



UNIVERSIDADE D  
COIMBRA



Domingos Sávio da Costa

**EVENTOS CULTURAIS NAS DINÂMICAS DE  
DESENVOLVIMENTO REGIONAL:  
UM ESTUDO DE CASO DA MOSTRA SESC CARIRI DE CULTURA**

Tese no âmbito do Doutoramento em Turismo, Lazer e Cultura, Turismo e Desenvolvimento, orientada pelo Professor Doutor João Luis Jesus Fernandes e apresentada ao Departamento de Geografia e Turismo da Faculdade de Letras da Universidade de Coimbra.

Novembro de 2018

Faculdade de Letras  
Universidade de Coimbra

# Eventos Culturais nas Dinâmicas de Desenvolvimento Regional: um estudo de caso da Mostra SESC Cariri de Cultura

Ficha Técnica:

Tipo de trabalho	Tese de Doutoramento
Título	Eventos Culturais nas Dinâmicas de Desenvolvimento Regional: um estudo de caso da Mostra SESC Cariri de Cultura
Autor/a	Domingos Sávio da Costa
Orientador/a	Professor Doutor João Luís Jesus Fernandes
Identificação do Curso	Doutoramento em Turismo, Lazer e Cultura
Área científica	Turismo e Lazer
Ramo	Turismo e Desenvolvimento
Data	2018



UNIVERSIDADE DE COIMBRA



## **NOTA DE ABERTURA**

Tese de Doutoramento apresenta à Universidade de Coimbra – Faculdade de Letras, por Sávio da Costa Domingos no âmbito do Curso de Doutoramento em Turismo, Lazer e Cultura - Ramo de Turismo e Desenvolvimento, intitulada “Eventos Culturais nas Dinâmicas de Desenvolvimento Regional: um estudo de caso da Mostra SESC Cariri de Cultura” para cumprimento dos requisitos necessários à obtenção do grau de Doutor, realizada sob a orientação científica do Professor Doutor João Luís Jesus Fernandes da Faculdade de Letras da Universidade de Coimbra.

Dedico essa vitória a vocês, minha esposa Jô Medeiros e meus queridos filhos: Ana Beatriz Medeiros Costa e Davi Medeiros Costa.

## AGRADECIMENTOS

A perspectiva de conclusão de qualquer trabalho acontece graças à soma de diversas colaborações recebidas, ao longo de todo um percurso. Nesse sentido, afirmo que esta Tese é o resultado da dedicação de muitas mãos e reflexões de pessoas que compartilharam seus saberes e experiências de forma singular e generosa, favorecendo o amadurecimento, avanço e sustentação deste estudo. Assim, para começar, envio a todas elas os meus mais sinceros e carinhosos agradecimentos.

Primeiro gostaria de agradecer a Deus, por ser essencial em minha vida, autor do meu destino, meu guia, socorro e sustentação presente em todas as horas.

Ao Professor Doutor João Luis Jesus Fernandes, por sua orientação dedicada, criteriosa e incansável, a cada tomada de decisão, com suas observações criteriosas e colocações instigantes, que fizeram a diferença e deram a este estudo o apoio acadêmico necessário para eu chegasse ao seu termo. Ele, como os grandes mestres, dividiu comigo seu conhecimento e experiências inquestionáveis em todo o percurso deste trabalho, nas sessões presenciais de orientação; e mesmo quando, estando distante geograficamente com um oceano entre nós sempre esteve presente nas horas e medidas certas, com suas palavras amigas, conselhos e incentivos para que eu fosse adiante em minhas buscas. Para além da orientação científica, o seu modo humano de conduzir-me, como pedagogo que é, foi um suporte de indescritível valia.

À Professora Doutora Fernanda Maria da Silva Dias Delgado Cravidão, por toda a disponibilidade demonstrada para colaborar comigo, me auxiliando inúmeras vezes, ante dificuldades de natureza acadêmica, incentivando-me em vários momentos, cobrando resultados em outros, questionando os aspectos a serem referendados; e, em especial, dando-me a energia necessária para seguir em frente.

Aos professores doutores Lúcio José Sobral da Cunha, Norberto Nuno Pinto dos Santos, Paulo Manuel de Carvalho Tomás, Rui Adelino Machado Gomes e Susana Isabel Vicente Ramos pela sempre valiosa ajuda para sanar dúvidas, pelos

ensinamentos de natureza teórico-prática, surgidas no desenrolar deste estudo o que muito contribuiu para meu crescimento pessoal e acadêmico.

Nesse mesmo sentido, aproveito para expressar a minha gratidão aos docentes que compõem o Departamento de Geografia desta universidade de tão grande importância histórica e renome internacional, pelos conhecimentos que me foram ofertados, durante todo este período da minha vida acadêmica.

No tocante ao alcance de fontes, sujeitos e dados de investigação, sou grato aos mestres da cultura do Cariri, ao Instituto de Pesquisa e Desenvolvimento do Comercio.

Ao presidente do Sistema Fecomércio/SESC/SENAC/IPDC, Sr. Luiz Gastão Bittencourt da Silva, meus agradecimentos a este empresário visionário, pelo seu apoio, incentivo e por todas as liberações para permitir a conclusão deste estudo, sem o que teria sido impossível a concretização dessa tese.

À minha diretora e amiga Regina Pinho, que sempre incentivou a formação acadêmica e compartilhou o seu sonho de doutoramento com os seus, obrigado por acreditar e investir em mim, sem a sua persistência em buscar o conhecimento, mesmo que para isso tivéssemos que atravessar o atlântico essa conclusão não seria possível.

Ao professor Gregório Oliveira pela prontidão na correção e tradução do *abstract* de forma plenamente criteriosa e consoante minha solicitação.

À amiga Sandra Brito, por sua dedicação e ajuda indispensável na organização dos capítulos e metodologia, na busca de autores e conferência das referências que basearam minhas pesquisas. A sua colaboração – em conjunto com a de Francisca Alves, a quem também sou muito grato, pelo auxílio dado às tabulações dos gráficos, quadros e tabelas quantitativas – as duas juntas constituíram um apoio precioso de equipe de pesquisa quali-quantitativa, que me deu o suporte necessário para garantir o rigor científico que este método determina.

A Elane Lavor, Lucia Bezerra, Chagas Sales Nogueira Lima e Josiel Bernardo da Silva e todo corpo técnico da área cultural do SESC-CE, agradeço pela contribuição

para a realização dos encontros com os meus sujeitos da pesquisa e no precioso auxílio para a materialização das entrevistas na pesquisa de campo com mestres da cultura. Nesse sentido, destaco e agradeço o compromisso do estudante de graduação da UECE, Gilmarcos Nunes, por sua contribuição na transcrição das entrevistas e do comunicador e investigador social Caio Quinderé por sua ajuda nas correções e enquadramento nas normas de apresentação.

Não poderia deixar de me dirigir ao SESC como instituição da qual fiz parte, como profissional da área de gestão, por todo o apoio e esforço na organização da Mostra Sesc Cariri de Cultura, que deu condições, tanto para a realização do trabalho que subjaz a esta investigação, quanto para o desenvolvimento e participação dos sujeitos aqui investigados, construindo pontes para a troca de saberes, valores e disseminação de tradições, assim, contribuindo para que este estudo acontecesse nas melhores condições possíveis, sempre primando pela ética e lógica científica.

Às equipes da Gerência da Tecnologia da Informação (GTI) da Assessoria de Comunicação e Marketing (ASCOM) da Assessoria de Planejamento (ASPLAN) e da Gerência Financeira (GEFIN) do SESC Ceará, agradeço pela dedicação que tiveram cada um, na busca e disponibilização de dados, no redimensionamento dos arquivos para tornar possível a sua visualização e acesso digital em qualquer lugar, na disponibilização de dados ou outro material que facilitasse o estudo.

Aos bibliotecários da Universidade de Coimbra, assim como, à equipe da Biblioteca do SESC Ceará, endereço o meu reconhecimento e gratidão.

Aos meus amigos, pelas alegrias e momentos compartilhados. Com vocês as pausas entre um parágrafo e outro de produção melhora tudo em minha vida.

À banca examinadora desta tese, pelo aceite ao convite de participação, possibilitando assim a submissão de exame necessário à conclusão do nosso trabalho e conseqüente realização de meu grande sonho acadêmico.

A minhas irmãs Liduina, Alci e Ana Paula “in Memoriam” que com muito carinho e apoio nunca mediram esforços para que eu chegasse até essa etapa da minha vida.

A meus pais Josué e Doralice, que mesmo sem a chance de concluir o ensino fundamental, sempre fizeram o impossível para dar aos filhos oportunidades para chegar ao conhecimento, pois a educação dos filhos sempre foi prioridade, sempre nos ensinaram que o estudo é a única herança que ninguém pode tirar de um filho e o conhecimento traz como consequência o que de melhor o ser humano pode ter, a liberdade.

Enfim, sou muitíssimo grato à minha amada família, que sempre me deu o melhor de si e em mim depositou tanta confiança. Em especial, minha esposa Jô Medeiros e meus queridos filhos: Ana Beatriz e Davi, por terem me apoiado tanto, com particular carinho e, sobretudo, pela compreensão de minhas ausências, para conclusão da minha Tese. Valeu a pena todas as renúncias. Hoje, posso afirmar que a energia, a força e tudo o mais que aprendi na convivência com eles e na construção desta Tese muito me ajudaram também na compreensão do meu papel no mundo e no meu desejo inabalável de lutar o bom combate pelo bem comum e um futuro melhor para todos.

## RESUMO

O presente estudo, rege à obtenção do grau de Doutor em Turismo, Lazer e Cultura, ramo de Turismo e Desenvolvimento, na Universidade de Coimbra intitulado “Eventos Culturais nas Dinâmicas de Desenvolvimento Regional: um estudo de caso da Mostra SESC Cariri de Cultura” que hoje é denominada por “Mostra SESC Cariri de Culturas”.

Este teve como objetivo compreender se o intercâmbio cultural propiciado pela Mostra SESC Cariri de Cultura contribui para o desenvolvimento das condições socioeconômicas do turismo local e do território tendo como base outros eventos como o Festival de Jazz e Blues de Guaramiranga no Ceará. E para tal foi necessário identificar: o envolvimento da ‘Mostra SESC Cariri de Cultura’ com o território e com o turismo local sobre a percepção dos interlocutores (artistas e produtores, público e empresários); como também, os impactos da ‘Mostra SESC Cariri de Cultura’ no desenvolvimento dessa região, tendo como base esses outros eventos citados acima e a percepção dos interlocutores e em seguida teve o cuidado de comparar os equipamentos de turismo, lazer e cultura existentes no período entre 1999 e 2016. A escolha dessa temática emanou do envolvimento profissional na área do objeto de estudo e por acreditar na inclusão social e econômica através de eventos turísticos e/ou culturais.

Para a concretização do estudo, constituir-se o procedimento metodológico por meio de revisão da literatura, análise teórico conceitual com base na pesquisa empírica, pesquisa em jornais, revistas e internet; estudo empírico sobre turismo criativo relacionado ao espaço, ao território e à cultura tendo como alicerce os eventos culturais como a Mostra SESC Cariri de Cultura e outros na perspectiva de desenvolvimento. E as pesquisas de campo e documental sobre o objeto do estudo numa abordagem quantitativa e qualitativa com aplicação de questionários, entrevistas e observação direta intensiva e de forma participativa para compreender a influência positiva ou negativa prática da Mostra Sesc sob o potencial das condições socioeconômicas da região do cariri na percepção dos interlocutores.

É sabido que a pesquisa não se esgota num presente desenho por esta ser dinâmica e um recorte da realidade. Muito embora, foi possível confirmar as hipóteses e responder as indagações que motivaram a efetivação deste trabalho em consequência dos resultados a partir da pesquisa qualitativa complementando a pesquisa quantitativa. Das indagações, em particular, quanto à que impactos foram vivenciados no desenvolvimento dos artistas e no processo de geração de renda dos que participam da Mostra?

