funcionamento do órgão. O inteiro teor das atas está disponível no Anexo da pesquisa.

Na ata da II reunião do COMTUR de 2024 (Anexo A) percebe-se uma concentração de falas por parte de atores da gestão municipal do turismo, num sentido de divulgação de dados e relatórios acerca do que tem sido realizado quanto a ações de captações de turistas. Além disso há uma clara preocupação em termos de crescimento econômico, ao existir uma intencionalidade maior de divulgação em eventos na região Sudeste, já que “conforme pesquisa do SindCampina o turista que provém do Sudeste gasta mais de duas vezes, ou seja, o dobro a mais na cidade em consumo geral do que o turista regional, na hotelaria, gastronomia e artesanato”. (Ata

II, COMTUR, 2024, Anexo A).

Além dos atores da gestão municipal, representantes de redes hoteleiras tem destaque, apresentando ponderações, preocupações e dados de ocupação. Nota-se, nesse sentido, pouca variedade representativa nessa ata, com destaque, uma vez mais, para uma preocupação excessiva por parte da gestão municipal em “vender” a cidade.

Já sobre a ata de número III de 2024 (Anexo B), compartilhada para essa pesquisa, segue-se o mesmo padrão de desenvolvimento da reunião anterior supracitada do conselho. Falas quase que exclusivas de atores da gestão municipal enaltecendo dados e prestando relatórios sobre os produtos turísticos da cidade, com destaque, novamente, para a divulgação de produtos turísticos da cidade, especialmente o São João e o Natal Iluminado.

Além do COMTUR, foi instituído pela Lei nº 6.581/2018 e regulamentado pelo Decreto nº 4.640/2021, o denominado Fundo Municipal de Turismo – FUMTUR. Tal instrumento foi criado com a busca de captar e aplicar recursos, proporcionando à Secretaria Municipal de Desenvolvimento Econômico apoiar e financiar, em conjunto com o COMTUR, projetos na área específica do turismo.

As arrecadações seriam por “recursos orçamentários destinados pelo Município, pelo Estado e pela União”, além de uma série de outras fontes de arrecadação, como por exemplo: doações, convênios firmados com outras entidades, receitas provenientes de cessão de espaços públicos, cobrança de ingressos, entre outras hipóteses. (art. 3º, Lei 6.581) Esses meios de arrecadação são detalhados no decreto acima citado.

A ideia principal do FUMTUR seria ser um instrumento de efetivação de políticas públicas relacionadas ao turismo. Visto que, essas arrecadações serviriam, para, entre outras coisas: financiar projetos e programas de turismo, desenvolver a capacitação da população local, financiar estudos e pesquisas para o desenvolvimento do turismo no Município e adquirir materiais permanentes e de consumo relacionados ao turismo. (art.5º)

Nesse mesmo sentido, o artigo 9º do Decreto 4.640/2021 especifica como os recursos do FUMTUR devem ser aplicados (Campina Grande, 2021, art. 9º):

Art. 9º Os recursos do Fundo Municipal de Turismo - FUMTUR serão aplicados:

I - no pagamento, pela prestação de serviços a entidades conveniadas, de direito público ou privado, para execução de programas, projetos específicos do setor de Turismo;

II - na aquisição de material permanente, de consumo e de outros insumos necessários ao desenvolvimento de programas e projetos diretamente ligados ao turismo;

III - para financiar, total ou parcialmente, programas e projetos de turismo através de convênios;

IV - no desenvolvimento de programas de capacitação e aperfeiçoamento de recursos humanos na área de turismo;

V - na aplicação de recursos em quaisquer projetos turísticos e de eventos de iniciativa da Secretaria Municipal de Desenvolvimento Econômico e do Conselho Municipal de Turismo de Campina Grande - COMTUR, que desenvolvam a atividade turística para Campina Grande;

VI - no financiamento de estudos, pesquisas e concursos de monografia com temática atinente ao tema do desenvolvimento do turismo no Município;

VII - na melhoria, manutenção e preservação da infraestrutura, dos bens e serviços oferecidos pelas atividades e empreendimentos turísticos no Município em consonância com a conservação do patrimônio ambiental e cultural local;

VIII - na divulgação do potencial turístico municipal;

IX - no treinamento e capacitação da população local e funcionários da prefeitura para a atuação no setor de turismo no município;

X - na realização de atividades, eventos culturais, esportivos e técnicos que promovam o turismo no município;

XI - Na celebração de convênios e parcerias com outros entes da administração pública ou entes privados;

XII - ou em quaisquer outras demandas que integrem o rol das políticas públicas de turismo no município.

Tanto o COMTUR, como também o FUMTUR podem ser verdadeiros instrumentos de efetivação de políticas públicas para o Município de Campina Grande. A intenção de ter um órgão colegiado/representativo para direcionar, auxiliar e fiscalizar o turismo local é uma excelente iniciativa. Assim como, ter um fundo específico que atue na distribuição de renda, incentivo à capacitação da população local e financie projetos e estudos turísticos é essencial para qualquer município.

Entretanto, assim como o COMTUR levou 23 anos para ser instituído, o FUMTUR, apesar de ser criado e regulamentado, ainda não foi executado. De acordo com o portal da transparência do Município de Campina Grande, não há nenhum dado acerca de receita ou despesa do FUMTUR.

Ainda fazendo parte do arcabouço legislativo sobre o turismo, o Plano Diretor Municipal (Lei Complementar nº 33/2006) traz apontamentos para uma política pública

de turismo eficiente. Nessa norma, são definidos tanto os objetivos da Política Municipal de Turismo, como também as diretrizes dessa política, elencadas no quadro abaixo:

Quadro 2 - Objetivos e Diretrizes da Política Municipal de turismo, de acordo com o Plano diretor da cidade de Campina Grande:

Objetivos da Política Municipal de Turismo (art. 125, Plano diretor municipal)	
I.	promover e incentivar o turismo sustentável como fator estratégico de desenvolvimento econômico com justiça, inclusão social e proteção do meio ambiente;
II.	definir políticas públicas para o desenvolvimento da atividade de turismo e de eventos no Município, fomentando projetos de roteiros e eventos turísticos para Campina Grande;
III.	articular programas e ações turístico–culturais com os municípios circunvizinhos;
IV.	promover programas, projetos e ações turísticas integradas com a dinâmica das atividades sociais, econômicas, culturais e de lazer realizadas pelo Município;
V.	promover atividades de ecoturismo com vistas ao conhecimento, conservação, preservação e recuperação do patrimônio ambiental do Município;
VI.	fomentar e potencializar ações comunitárias para o desenvolvimento do turismo na perspectiva de justiça e igualdade social.
Diretrizes da Política Municipal de Turismo (art. 126, Plano diretor municipal)	
I.	a definição do produto turístico da cidade e sua segmentação;
II.	o incentivo ao setor turístico, mediante promoção de eventos que valorizem os diversos aspectos da cultura popular regional, bem como a promoção de eventos de natureza científica, tecnológica, comercial, esportiva e cultural;
III.	a celebração de convênios com municípios circunvizinhos que concorram para o desenvolvimento do turismo local, alocando, se necessário, recursos técnicos e financeiros;
IV.	a garantia da qualidade da experiência do visitante através da disponibilização adequada de atrativos turísticos, infra-estrutura urbana e serviços a serem por ele utilizados;
V.	a identificação das áreas turísticas atrativas e prioritárias ainda não consolidadas, realizando investimentos em infra-estrutura, controle urbano dos espaços públicos e incentivos à preservação de suas características singulares, levando-se em conta os interesses sociais como geração de emprego e renda e preservação dos patrimônios histórico e ambiental.

Fonte: Lei Complementar nº 33, Campina Grande, 2006. Elaborado pelo autor.

Com mais essa norma, fica evidente que Campina Grande possui dispositivos legais abrangentes, normas que possibilitam a efetivação de políticas públicas de qualidade no que se refere ao turismo. Entretanto, apesar da importância prática do Plano Diretor para um município, essas normas não apresentam tanta efetividade na prática das gestões políticas do município. Prova disso é que de acordo com as

informações do Relatório de Atividades Turísticas do Sistema de Informações do Mapa do Turismo Brasileiro – SISMAPA, do Ministério do Turismo, a cidade não tem um Plano Municipal de Turismo e/ou Plano de Desenvolvimento Territorial do Turismo.

Quando se pensa num ciclo de políticas públicas, conforme exposto na parte teórica deste estudo, pode se inferir que há um certo grau de planejamento e formulação de políticas, mas que carecem de implementação prática por parte da gestão municipal.

4.1.2 *Campina Grande: uma cidade movida ao turismo de Eventos*

Apesar das potencialidades culturais, regionais e históricas o turismo em Campina Grande é caracterizado eminentemente por ser um turismo de eventos. Fora dos períodos de tais eventos, de acordo com os dados que serão explanados, é possível inferir que a cidade tem dificuldade em desenvolver um turismo estabelecido e constante ao longo do ano.

Apesar disso, existem projetos numa tentativa de firmar o turismo local com calendário anual. Um dessas propostas que a SEDE-CG busca desenvolver, é a parceria com o SEBRAE-PB que promove o projeto Roteiros Integrados, com uma proposta fixa, não-sazonal, entre os municípios da macrorregião de Campina Grande. Além deste, existe também “o roteiro ‘Paraíba-se’, elaborado em parceria com a Azul Viagens e o Sebrae, e que evidencia o turismo de aventura, rural e gastronômico em cinco cidades paraibanas: Campina Grande, Cabaceiras, Bananeiras, Areia e Araruna.” (Paraíba, 2023).

Entretanto, como essas propostas de roteiros fixos não são tão consolidadas, a partir de agora serão explanados os principais produtos turísticos que têm atraído turistas e que são eventos pontuais ao longo do ano.

4.1.2.1 *Campina Folia (Carnaval Tradição)*

Os festejos do carnaval sempre foram presentes na história brasileira. Em Campina Grande o hoje denominado Campina Folia, mas preteritamente conhecido como Carnaval Tradição vivencia uma fase de apagamento e enfraquecimento. Entretanto, já teve sua fase de grande adesão, sucesso e apogeu.

O início das épocas festivas de carnaval em Campina Grande remonta à meados da década de 30. Com destaque maior para as décadas de 50, 60 e 70, onde se destacavam os blocos dos bairros, os festejos em clubes e as comemorações nas ruas com fantasias e máscaras.

Figura 4 - Carnaval de Campina Grande em 1958.



Fonte: Retalhos Históricos de Campina Grande, 2005.

De acordo com as memórias do saudoso, Jobédis Magno, que foi dono de um grande acervo histórico do passado da cidade de Campina Grande: “Na minha rua os papangus eram pessoas normalmente sisudas, [...] improvisadores de mímicas e palhaçadas, atraindo as atenções por onde passavam. Da La Ursa e os foliões mascarados que saíam pelos bairros a alegrar e a divertir a todos”. (Retalhos Históricos de Campina Grande, 2005.)

Entretanto, a partir das décadas de 80 e 90 os antigos carnavais começam a perder força. De acordo com Ferreira (2018), houve até um movimento de tentar retomar a popularidade e destaque dos festejos carnavalescos por parte da imprensa, que “passou a apoiar de maneira efetiva o Carnaval Tradição, também chamado de “carnaval dos que ficam”. Essa festa, porém, já não atraía mais público como em tempos passados, passando a cada edição a ser menos aceita” principalmente entre as classes média e alta da cidade.

Outro motivo que levou o enfraquecimento do Carnaval Tradição, foi a perda de espaço para os chamados carnavais fora de época, com destaque para uma micareta, inspirada nos moldes do carnaval baiano, que foi trazida para a cidade, e que surgia, assim, entre 1989 e 1990, a chamada “Micarande”.

Além deste, outros motivos podem ser destacados para o recrudescimento do carnaval tradição em Campina Grande: primeiramente a modernização das estradas, principalmente com destino a capital João Pessoa, o avanço dos meios de transporte e mais recentemente, pode-se destacar a diminuição do fomento do poder público e a escolha em apoiar nos últimos anos um carnaval alternativo, com essência de reflexão, contrastivo com os tradicionais carnavais, surgia assim, desde a década de 90, o Carnaval da Paz.

Apesar dos holofotes se voltarem para o Carnaval da Paz no período carnavalesco, o carnaval tradição de Campina, hoje denominado de “Campina Folia” ainda sobrevive com os seus blocos, bailes e escolas de samba.

Um fato que se nota é que os festejos são levados para períodos anteriores e posteriores da data tradicional do feriado de carnaval, além disso, os blocos, desfiles de escolas de samba são levados para locais menos centrais e destacados da cidade, devido à predileção da gestão municipal pelos eventos religiosos do Carnaval da Paz. Essa escolha se reflete até nos recursos empenhados por parte da gestão municipal, que são minorados no que se refere ao Carnaval Tradição, já que pela visão da gestão o que “aparentemente” sustenta a cidade no período carnavalesco são os supracitados eventos religiosos.

Nesse sentido, o próprio site da SEDE-CG faz alusão ao “esvaziamento” dos festejos carnavalescos, optando pelo destaque ao Carnaval da Paz, conforme se vê a seguir: “Após experimentar o esvaziamento durante o período momesco, tendo surgido, como alternativa, a realização dos encontros encabeçados pelos principais segmentos religiosos e filosóficos, Campina Grande passou a celebrar um momento com a forte presença de turistas, que buscam na fé momentos de reflexão longe dos grandes eventos carnavalescos”. (Sede, 2023)

4.1.2.2 *Carnaval da Paz*

Figura 5 - Logotipo do Carnaval da paz 2024.



Fonte: Sede, 2023.

O Carnaval da Paz é composto por uma série de eventos realizados de maneira anual em Campina Grande, durante o período de Carnaval, sendo “considerado o maior encontro de fé, espiritualidade e autoconhecimento do Brasil”. Segundo a SEDE, “a rede hoteleira da cidade registra ocupação de mais de 90% dos seus leitos durante o período. Além disso, a cidade ganha com o aquecimento da sua rede de restaurantes e demais segmentos ligados ao setor turístico”. (Sede, 2023)

O papel da gestão municipal nesses eventos consistiu na criação desse selo “Carnaval da Paz” para o conjunto dos eventos religiosos, que por sua vez, já existiam organicamente a partir da década de 1970. Além de sua promoção como atrativo e produto turístico que é fomentado e apoiado pelas gestões municipais que vem se sucedendo na cidade.

Quatro eventos principais e mais históricos apresentam destaque no contexto do Carnaval da Paz, quais sejam: o MIEP - Movimento da Integração Espírita na Paraíba que é promovido pela Associação Municipal de Espiritismo de Campina Grande, o Encontro da Nova Consciência realizado pela ONG Nova Consciência, o Crescer - Encontro da Família Católica organizado pela Associação Carismática Católica São Pio X e o Encontro para a Consciência Cristã, realizado atualmente pela Visão Nacional para a Consciência Cristã (VINACC).

Além destes principais, outras programações fazem parte do conjunto de eventos do Carnaval da Paz: o E-Além, que é realizado pela Associação Luminar de Magnetismo Humano (ALEM), o Acampamento Verbo da Vida, promovido pela igreja Verbo da Vida e, por fim, “A Palavra Revelada”, realizado pela Igreja Adventista do Sétimo Dia. Outros eventos, de outros grupos religiosos já fizeram parte do quadro de atrações do Carnaval da Paz, entretanto ao longo do tempo deixaram de ser realizados por motivos diversos.

Para esses eventos a Prefeitura de Campina Grande, por meio da SEDE tem patrocinado e fomentado através de recursos próprios no sentido de incentivar o turismo no período carnavalesco. O quadro 3 a seguir demonstra os eventos que recebem/recebiam os maiores valores de fomento nos últimos 10 (dez) anos.