Pode-se observar por meio de demonstrativos em tabelas que há um impacto positivo na vida profissional e econômica dos artistas, inclusive se estendendo também ao comércio e a região do Cariri. Já que na opinião de artistas e produtores, empresários e público que a mostra tem uma importante contribuição na formação de artistas, conceituado com ótimo ou bom por 91,0% dos artistas, 89,1% dos

empresários e por 90,7% do público. Como também, teve-se que a contribuição da mostra para o comércio um conceito ótimo ou bom por 85,9% dos artistas, 64,0% dos empresários e 88,3% do público. Assim, pode concluir que na percepção dos interlocutores:

- a) A “Mostra SESC Cariri de Cultura” é um fator motivador para a criação de equipamentos de cultura e de turismo na região e, ainda, para o processo de geração de renda as comunidades que participam da mostra, em particular, os artistas.
- b) São apreendidos numa escala mensurável, impactos no desenvolvimento do turismo e no processo de geração de renda para as comunidades que participam da mostra.
- c) Por meio de evento como a “Mostra SESC Cariri de Cultura” pode gerar uma percepção mais positiva na imagem do artista e do território de baixa densidade.
- d) A cultura e o turismo podem promover o desenvolvimento em áreas mais deprimidas e remotas.

Deste modo, percebeu que a mostra se classifica como evento de dimensão Megaevento, periódicos e com abrangência regional; tendo como natureza/finalidade em essência cultural; de zona de ação externo à instituição com o público-alvo a todos.

Enfim, a luz do exposto acima que foi dirigida por objetivos, indagações, hipóteses e resultados, tornou-se possível acreditar no desenvolvimento territorial por meio de eventos culturais atrelados ao turismo criativo e autoestima do Cariri. Com isso se recomenda futuros desdobramentos por meio de mais ações do Sesc mobilizando e atingindo um número maior de comerciários, empresários e a ação de responsabilidade do Estado em prol do desenvolvimento territorial utilizando eventos culturais como a Mostra e o Festival: Jazz e Blues de Guaramiranga ou mesmo *Rock in Rio* que promove o turismo como desenvolvimento territorial. Como sugestões ficaria a expansão dos equipamentos de turismo, lazer e cultura territorial e de mais investimentos em futuras promoções de eventos culturais conectados ao desenvolvimento regional com a participação da comunidade ao turismo criativo numa percepção de responsabilidade também de turismo sustentável social, econômico e político para o seu fortalecimento e encontro de mais técnicas sustentáveis de maneira que se prever as questões políticas dialogando com o econômica, o social e o ecológica tanto para os eventos quanto para a produção do desenvolvimento local.

**Palavras-chave:** Eventos Culturais. Turismo Criativo. Desenvolvimento Regional. Patrimônio Cultural. Mostra SESC Cariri de Cultura

## ABSTRACT

This study, submitted as a requirement for the degree of PhD in Tourism, Leisure and Culture – Tourism and Development branch, at the University of Coimbra, entitled “Cultural Events in the Regional Development Dynamics: a case study on Mostra SESC Cariri de Cultura”, presently named “Mostra SESC Cariri de Culturas.”

The aim was to understand whether the cultural interchange provided by Mostra SESC Cariri de Cultura contributes to the development of socioeconomic conditions of local tourism and of the land based on other events, such as the Guaramiranga Jazz & Blues Festival, in Ceará. For that purpose, it was necessary to identify: the involvement of ‘Mostra SESC Cariri de Cultura’ with the land and local tourism about the perception of interlocutors (artists and producers, audience and businessmen); as well as the impacts of ‘Mostra SESC Cariri de Cultura’ on the development of this region, based on the other aforementioned events and in the interlocutor’s perception and, then, we were concerned in comparing the tourism, leisure and culture equipment existing in the 1999-2016 period. The choice for that subject was due to the professional involvement in the area of the subject matter, and for believing in social and economic inclusion through cultural and/or tourist events.

In order to carry out the study, the methodological procedure was constituted by a literature review, conceptual theoretical analysis based on empirical research, research in newspapers, magazines and internet; empirical study about creative tourism related to the space, the land, and the culture, based on foundations of cultural events such as Mostra SESC Cariri de Cultura and the like, in the perspective of development. Also, field and documentary research on the subject matter in a quantitative and qualitative approach with the application of questionnaires, interviews and direct intensive observation and in a participative manner in order to understand the positive or negative influence on the practice of the Mostra Sesc under the potential socioeconomic conditions of the Cariri region in the interlocutors’ perception.

It is known that the research is not exhausted in this design, due to its dynamics and cross-section of the reality. Although it was possible to confirm the hypothesis and answer questions that motivated the execution of this study as a result of this qualitative research complementing the quantitative research. Especially of questions about the impacts experienced in the development of artists and in the income generation process of those participating in the Exhibit.

It is possible to observe in the statements and tables that there is a positive impact in the professional and economic life of artists, even extending to trade in the Cariri region. In the opinion of artists and producers, businessmen and audience, the Exhibit makes an important contribution to the formation of artists, considered as excellent or good by 91.0% of artists, 89.1% of businessmen and 90.7% of the audience. We could also verify that the contribution of the exhibit to trade was rated

excellent or good by 85.9% of artists, 64.0% of businessmen, and 88.3% of the audience. Thus, we can conclude that, in the interlocutors' perception:

a) The 'Mostra Sesc Cariri de Cultura' is an motivating factor for the creation of cultural and tourism equipment in the region and, also, for the income generation process in communities participating of the exhibit, especially, the artists.

b) Impacts are apprehended, in a measurable scale, on tourism and on the income generation process for the communities participating in the exhibit.

c) Through an event such as "Mostra SESC Cariri de Cultura", a more positive perception can be generated about the artist's image and the low-density land.

d) Culture and tourism can promote development in more depressed and remote areas.

Thus, it was noted that the exhibit is classified as a Mega-event, regular and with regional scope, having an essentially cultural nature/purpose; of action zone outside the institution with the target audience of them all.

Finally, in view of the foregoing the survey was guided by goals, questions, hypotheses and results, and it was possible to believe in the land development by means of cultural events linked to creative tourism and self-esteem of Cariri. Therefore, we recommend future developments by means of more actions of SESC mobilizing and achieving a greater number of commerce workers, businesspeople, and a responsibility action by the State in favor of land development by using cultural events such as the Exhibit and the Guaramiranga Jazz & Blues Festival, or even Rock in Rio, that promotes tourism as development. As suggestions, we put forth the expansion of tourism, leisure and cultural equipment and more investments in future promotion of cultural events connected to the regional development with the community's participation in creative tourism in the perception of the responsibility of sustainable social, economic, and political tourism for the strengthening and meeting of sustainable techniques in a way of predicting the political questions, in an exchange with economics, social and ecological for both events and production of local development.

**Keywords:** Cultural Events. Creative Tourism. Regional Development. Cultural Heritage. Mostra SESC Cariri de Cultura.



## ÍNDICE

RESUMO .....	viii
ÍNDICE .....	xiii
ÍNDICE DE QUADROS .....	xvi
ÍNDICE DE GRÁFICOS .....	xvii
ÍNDICE DE TABELAS .....	xix
ÍNDICE DE FIGURAS .....	xx
LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS .....	xxii
LISTA DE APÊNDICES .....	xxv
LISTA DE ANEXOS .....	xxvi
INTRODUÇÃO	1
1– PERCURSO METODOLÓGICO DA PESQUISA	12
1.1 - Natureza, enfoque e objeto do estudo	13
1.2 - Cenário da pesquisa	20
1.3 - Participantes do estudo	22
1.4 - Processos e estratégias de recolha de dados	29
1.5 - Tratamento e análise dos dados	34
2 – TURISMO, CULTURA E EVENTOS: REFLEXÃO CRÍTICA NA PERSPECTIVA DO DESENVOLVIMENTO	37
2.1- A relação entre cultura, patrimônio, turismo, evento e desenvolvimento.	46
2.2 - Conceituando turismo criativo	56
2.3 - Espaço, Território, Região e Turismo	60
2.4 - A cultura e o território - o marketing como indutor na promoção de lugares	69
2.5 - O que é um evento cultural e turístico	92

2.5.1 - <i>Rock in Rio</i> : o maior festival mundial	106
2.5.1.1 - Erros na escalação e tratamento	110
2.5.1.2 - <i>Rock In Rio</i> - Festival de Música Mundial	113
2.5.2 - O Festival de Jazz e Blues de Guaramiranga.	117
2.5.2.1 - A Cidade de Guaramiranga	117
2.5.2.2 - O festival: Jazz e Blues no Carnaval	120
3 – O CARIRI CEARENSE – UMA VIAGEM PELOS TERRITÓRIOS DA MOSTRA: LOCALIZAÇÃO E CARATERIZAÇÃO GERAL	126
3.1 - Municípios envolvidos na Mostra SESC Cariri de Cultura cearense – principais atrativos turísticos e culturais	155
3.2 - Alguns indicadores do desenvolvimento da região do Cariri cearense – Território da Mostra SESC Cariri de Cultura / do Maciço de Baturité – Território do Festival de Jazz e Blues de Guaramiranga no Ceará	170
3.3 - O SESC e alguns indicadores da Mostra para o desenvolvimento da região do Cariri cearense	179
4 – APRESENTAÇÃO, ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS	189
4.1 - Estudo de Caso: Mostra Sesc Cariri de Cultura cearense	191
4.2 - Percepção dos artistas e produtores sobre a Mostra SESC Cariri de Cultura cearense numa perspectiva quantitativa dos eventos Culturais nas Dinâmicas de Desenvolvimento Regional	215
4.3 - Percepção dos empresários sobre a Mostra SESC Cariri de Cultura cearense numa perspectiva quantitativa dos eventos Culturais nas Dinâmicas de Desenvolvimento Regional	225
4.4 - Percepção do público sobre a Mostra SESC Cariri de Cultura cearense numa perspectiva quantitativa dos eventos Culturais nas Dinâmicas de Desenvolvimento Regional	236
4.5 - Percepção dos Mestres sobre a Mostra SESC Cariri de Cultura cearense numa perspectiva qualitativa dos eventos Culturais nas Dinâmicas de Desenvolvimento Regional	246
4.5.1 - Breve bibliografia dos interlocutores do estudo qualitativo	246
4.5.2 - O estudo de caso da Mostra SESC Cariri de Cultura na perspectiva dos Mestres da Cultura do Cariri cearense	258

4.6 - Validação das hipóteses a partir da pesquisa quantitativa e qualitativa do estudo de caso da Mostra SESC Cariri de Cultura cearense	263
5 – Mostra Sesc Cariri de Cultura: considerações finais, conclusões e recomendações numa perspectiva científica de incentivo ao turismo criativo, desenvolvimento conectado à preservação do patrimônio cultural.....	275
REFERÊNCIAS .....	286
APÊNDICES .....	302
ANEXOS .....	350

**ÍNDICE DE QUADROS****CAPÍTULO II**

Quadro 1	Classificação dos eventos	101
----------	---------------------------	-----

**CAPÍTULO III**

Quadro 2	Características sócio-demográficas das cidades do Cariri Cearense	128
Quadro 3	Estatísticas sobre o movimento operacional de passageiros e aeronaves que circularam pelo aeroporto no período de 2003 a outubro de 2015	172
Quadro 4	Estatística de oferta de meios de hospedagem – Cariri /Maciço de Baturité	174
Quadro 5	Estatística de bibliotecas – Cariri / Maciço de Baturité	175
Quadro 6	Estatística de museus	177
Quadro 7	Estatística de teatros – Cariri / Maciço de Baturité	178
Quadro 8	Temas Sesc TV e inserções – minutos e valores 2014/2016 - durante o período da Mostra sesc	186
Quadro 9	Emissora e inserções na TV 2014/2016 - durante o período da Mostra sesc	187
Quadro 10	Mostra Sesc Cariri 2014/2016 – Resumo do Impresso 2014/2016 - durante o período da Mostra sesc	187