Quadro 3 - Fomentos mais significativos aos eventos religiosos do Carnaval da Paz.

Evento/Organizador	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
Encontro para Consciência Cristã (VINAAC)	160.000,00	160.000,00	190.000,00	190.000,00	190.000,00	250.000,00	150.000,00	275.000,00	275.000,00	300.000,00
CRESCER (ASSOCIAÇÃO CARISMÁTICA CATÓLICA SÃO PIO X)	65.000,00	65.000,00	85.000,00	85.000,00	85.000,00	100.000,00	60.000,00	122.653,61	125.000,00	200.000,00
Nova Consciência (ORGANIZAÇÃO NOVA CONSCIÊNCIA)	100.000,00	100.000,00	70.000,00	100.000,00	100.000,00	100.000,00	-	-	-	-

Fonte: Portal da Transparência de Campina Grande, 2024.

Os dados disponibilizados pelo portal da transparência revelam a discrepância de valores ofertados entre os eventos religiosos do Carnaval da Paz. Para além da mensuração do tamanho de cada um dos eventos, percebe-se a predileção da gestão ao fomentar um evento mais que o outro, mesmo que algum deles tenha teoricamente um público maior, essa situação acaba por incrementar um evento, fortalecendo-o, ao passo que acaba por minar os outros, como é o caso da Nova Consciência, que apesar de ainda ser realizado de forma remota, desde 2021 não recebe mais recursos da SEDE-CG.

4.1.2.3 *Maior São João do Mundo*

O maior e mais conhecido produto turístico da cidade de Campina Grande é sem dúvidas o Maior São João do Mundo. Em 2024 a festa completou 41 anos de realização, tendo como referência um local concentrado de realização, visto que antes de 1983 as comemorações dos festejos juninos já existiam como parte marcante da cultura popular, mas de maneira descentralizada e orgânica nos bairros e clubes locais.

A seguir temos um compilado de um breve histórico do Maior São João do mundo, feito com informações disponibilizadas no blog retalhos de Campina Grande e uma entrevista com a professora Cléa Cordeiro publicada num portal de notícias local.

Quadro 4 - Breve histórico do São João de Campina Grande

ANO	FATOS HISTÓRICOS DO SÃO JOÃO
Antes de 1983	As festividades juninas eram celebradas em bairros e clubes locais, com destaque para as quadrilhas juninas, sendo a Xote Menina uma das mais famosas.
1983	O prefeito Ronaldo Cunha Lima centralizou as celebrações de São João no terreno baldio conhecido como "coqueiros de José Rodrigues", que se tornaria o Parque do Povo. A primeira festa foi simples, com uma palhoça e um piso de cimento, mas já ostentava o letrero "O Maior São João do Mundo".
1984	A festa passou a durar 30 dias, ocorrendo de 2 de junho a 1º de julho, com apresentações em cima de um caminhão. O cantor Capilé foi uma das atrações desse ano.
1985	Inauguração do Forrock, marcando a entrada de Campina Grande na era das grandes casas de show, com apresentações de artistas como Luiz Gonzaga, Dominginhos e Elba Ramalho.
1986	Início da construção do Parque do Povo, incluindo a "Pirâmide do Forró", planejada para representar uma fogueira. A festa ganhou grande proporção, com um palco para shows e centenas de barracas de comidas e bebidas típicas.
1987	O São João de Campina Grande foi incluído no calendário oficial do Instituto Brasileiro de Turismo (Embratur). Elba Ramalho deu à luz seu filho Luan durante a festa.
1988	Criação do passeio "Forroviário". Luiz Gonzaga realizou seu último show em Campina Grande.
1989	Expansão do Parque do Povo devido ao aumento do número de turistas, com a construção da parte inferior onde ficam as barracas e a cidade cenográfica.
1991	A cantora Marinês, um dos grandes nomes da história do forró, comemorou seus 40 anos de carreira na festa junina.
1992	Consagração nacional da festa com a gravação de um clipe de Elba Ramalho para o

	Fantástico da TV Globo. A Quadrilha Virgens da Seca apareceu no programa de Regina Casé. Instalação do Museu Luiz Gonzaga no Parque do Povo.
Anos 90	Parque do Povo recebeu infraestrutura básica, incluindo a ampliação do Arraial Hilton Motta e a criação da cidade cenográfica. Implantação da cidadezinha cenográfica Vila Nova da Rainha, com artesanato, cantadores de viola e cordelistas. O Sítio São João e as Ilhas de Forró foram ampliados.
1996	Padronização das barracas e instalação de um letreiro luminoso na Pirâmide com o slogan "O Maior São João do Mundo".
1999	Surgimento da cidade cenográfica com réplicas de prédios históricos de Campina Grande.
2000	Mudança do palco principal para a parte inferior do Parque do Povo, integrando a rua Sebastião Donato à festa.
2007	O Sítio São João foi desmembrado do Parque do Povo.
2009	Primeira grande obra de recuperação da Pirâmide do Parque do Povo.
2010	O Maior São João do Mundo apresentou uma das programações artísticas mais arrojadas, conciliando o forró tradicional e o forró banda.
2014	O palco principal voltou a ser montado na parte superior do Parque do Povo, aumentando a capacidade de público.
2017	Introdução do palco em formato 360º, reposicionamento dos camarotes e área VIP, além de melhorias na segurança e mobilidade, permitindo o tráfego de veículos durante o dia na rua Sebastião Donato. Mudança de paradigma na organização e promoção da festa, que passa a ser executada pela iniciativa privada, através de editais de licitação e contratação de empresas para executar o evento.

Fonte: Retalhos Histórico de Campina Grande, 2012 e G1 Paraíba, 2018. Elaboração própria.

Conforme visto acima, no decorrer dos anos o São João passou de uma festa de raízes religiosas e culturais, para um grande evento de massas. A cada ano tem sofrido influências tecnológicas de modernização e de mercadorização, conforme Nóbrega (2011, p.5) descreve,

No caso, devemos particularmente observar que assim como as demais grandes festas populares que pululam por todo o país, que O Maior São João do Mundo é de organização e execução dependente de investimentos do poder público constituído e de grandes empresas. Por isso, sua condição inequívoca de mercadoria do circuito do mundo das trocas na política, economia, turismo e mídia, com retornos significativos para agentes dominantes desses setores.

Ao longo das 4 décadas do evento, o poder público, por meio das gestões municipais, sempre protagonizou o papel de organização, direcionamento e gestão do Maior São João do Mundo, com destaque para os sempre presentes interesses políticos e econômicos em toda construção do evento. Durante a esmagadora maioria

dos anos, a prefeitura sempre se responsabilizou, através de contratações de fornecedores e serviços de maneira direta, seja para toda montagem de estrutura ou pela contratação de artistas.

Entretanto, por conta da crescente exploração mercadológica da festa, por conta da dimensão tomada pelo evento e por possíveis dificuldades de gestão financeira por parte da prefeitura, houve uma ruptura no método de organização do evento junino.

Esses pensamentos neoliberais, visando o lucro e a otimização mercadológica do evento, acarretou assim uma transformação no entendimento de que o Maior São João do Mundo é, na verdade, uma mercadoria, mais do que singularmente um movimento de manifestação cultural das tradições nordestinas. Dessa forma, em 2017, a novidade trazida na organização, promoção e execução da festa foi a sua terceirização.

O então prefeito, Romero Rodrigues, decidiu que a prefeitura não teria condições de bancar a festa em sua integralidade com todos os seus gastos estruturais, de promoção, com pessoal e com cachês artísticos. Segundo ele, “a prefeitura gastou nos anos anteriores mais de R\$ 8 milhões e que só a estrutura da montagem custou cerca de R\$ 4 milhões”. (O Dia, 2018)

Iniciava-se, assim, a era de terceirização da festa tradicional do São João de Campina Grande. E a partir de 2017, então, são lançados editais para contratação, por meio de licitação, de empresa privada que seria responsável por gerir o evento e explorar todos os atrativos a ele relacionados.

O quadro abaixo mostra que nos anos de 2017 a 2022 (com exceção dos anos de 2020 e 2021, que por conta da pandemia de Covid-19, a festa não foi realizada) a prefeitura de Campina Grande atuou como uma espécie de patrocinadora do evento do Maior São João do mundo empenhando valores consideráveis para sua realização. Já a partir do ano de 2023, ao invés de pagar à empresa vencedora da licitação para promover e explorar a festa, o Município recebeu valores.

Quadro 5 - Receitas/Despesas com o São João a partir de 2017

ANO	EMPRESA	CONTRATADA	VALORES	PAGOS	PELA	VALORES
-----	---------	------------	---------	-------	------	---------

	POR LICITAÇÃO	PREFEITURA DE CAMPINA GRANDE	RECEBIDOS
2017	ALIANÇA COMUNICAÇÃO E CULTURA LTDA.	2.990.000,00	-
2018	ALIANÇA COMUNICAÇÃO E CULTURA LTDA.	2.990.000,00	-
2019	MEDOW PROMO SERVIÇOS DE EVENTOS E ESTRUTURAS LTDA-ME.	2.820.000,00	-
2020	PANDEMIA – COVID-19	PANDEMIA – COVID-19	-
2021	PANDEMIA – COVID 19	PANDEMIA – COVID 19	-
2022	MEDOW PROMO SERVIÇOS DE EVENTOS E ESTRUTURAS LTDA-ME.	2.820.000,00	-
2023	ARTE PRODUÇÕES DE EVENTOS ARTÍSTICOS E LOCAÇÕES LTDA	-	R\$ 355.655,91
2024	ARTE PRODUÇÕES DE EVENTOS ARTÍSTICOS E LOCAÇÕES LTDA	-	R\$ 355.655,91

Fonte: Portal da Transparência – Prefeitura de Campina Grande, 2024.

Nessa modalidade de terceirização do evento, a Prefeitura passou a lançar, editais públicos de licitação, em que continham os padrões solicitados pelo município, como por exemplo: todos os parâmetros de estrutura, requisitos, layout, organização, lista de possíveis atrações, cronogramas, critérios de fiscalização, entre outras exigências que seriam executadas pela empresa vencedora na execução do evento.

Para um melhor entendimento de como se dá essa dinâmica de organização e exploração da festa, será usado, de maneira exemplificativa do atual modelo, o edital do Pregão nº 14/2023 que teve como objeto a “CONCESSÃO DO PARQUE DO POVO, AÇUDE NOVO, PARQUE DA CRIANÇA, CALÇADÃO (AÇUDE VELHO), QUADRILHODROMO (ESTAÇÃO VELHA), GALANTE, CATOLÉ DE BOA VISTA, SÃO JOSÉ DA MATA PARA EXPLORAÇÃO DO EVENTO “O MAIOR SÃO JOÃO DO MUNDO, EDIÇÕES 2023 E 2024”.

Inicialmente são apresentados os requisitos que uma licitação comum apresenta, sendo a modalidade escolhida a do pregão. Assim, o edital passa a descrever requisitos como o objeto, valor, detalhes de habilitação dos concorrentes, detalhes do rito procedimental, garantias, sanções, entre outros itens trazidos na figura abaixo que demonstra o sumário do edital do pregão.

primeiro como um momento ímpar de confraternização e que reúne famílias em torno da mesa e ao sabor das comidas típicas, além de amigos e turistas nos diversos eventos. Em segundo, fortalecer e promover a economia, os eventos culturais e turísticos, favorecendo o aquecimento da economia local com a geração de emprego e renda, trazendo como o principal objetivo promover Campina Grande e o evento no cenário local e internacional.

São apresentados no edital todo um detalhamento técnico, quase que exaustivo quanto a quantidade e tamanhos de barracas, especificações de palco, sonorização, iluminação e transmissão do evento. De maneira que se percebe exigências bem específicas por parte da Prefeitura.

Além dos detalhes técnicos, apresenta-se também as formas de exploração lucrativa da festa, como a possibilidade de angariar patrocinadores por parte da vencedora da licitação com direito a exposição das marcas, a venda de ingressos em arquibancadas, camarotes e de locais a frente do palco (*Frontstage*). Depreende-se que a prefeitura que estabelece esses critérios de exploração comercial, como por exemplo nas especificações listadas abaixo:

Quadro 6 - Especificações de exploração comercial de camarotes, arquibancadas e *frontstage*.

• Camarote Institucional PMCG: com capacidade de 100 pessoas, incluindo área interna privativa, conforme projeto arquitetônico a ser aprovado pela PMCG;
• Camarote patrocinadores;
• Camarote VIP: com capacidade a ser definida pelo projeto arquitetônico e disponibilidade de serviços de bar e restaurante. É facultado a empresa a venda de ingressos do Camarote VIP, setorização do espaço e diferenciação do formato dos serviços de bar e restaurante, bem como a terceirização destas atividades;
• Arquibancada quadrilhedro: estrutura de camarote a ser montada na estação velha com capacidade a ser definida em projeto arquitetônico. É facultada a venda de ingressos para acesso a esta Arquibancada não superior a 30% da capacidade máxima.
• Camarote da acessibilidade: estrutura a ser montada em plataforma contínua aos camarotes VIP, com acesso externo para pessoas com mobilidade reduzida e capacidade para 50 pessoas. É PROIBIDA a venda de ingressos nesta modalidade de camarote.
• <i>Frontstage</i> Parque do Povo: Área de 2000m², em frente ao palco principal (ocupando até 50% da boca de cena), ao nível do solo. É facultada a venda de ingressos para acesso a este <i>frontstage</i> .
• <i>Frontstage</i> Galante: Área de 1000m², em frente ao palco do Galante (ocupando até 50% da boca de cena), ao nível do solo. É facultada a venda de ingressos para acesso a este <i>frontstage</i> .
4.6.2.1 O espaço definido para os camarotes e <i>frontstage</i> não deve ser superior a 30% da capacidade total de público.

Fonte: Edital de convocação Pregão Eletrônico nº 014/2023 – SEDE-CG

No que se refere as atrações artísticas, é também a Prefeitura que estabelece uma lista prévia sugestiva de artistas e cantores que participarão do evento por uma

escolha posterior da empresa vencedora da licitação. Além disso, a gestão também estabelece, via prescrição de edital, um possível calendário com a distribuição das atrações. Abaixo segue as listas para uma maior compreensão de como a gestão municipal da cidade tem atuado num produto turístico, como o São João.

Quadro 7 - Atrações sugeridas em edital pela Prefeitura de Campina Grande.