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

### CAPÍTULO VI

Gráfico 1	Evolução das cidades participantes na Mostra Sesc Cariri de Cultura de 1999 a 2009 .....	208
Gráfico 2	Evolução dos atendimentos na Mostra Sesc Cariri de Cultura de 1999 a 2009 .....	209
Gráfico 3	Evolução das cidades participantes na Mostra Sesc Cariri de Cultura de 2010 a 2016 .....	210
Gráfico 4	Evolução dos atendimentos na Mostra Sesc Cariri de Cultura de 2010 a 2016 .....	211
Gráfico 5	Nível de contribuição da Mostra Sesc Cariri de Culturas para a formação dos artistas da Região do Cariri cearense, na opinião dos artistas, anos 2012 e 2016 .....	217
Gráfico 6	Nível de contribuição da Mostra Sesc Cariri de Culturas para a divulgação da Imagem na Região, na opinião dos artistas, anos 2012 e 2016 .....	218
Gráfico 7	Nível de contribuição da Mostra Sesc Cariri de Culturas para o comércio da Região do Cariri cearense, na opinião dos artistas e produtores, anos 2012 e 2016 .....	219
Gráfico 8	Nível de contribuição da Mostra Sesc Cariri de Culturas para a divulgação do turismo na Região, na opinião dos artistas e produtores, anos 2012 e 2016 .....	220
Gráfico 9	Contribuição da Mostra Sesc Cariri de Culturas para a região cearense, na opinião dos artistas e produtores, ano 2012 e 2016, no aspecto: Cultural .....	221
Gráfico 10	Contribuição da Mostra Sesc Cariri de Culturas para a região cearense, na opinião dos artistas e produtores, ano 2012 e 2016, no aspecto: Econômico .....	224
Gráfico 11	Nível de contribuição da Mostra Sesc Cariri de Culturas para a divulgação da Imagem na Região cearense, na opinião dos empresários, anos 2012 e 2016 .....	227
Gráfico 12	Nível de contribuição da Mostra Sesc Cariri de Culturas para a comércio na Região cearense, na opinião dos empresários, anos 2012 e 2016 .....	228
Gráfico 13	Nível de contribuição da Mostra Sesc Cariri de Culturas para a divulgação do turismo na Região do Cariri cearense, na opinião dos empresários, anos 2012 e 2016 .....	230
Gráfico 14	Opinião dos empresários sobre a contribuição da Mostra Sesc Cariri de Culturas para o Desenvolvimento econômico dos municípios da Região do Cariri cearense .....	231
Gráfico 15	Impactos negativos na rotina das cidades com a realização da Mostra Sesc	

	Cariri de Culturas, na opinião dos empresários .....	234
Gráfico 16	Nível de contribuição da Mostra Sesc Cariri de Culturas para a formação dos artistas da Região do Cariri cearense, na opinião do público, anos 2012 e 2016 .....	237
Gráfico 17	Nível de contribuição da Mostra Sesc Cariri de Culturas para a divulgação da imagem da Região do Cariri cearense, na opinião do público, anos 2012 e 2016 .....	238
Gráfico 18	Nível de contribuição da Mostra Sesc Cariri de Culturas para o comércio da Região Cariri cearense, na opinião do público, anos 2012 e 2016 .....	239
Gráfico 19	Nível de contribuição da Mostra Sesc Cariri de Culturas para a divulgação do turismo da Região Cariri cearense, na opinião do público, anos 2012 e 2016 .....	240
Gráfico 20	Contribuição da Mostra Sesc Cariri de Cultura para a região do Cariri cearense, na opinião do público, ano 2012 e 2016, no aspecto: Econômico .....	243
Gráfico 21	Nível de contribuição da 18ª Mostra Sesc Cariri de Culturas, em 2016, na opinião de artistas e produtores, empresários e público .....	271

**LISTA DE TABELAS****CAPÍTULO VI**

Tabela 1	Contribuição da Mostra Sesc Cariri de Culturas para a região do Cariri cearense, na opinião dos artistas e produtores, ano 2012 e 2016, no aspecto: Social ..... 222
Tabela 2	Motivos que levaram os empresários a afirmar que a Mostra Sesc Cariri de Culturas contribui para o desenvolvimento dos municípios da Região do Cariri Cearense ..... 232
Tabela 3	Impactos positivos na rotina das cidades com a realização da Mostra Sesc Cariri de Culturas, na opinião dos empresários ..... 233
Tabela 4	Contribuição da Mostra Sesc Cariri de Cultura para a região, na opinião do público, ano 2012 e 2016, no aspecto: Cultural ..... 242
Tabela 5	Contribuição da Mostra Sesc Cariri de Cultura para a região, na opinião do público, ano 2012 e 2016, no aspecto: Social ..... 244

## ÍNDICE DE FIGURAS

<b>CAPÍTULO I</b>		
Figura 1	Mapa Turístico do Cariri escala aproximada 1 cm para 20 km	21
<b>CAPÍTULO II</b>		
Figura 2	The Portfolio approach (Getz, p. 596, 2016)	98
Figura 3	Informações estatísticas	119
Figura 4	Rendimento domiciliar per capita – 2010 /População residente, por grupos de idade – 2010	119
<b>CAPÍTULO III</b>		
Figura 5	Mapa da Região Metropolitana do Cariri Cearense e mapa do Brasil situando o Estado do Ceará	126
Figura 6	Mapa das cidades do Cariri Cearense	127
Figura 7	Floresta Nacional do Araripe	134
Figura 8	Museu de fósseis do Crato	156
Figura 9	Caldeirão da Santa Cruz / Centro Cultural do Araripe	157
Figura 10	Teatro Raquel de Queiroz	158
Figura 11	Memorial Padre Cícero / Colina do Horto e Museu Vivo Padre Cícero	159
Figura 12	Igreja Nossa Senhora do Perpétuo Socorro	160
Figura 13	Fundação Casa Grande Memorial do Homem Kariri	162
Figura 14	Geossítio Riacho do Meio	164
Figura 15	Museu de Paleontologia da Urca	165
Figura 16	Pontal da Santa Cruz	166
Figura 17	Fundação Memorial Patativa do Assaré	167
Figura 18	Cachoeira de Missão Velha	168
Figura 19	Casas de Farinha / Capela da Cruz do Monte	169
<b>CAPÍTULO VI</b>		
Figura 20	Macrorregiões Turísticas (MRTS)	192
Figura 21	Mostra SESC Cariri Cearense / 1999	195
Figura 22	Mostra SESC Cariri Cearense / 2000	195
Figura 23	Mostra SESC Cariri Cearense / 2001 e Carta Aberta para desenvolvimento do fazer teatral	196
Figura 24	Mostra SESC Cariri Cearense / 2003	198
Figura 25	Atendimentos e Cidades Mostra SESC Cariri / 2013	198
Figura 26	Projeto da Mostra SESC Cariri Cearense / 2006	199
Figura 27	Mostra SESC Cariri Cearense/ 2006	200
Figura 28	Mostra SESC Cariri Cearense / 2007	200
Figura 29	Mostra SESC Cariri Cearense / 2008	201
Figura 30	Mostra SESC Cariri Cearense / 2009	202

Figura 31	Mostra SESC Cariri Cearense / 2010	202
Figura 32	Mostra SESC Cariri Cearense / 2011	202
Figura 33	Mostra SESC Cariri Cearense / 2012	203
Figura 34	Mostra SESC Cariri Cearense / 2013	204
Figura 35	Mostra SESC Cariri Cearense / 2014	204
Figura 36	Mostra SESC Cariri Cearense / 2015	205
Figura 37	Mostra SESC Cariri no Ceará/ 2016	206
Figura 38	Loja do Mestre Espedito na Rua Monsenhor Tavares, 190 – Nova Olinda-CE.	248
Figura 39	Peça do Museu de couro sobre a história do Mestre Espedito na Rua Monsenhor Tavares,190 – Nova Olinda-CE.	248
Figura 40	Certificado do Mestre Antonio no Sítio Sassaré, 23 - Potengi-CE / Certificado do Tesouro Vivo da Cultura.	249
Figura 41	Máscaras do Reisado de Caretas sobre a história do Mestre António, no Sítio Sassaré, 23 - Potengi-CE.	249
Figura 42	Máscaras do Reisado de Caretas em miniatura / Casa do Mestre Antonio no Sítio Sassaré, 23 - Potengi-CE.	250
Figura 43	Entrega do Título de Mestre Popular em 2005 / Carteira do Estado do Ceará de Mestre Popular / Certificado de participação do VII Encontro Mestre do Mundo - Mestre Cirilo.	251
Figura 44	Boi do Mestre Popular / Quadro do Mestre Popular / Religiosidade do Mestre Popular	253
Figura 45	Certificado da Mestra Popular / Guardiã dos Direitos da Criança e do Adolescente / Governo do Estado do Ceará - Lei n. 13.361 de 22 de agosto de 2003 / Universidade Estadual Ceará - Título de notório saber popular.	254
Figura 46	Certificado de participação no VII Encontro Mestres do Mundo / Certificados em gerais da Mestra Zulene / Carteira do Estado do Ceará de Mestre Popular / Prêmios da Mestra Zulene	254
Figura 47	Local das apresentações e ensaio da Mestra Zulene / Biblioteca da Mestra Zulene.	254
Figura 48	Apresentação com criança da Mestra Zulene / Apresentação no Centro do Crato da lapinha da Mestra Zulene	255
Figura 49	Material produzido pelo Mestre para venda nos eventos Populares / Residência / Local de espiritualidade do Mestre Tarcísio / Livro Territórios Criativos – Prospecção e Capacitação em Territórios Criativos – Cariri, 2017/ Mestre Tarcísio.	256
Figura 50	Apresentação do grupo do Mestre Tarcísio	257

## LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

AGUA	Associação dos Amigos da Arte de Guaramiranga
AL	Alagoas
APA	Área de Preservação Ambiental
ASCOM/SESC	Assessoria de Comunicação/Serviço Social do Comércio
ASPLAN/SESC	Assessoria de Planejamento/Serviço Social do Comércio
CAGED	Cadastro Geral de Empregados e Desempregados
CPCA	Centro de Pesquisa Nacional de Produção Mineral
CAPS	Centro de Atenção Psicossocial
CE	Ceará
CINDE	Agência de Promoção de Investimentos na Costa Rica
CORFO	Corporação de Desenvolvimento de Produção
CPCA	Centro de Pesquisa Nacional de Produção Mineral
DF	Distrito Federal
DN	Departamento Nacional
DR	Departamento Regional
DDRR	Departamentos Regionais
DNPM	Departamento Nacional da Produção Mineral
EPTA	Estação Prestadora de Serviços de Telecomunicações e de Tráfego Aéreo
ESTIG	Escola Superior de Tecnologia E Gestão
EUA	Estados Unidos da América
FECOMÉRCIO Ceará	Sistema da Federação do Comércio Ceará
GEFIN	Gerência Financeira
GTI	Gerência da Tecnologia da Informação
IBAMA	Instituto Brasileiro do Meio Ambiente e dos Recursos Naturais Renováveis
IBGE	Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística
IDH	Índice de Desenvolvimento Humano
INFRAERO	Empresa Brasileira de Infraestrutura Aeroportuária
IPDC	Instituto de Pesquisa e Desenvolvimento do Comércio
IPECE	Instituto de Pesquisa e Estratégia Econômica do Ceará.

IEPHA	Inventário Cultural Comunidade dos Arturos
IPHAN	Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional
MG	Minas Gerais
MRTS	Macrorregiões Turísticas
NASF	Núcleos de Apoio à Saúde da Família
OMT	Organização Mundial do Turismo
ONG	Organização Não Governamental
ORG.	Organizador
PAPI	Precision Approach Path Indicator
PE	Pernambuco
PIB	Produto Interno Bruto
PNB	Produto Nacional Bruto
PR	Paraná
PUCSP	Pontifícia Universidade Católica de São Paulo
RFFSA	Rede Ferroviária Federal Sociedade Anônima
RJ	Rio de Janeiro
RN	Rio Grande do Norte
RS	Rio Grande do Sul
SECULT	Secretaria de Cultura do Ceará
SENAC	Serviço Nacional de Aprendizagem Comercial do Ceará
SESC	Serviço Social do Comércio
SESC DN	Serviço Social do Comércio – Departamento Nacional
SETUR	Secretaria de Turismo do Estado do Ceará
SNPC	Sistema Nacional de Política Cultural
SNIIC	Sistema Nacional de Informações e Indicadores Culturais
SOLIBEL	Sociedade Lírica do Belmonte
SP	São Paulo
TER	Turismo no Espaço Rural
TV	Televisão
UECE	Universidade Estadual do Ceará
UNESCO	United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization
UPA	Fundação Universidade Patativa do Assaré

URCA  
USA

Universidade da Região do Cariri  
Estados Unidos da América

## **LISTA DE APÊNDICES**

APÊNDICE A – Questionário Quantitativo – Artistas

APÊNDICE B – Questionário Quantitativo – Público

APÊNDICE C – Questionário Quantitativo – Empresários

APÊNDICE D – Termo de Consentimento Livre e Esclarecido para os Mestres de Cultura

APÊNDICE E – Roteiro de Entrevista Semiestruturada para os Artistas do Cariri – Mestres da Cultura

APÊNDICE F – Ilustrações gráficas utilizadas na tese provenientes do relatório de pesquisa sobre a Mostra Sesc Cariri de Culturas - ano 2016

**LISTA DE ANEXOS**

ANEXO I - O Festival de Jazz e Blues de Guaramiranga

ANEXO I-a – Pesquisa sobre o Festival de Jazz e Blues de Guaramiranga

ANEXO 2 – O Serviço Social do Comércio – SESC

ANEXO 3 – O Reisado

ANEXO 4 – Banda Cabaçal

ANEXO 5 – A Dança do Maneiro Pau

ANEXO 6 – Lapinha ou Pastoris

ANEXO 7 – Congadas

## INTRODUÇÃO

A questão social é uma inflexão do processo de produção e reprodução das relações sociais do capital que se materializa nas condições de vida, de cultura e de produção de riqueza. O Brasil, por ser um país periférico o sistema capitalista se desenvolve bem diferente dos países tidos por capitalista central. Daí as diferenças e o reflexo direto nas políticas e questões sociais do país (Behring, 2011). A cada ano estas discussões sobre o papel do Estado se verificam uma separação entre o econômico e o político acarretando o esvaziamento das políticas sociais como a materialização de direitos sociais” (Peroni, 2010, p.96.) com isso atingindo mais forte a classe social mais vulnerável no país.