Tipo 1: Nacional	<ul style="list-style-type: none"> • ALCEU VALENÇA • ALCYMAR MONTEIRO • ALOK • BARÕES DA PISADINHA • BRUNO E MARRONE • CALCINHA PRETA • CAVALEIROS DO FORRÓ • DORGIVAL DANTAS • ELBA RAMALHO • ERIC LAND • FAGNER • FELIPE ARAÚJO • FELIPE AMORIM • FLÁVIO JOSÉ • GUSTAVO LIMA • GUSTAVO MIOTO • GERALDO AZEVEDO • HENRIQUE E JULIANO • IVETE SANGALO • ISRAEL E RODOLFO • JOÃO GOMES • JOELMA • JONAS ESTICADO • JORGE DE ALTINHO • JORGE E MATEUS • JULIETTE 	<ul style="list-style-type: none"> • LÉO SANTANA • LIMÃO COM MEL • LUAN SANTANA • MANO WALTER • MARCIA FELIPE • MARI FERNANDES • MASTRUZ COM LEITE • MATHEUS E KAUAN • MATHEUS FERNANDES • MAYARA E MARAISA • NANDO CORDEL • NATTAN • PRISCILLA SENA • RAÍ SAIA RODADA • SOLANGE ALMEIDA • TARCISIO DO ACORDEON • TATY GIRL • VITOR FERNANDES • WALDONYS • WESLEY SAFADÃO • XAND AVIÃO • ZÉ NETO E CRISTIANO • ZÉ RAMALHO • ZÉ VAQUEIRO • JESSIER QUIRINO
Tipo 2: Regional	<ul style="list-style-type: none"> • ADUILIO MENDES • ASSISÃO • AVINE VINNY • BANDA DESEJO DE MENINA • BANDA ENCANTUS • BATISTA LIMA • BONDE DO BRASIL • CAVALO DE PAU • CEZZINHA • CLEBER E CAUAN • DOUGLAS PEGADOR • ELIANE • FELIPÃO • FORRÓ DAS ANTIGAS • GERALDINHO LINS • HENRY FREITAS • IOHANNES • JM PUXADO • KATIA CILENE 	<ul style="list-style-type: none"> • IGUINHO E LULINHA • LIV MORAIS • LUCY ALVES • LUAN ESTILIZADO • MAGNÍFICOS • MARIA CLARA • NENEM OLIVEIRA • NOVINHO DA PARAÍBA • OS GONZAGAS • OS TRÊS DO NORDESTE • PEDRINHO PEGAÇÃO • SAMYA MAIA • SANTANNA • SIRANO E SIRINO • THALES LESSA • THULIO MILIONÁRIO • VICENTE NERY • WALKYRIA SANTOS
Tipo 3: Local	<ul style="list-style-type: none"> • AMAZAN • ANNA BARROS 	<ul style="list-style-type: none"> • JAPÃOZINHO • JOHNNY GAROTINHO

	<ul style="list-style-type: none"> • BANDA MAGIA • BANDA PALOV • BILIU DE CAMPINA • BOB LÉO • BRUNO MELLO • CANDEEIRO NATURAL • CAPILÉ • CORONÉ GRILO • DONAS DA FARRA • ELOISA OLINTO • EDRA VERAS • FABIANA E FORRÓ DAS ANTIGAS • FABIANO GUIMARÃES • FELIPE ALCANTARA • FELIPE WARLEY • FORRÓ 3X4 • FORRÓ D2 • FORRÓ DA BARKA • GEGÊ BISMARCK • GEOVANE JR • GITANA PIMENTEL 	<ul style="list-style-type: none"> • KARKARÁ • LEVADA MIX • LOIRÃO • LUKA BASS • LUCCA E WILKER • LUCAS BARRETO • MEXE VILLE • NATHAN VINICIUS • NICACIA BRASIL • NIEDSON LUA • POETA FRANCINALDO • RAMON SCHNEIDER • RANNIERY GOMES • RAPHA MELLO • RENANZINHO PRESSÃO • SAIA JUSTA • STELLA ALVES • TAN • TON OLIVEIRA • TONY DUMOND • OS 3 DO NORDESTE
Atrações Tipo 4: Religioso Nacional	<ul style="list-style-type: none"> • PADRE FÁBIO DE MELO • ADRIANA ARYDES • PADRE REGINALDO MANZOTTI • PADRE ANTÔNIO MARIA • PADRE MARCELO ROSSI • PADRE ZEZINHO • THIAGO BRADO • COLO DE DEUS • ROSA DE SARON • ANDRÉ VALADÃO 	<ul style="list-style-type: none"> • ALINE BARROS • THALLES ROBERTO • FERNANDINHO • CASA WORSHIP • PRETO NO BRANCO • GABRIELA ROCHA • SARAH BEATRIZ • MIDIAN LIMA
Atrações Tipo 5: Religioso Local	<ul style="list-style-type: none"> • CELYONNE • DAVID • PADRE NILSON NUNES • ATOS 2 	<ul style="list-style-type: none"> • CAMILA HOLANDA • DEBORAH ALMEIDA • NÍSIA E TAY SOUSA

Fonte: Edital de convocação Pregão Eletrônico nº 014/2023 – SEDE-CG

Figura 7 - Sugestão de programação de acordo com o quadro de atrações por parte da SEDE-CG.

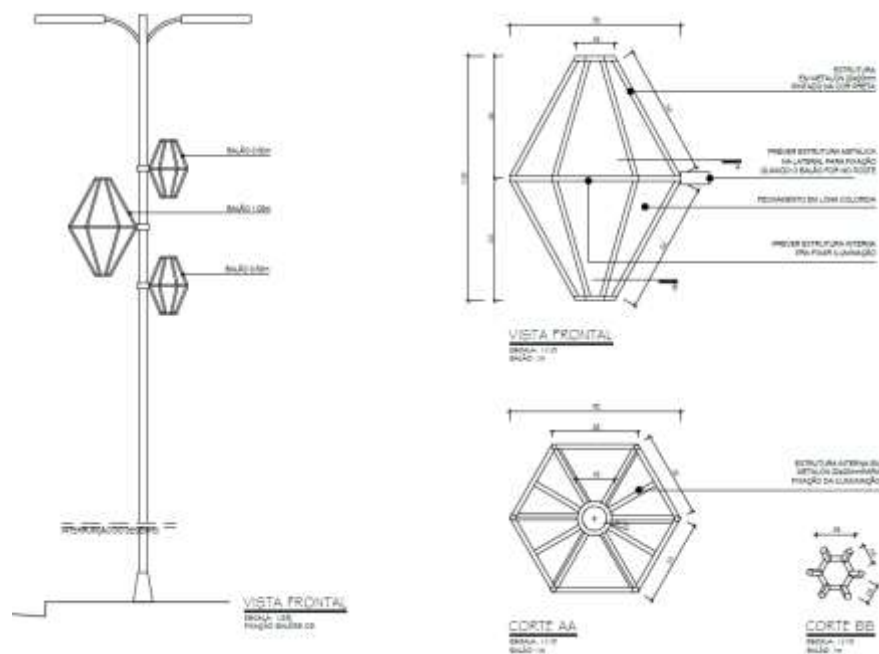
Programação Parque do Povo					
Dia	Data	Palco Principal	Palco Cultural	Pirâmide	Ilhas de Forô
Sexta-feira	02/06/2023	1, 1, 2, 3	2, 3, 3	3, 3, 3	3, 3, 3
Sábado	03/06/2023	1, 1, 2, 3	2, 3, 3	2, 3, 3	3, 3, 3
Domingo	04/06/2023	1, 2, 3	3, 3, 3	2, 3, 3	3, 3, 3
Segunda-feira	05/06/2023	Manutenção	Manutenção	Manutenção	Manutenção
Terça-feira	06/06/2023	4, 5	5	4, 5	5
Quarta-feira	07/06/2023	2, 3, 3	3, 3, 3	3, 3, 3	3, 3, 3
Quinta-feira	08/06/2023	2, 2, 3	3, 3, 3	3, 3, 3	3, 3, 3
Sexta-feira	09/06/2023	1, 2, 3	3, 3, 3	3, 3, 3	3, 3, 3
Sábado	10/06/2023	1, 1, 2, 3	2, 3, 3	2, 3, 3	3, 3, 3
Domingo	11/06/2023	1, 2, 3	2, 3, 3	2, 3, 3	3, 3, 3
Segunda-feira	12/06/2023	1, 2, 3	3, 3, 3	3, 3, 3	3, 3, 3
Terça-feira	13/06/2023	4, 5	5	4, 5	5
Quarta-feira	14/06/2023	Manutenção	Manutenção	Manutenção	Manutenção
Quinta-feira	15/06/2023	2, 2, 3	3, 3, 3	3, 3, 3	3, 3, 3
Sexta-feira	16/06/2023	1, 2, 3	3, 3, 3	3, 3, 3	3, 3, 3
Sábado	17/06/2023	1, 1, 2, 3	2, 3, 3	2, 3, 3	3, 3, 3
Domingo	18/06/2023	1, 2, 3	2, 3, 3	2, 3, 3	3, 3, 3

Fonte: Edital de convocação Pregão Eletrônico nº 014/2023 – SEDE-CG

A decoração e ornamentação também são objeto de análise do edital, de maneira que a prefeitura fornece especificações num termo de referência em anexo daquele, com ilustrações, medidas e tipos de enfeites, entretanto, permite que a empresa vencedora da licitação exponha as marcas dos patrocinadores angariados, conforme o item 8.2 do edital: “É facultada à CESSIONÁRIA a veiculação de patrocinadores nestes espaços, desde que o projeto prévio seja aprovado pela Secretaria de Desenvolvimento Econômico de Campina Grande”.

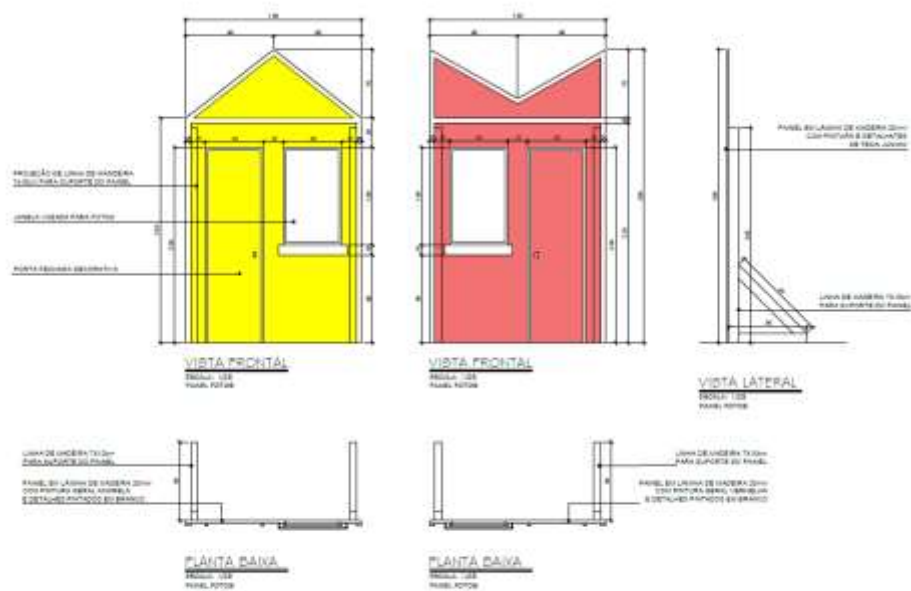
Esse termo de referência citado acima descreve com projetos arquitetônicos detalhados, como a gestão municipal sugere que sejam executados os projetos de cada um dos locais explorados pelo evento. As figuras a seguir exemplificam esse padrão de especificação.

Figura 8 - Proposta de decoração da SEDE-CG. Poste com balões juninos.



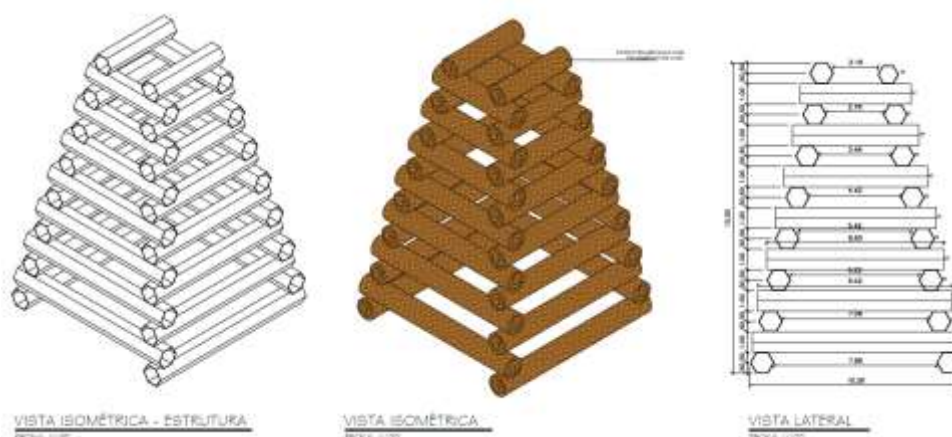
Fonte: Edital de convocação Pregão Eletrônico nº 014/2023 – SEDE-CG

Figura 9 - Proposta de decoração da SEDE-CG. Painel de fotos.



Fonte: Edital de convocação Pregão Eletrônico nº 014/2023 – SEDE-CG

Figura 10 - Proposta de decoração da SEDE-CG. Fogueira decorativa.



Fonte: Edital de convocação Pregão Eletrônico nº 014/2023 – SEDE-CG

O edital prevê ainda todas as condições de cronograma para a execução, as situações que precisam de autorização da SEDE-CG, obrigações e cláusulas contratuais, bem como estabelece condições de fiscalização e prestação de contas por parte da empresa vencedora.

Por fim, o edital traz uma previsão de custos e faturamentos que serão auferidos pela empresa vencedora, tendo como valores estimados para as edições 2023 e 2024 do Maior São João do Mundo, considerando análise de faturamentos de edições anteriores (Edital de convocação Pregão Eletrônico nº 014/2023 – SEDE-CG):

- Custo estimado total: R\$ 34 milhões de reais;
- Faturamento total estimado: R\$ 40 milhões de reais

O que quer se salientar trazendo essas informações acerca da forma terceirizada da organização do São João em Campina Grande, utilizando o exemplo do último edital de licitação do evento é que a prefeitura tem responsabilidades, aprova ou rejeita situações e tem poder decisório em muitos aspectos na realização da festa. Isso por um lado realça as partes positivas, mas também evidencia as obrigações do poder público com relação às partes negativas da festa.

No que concerne ao aspecto da análise da política pública escolhida, é observado os princípios da economicidade e eficiência com relação aos gastos públicos, no sentido de a prefeitura não dispende tantos recursos públicos para o evento. Entretanto, os aspectos mais tradicionais e culturais da festa podem perder espaço para aquilo que se vende mais e que é mais lucrativo.

4.1.2.4 Natal Iluminado

Um outro produto turístico da cidade de Campina Grande é o Natal Iluminado. Tendo sua origem no ano de 2013, o evento tem se consolidado como mais um atrativo turístico promovido pela gestão municipal da cidade. A ideia do evento é explorar o período natalino com iluminações e decorações natalinas em diversos pontos da cidade, tendo seu principal referencial as margens do Açude Velho e o Parque da Criança, tradicionais pontos turísticos do município. Além disso, há espaços para apresentações culturais e artísticas, com uma variedade de opções de restaurantes e lanchonetes no local.

Figura 11 - Decoração do Natal Iluminado de Campina Grande



Fonte: SEDE, 2023.

A lei estadual nº 13.305/2024 reconheceu o evento como Patrimônio Histórico, Cultural e Imaterial do Estado da Paraíba, enaltecendo a importância do evento para o turismo local. Diante da sua consolidação como evento relevante no calendário turístico do município, segue abaixo um quadro resumo de sua cronologia até chegar a atual configuração.

Quadro 8 - Cronologia do Natal Iluminado

Ano	Fatos marcantes no respectivo ano
2013	A marca Natal Iluminado foi criada pelo então prefeito Romero Rodrigues, atual presidente da Comissão de Turismo da Câmara Federal. A cidade recebeu iluminação especial e apresentações artísticas no Parque da Criança, Açude Velho e prédios da PMCG.
2014	Natal Iluminado ganha como diferencial a descentralização. A festa passa a acontecer em bairros como José Pinheiro, Liberdade, Monte Castelo e Palmeira.
2015	Decoração em torno do Açude Velho, a Filarmônica fez um concerto Natalino junto com a banda da Polícia Militar na rampa dos Pioneiros
2016	O Natal é marcado por tecnologia e inovação. A cidade recebe iluminação em LED em várias praças e avenidas.
2017	Os distritos de Galante e São José da Mata passam a ganhar iluminação natalina, sendo contemplados com o projeto do Natal Iluminado.
2018	Teve como diferencial shows religiosos nas proximidades da Praça José Américo e a instalação de três árvores de Natal, sendo uma na Praça da Bandeira, outra na Praça José Américo e a principal, com 22 metros de altura, em frente aos Monumento aos Pioneiros. A cidade também recebeu a Caravana da Coca-Cola.
2019	Instalação de uma Árvore de Natal com 30 metros de altura e a instalação na rua Marcial Pinheiro de um teto de luz com mais de 40 metros de extensão.
2020	Shows suspensos por causa da pandemia, mesmo assim o Natal Iluminado aconteceu. Foi realizada uma super live natalina na Vila Sítio São João. As novidades ficaram por conta do Ônibus Iluminado, que levou visitantes para várias partes iluminadas da cidade. O conjunto Aluísio Campos recebeu decoração.
2021	Retorno das apresentações artísticas presenciais. Ainda com uso de máscaras a população foi prestigiar o evento. Na decoração um túnel iluminado no Açude Velho e a extensão da ornamentação para os distritos de Galante, São José da Mata e Catolé de Zé Ferreira. A Feira Central de Campina Grande, o Complexo Aluísio Campos e o Gabinete do Prefeito, também receberam atrações artísticas especiais.
2022	Realização de projeto para consolidação do evento como roteiro turístico natalino. Foram 43 dias de celebração que encantaram a população local. Um Natal Iluminado inclusivo que recebeu 1 milhão de visitas e mais da metade (52,7%) estava participando pela primeira vez. O Natal foi incluído no roteiro natalino publicado pela Embratur e após a edição foi incluído no calendário turístico e cultural do Estado.
2023	Décima edição do Natal Iluminado. O Natal Iluminado conta com muitas apresentações natalinas e culturais em diversos pontos da cidade. Os três distritos de Campina Grande receberam iluminação e apresentações artísticas. Um show de drone também foi realizado durante a nona edição do Natal Iluminado, encantando a todos os que estavam presentes

Fonte: Elaborada pelo autor, 2023.

De acordo com a SEDE-CG, em relatório de prestação de contas anual

apresentado ao TCE-PB, o evento tem se consolidado como o segundo maior evento turístico da cidade. Constatando sob a ótica da gestão municipal que “a cidade realiza o Natal mais Iluminado do interior do Nordeste e além desse atrativo, a festa natalina realizada no município, gera impacto econômico” (Relatório de ações, SEDE-CG, 2022). Pois, de acordo com a secretaria, a decoração e programação para o período atraem turistas, movimentando ainda mais o comércio e o setor de serviços, como hotéis, bares e restaurantes.

Para além da beleza das luzes e das cores do evento, há questionamentos pelos gastos, considerados por alguns, exorbitantes por parte da prefeitura para a sua realização. O evento também é realizado por meio de licitação pública para contratação de empresa responsável para a montagem e desmontagem da decoração natalina. Algo parecido com o São João, entretanto, nesse modelo há diferenças, pois é a prefeitura que cobre todos os gastos e não há previsão de faturamento (exploração comercial) da empresa contratada. De acordo com dados do portal da transparência e o portal TRAMITA do TCE-PB, foram fixados nos anos de sua realização os seguintes valores (com exceção do ano de 2013, que não possui valores claros nos portais).

Quadro 9 - Valores destinados à realização do Natal Iluminado em Campina Grande-PB

ANO	EMPRESA CONTRATADA	VALORES FIXADOS
2014	LANÇAR CONSTRUTORA E INCORPORADORA LTDA	932.565,91
2015	LANÇAR CONSTRUTORA E INCORPORADORA LTDA	1.492.159,27
2016	LANÇAR CONSTRUTORA E INCORPORADORA LTDA	1.180.354,45
2017	ECOLUZ ILUMINAÇÕES LTDA -EPP	1.094.494,00
2018	VASCONCELOS E SANTOS LTDA	917.690,00
2019	BKL CONSTRUÇÕES LTDA	869.000,00
2020	EIP SERVIÇOS DE ILUMINAÇÃO LTDA	1.450.000,00
2021	EIP SERVIÇOS DE ILUMINAÇÃO LTDA	1.748.283,69
2022	VASCONCELOS E SANTOS LTDA	7.784.000,00
2023	EIP SERVIÇOS DE ILUMINAÇÃO LTDA	2.690.000,00

Fonte: Portal da Transparência – Prefeitura de Campina Grande, 2024 e TRAMITA-TCE-PB.

Os gastos expressivos e fora do padrão do ano de 2022 chamaram a atenção

de toda sociedade de Campina Grande, tendo inclusive repercussões midiáticas efusivas, a ponto do Tribunal de Contas do Estado da Paraíba abrir um processo de auditoria para analisar o caso em tela. Segundo o relatório do TCE-PB, os gastos superaram em quase 500% em relação ao ano anterior. Inicialmente, foi pedida a suspensão das execuções de despesas relativas ao contrato firmado. Entretanto, após desdobramentos do processo e a instrumentalização de defesa, por parte do município, o TCE-PB resolveu em decisão colegiada julgar a licitação e o contrato do ano de 2022 regulares com ressalvas, com as seguintes recomendações:

II) RECOMENDAÇÕES à Secretaria Municipal de Desenvolvimento Econômico de Campina Grande, para que, nas eventuais futuras contratações de mesmo objeto (serviços de decorações natalinas de espaços e prédios públicos), proceda a elaboração de um projeto básico, no qual sejam estabelecidos os critérios técnicos, econômicos e sociais, nos seguintes termos:

- Critérios Técnicos: Verificar se o gasto está alinhado com os objetivos e as prioridades estabelecidas pelo governo; avaliar se o gasto está devidamente planejado e inserido no orçamento público; geolocalizar e coletar imagens (antes e depois) dos locais de implementação da política;

- Critérios Econômicos: comparar os custos totais da política pública com os benefícios gerados pretendidos, para determinar se os resultados justificam os investimentos realizados (custo-benefício);

- Critérios Sociais: analisar se a política pública beneficia de forma justa e igualitária todos os segmentos da população, sem discriminação ou favorecimento indevido; considerar o grau de participação da sociedade no processo de formulação, implementação e avaliação da política, bem como a transparência na divulgação de informações e dados relacionados; (PARAÍBA, 2023, p.867)

O fato é que no ano de 2023, conforme exposto no Quadro 9 acima, o contrato firmado foi consideravelmente menor do que o do ano de 2022, o que sugere que a Prefeitura e a SEDE-CG seguiram, em tese, as diretrizes e recomendações propostas pelo TCE-PB.

A gestão municipal apresenta ainda alguns dados positivos do evento, através dos relatórios da SEDE-CG para o TCE-PB nos anos de 2022 e 2023 o Natal Iluminado trouxe uma movimentação econômica de aproximadamente 69 e 95 milhões de reais, respectivamente nos dois anos citados. O relatório ainda informa que no ano de 2023, havia cerca de 200 comerciantes nas vilas gastronômicas dos eventos. Com decorações em 23 pontos na cidade e a participação de mais de 1.800 artistas e 130 atrações culturais (Relatório de ações, SEDE-CG, 2022 e 2023).

4.1.2.5 Outros eventos fomentados pela Prefeitura de Campina Grande

Além dos principais eventos da cidade, a SEDE-CG também atua como fomentadora de outros eventos da cidade, como o Festival de Inverno e o Motofest. O primeiro é um dos mais tradicionais de Campina Grande, completando em 2024, 49 anos de existência, o evento é realizado numa parceria entre a prefeitura e o Instituto Solarium, reunindo manifestações da arte, da música e do teatro no período frio do ano na cidade.

Já o Motofest é um evento promovido pela Associação Motociclista Mcrota 230 - Estradeiros Da Borborema, e voltado para o público de motoqueiros e apaixonados por motocicletas, com destaque para o estilo musical do Rock. Esses dois eventos também recebem incentivos em forma de fomento por parte do governo municipal. A seguir os valores recebidos por esses eventos ao longo dos últimos anos.

Quadro 10 - Valores destinados a outros eventos de turismo em Campina Grande-PB (em reais R\$).

Evento	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Motofest	30.000	30.000	30.000	30.000	30.000	-	-	65.000	65.000
Festival de inverno	200.000	200.000	200.000	200.000	-	-	140.000	250.000	300.000

Fonte: Portal da Transparência – Prefeitura de Campina Grande, 2024.

4.1.2.6 Outros pontos turísticos e atrativos do município de Campina Grande

O turismo de eventos é o tipo de turismo mais abraçado pelo município, entretanto, na cidade há outros locais que potencialmente são alvos da procura turística por parte dos visitantes que vêm até a cidade.

Nas informações do Relatório de Atividades Turísticas do Sistema de Informações do Mapa do Turismo Brasileiro – SISMAPA, do Ministério do Turismo, temos a descrição turística do município, que revela além dos eventos, “monumentos, museus e outros cartões postais” do município. Esses atrativos serão descritos abaixo:

Quadro 11 - Principais pontos turísticos de Campina Grande-PB

Pontos turísticos	Descrição de acordo com o Relatório de Atividades Turísticas do SISMAPA do Ministério do Turismo.
Parque do Povo	Local onde é realizada a festa do São João e outros eventos da cidade.
Vila Sítio São João	concentra diversos espaços temáticos, e apresenta aos visitantes um retrato típico do Nordeste: bodega, vegetação da Caatinga, decoração temática e palhoças com trios de forró
Vila do Artesão	reúne artesãos de todo o estado, com exposições e vendas de produtos típicos nordestinos, como os feitos com algodão, barro e outras indumentárias;
Açude Velho	É o mais famoso cartão postal da cidade, contendo ao seu redor centro gastronômico e famosos museus;
Parque da Criança	Também fica perto do Açude Velho, a área de lazer é um dos mais tradicionais pontos turísticos de Campina Grande. O espaço é aberto diariamente, tem entrada gratuita, e oferece diversos ambientes verdes ideais para crianças brincarem e adultos realizarem atividades físicas;
Teatro Municipal Severino Cabral	Berço do teatro campinense em formato de apito, simboliza o sopro da cultura na região da Borborema;
Feira Central	Um dos principais centros de comércio e expressão cultural do Planalto da Borborema, a Feira de Campina Grande, na Paraíba também conhecida como Feira das Feiras é um lugar de referência, de criação, de expressão, de sociabilidade e de identidade do povo nordestino. Suas cores, aromas, personagens e sons inconfundíveis são a marca de uma cidade que tem sua história e seu traçado misturados com os de seu centro mercadológico e cultural. A Feira Central é considerada patrimônio cultural imaterial do Brasil.
SESI - Museu Digital	O SESI Museu Digital também fica às margens do Açude Velho. Inaugurado em 2017, o local dispõe de diversos equipamentos para proporcionar uma experiência imersiva na história da cidade, através da tecnologia. Simuladores, óculos de realidade virtual e diversas outras ferramentas são apresentadas aos visitantes. E a própria arquitetura do prédio chama a atenção, fazendo referência aos tropeiros que primeiro habitaram no município. Na Paraíba, a história do algodão pode ser contada por meio da história dos Tropeiros da Borborema. Estes corajosos homens conduziam tropas de burros em uma serra perigosa.
Museu de Arte Popular da Paraíba	O Museu de Arte Popular da Paraíba (MAPP), também conhecido como museu dos três pandeiros, por sua forma e arquitetura é um lugar de exposição e de captação de acervo documental da Música, do Artesanato, da Cantoria, da Literatura de Cordel, e da Xilogravura. Dispondo como



Fonte: SEDE-CG, 2023.

Esses mapas buscam mostrar os principais pontos turísticos da cidade, junto com os seus atrativos culturais. O material junino, acima apresentado se utiliza de figuras de artistas regionais, políticos e imagem que representam ou revelam estereótipos da cultura nordestina. Abaixo o material divulgado no Natal Iluminado, que além das imagens estereotipadas de figuras nordestinas, apresentam também traços e elementos característicos do período natalino.

Figura 13 - Mapa Turístico do Natal Iluminado de Campina Grande.





Fonte: SEDE-CG, 2023.

Além desses mapas temáticos, foram desenvolvidos cartões postais para serem distribuídos com os turistas, com os principais pontos turísticos da cidade e símbolos da cultura nordestina.

Figura 14 - Cartões postais do Natal Iluminado



Fonte: SEDE-CG, 2023.

Figura 15 - Cartões postais do São João de Campina Grande



Fonte: SEDE-CG, 2023.

A seguir foi disponibilizado pela SEDE-CG uma proposta de roteiro de 3 dias oferecido aos turistas em forma de folder impresso. O material tenta direcionar os turistas aos atrativos e pontos turísticos da cidade.

Figura 16 - Roteiro de 3 dias na Cidade de Campina Grande



Fonte: SEDE-CG, 2023

4.2 Dados de turismo da cidade de Campina Grande

A SEDE-CG disponibilizou alguns dados de indicadores socioeconômicos do município de Campina Grande. Tais dados foram disponibilizados através de um compilado do instituto 6sigma, na plataforma Microsoft Power BI, utilizando dados de várias instituições, como a PBTUR, AIRBNB, IBGE, CadÚnico, ANAC e outros órgãos fornecedores.

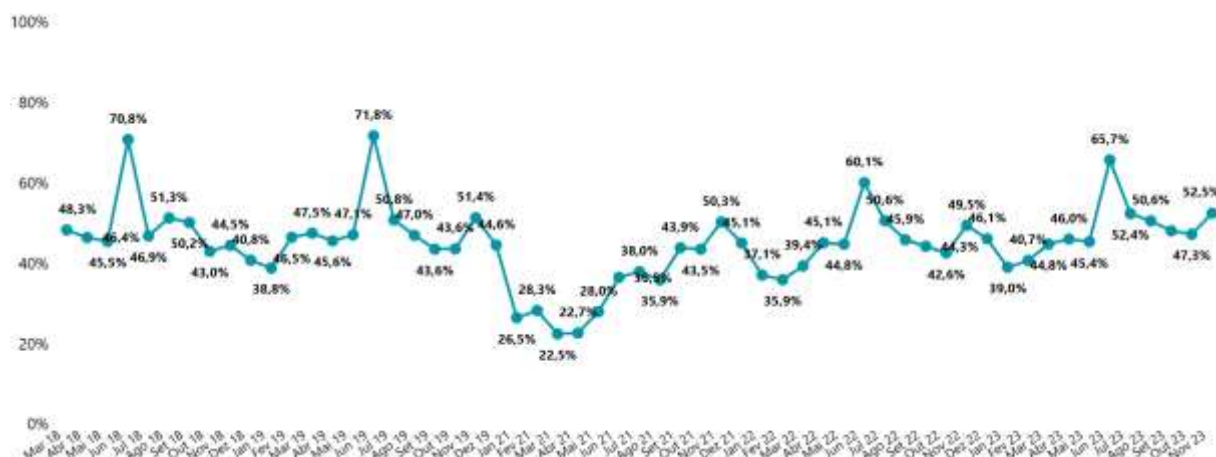
Dentre os dados disponibilizados nesses indicadores, há dados relevantes do turismo local da PBTUR, como as taxas de ocupação de hotéis avaliados, mensalmente e anualmente, bem como nos principais eventos turísticos (São João e Natal Iluminado), a quantidade de diárias ofertadas por esses mesmos hotéis ao longo dos meses e o motivo da viagem revelados pelos hóspedes. Esses dados, segundo o levantamento, são de 11 hotéis da cidade, que não são especificados. É válido destacar que no ano de 2020, devido a pandemia de COVID-19 não foram registradas informações.

Sobre o primeiro registro, a figura mostra a taxa de ocupação hoteleira anual de Campina Grande-PB ao longo de vários anos, desde 1990 até 2022. Observa-se uma tendência geral de estabilização ao redor de 50% em muitos anos, com alguns picos e quedas pontuais. O pico mais alto foi em 2010, com 55,6%. A menor taxa de ocupação foi registrada em 2021, com 34,9%, ainda devido ao impacto contínuo da pandemia de COVID-19. Outras quedas notáveis ocorreram em 1993 (43,2%) e 2007 (44,6%).