Adicionando a essa questão tem-se que tanto o homem comum como o diplomata “terão de entender que qualquer lugar do mundo, hoje, está internacionalizado” (Suano,2010, p.132). Através da globalização<sup>1</sup> que apesar de muitas pessoas pensarem só na transformação econômica esta vai muito, além disso, como exemplo, nas questões sociais conectadas a exclusão digital e a subjetividade social<sup>2</sup>. Vale ressaltar, conforme Hoffe (2005) que, na atualidade, a globalização, em especial porque a sua complexidade desencadeia aspectos positivos e negativos, “é a mais nova palavra de ordem da Filosofia Política” (p. 05). Acrescenta esse autor (idem) “a globalização não consiste apenas em um mundo global de economia e trabalho, que venha a ser complementado por sua antípoda, o mundo global de lazer aliado ao turismo global” (Höffe, 2005 p.8). Nessa perspectiva, criam-se desafios à humanidade que precisam ser estudados pela academia, por um lado, o aspecto positivo da

---

<sup>1</sup> Processo de integração entre as economias e sociedade dos vários países, esp. no que se refere à produção de mercadorias e serviços, aos mercados financeiros, e à difusão de informações (Ferreira, 2010).

<sup>2</sup> A subjetividade social é a forma em que se integram sentidos subjetivos e configurações de diferentes espaços sociais, formando um verdadeiro sistema no qual o que ocorre em cada espaço social concreto, como família, escola, grupo informal etc. está alimentado por produções subjetivas de outros espaços sociais (Cenci & Costa, 2011, p. 1146).

globalização, tais como a aceleração do processo de difusão de novos produtos turísticos com o objetivo de seduzir clientes mais especializados os e despertar neles o interesse pelo local (Santana, 2016); por outro lado, o negativo se discute a poluição ambiental à vida e ao bem-estar humano. Segundo (Höffe, 2005) acelera a violência que reina em todo o mundo. Ou, sobretudo, a “ameaça que o homem representa ao meio ambiente, embora dele necessite para sobreviver, é prova cabal de insensatez, de uma insaciabilidade míope e de uma falta de visão no tocante às consequências ecológicas de seus atos” (Höffe, 2005 p.496-497). A respeito das políticas sociais no Brasil, Scarparo e Hernandez (2010), estas autoras afirmam o Estado brasileiro através das “políticas sociais não têm sido capazes de diluir os processos de miserabilidade e exclusão social; pelo contrário, elas contribuem para tornar socialmente aceitáveis a falência do estado e a recusa à ética da solidariedade” (Scarparo e Hernandez, 2010, p.56).

Nesse sentido, Peroni (2010), explica a reestruturação do papel do Estado decorre da crise do capital por ele ser visto como o causador e responsável por essas consequências. A esse respeito, Behring (2011) complementa Peroni (2010) explicando que o Estado difere do governo (ato ou efeito de governar-se). Para esta autora, é o Estado o orientador das ações para se materializar a “concepção de direitos, de cidadania e de política social que, inegavelmente, passa pela responsabilidade do Estado [...] [para] uma sociedade mais justa, fraterna, igual e capaz de autodeterminar seu futuro” (Behring, 2011, p. 198-199).

É nessa conjuntura social e política que se cria o Terceiro Setor como “repassa da execução dessas políticas para a sociedade civil sem fins lucrativa” (Peroni, 2010, p.96). Inclusive, para esta autora como estratégia de substituição à proposta de privatização do Neoliberalismo<sup>3</sup>. Peroni (2010) nessa lógica acredita para ser este repasse capaz de responder as políticas sociais necessárias à sociedade que o Estado não foi capaz de realizar.

---

<sup>3</sup> Conforme Ferreira (2010) o Neoliberalismo é uma doutrina que surgiu a partir das últimas décadas do século XX favorecendo uma redução do papel do Estado na esfera econômica

Enxergando consequências negativas dessa doutrina Bourdieu (2013)<sup>4</sup> coloca a sua prática como uma grande utopia neoliberal e como uma espécie de máquina infernal até para os próprios dominadores.

Dentro desse contexto, é realçado o papel do Serviço Social do Comércio (SESC) como Terceiro Setor para respostar e amenizar as consequências no cotidiano da comunidade local mais específica do Cariri no estado do Ceará e, por isso que este estudo buscou analisar os impactos de eventos culturais nas dinâmicas de desenvolvimento regional sob a percepção dos artistas e produtores, público e empresários locais, tendo como objeto de estudo a “Mostra SESC Cariri de Culturas”. Este é um evento cultural e turístico que se realiza todo ano na região do Cariri cearense, localizada na parte sul do estado do Ceará. Vale salientar que o evento tem como principal meta a preservação do patrimônio cultural que está ligada ao turismo, como instituição voltada ao desenvolvimento local, numa perspectiva sustentável.

Nessa direção e adentrando na parte prática que motivou e aproximou para o esboço do objeto de estudo dessa tese fez o autor, Sávio Costa, lembrar-se de que quando ele começou a participar de todo o processo de planejamento e desenvolvimento desse evento. Até mesmo, quando tinha a sua participação como gerente ou diretor financeiro trabalhando no período da Mostra SESC Cariri de Culturas e, portanto, responsável por toda a parte financeira que entrava ou saía deste evento antes e depois de sua concretude. Então, desde esse período, chamava a sua atenção quando estava na região do Cariri cearense a serviço da realização da Mostra SESC as conversas com os comerciantes que sempre, por exemplo, os donos de restaurantes; ouvia dos mesmos o quanto eles gostavam do período da Mostra SESC, porque viam seus restaurantes cheios de turistas nacionais e estrangeiros e clientes da

---

<sup>4</sup> [...] o mundo está aí, com os efeitos imediatamente visíveis da grande utopia neoliberal trazida à prática: não apenas a miséria de uma fracção cada vez maior das sociedades mais avançadas economicamente, o crescimento extraordinário das diferenças entre os rendimentos, o desaparecimento progressivo dos universos autónomos de produção cultural, cinema, edição, etc., pela imposição intrusiva dos valores comerciais, mas também e, sobretudo, a destruição de todas as instâncias colectivas capazes de contrabalançar os efeitos da máquina infernal, à cabeça das quais o Estado, depositário de todos os valores universais associados à ideia de público, e a imposição, generalizada, nas altas esferas da economia e do Estado, ou no seio das empresas, desta espécie de darwinismo moral que, com o culto do winner, formado nas matemáticas superiores e no salto elástico, instaura como norma de todas as práticas a luta de todos contra todos e o cinismo (Bourdieu, 2013, p.3).

região, mesmo no meio da semana, em dias em que é normal a frequência era muito mais baixa.

Como da mesma forma atrai a sua atenção às conversas com os mestres de tradição quando estes faziam grandes elogios a citada mostra de cultura e também ao SESC, pois sempre afirmavam que durante todo o ano a entidade promotora realizava programações com o pessoal da tradição popular contratando apresentações, promovendo encontros com outros mestres para troca de experiências e, ainda, realizava a dita Mostra onde essa troca de ensinamentos acontecia para além do Cariri Cearense.

Diante dessa percepção de conjuntura, pensou-se nesse objeto como estudo e com isso, o “estado da arte”<sup>5</sup> ou o “estado do conhecimento” sobre “Eventos Culturais nas Dinâmicas de Desenvolvimento Regional: um estudo de caso da Mostra SESC Cariri de Culturas”, fez-se, então, uma busca a partir do *google* por este ser um serviço de publicação e uma das ferramentas de estatística e pesquisa gratuita e muito utilizado hoje no mundo acadêmico, além de ser muito simples de se utilizar como fonte de referência a pesquisa geral para complementar o despertar para esse estudo. De modo que ao pesquisar nesse banco de dados de referência mundial não foi encontrado nenhum resultado por meio de título ou resumo ou bibliografia sobre essa temática. Entretanto, ao retirar as aspas foram cerca de 12.100 resultados (0,99 segundo). Assim, realça que são muitos resultados relacionados a essa temática, mas nesse campo de dados é único este estudo.

Além disso, nessa mesma perspectiva foi realizada pesquisa com as palavras-chaves desse estudo e se obteve com “Eventos Culturais” cerca de 479.000 resultados (1,16 segundos). O “Turismo Criativo” foram cerca de

---

<sup>5</sup> O “estado da arte” para Ferreira (2002) tem como fonte de pesquisa: “os catálogos com dados bibliográficos e resumos dos trabalhos produzidos na academia para uma possível organização da produção de uma certa área do conhecimento, parece que o pesquisador do “estado da arte” tem dois momentos bastante distintos [...]. Um, primeiro, que é aquele em que ele interage com a produção acadêmica através da quantificação e de identificação de dados bibliográficos, com o objetivo de mapear essa produção num período delimitado, em anos, locais, áreas de produção [...]. Um segundo momento é aquele em que o pesquisador se pergunta sobre a possibilidade de inventariar essa produção, imaginando tendências, ênfases, escolhas metodológicas e teóricas, aproximando ou diferenciando trabalhos entre si, na escrita de uma história de uma determinada área do conhecimento (Ferreira, 2002, p.265).

38.900 resultados (0,49 segundos). As “Dinâmicas de Desenvolvimento Regional” cerca de 37.600 resultados (0,82 segundos). E a “Mostra SESC Cariri de Culturas” foram cerca de 32.100 resultados (0,49 segundos). Demonstrando com esses resultados que essa é uma área de interesse sobre esse assunto.

Deste modo e perante esse resultado, enfatiza-se a **visão** do SESC Ceará que desde 2016 foi de “ser referência regional na prestação de serviços sociais de excelência, com desenvolvimento da cidadania, sustentabilidade e transferência de tecnologias sociais, até 2020” (Sesc DR, 2016, p.13). Assim, reunindo as ferramentas básicas para amenizar as consequências negativas da questão social ao público de maior vulnerabilidade na região do Cariri cearense.

É estratégico quando se tem como visão e como primeiro valor a excelência do serviço ofertado, isso conduz a observar os conceitos de **eficiência, efetividade e eficácia** em serviço público produzido pelo SESC. Desta forma o conceito de **eficiência** “não se preocupa com os fins, mas apenas com os meios, ela se insere nas operações, com vista voltada para os aspectos internos da organização.” (Castro, 2007, p.3). O mesmo autor (idem) afirma que a **efetividade** “na área pública, afere em que medida os resultados de uma ação trazem benefício à população” (, p.5). Para Castro (2006) a própria Constituição reconhece a diferença entre **eficiência e eficácia**. em seu “artigo 74, que trata de um sistema de controle interno integrado entre os Poderes Legislativo, Executivo e Judiciário, inciso II: ‘comprovar a legalidade e avaliar os resultados, quanto à eficácia e eficiência da gestão orçamentária” (Castro, 2006, p.7).

Por o SESC caminhar as suas ações pela percepção dos autores como Santana (2016) ou Höffe (2005) que acredita nos incrementos socioeconômicos e culturais das cidades estarem conectados ao turismo (Santana, 2016; Höffe, 2005) social criativo. Nessa direção e, como a região do Cariri cearense tem sido palco de diversas manifestações artísticas e culturais do país, reunindo espetáculos de teatro, dança, *shows*, exposições, instalações, rodas literárias, e poéticas e mostras de cinema e vídeo. Inclusive estes fazem parte de um evento promovido pelo Serviço Social do Comércio

(SESC) intitulado 'Mostra SESC Cariri de Cultura', que já está atingiu em 2016 a sua décima oitava edição, ampliando ainda mais o caráter de pluralidade que sempre foi sua marca registrada.