A partir desse registro é possível sugerir que, do ponto de vista anual, Campina Grande é uma cidade que não possui uma ocupação linear de turistas ao longo do ano, já que o seu turismo é sazonal e seu principal enfoque são eventos, que não atraem exatamente um público turístico constante.

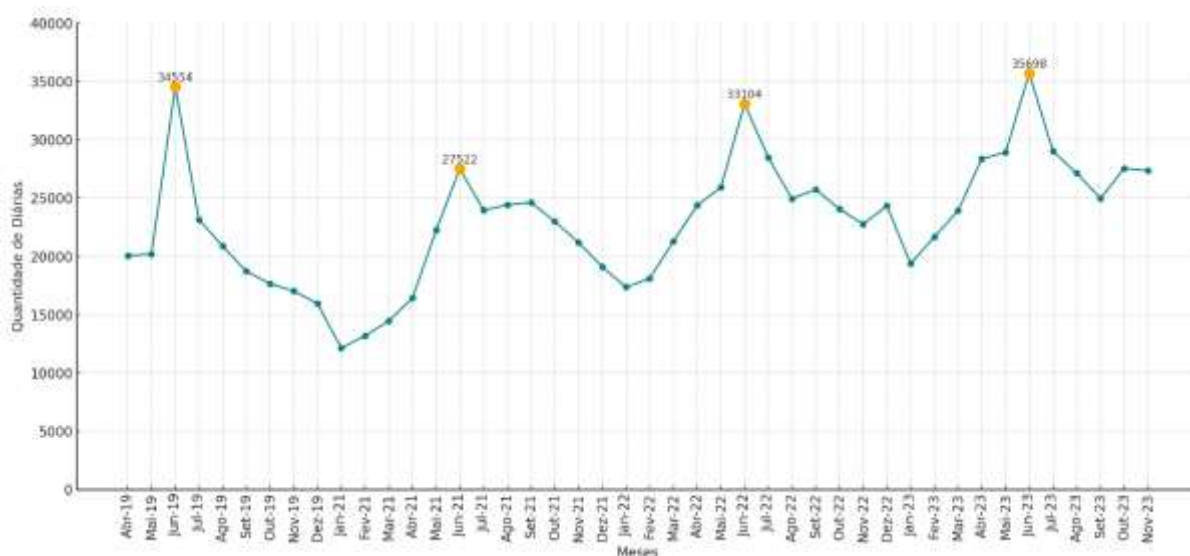
Isso é ainda mais destacado pelos dados a seguir da ocupação mensal dos hotéis (em porcentagem) pesquisados entre 2018 e 2023 e os números de diárias produzidas nos hotéis pertencentes ao levantamento

Figura 17 - Ocupação mensal de hóspedes em Campina Grande 2018-2023.



Fonte: PBTUR, 2023. Elaborado pelo autor.

Figura 18 - Quantidade de diárias produzidas pelos hotéis de Campina Grande



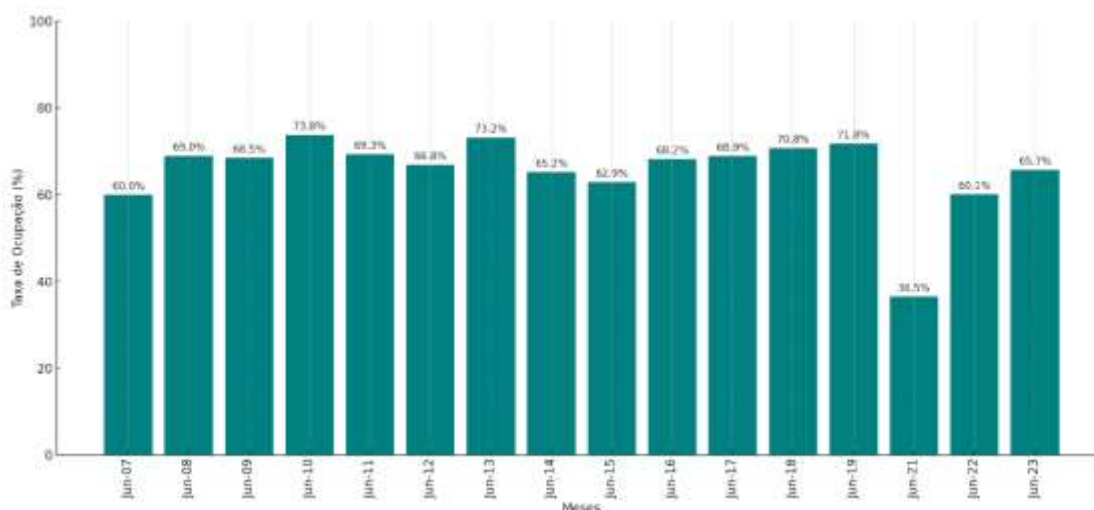
Fonte: PBTUR, 2023. Elaborado pelo autor.

Com esses dados fica ainda mais notável o destaque para os meses de junho na série histórica. É possível dizer assim que o Maior São João do Mundo é o mais importante produto turístico da cidade e atrai mais turistas. É interessante destacar que em momentos pontuais do mês festivo, como o período próximo ao dia de São João (24 de junho), essas ocupações são ainda mais elevadas, entretanto no levantamento da PBTUR é destacado o mês de junho por completo.

Já com relação a dezembro, período em que acontece o Natal Iluminado, não há uma elevação que seja significativa se comparado com as ocupações hoteleiras dos outros meses. Assim como em fevereiro/março, período em que acontece o

Carnaval da paz. A explicação para este último seja que, talvez, como o evento aconteça apenas em alguns dias dos meses de fevereiro ou março, ou seja, no período carnavalesco, essa provável ocupação maior de turistas nesse curto período, não impacta de maneira tão importante a ocupação do mês.

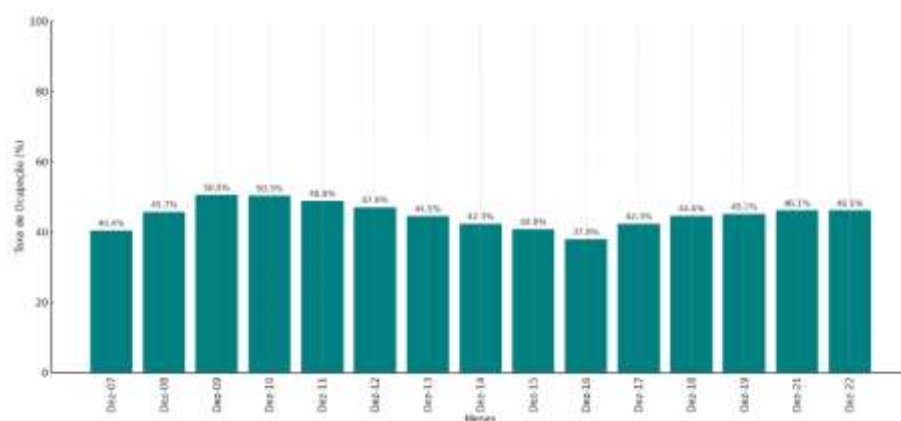
Figura 19 - Histórico da ocupação no mês de junho (2007-2023)



Fonte: PBTUR, 2023. Elaborado pelo autor.

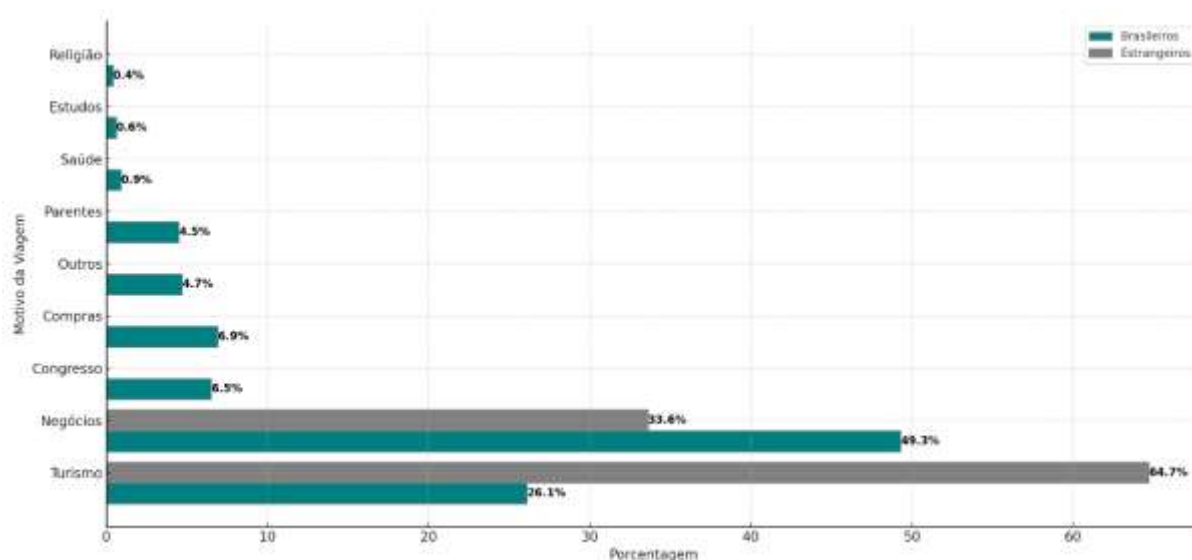
Observa-se uma regularidade na ocupação histórica do mês de junho nos dados divulgados, bem acima da média dos outros meses do ano. Em muitos anos, a taxa de ocupação em junho manteve-se relativamente estável em torno de 65% a 70%, indicando uma demanda constante durante o período do São João. Destaque para o ano de 2021 e, novamente, a influência da pandemia de COVID-19, que culminou na não realização dos festejos tanto nesse ano como em 2020.

Com relação ao período do Natal Iluminado, que ocorre predominantemente no mês de dezembro, desde 2013 na cidade, não há a percepção de um aumento significativo na ocupação dos hotéis se comparado aos anos anteriores ao evento. Se a comparação for estendida ao São João é observado que neste há um impacto na rede hoteleira, que não se observa ainda no Natal Iluminado. A tabela abaixo mostra essa situação.

Figura 20 - Histórico da ocupação no mês de dezembro (2007-2023)

Fonte: PBTUR, 2023. Elaborado pelo autor.

Além desses levantamentos de ocupação, foram disponibilizados também dados de motivação de viagem dos turistas que se hospedaram em Campina Grande, além de informações do perfil desses turistas, como o gênero, faixa etária e origem, no período de janeiro a dezembro de 2023.

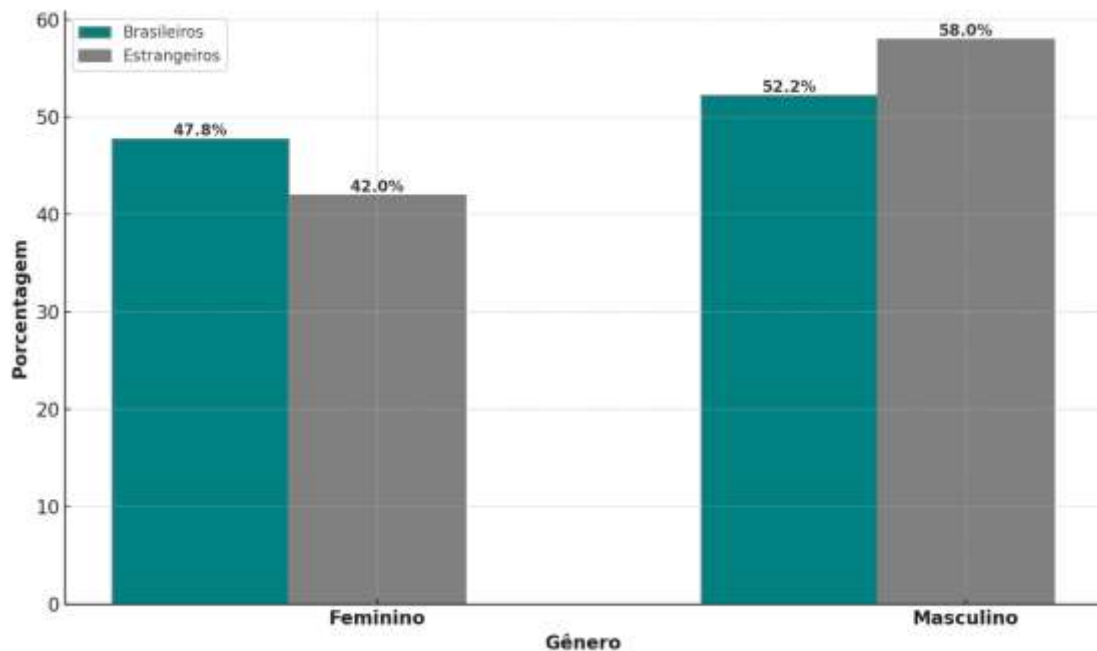
Figura 21 - Dados de motivação de viagem, turistas brasileiros e estrangeiros (2023)

Fonte: PBTUR, 2023. Elaborado pelo autor.

Desse levantamento, aponta-se que 64,7% dos turistas estrangeiros visitam Campina Grande com o principal objetivo de turismo. Enquanto apenas 26,1% dos brasileiros citam o turismo como motivo principal. Nesse sentido, o público nacional da amostra vem a Campina Grande, em sua maioria, por motivo de negócios (49,3%).

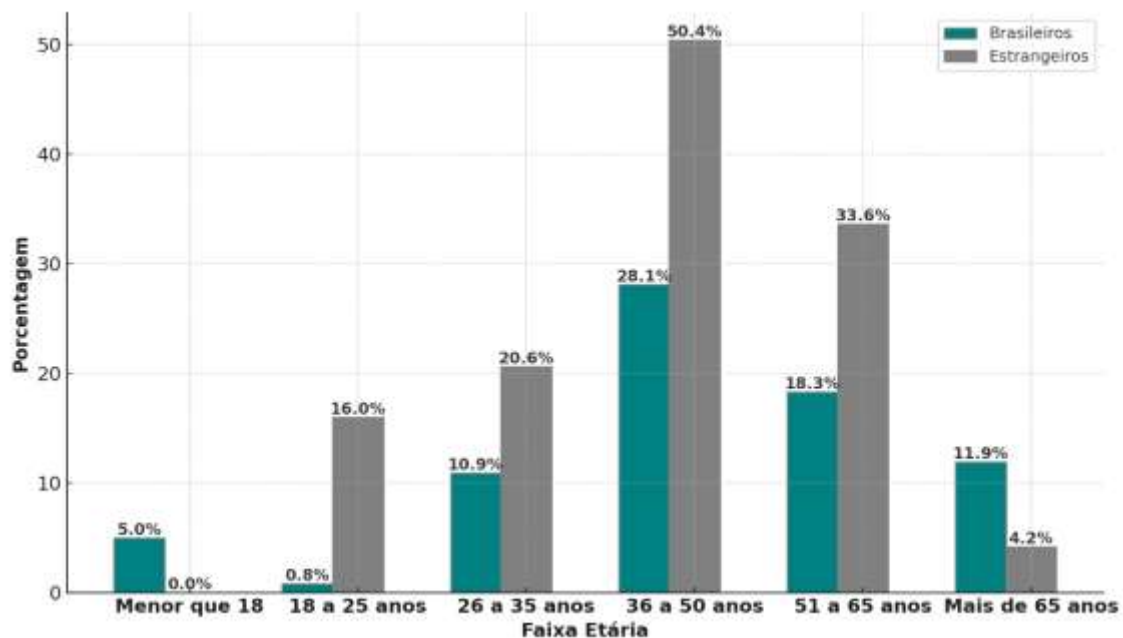
Isso valida a cidade como um centro importante no que se refere a questões econômicas, mas o turismo, ainda fica aquém das expectativas para o público nacional. Além da motivação dos turistas, o estudo levantou dados de gênero, faixa etária e origem dos turistas nacionais e estrangeiros.