A duração do evento é de cinco dias e reúne grupos tradicionais e folclóricos, com a finalidade de preservar a memória cultural da região do Cariri cearense, como: reisados, bandas cabaçais, maneiro pau, lapinhas e outras manifestações tradicionais do folclore local, – bem como produções experimentais de arte contemporânea e apresentações teatrais, musicais, audiovisuais e literárias. Entretanto, os seus preparativos na região se dão ao largo do ano vigente para cada mostra até se intensificar no 2º semestre em previa às datas da dita mostra cultural.

Na edição de 2010, a sua 12ª foram 454.648<sup>6</sup> pessoas assistiram as apresentações de 127 (cento e vinte e sete) grupos com a participação de 923 (noventas, vinte e três) pessoas, sendo destes 565 (quinhentos e sessenta e cinco) artistas e produtores. Trabalharam, neste projeto, 358 (trezentas, cinquenta e oito) pessoas na produção/organização do evento e foram contratados 15 (quinze) hotéis, 37 restaurantes (trinta e sete) e 50 (cinquenta) viaturas (entre autocarros de turismo, carrinhas, camião e mota).

Na edição de 2014, a sua 16ª foram 431.933<sup>7</sup> pessoas assistiram as apresentações de 155 (cento, cinquenta e cinco) grupos, sendo 45 (quarenta e cinco) do Cariri cearense Oeste e 110 (cento e dez) do Cariri cearense Leste. E na edição de 2016, a sua 18ª foram 380.248<sup>8</sup> pessoas, mesmo com uma pequena queda no atendimento desses anos, num entanto, esses números fazem a diferença na economia da região do Cariri cearense. Como exemplo, em 2014 foram ofertados cursos pelo SENAC<sup>9</sup> para “cerca de 420 profissionais ligados a hotéis, organizadores de eventos, receptivos turísticos, bares e

---

<sup>6</sup> Dados coletados nos arquivos da Assessoria de Planejamento do Sesc Ceará (ASPLAN)

<sup>7</sup> Dados coletados nos arquivos da ASPLAN.

<sup>8</sup> Dados coletados nos arquivos da ASPLAN.

<sup>9</sup> Serviço Nacional de Aprendizagem do Comércio é uma entidade privada mantida pelos empresários do comércio e também ligada a Federação do Comércio de Bens, Comércio e Turismo desde 1946, com a missão de ofertar cursos profissionalizantes aos trabalhadores do comércio e serviços.

restaurantes” anteriores a “Mostra Sesc Cariri de Culturas” (Mostra Sesc Cariri de Cultura, 2014, p. 46).

As cidades de Crato, Juazeiro do Norte e Nova Olinda são os principais polos da Mostra SESC. Nessas cidades, as apresentações acontecem nas unidades operacionais do Serviço Social do Comércio, no Centro Cultural do Banco do Nordeste, nos teatros municipais, nas galerias de arte, nas praças, nos galpões arrendados, nos clubes e na rua. Na abertura do evento acontece um grande cortejo que envolve toda a população local das cidades.

A ‘Mostra SESC Cariri de Cultura’ promove, também, o ‘Circuito Patativa do Assaré’, que leva espetáculos de teatro de rua para outros 15 municípios da região: Farias Brito, Várzea Alegre, Granjeiro, Cedro, Cariri, Barbalha, Missão Velha, Jardim, Brejo Santo, Caririaçu, Campos Sales, Araripe, Assaré, Santana do Cariri e Potengi.

Optou-se por abordar esse evento por considerá-lo um atrativo turístico incentivado pelo Programa Turismo Social do SESC que promove a excursão ‘Rota Cariri: Turismo & Cultura’. Por igual o SESC estimula o turismo a essa região, sobretudo, no período de realização da ‘Mostra SESC Cariri de Cultura’ e por acreditar na valorização da cultura de uma região aliada à atividade turística. Assim, promover a autoestima e a melhoria das condições de vida da população local.

Como ponto de apoio, e contrapondo é abordado aspectos relacionados a outros eventos: um de caráter Internacional, o *Rock in Rio*, realizado na cidade do Rio de Janeiro e em outros países visto que este tem uma estrutura para receber dezenas de milhares de pessoas assim como há em alguns *shows* musicais da Mostra SESC e, ainda, com alguns pontos em comum com a dita mostra de cultura o Festival de *Jazz e Blues* de Guaramiranga, ambos no interior do estado do Ceará.

#### Objetivo geral

Compreender se o intercâmbio cultural propiciado pela Mostra SESC Cariri de Culturas cearense contribui para o desenvolvimento das condições socioeconômicas do turismo local e do território tendo como base outros

eventos como o Festival de Jazz e Blues de Guaramiranga no Ceará.

Objetivos específicos:

- Identificar:
  - ✓ O envolvimento da ‘Mostra SESC Cariri de Cultura’ com o território e com o turismo local, através da percepção dos artistas e produtores, público e empresários;
  - ✓ Os impactos da ‘Mostra SESC Cariri de Cultura’ no desenvolvimento da região Cariri cearense, tendo como base outros eventos como o Festival de Jazz e Blues de Guaramiranga no estado do Ceará sobre a percepção dos artistas e produtores, público e empresários.
- Comparar os equipamentos de turismo, lazer e cultura existentes no período entre 1999 e 2016.

Nessa perspectiva, o trabalho focaliza esse evento como uma oportunidade de turismo criativo, incentivando a vinda de visitantes ao Cariri cearense para desenvolver trabalho criativo ou para assistir aos eventos artísticos e culturais e como fator de envolvimento da comunidade local, como artistas e produtores formais ou informais, desenvolvendo competências, orgulho e autoestima, contribuindo para uma imagem positiva e atrativa da região do Cariri cearense. Deste modo este estudo foi norteado em busca de respostas para as seguintes indagações:

- A “Mostra SESC Cariri de Cultura” é fator motivador para a criação de equipamentos de cultura e de turismo na região?
- Que impactos foram vivenciados no desenvolvimento dos artistas e no processo de geração de renda dos que participam da Mostra?
- Pode um evento como a “Mostra SESC Cariri de Cultura” modificar a imagem de um artista e de um território de baixa densidade, conferindo-lhe uma percepção mais positiva?

- A cultura e o turismo podem promover o desenvolvimento em áreas mais deprimidas e remotas?

Foi a partir dessas indagações que se ponderaram algumas hipóteses. Nessa direção, Moreira (2013, p.326) explica que "hipótese é uma arquitetura lógica das relações causais que se preconcebem entre as variáveis que resulta da interpretação teórica da realidade que é objeto de estudo" Assim sendo, cada hipótese conforme esta autora precisa: "procurar fazer emergir as relações causais mais importantes; ser coerente com o corpo teórico em que se alicerça e que lhe serve de referência; ser em si mesma consistente e ter um enunciado claro".

De maneira que se percebe que uma hipótese não é uma certeza. Num entanto, é um propósito que "geralmente não se define uma só hipótese, mas sim um corpo de hipóteses que se articulam entre si de forma lógica" (Moreira, 2013, p.326). De tal maneira que se desenharam as seguintes hipóteses:

- A 'Mostra SESC Cariri de Cultura' é fator importante no incentivo à criação de equipamentos de cultura na região;
- A "Mostra SESC Cariri de Cultura" promove um incentivo ao desenvolvimento do turismo na região, assim como, do processo de geração de renda para as comunidades que participam da mostra, em particular, os artistas;
- São percebidos numa escala mensurável, impactos no desenvolvimento do turismo e no processo de geração de renda para as comunidades que participam da mostra;
- A "Mostra SESC Cariri de Cultura" é um evento que modifica a imagem de um território de baixa densidade, conferindo-lhe uma percepção mais positiva através de sua cultura.
- Um evento como a Mostra modifica a imagem de um território de baixa densidade, conferindo-lhe uma percepção mais positiva.
- A cultura é um fator de desenvolvimento em áreas mais deprimidas e remotas.

O trabalho está dividido em cinco capítulos assim organizados: no primeiro, apresenta-se o percurso metodológico da pesquisa, descrevendo o tipo e a natureza da pesquisa, os recursos utilizados, o *lócus* da pesquisa e a abordagem a que se recorreu na análise dos dados coletados.

No segundo capítulo é reportado o conteúdo teórico do trabalho, onde são abordados temas relacionados aos seguintes autores: Rodrigues (2012), Carneiro (2011), Avraham e Ketter (2008), Dias (2006), Fernandes (2005), Sen (2000), Muylaert (1995), Kotler e Armstrong (1993), entre outros. E com estes, apresenta-se o conceito de desenvolvimento, a relação entre cultura turismo e desenvolvimento, apontam-se as teorias oponentes ao crescimento, a distinção entre desenvolvimento e crescimento, adentra-se ao conceito de globalização e à interdependência dos lugares, apresentam-se definições de espaço, território, região e turismo ressaltando a interdependência e concorrência entre os lugares.

Ressalta-se a importância do planejamento estratégico e do *marketing* territorial, como também, aponta-se para a importância da imagem e as diferentes formas de modelação dessa imagem. Nessa perspectiva, analisa-se o *marketing* como indutor na promoção de lugares.

Este trabalho ventila o turismo como um setor estratégico no *marketing* territorial. Apresenta o conceito de turismo e as regiões turísticas. Alerta para o turismo como risco e como potencialidade, sobretudo nos lugares mais remotos. Mostra a importância do turismo, em particular, o turismo criativo para a cultura e o desenvolvimento das regiões, pelo envolvimento das comunidades locais.

Expõe o papel dos eventos como indutores do turismo abordando os conceitos, estratégias, planejamento e execução, com seus procedimentos e técnicas (Matias, 2013). Deste modo, neste capítulo analisa-se o *Rock in Rio* como um evento turístico que demanda grandes estruturas de palco, som, iluminação entre outras, um festival de música mundial que, como a 'Mostra SESC Cariri de Culturas', procura valorizar a música e o turismo. No mesmo sentido apresenta-se ainda o Festival de Jazz e Blues de Guaramiranga, no interior do Ceará, evento com algumas características similares as da 'Mostra SESC Cariri de Culturas' como valorização das artes, incentivo ao turismo e

preservação da cultura.

No terceiro capítulo trata o Cariri cearense de cultura, sua localização, as cidades e alguns indicadores do SESC através da Mostra para o desenvolvimento da região do Cariri cearense. Nessa parte desse assunto também são apontadas as características da região, suas cidades e a relação delas com eventos culturais que visualizam a tendência de desenvolvimento do turismo criativo para o Cariri cearense.

No quarto capítulo descreve a Mostra, desde a primeira edição até a XVIII, realizada em 2016 como estudo de caso da “Mostra Sesc Cariri de Culturas”. Delineia um comparativo a partir das percepções dos artistas e produtores, empresários e o público sobre o evento nas dinâmicas de desenvolvimento regional com o foco quantitativo do estudo em 2012 e 2016. Desenha a percepção dos artistas da Mostra SESC num foco qualitativa sobre as contribuições dita mostra cultural a respeito da troca de experiências e vivências e formação laboral e profissionalizante. De modo que se apontam os benefícios à cultura e ao desenvolvimento econômico do Cariri cearense considerada como região de baixa densidade. Concluindo no capítulo com a validação das hipóteses a partir da investigação quantitativa e qualitativa do estudo de caso da Mostra SESC Cariri de Culturas. Então, assim são feitas análises dos tópicos mais interessantes da pesquisa de campo nessa apresentação.

Por fim, no quinto, são colocadas as considerações, conclusões e reflexões deste estudo a partir da percepção dos questionamentos, objetivos e hipóteses que foram legitimadas ou não à luz disso, levantam-se indicações para possíveis desenvolvimentos passando pelo turismo criativo e autoestima do Cariri cearense ou futuros desdobramentos, com recomendações e sugestões para investigações posteriores.

## CAPÍTULO PRIMEIRO

### 1 - PERCURSO METODOLÓGICO DA PESQUISA

Neste capítulo será tratado de forma clara como, o investigador e o coordenador, Domingos Sávio da Costa<sup>10</sup>, conduziu o percurso metodológico deste estudo. De modo, então, será explicado a natureza, o objeto do estudo, o cenário, os participantes, os processos e as estratégias de coleta de dados até chegar ao tratamento e à análise dos dados. Será ressaltada a participação da coordenação do estudo, Sávio Costa, em cada processo: da elaboração das perguntas, passando pela organização dos questionários até como as análises dos resultados foram auferidas. Assim passará pela escolha do método aleatório simples. Quem foram os interlocutores deste estudo e como foram levantados os dados, a explicação de como aconteceu nessas datas referentes à investigação quantitativa (2012 e 2016) e a qualitativa (2017), esses momentos considerando o envolvimento do autor desta tese, ou seja, o Sávio teve envolvimento direto e fez a coordenação de todo o processo deste estudo. Quais os critérios para essas entrevistas que resultaram em resultados quantitativos e qualitativos? Quem as realizou e por que realizou nessa forma? Enfim, detalhes como foram apontados os inquéritos e as entrevistas informais, serão expostos e salientados aqui.