Figura 22 - Dados de gênero turistas brasileiros e estrangeiros.



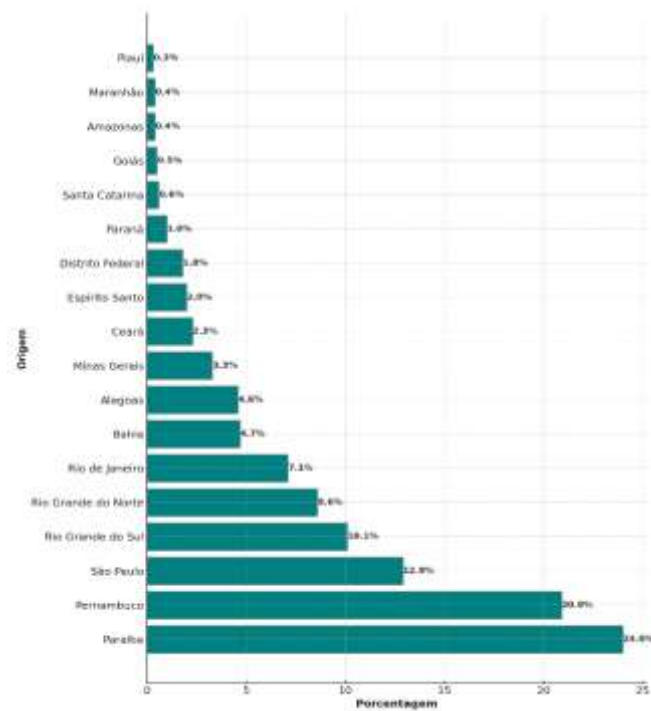
Fonte: PBTUR, 2023. Elaborado pelo autor.

Figura 23. Dados de faixa etária turistas brasileiros e estrangeiros.



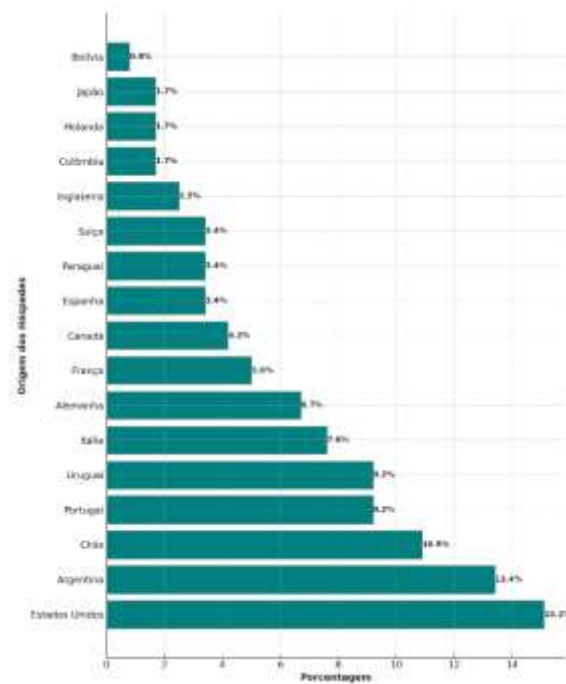
Fonte: PBTUR, 2023. Elaborado pelo autor.

Figura 24 - Dados de origem turistas brasileiros.



Fonte: PBTUR, 2023. Elaborado pelo autor.

Figura 25 - Dados de origem turistas brasileiros e estrangeiros.



Fonte: PBTUR, 2023. Elaborado pelo autor.

Da leitura dessas informações, observa-se uma leve predominância de turistas

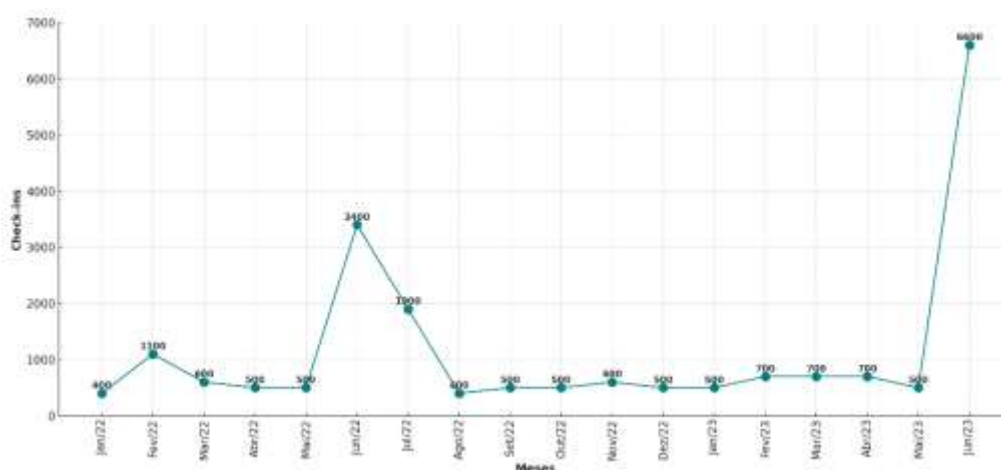
do gênero masculino entre os turistas nacionais (52,2%), com essa diferença para o gênero feminino aumentando um pouco mais quando se fala em turistas estrangeiros (58% do gênero masculino).

Já sobre a faixa etária dos hóspedes, 84% dos estrangeiros vão da faixa de 36 a 65 anos de idade. Dos hóspedes nacionais, as faixas de 36 a 50 e 26 a 35 anos tem predominância em relação às outras, chegando num índice de 48,7%.

Com relação a origem dos turistas, o levantamento da PBTUR apontou que a maior parte é proveniente da Paraíba (24%) e Pernambuco (20,9%), seguidos por São Paulo (12,9%). Outros estados importantes incluem Rio Grande do Sul (10,1%), Rio Grande do Norte (8,6%) e Rio de Janeiro (7,1%). Quanto aos visitantes estrangeiros, os principais países de origem dos hóspedes são Estados Unidos (15,1%), Argentina (13,4%) e Chile (10,9%).

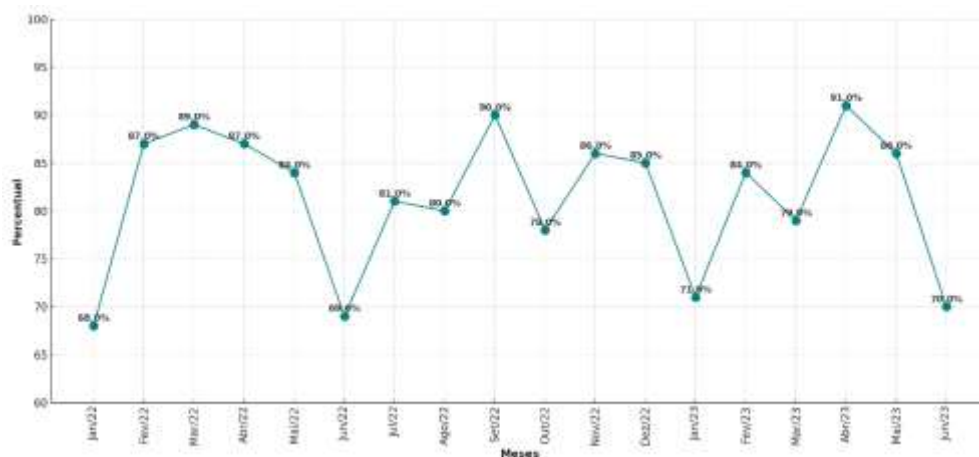
Além desses dados colhidos e compilados da PBTUR, o levantamento disponibilizado pela Secretaria de Desenvolvimento de Campina Grande traz números divulgados pela plataforma de hospedagem *Airbnb*. Dentre os dados verificados a seguir, destacam-se dois fundamentalmente. O de check-in por mês, no período de janeiro de 2022 a junho de 2023 e os dados de pessoas que se deslocam para a cidade de uma distância de até 483 km.

Figura 26 - Dados do check-in da plataforma *Airbnb*



Fonte: Airbnb, 2023. Elaborado pelo autor.

Figura 27 - Dados de deslocamento de turistas de uma distância de até 483 km



Fonte: Airbnb, 2023. Elaborado pelo autor.

A partir desses dados, são confirmadas as impressões trazidas pelos dados disponibilizados pela rede hoteleira da PBTUR citados anteriormente. Uma maior presença de *check-in's* nos meses de junho, devido ao São João, com os demais meses do ano mantendo uma certa padronização. Já com relação ao fator distância, pelos dados do *airbnb*, deduz-se que majoritariamente os turistas e visitantes de Campina Grande são de cidades e estados mais próximos, com uma certa diminuição do percentual de pessoas com essa característica de origem principalmente nos meses de janeiro e junho. Fato que possibilita inferir que nesses meses, turistas de localidades mais longas se deslocam para a cidade campinense. Em janeiro, possivelmente, motivados pelas férias escolares e acadêmicas, e em junho muito provavelmente por conta do Maior São João do Mundo.

Outros dados de projeções econômicas e de alcance dos eventos, infelizmente não foram repassados diretamente por parte da SEDE-CG impossibilitando a mensuração desses aspectos nesta pesquisa. Mesmo havendo estimativas de alcance de público nos festejos de São João, impactos de valores movimentados na cidade nos períodos dos eventos em notícias na página da Secretaria, para o objeto desta pesquisa esses dados não foram considerados, por não haver uma comprovação fidedigna de sua origem, série histórica ou comparativos com outros meses e anos.

5 CONCLUSÕES

De acordo com os resultados aqui apresentados, conclui-se que:

Alguns órgãos no município de Campina Grande como o COMTUR e o FUMTUR existem de maneira formal, entretanto não se observa uma efetiva atuação de acordo com suas competências legais. Esses entes poderiam melhorar e diversificar as políticas de turismo da cidade se de fato fossem efetivos de acordo com a legislação. Mas que hoje, por ser o COMTUR apenas um órgão de prestação de relatórios, conforme suas atas divulgadas e o FUMTUR sequer ter sido implantado, possuem influências diminuídas no contexto da gestão municipal de turismo.

O turismo de Campina Grande é definido como um turismo de eventos, com praticamente todos os produtos turísticos da cidade tendo a característica de sazonalidade dentro do calendário anual. Percebe-se uma falta de políticas públicas no sentido de consolidar o turismo como atrativo anual, fixo, para qualquer época do ano, mesmo com o potencial cultural que a cidade apresenta.

A atuação da gestão municipal funciona na maioria do tempo como impulsionadora, fomentadora e divulgadora dos produtos turísticos da cidade, visto que a grande maioria dos eventos são privados ou terceirizados. Os materiais de divulgação, como os mapas turísticos, cartões postais entre outros, são parte dessa atuação.

Apesar disso, na terceirização do Maior São João do Mundo, a SEDE-CG atua na sugestão estrutural e organizativa da festa, por meio das prescrições anteriormente lançadas no edital de concessão do evento, aprovação de projetos e fiscalização. Sendo a gestão municipal também responsável pelos moldes atuais da festa, apesar de sua execução e dos seus ganhos ficarem com a iniciativa privada.

Com relação aos dados de turismo obtidos constata-se que os resultados mais significativos de ocupação hoteleira e de atração de turismo acontecem no mês de junho, trazendo com isso resultados positivos para o comércio, para os serviços e até mesmo o artesanato local.

O Maior São João do Mundo confirma sua vocação de maior evento turístico da cidade. Já o Natal Iluminado e outros eventos como o Carnaval da Paz, não tem tanto peso nos dados de ocupação hoteleira, apesar de sua importância em outros aspectos do turismo local.

Por fim, observa-se que há determinadas políticas públicas relacionadas ao

turismo de eventos na cidade, entretanto, não há políticas públicas para o turismo como um todo, de caráter não sazonal, fixo, consolidado em todo ano, sendo ausentes as políticas que sejam planejadas, aplicadas e avaliadas para o turismo enquanto fenômeno responsável pelo desenvolvimento regional na realidade do município.

Apesar dessas conclusões, são necessários mais estudos de impacto econômico e social do turismo para a população local.

REFERÊNCIAS

AGUM, Ricardo; RISCADO, Priscila; MENEZES, Monique. **Políticas públicas: conceitos e análise em revisão**. Agenda política, v. 3, n. 2, p. 12-42, 2015.

BRASILEIRO, Maria Dilma Simões; MEDINA, Julio César Cabrera; CORIOLANO, Luiza Neide. **Turismo, cultura e desenvolvimento**. Eduepb, 2012.

CAMPINA GRANDE. **Decreto nº 4.640, de 18 de novembro de 2021. Dispõe sobre a regulamentação do fundo municipal de turismo, criado pela lei nº.6.851/2018, e dá outras providências**. Campina Grande, PB. Semanário Oficial, 2021.

CAMPINA GRANDE. **Edital de Pregão eletrônico nº 014/2023 - CONCESSÃO DO PARQUE DO POVO, AÇUDE NOVO, PARQUE DA CRIANÇA, CALÇADÃO (AÇUDE VELHO), QUADRILHODROMO (ESTAÇÃO VELHA), GALANTE, CATOLÉ DE BOA VISTA, SÃO JOSÉ DA MATA PARA EXPLORAÇÃO DO EVENTO “O MAIOR SÃO JOÃO DO MUNDO, EDIÇÕES 2023 E 2024**. Disponível em: <https://campinagrande.pb.gov.br/portal-da-transparencia/>. Acesso em: 05 abr. 2024.

CAMPINA GRANDE. **Lei Complementar nº 15, de 26 de dezembro de 2002. Estabelece a estrutura administrativa do Poder Executivo Municipal de acordo com o que dispõe o artigo 54, parágrafo único, X, da Lei Orgânica do Município, e dá outras providências**. Campina Grande, PB. Semanário Oficial, 2002.

CAMPINA GRANDE. **Lei Complementar nº 33, de 31 de outubro de 2006. Estabelece o Plano Diretor de Campina Grande e dá outras providências**. Campina Grande, PB. Semanário Oficial, 2006.

CAMPINA GRANDE. **Lei nº 3.050, de 29 de dezembro de 1994. Autoriza a criação do Conselho Municipal de Turismo e Desenvolvimento do município de Campina Grande e dá outras providências**. Campina Grande, PB. Semanário Oficial, 1994.

CAMPINA GRANDE. **Lei nº 5.907, de 03 de fevereiro de 2015. Altera a Lei Municipal nº 3.050, de 29 de dezembro de 1994, que autoriza a criação do Conselho Municipal de Turismo e Desenvolvimento do município de Campina Grande e dá outras providências**. Campina Grande, PB. Semanário Oficial, 2015.

CAMPINA GRANDE. **Lei nº 6.851, de 08 de Janeiro de 2018. Dispõe sobre a instituição do Fundo Municipal de Turismo – FUMTUR – e dá outras providências**. Campina Grande, PB. Semanário Oficial, 2018.

CAMPINA GRANDE. **Lei Orgânica do Município de Campina Grande de 05 de abril de 1990**. Campina Grande, PB, 1990.

CAMPINA GRANDE. **Portal da transparência – Despesas Orçamentárias, 2024.** Disponível em: <https://campinagrande.pb.gov.br/portal-da-transparencia/despesas-orcamentarias/>. Acesso em: 05 abr. 2024.

CAPELLA, Ana Cláudia Niedhardt. **Estudos sobre formação da agenda de políticas públicas: um panorama das pesquisas no Brasil.** Revista de Administração Pública, v. 54, p. 1498-1512, 2020.

CAPELLA, Ana Cláudia Niedhardt. **Formulação de políticas públicas.** Enap, 2018.