Lembrando-se que a metodologia é um caminho seguido pelo investigador a percorrer pesquisas quantitativas e qualitativas, para alcançar as conclusões e/ou as considerações a respeito do objeto de estudo. Nesta investigação busca-se uma equidistância máxima ainda que se saiba que não existe uma neutralidade total na ciência, como explica Amarante (2009),

Os mitos da neutralidade, do distanciamento crítico, da autonomia da ciência, são assim colocados em discussão no questionamento das relações entre ciência e poder, na medida em que, a impressão de que as ciências têm uma identidade é, em si mesma, um efeito de poder, assim como é um efeito de poder a aceitação do fato de que as ciências sejam uma construção neutra não associada à história (Amarante, 2009, p.4).

---

<sup>10</sup> Conhecido como Sávio Costa, participante do planejamento, da produção e da execução de todas as edições da Mostra Sesc Cariri de Cultura desde 2004

Nessa perspectiva, acredita-se numa postura de respeito e de ética<sup>11</sup> por parte do investigador diante do objeto de estudo, para apreendê-lo e conhecê-lo, para daí retirar as suas conclusões ou/e considerações sobre o objeto analisado. Partindo desse pressuposto optou-se pelo verbo impessoal na exposição e defesa desta tese por acreditar que o objeto desse estudo não pertence ao investigador e sim ao contexto relativo em que o objeto de estudo está inserido e foi descoberto para ser estudado.

Diante desses fatos, neste capítulo, tem-se por principal objetivo apresentar os caminhos metodológicos deste estudo. Para melhor explicar, buscaram-se autores como Ferreira (2010) que estabelece por metodologia um “conjunto de métodos, regras e postulados [...] em determinada disciplina, e sua aplicação” (Ferreira, 2010, p. 503). Stake (2011) defende que na pesquisa não há uma singularidade na maneira de se pensar de modo qualitativo. No entanto, deve haver rigor na singularidade do método em função da questão de partida. Entre outros, destaca-se também Zanella (2009, p. 61) ao afirmar, complementando esses autores, que a metodologia em ciências “é o caminho que o pesquisador percorre em busca da compreensão da realidade, do fato, do fenômeno”.

### 1.1 - Natureza, enfoque e objeto do estudo

A investigação que aqui se propõe tem por natureza a “aplicação da prática, dirigida à solução de problemas específicos” que envolvem “verdades e interesses locais” (Silveira & Córdova, 2009, p. 35). Assim sendo, optou-se pelo tipo teórico-descritivo, exploratório e observacional, com abordagem qualitativa e quantitativa, alicerçada de acordo com a teoria em pesquisa bibliográfica com autores diversos que tratam das categorias encontradas e do objeto de estudo

---

<sup>11</sup> A aposta de que ética e pesquisa acadêmica devam ser campos próximos deve ser concretizada por valores compartilhados universais, como são os direitos humanos, a proteção às populações vulneráveis e a promoção da ciência como um bem público. Mas para que estas motivações éticas se traduzam em práticas efetivas de implementação de procedimentos de revisão ética das pesquisas em humanidades, é preciso que os comitês sejam sensíveis às particularidades epistemológicas e metodológicas das Ciências Humanas (Diniz, 2008, 423-424).

de caso da Mostra SESC<sup>12</sup> Cariri de Cultura.

Nesse sentido, vale salientar que a investigação qualitativa tem a natureza mais aprofundada, assim sendo mais indicada para se compreender como o intercâmbio cultural propiciado pela Mostra SESC Cariri de Cultura contribui para o desenvolvimento das condições socioeconômicas, do turismo local e do território.

No entanto, é sabido que, além disso, a natureza da investigação quantitativa embasa melhor a verificação dos impactos da Mostra SESC Cariri de Cultura' no desenvolvimento local e das condições socioeconômicas, do turismo local e do território.

Ressaltar-se que o tipo de **pesquisa descritiva** envolve relato dos fenômenos observados à luz do ponto de vista dos interlocutores da pesquisa com referência ao problema estudado (Godoy, 1995). A pesquisa teórica busca fundamentação em estudos pertinentes ao tema, já desenvolvidos por autores que a ele se dedicaram. Para isso, realizou-se uma revisão bibliográfica em obras de autores que tratam deste tema e que foi o ponto inicial do estudo que se enquadra no tipo estudo de caso.

Para Lakatos e Marconi (1996), a **pesquisa bibliográfica** é o primeiro passo na atividade científica, compreende procedimentos que acompanham o estudante em sua carreira universitária e profissional, como a redação de fichas, resumos, elaboração de seminários, análise de textos e atividades próprias do investigador, como apresentação de informes, comunicações científicas e monografias.

Luna (1999) define a **pesquisa bibliográfica** como um apanhado sobre os principais trabalhos científicos já realizados sobre o tema escolhido e que são revestidos de importância por serem capazes de fornecer dados atuais e relevantes. Ela abrange: publicações avulsas, livros, jornais, revistas, artigos digitais divulgados pela internet e outros materiais escritos, referentes ao tema estudado. Esse levantamento é importante, tanto nos estudos baseados em dados originais, colhidos numa pesquisa de campo, como para aqueles baseados em documentos.

---

<sup>12</sup> Sesc - Serviço Social do Comércio

O objeto de pesquisa deste trabalho como já mencionado desde a sua introdução é a Mostra SESC Cariri de Cultura, cuja exposição é feita com detalhe no capítulo 4. Destaca-se, conforme Deslauriers e Kérisit, (2012) objeto de estudo qualitativo se delinea do aspecto normal do cotidiano. A partir dessa ideia, estes autores conceituam o objeto da pesquisa qualitativa como uma lacuna em que se concebe a separação consciente do investigador sobre algo de que se quer ultrapassar entre o que se sabe sobre este assunto em questão. Como ainda, o objeto é o que foi avaliado insatisfatório e o que se deseja saber sobre ele e o que se julgou desejável saber, daí ser chamado de objeto de estudo. Nesse sentido os autores concluem que estão inseridos num contexto problemático em busca de avançar os conhecimentos. É por esse motivo que o investigador:

[...] escolhe seu objeto e função das faltas que ele detecta no corpus constituído das ciências sociais. No início, portanto, antes que o pesquisador passe à construção propriamente dita de seu objeto de pesquisa, uma questão se impõe ao seu espírito. Ela pode ser geral ou precisa, mais simples no início e mais complexa depois, mas ela não tem a precisão que envolvera o objeto de pesquisa, no final. Em certos casos, a uma ou outra de suas facetas; em outros casos, a questão será totalmente transformada, no decorrer do processo. O certo é que em todos os tipos de pesquisa, mas principalmente na pesquisa qualitativa, o objeto de pesquisa é, ao mesmo tempo, um ponto de partida e um ponto de chegada. (Deslauriers & Kérisit, 1992, p. 132).

O estudo de caso consiste na análise das reais circunstâncias ou das situações problemáticas. Yin (2001) o define como uma forma de fazer uma investigação social empírica, ao se investigar um fenômeno contemporâneo em seu contexto real, em particular, quando as fronteiras entre o fenômeno e o contexto não são definidas de forma clara.

Ventura (2007) coloca que de acordo com diferentes autores, o estudo de caso tem origem na investigação médica e na investigação psicológica. Além dessas áreas, tomou-se uma das mais utilizadas como investigação qualitativa em ciências humanas e sociais. Hoje, “é adotado na investigação de fenômenos das mais diversas áreas do conhecimento, podendo ser visto como caso clínico, técnica psicoterápica, metodologia didática ou modalidade de pesquisa” (Ventura, 2007, p. 383).

Nessa direção, Zanella (2009) explica que o “estudo de caso” é um desenho de investigação que faz uma abordagem com profundidade com um ou poucos objetos de estudo, por conseguinte tem grande profundidade e pequena amplitude. Deste modo procura “conhecer em profundidade a realidade de uma pessoa, de um grupo de pessoas, de uma ou mais organizações, uma política econômica, um programa de governo, um tipo de serviço público, entre outros. Assim, a característica principal é a profundidade do estudo” (Zanella, 2009, p.86).

O pensamento atribuído a Zanella (2009) complementa a sua explicação afirmando que o “estudo de caso” é indicado para quando o investigador se utiliza na investigação de “uma questão do tipo ‘como’ e ‘por que’ sobre um conjunto contemporâneo de acontecimentos sobre o qual o pesquisador tem pouco ou nenhum controle” (Yin, 2001, p.28 citado por Zanella, 2009, p. 86). Entretanto, vale reforçar que o objeto do estudo de caso pode ser único ou poderá envolver casos múltiplos.

No entanto, é importante expor a observação desta autora quando explica que se pode estar presente na mesma investigação tanto o tipo qualitativo quanto o quantitativo ou vice-versa, ou seja, uma não exclui a outra. Ela ainda exemplifica o seu discurso e coloca que um estudo pode envolver os dois tipos de métodos na recolha de dados citando o exemplo com uma avaliação da atuação dos nutricionistas que:

[...] atuam nos Núcleos de Apoio à Saúde da Família (NASF) nos municípios A e B, com base nos indicadores de desempenho determinados pelo Ministério da Saúde pode ser caracterizado: quanto ao método e forma de abordagem: estudo qualitativo; quanto ao objetivo: pesquisa descritiva; e quanto aos procedimentos adotados na coleta de dados: pesquisa bibliográfica, documental, de campo, e um estudo de caso (Zanella, 2009, p.89).

Nesse pensamento, compactuando com Zanella (2009), vem Teixeira (2003), quando ressalta de forma clara que “o estudo de caso pode ser combinado com outro tipo de pesquisa qualitativa, como genérica ou básica, etnográfica, fenomenológica ou grounded theory” (Teixeira, 2003, p.188).

Günther (2006) faz um diálogo entre investigadores qualitativos e quantitativos. Argumenta que cada uma das abordagens tem vantagens e

desvantagens. Este autor mostra as suas diferenças e as consequências pela escolha de uma ou outra para o resultado da investigação ressaltando que o método escolhido deve se adequar à pergunta de partida da pesquisa. Isso acrescenta algo que parece ir um pouco à frente da perspectiva desses autores, porque ele afirma que “num estudo de caso é possível utilizar tanto procedimentos qualitativos quanto quantitativos” (Günther, 2006, p.204).

Assim, mediante as contribuições dos autores e retornando ao pensamento de Ventura (2007), o estudo de caso é uma modalidade de investigação. Este se entende por “uma metodologia ou como a escolha de um objeto de estudo definido pelo interesse em casos individuais. Visa a investigação de um caso específico, bem delimitado, contextualizado em tempo e lugar<sup>13</sup> para que se possa realizar uma busca circunstanciada de informações” (Ventura, 2007, p. 383).

Com isso, vale ressaltar que mesmo sendo apresentada na introdução a Mostra SESC Cariri de Cultura como estudo de caso, sentiu-se a necessidade neste capítulo de se dá um realce e resgate em alguns pontos do caso da Mostra. Sobretudo como assento do método escolhido para melhor compreender a importância de cada escolha como caminhos metodológicos que seguidos neste estudo.

Deste modo, esse evento, que é o estudo de caso, ocorre ano a ano, desde 1999, no mês de novembro. Reúne grupos artísticos e folclóricos tradicionais, com a intenção de preservar a memória cultural da região do Cariri, como reisados (anexo 3), bandas cabaçais (anexo 4), maneiro pau (anexo 5), lapinhas ou pastoris (anexo 6), guerreiros e congadas (anexo 7) – até produções experimentais e apresentações de teatro, de musicais, de audiovisuais entre outras.

Salientar-se, para reforçar a relevância deste objeto de estudo, que no

---

<sup>13</sup> Machado & Souza (2012) são autores que discutem o conceito de “local” e de “lugar”. Para eles o “termo que define algo mais complexo que a simples ‘localização’. Lugar é um ‘espaço dotado de características distintivas’, é algo concreto que com uma identidade específica pode se referir a vários níveis ambientais: edifícios, cidades, paisagem, regiões, etc. Assim, o local define um modo de indicar uma porção de território com qualquer coisa de específico, único, dotado de uma identidade particular e denominado, não em termos funcionais, mas de um domínio ou jurisdição particular (Machado & Souza, 2012, p. 215-216).

decorrer de 2010 a 2015, a Fecomércio<sup>14</sup> no Estado do Ceará e a Administração Regional do SESC Ceará divulgaram os registros deste evento por meio de publicação de revistas sobre a Mostra SESC Cariri de Culturas. Em 2012, na revista – “Cariri: O mundo para o Cariri. O Cariri para o Mundo” a matéria foi da página 62 a 65 e abordou a edição 14 da Mostra SESC Cariri de Culturas. Em 2014, a revista O Povo Cariri traz na capa o encontro de Culturas – 16ª Mostra Cariri e suas manifestações artísticas. Em 2016, outra revista, agora, na revista: Avianca que escreve sobre a 18ª edição da Mostra SESC Cariri de Culturas na página 37 da mesma. Em igual em 2016, a revista “Cariri: O mundo para o Cariri. O Cariri para o Mundo” discorrendo sobre 18ª edição nas páginas 11 e 14.

Assim, destaca-se a revista da Mostra SESC Cariri de Cultura (2010), a primeira revista tendo como capa a “cultura e arte em toda efervescência”. A segunda revista em 2011 sobre as “conexões poéticas: literatura, artes cênicas, artes visuais, audiovisual, música e tradição” (Mostra Sesc Cariri de Culturas, 2011).

Na edição de 2010, por exemplo, milhares de pessoas assistiram as apresentações de 127 (cento e vinte e sete) grupos e participaram na execução do projeto 923 (novecentos e vinte e três) pessoas, sendo destes 565 (quinhentos e sessenta e cinco) artistas que se apresentaram, incluindo artistas locais e 358 (trezentos e cinquenta e oito) pessoas trabalhando na produção/organização do evento. De modo, foram contratados 15 (quinze) hotéis, 37 (trinta e sete) restaurantes e 50 (cinquenta) veículos (entre autocarros de turismo, carrinhas, caminhão e mota). Em 2011, foram 123 (cento e vinte e três) grupos, 746 (setecentos e quarenta e seis) participantes artistas e mais 445 (quatrocentos e quarenta e cinco) pessoas na produção, totalizando 1191 (Hum mil, cento e noventa e uma) pessoas só na execução do projeto.

Na edição de 2012, conforme a revista da Mostra SESC Cariri de Culturas (2012, p.4) foram “inscritos 513 projetos de 441 grupos, sendo 276 em

---

<sup>14</sup> Federação do Comércio de Bens, Serviços e Turismo, que é uma entidade mantida pelos empresários do comércio, de caráter público e privado com a missão de fortalecer o comércio e o desenvolvimento social.

artes cênicas, 44 em visuais, 18 em literatura, 12 em audiovisual e 163 em música”. Foram selecionados 93 (noventa e três) para mais de 200 (duzentas) apresentações, tendo ainda os grupos de tradição, ação de meio-ambiente e os Seminários Arte e Pensamento, A Reinvenção do Nordeste e Diálogos Transculturais em 28 (vinte e oito) cidades do Cariri num circuito denominado “Patativa do Assaré”.

Na edição de 2013, conforme a revista da Mostra SESC Cariri de Culturas (2014, p.11), foram aguardados 155 (cento e cinquenta e cinco) grupos de tradição, sendo 45 (quarenta e cinco) do Cariri Oeste e 110 (cento e dez) do Cariri Leste. Em complemento, a revista da Mostra SESC Cariri de Culturas (2013, p. 10) afirma que “foram 1.104 projetos oriundos das cinco regiões brasileiras, [...] 232 atrações de todas as regiões do país [...]. O desejo é que a mostra esteja além de um simples evento por ser uma experiência viva e concreta de transformação social”.

Nessa edição de 2013, de acordo com a revista da Mostra SESC Cariri de Culturas (2014, p.14) ainda “houve mais de 120 manifestações populares” e 1009 (hum mil e nove) os trabalhos inscritos pela plataforma *online* sobre “propostas nas linguagens de música, literatura, artes visuais, artes cênicas e audiovisual”. O número de inscrições foi liderado pela região Nordeste do Brasil com 523 (quinhentas e vinte e três) propostas. Depois veio:

[...] a região Sudeste com 355, o Sul com 78, o Centro Oeste com 46 e o Norte com 7 projetos. Ao todo, foram inscritos 160 trabalhos a mais que 2013, abrangendo 24 estados brasileiros. [...] intercâmbio cultural de 116 artistas e grupos selecionados – sendo 21 do núcleo da música, 19 do audiovisual, 17 da literatura, 12 das artes visuais e 47 das artes cênicas. Além disso, 155 grupos de tradição oral, sendo 45 do Cariri Leste, também participam da programação da 16ª Mostra Sesc Cariri de Culturas (Mostra Sesc Cariri de Culturas, 2014, p.14).

É importante perceber, estudar e compreender o impacto da ‘Mostra SESC Cariri de Cultura’ no território nacional brasileiro. Por exemplo, iniciativas como o ‘Circuito Patativa do Assaré’ levam espetáculos de teatro de rua para outros municípios da região. Sabe-se que, em 2011, o circuito esteve presente em cidades como: Altaneira, Assaré, Campos Sales, Jati, Mauriti, Barbalha, Potengi, Missão Velha, Penaforte, Brejo Santo, Caririaçu, Santana do Cariri,

Jardim, Milagres, Farias Brito, Varzea Alegre, Salitre, Antonina do Norte, Porteiras e Araripe.

Deve compreender-se, mais, qual o impacto na região tendo a Mostra como um atrativo turístico que é incentivado pelo Programa Turismo Social do SESC por meio da promoção da excursão 'Rota Cariri: Turismo & Cultura', com o intuito de estimular o turismo a essa região. Em particular, isso ocorre por o SESC acreditar que é na valorização da cultura de uma região, aliada à atividade turística que se promove a autoestima e a melhoria das condições de vida da população. Todavia será melhor discutido no capítulo 2 essas hipóteses.

## 1.2 - Cenário da pesquisa

A escolha do itinerário deste estudo se clareou a partir da observação prática profissional no Serviço Social do Comércio (SESC), que chamou a atenção de que desde 1999 esta região do Cariri tem sido palco de diversas manifestações artísticas e culturais do país, reunindo espetáculos de teatro, dança, *shows*, exposições, instalações, rodas literárias, poéticas e mostras de cinema e vídeo através do evento promovido pelo referida entidade acima citada intitulado 'Mostra SESC Cariri de Cultura' tendo como polos as cidades de Crato, Juazeiro do Norte, Barbalha e Nova Olinda (Figura 1).

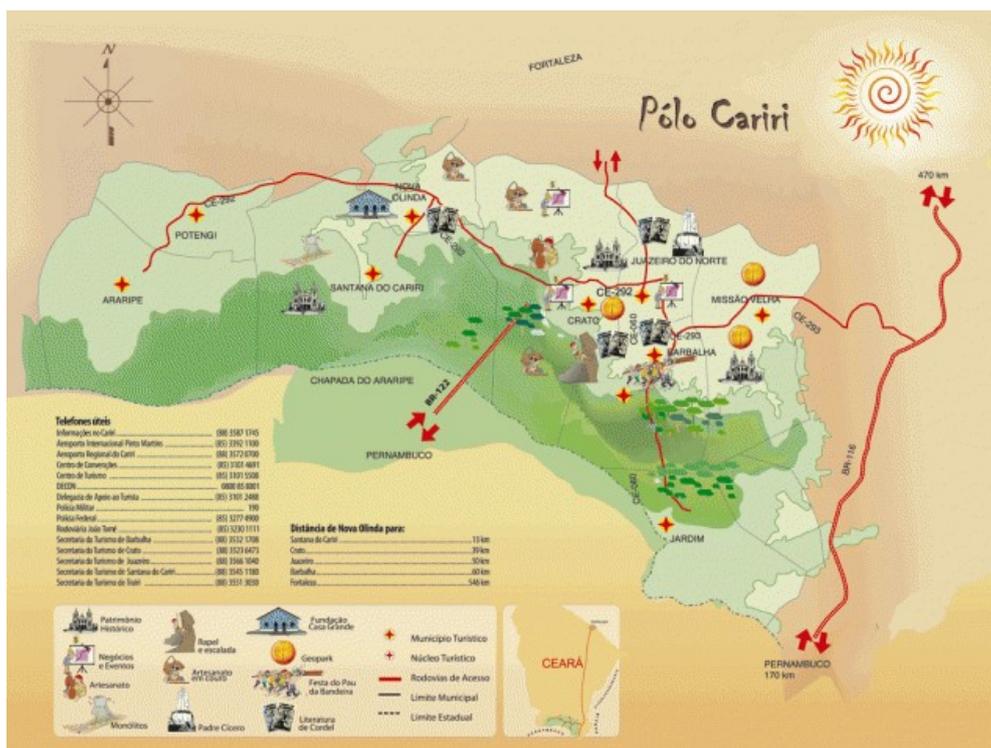


Figura 1 Mapa Turístico do Cariri, escala aproximada 1 cm para 20 km

Fonte/data: Governo do Estado do Ceará no projeto Viva essa Alegria, [s/d]<sup>15</sup>

Como, o Polo Cariri do Ceará é um local considerado de uma rara beleza natural, de muita religiosidade e um ponto de trilhas, caminhadas, ciclismo, esportes radicais, entre outros. Notou-se nesse cenário a possibilidade de estudar e entender essa combinação de cultura, costumes, folclores, crenças, saberes e encanto natural desse território.

A gestão do turismo, para que uma região se desenvolva na sua economia, implica uma abordagem adequada de suas dimensões, elementos e indicadores. O diagnóstico e a identificação de oportunidades de melhoria da atividade, enquanto polarizadora do desenvolvimento regional deve ser realizada por meio de métodos competentes. Em razão disso, igual é necessário e, é possível sistematizar diversos referenciais de conhecimentos para estudo e para gestão do turismo (Brasil, 2003).

Com base nessa lógica, sabe-se que o Cariri é uma região onde mina,

<sup>15</sup> Mapa Turístico criado pelo Governo do Estado do Ceará no projeto Viva essa Alegria, [s/d]. Disponível em: <<http://www.ceara.gov.br/ceara-viva-essa-alegria?format=pdf>>. Acessado em: 15/06/ 2017 às 16:32

por todos os cantos, a criatividade e o desejo de mostrá-la ao mundo. E sob esse viés, acredita-se que se tornou um polo de turismo criativo<sup>16</sup> que tem sido valorizado pelo Serviço Social do Comércio (SESC) (vide anexo 2). Com isso surge ainda o interesse de compreender as contribuições do SESC para o desenvolvimento das condições socioeconômicas deste local.

Diante da importância do turismo como meio de preservar o patrimônio cultural e sendo um dos responsáveis pelo desenvolvimento humano e cultural da população de determinadas localidades, aponta-se a 'Mostra SESC Cariri de Cultura', realizada, ano a ano, na região do Cariri, ao sul do Estado do Ceará, como um reforço no sentido de difundir e preservar a identidade e os valores dessa região, constituída por 28 (vinte e oito) municípios, cuja cultura e história merecem ser preservadas.

### 1.3 - Participantes do estudo

Os interlocutores da investigação quantitativa foram os artistas e os produtores, o público e os empresários locais, que estava participando dos eventos dos anos 2012 e 2016. Salientar-se que estas datas e os participantes destes para a investigação quantitativa, no seu aspecto geral, não foram intencionais e sim, aleatórios<sup>17</sup> quanto à intenção de escolha de data e de participação dos interlocutores estratificados<sup>18</sup>. Quanto ao critério de participação a investigação quantitativa observou por cada grupo de estratificação o principal factor de se ter o respeito à liberdade de aceitação ou não em contribuir para esse estudo.

Entretanto, da investigação qualitativa em 2017 foram realizados com a intenção de ser com os Mestres de Cultura em suas residências, escolhidos apenas os que também participaram dos eventos de 2012 e 2016, bem como o que têm grande reconhecimento e relevância na região. A escolha destes foi

---

<sup>16</sup>Vale salientar que este conceito de turismo criativo está desenvolvido no 2.2 Conceituando turismo criativo no Capítulo II.

<sup>17</sup> Amostra aleatória se entende que cada pessoa da população teve a mesma chance de ser ou não selecionada.

<sup>18</sup> Foi uma subdivisão da população em conjuntos menores de: artistas e produtores, público e empresários.

porque ainda os mesmos eles, poderiam com propriedade de conhecimento local contribuir complementando e aprofundando as questões. Adotado como critérios de participação na qualitativa e respeitando também ao direito de colaborar ou não com a investigação e a assinatura do termo de consentimento livre e esclarecido.