Carnaval da Paz. SEDE CAMPINA GRANDE. Disponível em: <https://sede.campinagrande.pb.gov.br/?p=1063>. Acesso em: 10 mai. 2024.

CORIOLOANO, L. N. M. T.; SILVA, SB DE M. **TURISMO: PRÁTICA SOCIAL DE APROPRIAÇÃO E DE DOMINAÇÃO DE TERRITÓRIOS.** AMÉRICA LATINA: CIDADE, CAMPO E TURISMO, P. 367-378, 2006.

CORIOLOANO, Luzia Neide. **A contribuição do turismo ao desenvolvimento local.** Turismo, espaço e estratégias de desenvolvimento local. João Pessoa, PB: Editora Universitária da UFPB, p. 61-70, 2012.

DA SILVA, Paulo Sergio. **A TEORIA E A PRÁTICA NA ELABORAÇÃO DE PROJETOS TURÍSTICOS: REFLEXO NO DESENVOLVIMENTO LOCAL.** TURISMO, ESPAÇO E ESTRATÉGIAS DE DESENVOLVIMENTO LOCAL, p. 104, 2012.

DE ABREU, Mariana Tomson et al. **Políticas Públicas de Turismo e de Cultura no Brasil: uma análise comparada de planos das esferas nacional, estadual e municipal.** Rotur: revista de ocio y turismo, v. 13, n. 2, p. 57-67, 2019.

DE SOUZA LEÃO, André Luiz Maranhão et al. **São João de Campina Grande como megaevento: imbricamento entre sistema e mundo da vida na mercadorização da cultura.** Administração Pública e Gestão Social, v. 9, n. 2, p. 87-94, 2017.

DE SOUZA, Xisto Serafim de Santana et al. **Turismo como alternativa para o desenvolvimento territorial de municípios do interior do Estado da Paraíba.** Acta Geográfica, v. 14, n. 35, p. 117-139, 2020.

DOS SANTOS, Anderson Felipe Leite et al. **MUSEUS E SÃO JOÃO:(RE) PENSANDO O TURISMO CULTURAL NO PERÍODO JUNINO NO MUNICÍPIO DE CAMPINA GRANDE (PB).** Revista Ibero-Americana de Humanidades, Ciências e Educação, v. 7, n. 6, p. 309-332, 2021.

DUARTE, Clarice Seixas. **O ciclo das políticas públicas.** O direito e as políticas públicas no Brasil. São Paulo: Atlas, p. 16-43, 2013.

FERREIRA, Débora Vanessa Régis et al. **Campina Grande (PB), a “capital da fé”: entre territórios e (re) construções identitárias.** UNIOESTE, 2018. Disponível em: <https://tede.unioeste.br/handle/tede/4060>. Acesso em: 10 mai. 2024.

GALDINO, Letícia Cristina Fernandes; DA COSTA, Michele Leandro. **Análise das principais políticas públicas de turismo no Brasil, da década de 1990 à atualidade**. Revista Acadêmica Observatório de Inovação do Turismo, v. 6, n. 3, 2011.

GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa / Antonio Carlos Gil**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2017.

GRUPO 6SIGMA. **Indicadores Socioeconômicos de Campina Grande-PB**. Campina Grande, PB: 6SIGMA, 2023.

HENZ, Aline Patrícia; ANJOS, F. A. **A construção de políticas de turismo no Brasil: abordagens sobre estado, governo, políticas públicas e descentralização**. Anais do 11o Seminário Anual da Associação Nacional de Pós-Graduação em Turismo. Fortaleza, CE, 2014.

IBGE – INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. **Cidades e Estados: Campina Grande, 2022**. Disponível em: <https://www.ibge.gov.br/cidades-e-estados/pb/campina-grande.html>. Acesso em: 29 mar. 2024.

Licitação do São João 2017 de Campina Grande é aprovada pelo TCE. O DIA, 2018. Disponível em: <https://odiapb.com.br/licitacao-do-sao-joao-2017-de-campina-grande-e-aprovada-pelo-tce/>. Acesso em 18 mai. 2024.

LIRA, Artur. **São João de Campina Grande começou há 35 anos com improviso; conheça história**. G1 Paraíba, Campina Grande, 08 jun. 2018. Disponível <https://g1.globo.com/pb/paraiba/sao-joao/2018/noticia/sao-joao-de-campina-grande-comecou-ha-35-anos-com-improviso-conheca-historia.ghtml>. Acesso em: 20 mai. 2024.

Natal Iluminado de Campina Grande completa 10 anos consolidado como uma referência turística para o interior do Nordeste. Paraíba21, 2023. Disponível em: <https://paraiba21.com.br/2023/11/natal-iluminado-de-campina-grande-completa-10-anos-consolidado-como-uma-referencia-turistica-para-o-interior-do-nordeste/>. Acesso em: 18 mai. 2024.

NÓBREGA, Zulmira Silva. **TURISMO E SOCIABILIDADES NO MAIOR SÃO JOÃO DO MUNDO: CULTURA LÚDICO-PARTICIPATIVA DA FESTA JUNINA EM CAMPINA GRANDE-PARAÍBA**. ANPTUR, 2011.

PAKMAN, Elbio Troccoli. **Sobre as definições de turismo da OMT: uma contribuição à História do Pensamento Turístico**. XI Seminário da Associação Nacional Pesquisa e Pós-Graduação em Turismo, v. 24, p. 1-20, 2014.

PARAÍBA. **PRODUTO INTERNO BRUTO DOS MUNICÍPIOS DO ESTADO DA PARAÍBA RESULTADOS 2021**. Disponível em: https://fundac.pb.gov.br/diretas/secretaria-de-planejamento-orcamento-e-gestao/arquivos/pib-municipios/boletim-informativo-_produto-interno-bruto-dos-municipios-paraibanos-2021.pdf. Acesso em: 17 mai. 2024.

PARAÍBA. Tribunal de Contas do Estado. **Acórdão AC2-TC01906/2023. 2ª Câmara.** Relator: Conselheiro André Carlo Torres Pontes. Sessão de 5/9/2023. Disponível em: <https://tramita.tce.pb.gov.br/tramita/download_temp/8w7mXvbQOVzjdvfS/proc_09853_22_acordao_ac2tc_01906_23_decisao_inicial_sessao_05_09_202.pdf>. Acesso em: 10 jul. 2024.

Relatório de Atividades Turísticas do Sistema de Informações do Mapa do Turismo Brasileiro – SISMAPA. Campina Grande-PB, s.d. Disponível em: <https://www.mapa.turismo.gov.br/mapa/init.html#/home>. Acesso em: 10 jun. 2024. RODRIGUES, Mara Maria Assumpção. **Políticas Públicas.** 1 ed. São Paulo: Publifolha, 2010.

Relatório De Ações 2022 – Secretaria De Desenvolvimento Econômico Prefeitura Municipal De Campina Grande. CAMPINA GRANDE-PB. Disponível em: https://tramita.tce.pb.gov.br/tramita/download_temp/X2V4qEG3tbD77mXq/autos_processo03533_23.pdf. Acesso em: 10 jul.2024.

Relatório De Ações 2023 – Secretaria De Desenvolvimento Econômico Prefeitura Municipal De Campina Grande. CAMPINA GRANDE-PB. Disponível em: https://tramita.tce.pb.gov.br/tramita/download_temp/jxhjmNsXYESHQeNW/autos_processo02269_24.pdf. Acesso em: 10 jul.2024.

Roteiro Paraíbe-se tem pré-lançamento durante Abav Expo 2023 no Rio de Janeiro. Disponível em: <<https://paraiba.pb.gov.br/noticias/roteiro-paraibe-se-tem-pre-lancamento-durante-abav-expo-2023-no-rio-de-janeiro>>. Acesso em: 19 out. 2023.

SARAVIA, Enrique; FERRAREZI, Elisabete. **Coletânea de políticas públicas.** Brasília: ENAP, 2006.

SCÓTOLO, Denise; NETTO, Alexandre Panosso. **Contribuições do turismo para o desenvolvimento local.** CULTUR: Revista de Cultura e Turismo, v. 9, n. 1, p. 36-59, 2015.

SECCHI, Leonardo. **Análise de Políticas públicas. Diagnóstico de Problemas, Recomendação de Soluções.** São Paulo: Cengage Learning, 2016.

SECCHI, Leonardo. **Ciclo de políticas públicas. SECCHI, L. Políticas públicas: conceitos, esquemas de análise, casos práticos.** São Paulo, SP: Cengage Learning, p. 33-60, 2012.

SILVA, F. dos S.; COSTA, S. R. da; CARVALHO, C. M. B. de. **POLÍTICAS PÚBLICAS DE TURISMO NO BRASIL: estratégias para administração da atividade no país.** Disponível em: 36218351.pdf (aedb.br). Acesso em: 20 nov. 2022.

SOUSA, Emanuel. ARAUJO, Adriano. **Cronograma Histórico dos Festejos Juninos em Campina Grande. Retalhos Históricos de Campina Grande, 2012.** Disponível em: <https://cgretalhos.blogspot.com/2010/06/cronograma-historico-dos-festejos.html>. Acesso em: 15 mai. 2024.

SOUSA, Emanuel. ARAUJO, Adriano. **Retalhos Históricos de Campina Grande, 2018.** Disponível em: <https://cgretalhos.blogspot.com/2018/02/antigos-carnavais-de-campina-grande-por.html>. Acesso em: 20 mai. 2024.

TEIXEIRA, Carmen Fontes. **Formulação e implementação de políticas públicas saudáveis: desafios para o planejamento e gestão das ações de promoção da saúde nas cidades.** Saúde e sociedade, v. 13, n. 1, p. 37-46, 2004.

TRENTIN, Fábila. **Turismo e Estratégias de Desenvolvimento Local: uma reflexão sobre as políticas difusionistas e territorialistas.** TURISMO, ESPAÇO E ESTRATÉGIAS DE DESENVOLVIMENTO LOCAL, p. 65, p. 126, 2012.

UNWTO. **Supporting Jobs and Economies Through Travel & Tourism: a call for action to mitigate the socio-economic impact of covid-19 and accelerate recovery.** Madri: UNWTO, abril de 2020. Disponível em https://webunwto.s3.eu-west-1.amazonaws.com/s3fs-public/2020-04/COVID19_Recommendations_English_1.pdf. Acesso em: 15 set. 2022.

WTTC. **174m Travel & Tourism jobs could be lost due to COVID-19 and travel restrictions, says WTTC.** Disponível em: <https://wttc.org/Portals/0/Documents/Press%20Releases/174m%20Travel%20and%20Tourism%20jobs%20could%20be%20lost%20due%20to%20COVID-19%20and%20travel%20restrictions.pdf?ver=2020-10-29-110957-320>. Acesso em: 16 set. 2022.

WTTC. **BRAZIL 2022 Annual Research: Key Highlights.** Disponível em: https://wttc.org/DesktopModules/MVC/FactSheets/pdf704/77_20220613154725_Brazil2022_.pdf. Acesso em 16 set. 2022.

ANEXO A – ATA DA II REUNIÃO COMTUR 2024



SECRETARIA DE
DESENVOLVIMENTO
ECONÔMICO



Rua Dr. Chateaubriand, 176 - São José
58400-356 Campina Grande
(83) 3310-6216
comunicacao@campinagrande.pb.gov.br



II REUNIÃO COMTUR 2024

Fevereiro de 2024



SECRETARIA DE
DESENVOLVIMENTO
ECONÔMICO

Rua Dr. Chateaubriand, 176 - São José
58400-356 Campina Grande
(83) 3310-6216
comunicacao@campinagrande.pb.gov.br

Data: 21 de Fevereiro de 2024

Localização: SLAVIEIRO HOTÉIS

Abrindo os trabalhos da II reunião do COMTUR 2024, como secretária, iniciei a redação da ata e as 9:38 horas (nove e trinta e oito). O Coordenador de Turismo Pablo Jatobá introduziu sua fala agradecendo a presença de todos, inclusive por ter muitos hoteleiros e membros do COMTUR, e do Trade turístico a importância de trazer os eventos internos para Campina Grande como para o turismo, com mais informações, evitando o choque de eventos durante o ano e que nos próximos dias todos os eventos estarão no Site da Secretaria de Desenvolvimento Econômico ativo, para informar os hoteleiros e todos os envolvidos com eventos. Desde Dezembro estão sendo realizadas tratativas com mobilizações para divulgar Campina Grande para operadoras, necessitando da participação de membros do COMTUR houve conversa com MP sobre detalhes do São João como horário de fechamento dos portões, e abertura dos mesmos. O senhor Pablo resalta a importância do carnaval da paz e aduz sobre fala do Pastor Euder Faber, presidente da Vinnac e realizador do Evento Consciência Cristã, que afirmou que tinha mais de 500 turistas de cidades diferentes no evento supracitado. A projeção para 2025 é maior do que a capacidade hoteleira deste ano que foi de 92,27 %. Há como ação de reativar o festival de inverno, e os eventos internos foram entregues em mãos para todos os participantes da reunião. O Roadshow de promoção de Campina Grande, e principalmente do Maior São João do Mundo terá parceria com a FRT (OPERADORA) que será realizado na próxima semana em São Paulo, Rio de Janeiro e Belo Horizonte. Conforme pesquisa do SindCampina o turista que provem do Sudeste gasta mais de duas vezes, ou seja, o dobro a mais na cidade em consumo geral do que o turista regional, na hotelaria, gastronomia e artesanato. No roadshow as agências e operadoras terão imersão da participação de Campina Grande para cada agente vender a cidade. Em Março terá o Panrotas e na semana seguinte terão ações em Campina Grande, a ideia é fazer um FAMTOUR como o que foi realizado com a Azul Viagens. Está planejado também de visita ao Parque Evaldo Cruz com a equipe do COMTUR. Em Março ainda terá o MASTEROP em Macaé em que Campina Grande será a única cidade homenageada da festa com participação de artistas locais. Foi facultada a palavra para Senhora Fabiola, turismóloga, da Coordenadoria de Turismo que aduziu sobre o Mapa de Regionalização de Turismo, em que os municípios se cadastram anualmente, e foi apresentado o vídeo institucional que será apresentado nas ações de promoção da cidade. Com relação a Campina Grande, no referido Mapa, estamos na Categoria "B", porque estaríamos nessa categorização e não na "A" questionou a mesma. A Maneira como a classificação é feita está sofrendo mudanças, conforme informação obtida pela senhora Fabiola, mas um dos requisitos são os números de hospedagens, e cadastrados no CADASTUR, do Ministério do Turismo, e a necessidades dos presentes, hoteleiros ou de outras categorias se inscreverem no CADASTUR, com o CNPJ da empresa, atualmente tem um número pequeno de hotéis cadastrados na plataforma. Segundo o senhor Pablo, no Senso realizado pela Coordenadoria de Turismo, aponta que são 51 meios de hospedagem na cidade de Campina Grande, e muitos deles não estão cadastrados no CADASTUR. É interessante saber a média de alta temporada e de baixa temporada, conforme o senso feito pela coordenadoria e o Senhor Pablo endossa que não tem acesso às informações sobre o mesmo, mostrando a transparência em suas ações e nas informações internas dos hotéis. O senhor Agnes, presidente do Convention Bureau traz o registro do AIRBNB para receita da Cidade. O Senhora Pablo informa que 5 (cinco) cidades do mundo bloquearam o AIRBNB por mais de 30 dias. Os hotéis têm tributos e funcionários e propõe que seja ação do trade a proposta de mudança na lei do AIRBNB, vários condomínios da cidade não aceitam mais o tipo de alocação e prejudica a hotelaria. O Senhor Agnes afirma que há agências de viagem, principalmente em João Pessoa que vendem pelo AIRBNB. André Motta, hoteleiro da cidade, do Serrano Hotel, aborda a necessidades para discussão com vereadores, que possam atuar na causa para mudanças na lei com relação ao AIRBNB. Faz-se necessário marcar uma reunião com o procurador do Município, Sind Campina e Convention Bureau, fortalecendo segundo o Coordenador Pablo o trade Turístico e colocar Campina Grande em outro patamar. A senhora Fabiola informa que a equipe da Coordenadoria está disponível para quaisquer informações sobre o CADASTUR e que se tem o interesse de convidar um funcionário do Ministério do turismo para explicar melhor a respeito de tal cadastramento. O Senhor Bruno Vidal, gerente de eventos da Secretaria de Desenvolvimento, falou sobre como o CADASTUR irá melhorar o Trade Turístico, para chegar à categoria "A", os benefícios para trazer projetos federais, não existe uma métrica real entre a diferença de categoria "B" para "A". Endossando a senhora Fabiola aduz que os novos parâmetros para categorização serão repassados para o Trade, e a importância da vinda de um profissional do MTUR para explanação do conteúdo. O Senhor André Motta acrescenta que precisamos cada vez mais de



campinagrande.pb.gov.br/



SECRETARIA DE
DESENVOLVIMENTO
ECONÔMICO

Rua Dr. Chateaubriand, 176 - São José
58400-396 Campina Grande
(85) 3310-6216
comunicacao@campinagrande.pb.gov.br

imparcialidade de informações, alguns hotéis não passam as informações, omitem, pois estamos trabalhando em comum. O senhor Pablo reafirma não ter acesso ao que está explanado no senso realizado e Coordenadoria de Turismo com relação ao número de ocupação hoteleira da cidade. Segundo o senhor André Motta em Abril, teremos problemas na hotelaria, e reafirmando que alguns hotéis não repassam informações, no mês supracitado em uma semana os hotéis estarão com ótima ocupação e na semana seguinte com nenhuma, devido à sazonalidade. Para senhora Fabiola é de suma importância o monitoramento dos eventos, e das diárias dos hotéis e que temos dificuldade de informações de eventos, para sensibilizar e apoiar Campina Grande. Conforme, a senhora Floriza, representante do Garden Hotel, que os eventos do Hotel já têm datas confirmadas e encaminhou dados. O senhor André sugere que tenha uma pessoa na Secretaria de Desenvolvimento Econômico para monitoramento dos eventos da cidade. Luca, representante do Hotel MAIS1, disse que haverá um evento esportivo na cidade e os hotéis terão que aumentar o tarifário. A senhora Floria endossa a questão quem promove o evento deve divulgá-lo. A senhora Fabiola aduz sobre a importância de fazermos uma reunião com organizadores de eventos e dos hotéis. Para o senhor Pablo é importante para o Convention Bureau atrair, promover e gerenciar os eventos. O Senhor Agnes passou que caso o hoteleiro não queira repassar informações para o poder público, pode informar ao Convention Bureau com escalonamento da tarifa, cada hotel tem sua característica, e o referido órgão passa a informação para hotelaria e saberá que o evento estrará acontecendo. No Carnaval da paz, disse ele, os eventos da Consciência Cristã terminavam depois das 22h e os restaurantes já estava fechados a essa hora, o Senhor Astrogildo, representante da ACI, adiantou que no mês de Junho está programado um evento da Convenção dos Agentes de trânsito alertando para a ocupação hoteleira. O senhor Pablo afirmou que todas as ações com as operadoras são trabalhadas para a ocupação hoteleira no mês de Junho para os dias de semana. Em relação às casas de show Campina Grande apresenta atrações que não existe em outro lugar, importante melhorar o ticket médio dos hotéis nos eventos, ter um trabalho mais pessoal para vender a cidade de Campina. A senhora Fabiola agradece ao Hotel Slavieiro pelo espaço cedido para reunião. O Senhor Luca, questionou quais as ações estão sendo tomadas com relação aos Guias de Turismo. Fabiola anunciou capacitações no SEBRAE e será feita também para as pessoas que trabalham na recepção dos hotéis. Para o Senhor Pablo é importante um treinamento para Cocierge. O senhor Luca pretende colocar toda sua equipe em um treinamento. O senhor José Carlos, presidente do SINGTUR -PB, (Sindicato dos guias de turismo da Paraíba) solicita para os hotéis contratarem os Guias de Campina Grande, cadastrados o incentivo aos hotéis fazerem um relacionamento com o Guia. Com o projeto "PARAIBE-SE", existe a possibilidade de serem contratados os guias de cada localidade do roteiro, o senhor José Carlos se disponibiliza a contribuir para o COMTUR, ele afirma que na cidade de Campina Grande existe 25 guias e cerca de 4 (quatro) cadastrados no sindicato que o mesmo representa. Na hora de vender o ônibus, por exemplo, tem como organizar a viagem, dizer o roteiro para o ônibus cadastrado, para garantir a segurança de quem está transitando e do tráfego da cidade. Ainda afirma que existe o curso de Guia no IFPB e no SENAC. O senhor Bruno aduz que no São João do ano passado foi feito cadastro com Guias e para ter informações das excursões de quem entra na cidade, com entrada específica para a entrada no Parque do Povo. O senhor Pablo agradece a todos os presentes, e ao Hotel Slavieiro, confirma para dia 20 de Março a próxima reunião e que a coordenadoria está aberta a sugestões de pauta para o próximo encontro. As onze horas e quinze minutos nada mais havendo a tratar, tendo a secretária Renata Lima, foi lavrada a presente ata.



ANEXO B – ATA DA III REUNIÃO COMTUR 2024



SECRETARIA DE
DESENVOLVIMENTO
ECONÔMICO

Rua Dr. Chateaubriand, 170 - São José
58400-396 Campina Grande
(83) 3310-6216
comunicacao@campinagrande.pb.gov.br



III ATA DO COMTUR



campinagrande.pb.gov.br/



SECRETARIA DE
DESENVOLVIMENTO
ECONÔMICO

Rua Dr. Chateaubriand, 176 - São José
58400-396 Campina Grande
(85) 3310-6216
comunicacao@campinagrande.pb.gov.br

Março de 2024
Data: 11 de Março de 2024
Local: Salão Nobre –Gabinete do Prefeito

Abrindo os trabalhos da II reunião do COMTUR 2024, como secretária, iniciei a redação da ata e as 9:50 horas (nove e cinquenta). Inicialmente o cerimonial do Prefeito anunciou que seria a pauta da reunião, em que se tratava da apresentação aos membros do COMTUR e ao Trade turístico da cidade a pesquisa realizada no Natal Iluminado pelas 6Sigma, a antecipação de novidades do Natal Iluminado; e a promoção da cidade pelo Coordenador de Turismo e sua equipe no Roadshow e Fórum Panrotas. Vossa excelência o Prefeito Bruno Cunha Lima cumprimenta a todos e inicia sua fala enaltecendo o trabalho da Coordenadoria de Turismo. Ao definir um dado do Natal Iluminado, lançar com o Trade, no primeiro semestre é garantir que Campina Grande se consagre como destino procurado no Nordeste podemos ser para região um roteiro para quem não consegue ir a Gramado. A pesquisa da 6Sigma foi realizada, conforme o gestor, no período de dezembro e janeiro, foi de 2.2920 pessoas, houve um aumento de mais de 1 milhão de transeuntes. Ao todo foram registrados 1.515.8887 visitantes, um crescimento de 51,5% em comparação ao ano anterior. O evento teve o número de 69,4% maior de turistas, e ainda um aumento de 37,2% na movimentação econômica resultando em R\$ 95.045.179,17 circulando no município. O Natal Iluminado teve a aprovação de 81,7%, 47,3 % afirmaram tido aumento nos ganhos, 97,9% aprovou o mesmo. A Superintendência de Transportes Públicos da Prefeitura de Campina Grande (STTP) apontou o aumento de 200% no fluxo de veículos. O gestor destacou o recorde de público no Réveillon, não houve nenhum problema com a segurança, evento extremamente organizado, com grandes atrações, acompanhando pessoalmente a festa ainda escutou dos campinenses que não precisavam viajar, que poderiam ficar em Campina Grande para se divertirem na festa proporcionada. O Gestor destacou da importância da remoção do "antigo céu", do aproveitamento do espaço, como ainda melhorias que podem ter no Natal Iluminado, por exemplo a volta do Presépio Vivo, realizado pelo Sr. João Dantas. Com a conclusão das obras do Parque Evaldo Cruz teremos mais opções, para o Natal interligando com o Parque do Povo e o Parque da Criança. O Parque Açude Novo (Evaldo Cruz) contará com fonte luminosa. A cada 200 alunos na rede pública 100 acesso a internet, cerca de 1.000(mil) escolas possuem wi-fi. O projeto da fonte luminosa tem parceria com estudantes da rede pública referenciando Campina Grande como cidade criativa da Unesco, em artes midiáticas, os alunos fizeram programação para a fonte que terá também musicalização no local. O gestor comemora a edição do Natal Iluminado de 2023 e a importância de ouvir o TRADE. Foi facultada a palavra para o Senhor Marcos Alfredo, Presidente do Gabinete do Prefeito em que o mesmo destacou a importância das outras secretarias para o desenvolvimento do Natal Iluminado com destaque a Secretaria de Cultura que disponibilizou diversas apresentações para o evento. A secretária de desenvolvimento econômico, Tâmelá Fama destacou o caráter colaborativo em benefício da realização do evento supracitado. A importância de toda a gestão, secretarias, que quase todas as secretarias participaram do Natal Iluminado, sendo criativo a cada ano, no giro da economia e que está





SECRETARIA DE
DESENVOLVIMENTO
ECONÔMICO

Rua Dr. Chateaubriand, 176 - São José
58400-396 Campina Grande
(83) 3310-6216
comunicacao@campinagrande.pb.gov.br

pronta para compartilhar com todos a sua disponibilidade destacando mais uma vez o trabalho colaborativo. O senhor Pablo, Coordenador de Turismo do Município, agradece a todos os presentes do Trade, membros do COMTUR e anuncia a apresentação do Roadshow (com a operadora FRT) agradecendo por terem ido ao evento junto a comitiva da Coordenadoria de Turismo, para Rio de Janeiro, São Paulo e Belo Horizonte, o Senhor Agnes, presidente do Convention Bureau e a senhora Albaniza, empresária da Nova Turismo. O Senhor Pablo ressaltou que desde dezembro tem sido realizada tratativa com as principais operadoras do país para vender o destino Campina Grande. Foi criado um relacionamento na capacitação de mãos de 140 agentes, eles precisavam ter a vivência do que é o Maior São João do Mundo, foi levado queijo de cabra, rapadura, lembrancinhas, artesanato, música e culinária. Haverá uma premiação para as agências de viagem, as que venderem mais de 20 pacotes para a cidade ganharam 1 (um) de grátis. O trabalho tem sido feito de maneira satisfatória com o setor público juntamente com o setor privado. Os resultados com a operadora FRT serão obtidos e divulgados antes de depois do São João. Houve uma ação também com a Operadora Visual e a Foco Operador de Salvador e do Panrotas em São paulo. O senhor Agnes explanou sobre o Roadshow é um sonho particular, estará em Alagoas para vender Campina para os destinos mais próximos. Nos eventos que participa no Sudeste Campina é muito vista por cima, muitos agentes não sabem tecnicamente de nada sobre a cidade, do tamanho da cidade, então é mostrado o Parque do Povo, o Açude Velho, a posição dos hotéis para com os locais de festa, a capacidade dos mesmos, os agentes já identificam o perfil do cliente que vão trazer para cidade, sabem ainda das casas de eventos, dos trajetos que facilitam a parada em frente ao hotel, a facilidade ainda em reservar ingressos para festas, do ônibus do forró. O senhor Agnes agradece a Vila do Artesão pelos brindes doados para a apresentação na viagem em parceria com a FRT, o mesmo disse que agentes ficaram felizes em receber uma rapadura, que simbolicamente era muito importante para eles. Depois da visita as cidades o senhor Agnes continuou com ações de capacitação com as operadoras FRB e TBO, ainda aduziu que Campina Grande colhe os frutos de sementes plantadas, e parabeniza a parceria público privada. O senhor Pablo afirma que o turista oriundo do Sudeste gasta duas vezes mais que o turista regional. A senhora Albaniza introduz sobre a importância das pessoas que estavam no Roadshow, que eram representantes de agentes de viagem com 44 filiais, com interesse de vender a cidade. No ano passado houve uma visita de patrocinadores do Sudeste ficaram encantados pela cidade. Nós estamos sendo avaliados por pessoas que conhecem o turismo, o Carnaval vem sendo cada vez mais um diferencial do país, segundo a senhora Albaniza temos que aproveitar os novos voos para Campina Grande vendendo em Abril o São João. O senhor André Motta (Hoteleiro do Hotel Serrano) destaca a importância da operação de voos para cidade, por ter sido antecipada a data da realização do Maior São João do Mundo seis meses antes do festejo, o turismo é um negócio e promissor. Ele aduz que no Natal podemos ser referência na região, mas ainda não é uma realidade para o evento turístico, ter um Natal diferente, com Planejamento parabenizando ainda as parcerias já firmadas. O senhor Pablo citou seu avô (Sr. Jatobá in memoriam) que não imaginaria a proporção que o São João tem hoje há duas décadas passadas. O Senhor André Motta antecipa que o Carnaval do próximo ano será em março, havendo em janeiro e fevereiro uma sazonalidade, e idealiza que eventos particulares sejam antecipados para esse período de baixa estação. O senhor Pablo anuncia que em maio já se planeja começar a vender o Natal. Ainda nesse mês de março haverá o





SECRETARIA DE
DESENVOLVIMENTO
ECONÔMICO

Rua Dr. Chateaubriand, 176 - São José
58400-396 Campina Grande
(83) 3310-6216
comunicacao@campinagrande.pb.gov.br

evento da MASTEROP, em Maceió e o trade estará presente, na ocasião Campina Grande será a cidade homenageada, e terão mais de 800 agentes de viagem do Norte e Nordeste. O Prefeito Bruno Cunha Lima anuncia para a data do dia 22 de março a apresentação da grade artística e lançamento do São João, ocasião esta em que contará com a presença do Ministro do Turismo, com impacto de maneira positiva. O senhor Divaildo (Presidente do SindCampina) destaca a reforma tributária que está sendo implementada que o turismo traz receita para cidade, de forma que a mesma será arrecadada para fazer política pública, o caso de ter investimento público no São João mas, a importância de ter um olhar do privado. O mesmo afirma que temos um ministro a cada dois anos e gostaria que a data do lançamento do evento permanecesse no dia 18 de março, como outrora discutido. Ainda aduziu da necessidade de se formatar um produto para levar para o Natal Iluminado, sonhar grande e lotar os hotéis. O senhor Agnes afirmou que no período da tarde teria uma reunião com a Azul Viagens Nordeste para que as lojas tenham mais lucro. Em Abril, estará em Bonito – Mato grosso do Sul onde fará em treinamento com cerca de 140 supervisores das agências de Viagens da Azul, a Paraíba está na vitrine da empresa, com dois voos diários para Campina Grande, bate e volta. O gestor da Cidade, Bruno Cunha Lima, afirma que muito se pode ser feito para melhoria do Natal Iluminado e venda do evento. Convidou a todos para participarem de uma visita técnica no Parque Evaldo Cruz. Foi facultada a palavra ao Senhor Divaildo que ressalta para fazer parte da pauta da próxima reunião do COMTUR, o lançamento do Fórum da Borborema, demanda esta do SEBRAE Campina Grande. Às dez horas e cinquenta e três minutos nada mais havendo a tratar, tendo a secretária Renata Lima, foi lavrada a presente ata.