Os inquéritos da investigação quantitativa foram elaborados pela coordenação, Savio Costa, com a equipe do IPDC<sup>19</sup> perguntas na sua grande maioria fechadas e conectada aos objetivos da tese e estas não precisaram ser gravadas. Contudo, as entrevistas para auferir as análises dos resultados de recolha de dados qualitativo por serem mais profundas e abertas, foram solicitadas aos interlocutores a permissão; e sob a autorização deles foram feitas gravações sonoras com o intuito de não perder nenhum detalhe das suas falas.

Destaca-se que tanto os artistas locais quanto os Mestres de Cultura foram apenas os que compuseram a programação da 14<sup>a</sup> Mostra SESC Cariri de Culturas, em 2012, e 18<sup>a</sup> Mostra SESC Cariri de Culturas, em 2016. Deste modo, reforça-se que foram duas investigações de campo na parte quantitativa no decorrer dos eventos em 2012 e 2016, do tipo estudo de caso, envolvendo a observação dos efeitos econômicos e culturais produzidos em favor da população dos municípios instituídos como polos da 'Mostra SESC Cariri de Cultura'. Já na qualitativa foi pós-eventos apenas uma investigação de campo em 2017 sendo esta nos locais de residência destes citados Mestres.

Para tal, enfatizar-se que todo o processo desse estudo houve o aval e autorização do SESC para a participação direta do investigador, Sávio Costa. Em 2012, após a aprovação do projeto de investigação e a escolha do tema foram realizados levantamentos bibliográficos, baseados em investigações em livros, artigos científicos de revistas especializadas, mas também em *sites* e outros ambientes digitais no geral ligados aos eventos culturais conectados ao turismo. Diante disso, houve de imediato a motivação do investigador e autor dessa tese para se iniciar o estudo no campo, como, a participação do investigador realizando as reuniões com a equipe do Instituto de Pesquisa e

---

<sup>19</sup> Instituto de Pesquisa para o Desenvolvimento do Comércio, entidade ligada a à Fecomércio.

Desenvolvimento do Comércio (IPDC) à concretização do levantamento desses dados para a tese. Logo, isso ocorreu desde a elaboração das perguntas passando pela organização dos questionários conectados aos objetivos da tese, bem como, exemplificando, a formulação de perguntas específicas sobre turismo que foram inseridas por mim na pesquisa.

Ao chegar em 2016 sem a conclusão da tese surge a necessidade de atualizar e aproveitar para fazer um comparativo desses dados coletados a fim de analisá-los. Salieta-se que o investigador voltou a se reunir com a equipe do IPDC na Fecomércio no Ceará onde estão instalados para preparar e realizar novos inquéritos. Portanto, ressalta-se que foram lançados inquéritos em dois momentos dos eventos da Mostra, um em 2012 e o outro em 2016 por iniciativa e envolvimento direto do autor da tese que aqui se apresenta, reforça-se que em todos os momentos estava sob a autorização do SESC.

Daí foi realizado um processo de seleção dos pesquisadores para aplicação dos inquéritos sob a orientação e acompanhamento do coordenador da investigação, Savio Costa, que esteve durante todos os eventos do início ao fim deles observando a dinâmica dos pesquisadores e dos eventos em gerais. No entanto, isso será mais bem debatido durante a exposição desse capítulo.

Em 2017, notou-se a necessidade de complementar esses dados comparativos da pesquisa quantitativa de 2012 e 2016 com a pesquisa qualitativa também realizada pelo autor da tese como forma de responder as inquietações que ele próprio sentia sobre o objeto de estudo. Reforça-se que estas aconteceram com a contribuição dos Mestres de Cultura nas suas próprias residências por meio de entrevistas semiestruturadas gravadas em áudio para melhor responder as indagações desse estudo.

Sob esse viés o estudo de caso é um tipo de pesquisa que focaliza o fenômeno estudado em um determinado ambiente, escolhido como o *locus* da pesquisa que, acredita-se neste estudo a 'Mostra SESC Cariri de Cultura' se enquadrar melhor. O universo da investigação-ação adentrou a partir dos municípios da região do Cariri, onde se realizou os eventos artísticos, culturais e sociais, por ocasião da 'Mostra SESC do Cariri de Cultura de 2012 até 2016.

Nessa direção, avigorar-se que na abordagem quantitativa sempre foi realizada a pesquisa de campo nos locais e períodos dos eventos da Mostra

SESC Cariri de Culturas. Em 2012 a pesquisa abrangeu 320 (trezentos e vinte) participantes entre atores, atrizes, diretores, técnicos, compositores, músicos, cantores, cineastas, poetas, escritores, artesãos, produtores, dentre outros personagens do universo das artes. Foi pesquisado, com o público: 531 (quinhentas e trinta e uma) entrevistas e com os empresários 352 (trezentas e cinquenta e duas) entrevistas. Esse trabalho de campo foi realizado no período de 08 a 15 de novembro de 2012, e, em 2016, a amostragem foi composta por 418 (quatrocentos e dezoito) artistas e produtores, 390 (trezentos e noventa) empresários e 510 (quinhentas e dez) pessoas do público que assistiu. As comparações estão nos capítulos seguintes que traz uma discussão sobre os dados demonstrados.

De tal modo este estudo considera e realiza um recorte com os artistas e produtores, públicos e empresários que compuseram a programação de 2012 e 2016. Também, na última, foi a 18ª Mostra SESC Cariri de Culturas, nesta excursão foi realizada no período de 18 a 22 de novembro de 2016, tendo como instrumento de recolha de dados, questionário com perguntas abertas e fechadas. Os questionários foram aplicados por abordagem direta junto aos artistas entrevistados (Apêndice A, B e C).

Nessa pesquisa de 2016, por exemplo, foi feito antes da aplicação das entrevistas um plano de amostragem por meio da tabela aleatória do programa SPSS<sup>20</sup> que indica a escolha das unidades amostrais. Este trabalho foi executado pela equipe do IPDC na presença do coordenador da pesquisa e autor desta tese, Sávio Costa. Assim, foram selecionados aleatórios<sup>21</sup> 418 (quatrocentos e dezoito) registros de artistas e produtores envolvidos nas apresentações do total de 2374 (dois mil e trezentos e setenta e quatro) artistas e produtores participantes dessa edição. Foram selecionados aleatórios 390

---

<sup>20</sup> Statal package for the social sciences – pacote estatístico para as ciências sociais que o IPDC utiliza em suas análises estatísticas.

<sup>21</sup> Amostra aleatória simples é um método muito utilizado que promove a cada membro da população tenha a mesma chance de ser ou não selecionada.

(trezentos e noventa) empresários locais de uma população estimada de 12653 (doze mil e sessenta, cinquenta e três). Foram selecionados aleatórios 510 (quinhentos e dez) registros distribuídos na região do Cariri de um público estimado 380248 (trinta e oito mil, duzentas e quarenta e oito) pessoas. A população foi dividida em domínios, definidos como as combinações dos municípios e agrupamentos dos participantes por sexo com o objetivo de serem obtidos dados específicos da pesquisa para cada um destes subconjuntos. A área de abrangência ficou restrita à região do Cariri. Já as variáveis sociodemográficas foram definidas por sexo, idade, estado civil e escolaridade/grau.

Os desenhos amostrais e o cálculo do tamanho das amostras da investigação correspondem a uma amostra estratificada sendo que, para cada domínio, foi retirada uma amostra aleatória simples. Os domínios da população alvo da pesquisa foram subdivididos em conjuntos menores denominados domínios, com o objetivo de divulgar as informações da pesquisa para cada um destes, além de divulgar para o total do universo Cariri.

Devido ao grande número de domínios investigados procurou-se diminuir o tamanho da amostra através do uso de amostra aleatória estratificada por sexo dos artistas (masculino e feminino). De acordo com esta divisão, estes estratos apresentam grande variabilidade externa e pequena variabilidade interna, que resultam em estimadores com maior precisão.

No que concerne ao cálculo do tamanho mínimo da amostra, fez-se opção pela técnica de amostragem estratificada denominada **Partilha Ótima de Neyman**, que é proporcional ao tamanho e à variabilidade do estrato. Para tanto, adotou-se como variável de estratificação o sexo dos interlocutores, permitindo, dessa forma, transformar uma população heterogênea em homogênea, diminuindo a dispersão entre elas.

De modo que para o cálculo do tamanho da amostra dos artistas e produtores para cada domínio, utilizou-se o critério do erro absoluto máximo, que estabelece um nível máximo de erro  $d$ . Para fixar a precisão  $d$  do tamanho da amostra, admitiu-se que 95% das estimativas poderiam diferir do valor populacional  $p$ , por, no máximo, 5,0%, isto é, o valor absoluto  $d$  assumiria valor igual a 0,05 sob o nível de confiança de 95%, para uma população constituída

de 2374 (dois mil e trezentas, setenta e quatro) pessoas. Assim, com uma amostra  $n$  de, no mínimo, 418 (quatrocentos e dezoito) respondentes, esperou-se que 95% dos intervalos de confiança estimados, com semi-amplitude igual a 0,05, contivessem as verdadeiras frequências.

Para o cálculo do tamanho da amostra para o público que assistiu, utilizou-se o critério do erro absoluto máximo, que estabelece um nível máximo de erro  $d$ . Para fixar a precisão  $d$  do tamanho da amostra, admitiu-se que 95% das estimativas poderiam diferir do valor populacional  $p$ , por, no máximo, 4%, isto é, o valor absoluto  $d$  assumiria valor igual a 0,04 sob o nível de confiança de 95%, para uma população constituída de 383480 (trinta e oito mil, quatrocentos e oitenta) pessoas. Assim, com uma amostra  $n$  de, no mínimo, 510 (cinquenta e dez) respondentes, esperou-se que 95% dos intervalos de confiança estimados, com semi-amplitude igual a 0,04 contivessem as verdadeiras frequências.

No caso dos empresários locais, o cálculo do tamanho da amostra para cada domínio, utilizou-se o critério do erro absoluto máximo, que estabelece um nível máximo de erro  $d$ . Para fixar a precisão  $d$  do tamanho da amostra, admitiu-se que 95% das estimativas poderiam diferir do valor populacional  $p$ , por, no máximo, 4,89%, isto é, o valor absoluto  $d$  assumiria valor igual a 0,0489 sob o nível de confiança de 95%, para uma população constituída por 12653 (doze mil, sessenta e cinquenta e três) empresários. Assim, com uma amostra  $n$  de, no mínimo, 390 (trezentos e noventa) respondentes, esperou-se que 95% dos intervalos de confiança estimados, com semi-amplitude igual a 0,0489, contivessem as verdadeiras frequências.

Dos artistas, do público e dos empresários locais, a expansão da amostra para cada estrato foi feita levando-se em consideração apenas a taxa de respostas válidas. Em outras palavras, decidiu-se que o fator de expansão não seria corrigido pela **taxa de não-resposta** encontrada em qualquer estrato.

Por último, foi realizada a pesquisa qualitativa com os Mestres da Cultura com o intuito de aprofundar e contribuir por meio da percepção de cada interlocutor a melhor compreensão dos dados da pesquisa quantitativa na busca de validar, ou não, as hipóteses que se podem ser encontradas na introdução desse estudo e acatar com rigor científico aos objetivos. O período

de realização das entrevistas com os referidos Mestres decorreu entre 30 de junho e 01 de julho de 2017 tendo como instrumento de recolha de dados, um roteiro de entrevista semiestruturada. Assim, realizou-se roteiro de entrevista com os Mestres da Cultura participantes da Mostra SESC Cariri de Cultura, sobretudo, nos eventos em 2012 e 2016 ou os que estão desde o surgimento da Mostra SESC Cariri de Cultura sob a intervenção direta do investigador (Apêndice E).

De modo que se utilizou o estudo de caso por meio dessas entrevistas com alguns representantes Mestres de Cultura Popular da região Cariri para complementar os dados numa percepção qualitativa. O cerne deste trabalho de campo era compreender a percepção dos Mestres sobre o facto do intercâmbio cultural propiciado pela Mostra SESC Cariri de Cultura e contribuir para o desenvolvimento das condições socioeconômicas do turismo local, da cultura e do território.

A escolha dos interlocutores do estudo qualitativo levantou seis Mestres de Cultura considerando, primeiro, a relevância popular e o pioneirismo histórico dos mesmos, tal como a antiguidade deles, sendo visto por seguimento de atividade que desenvolvem na comunidade local. Observaram-se, além disso, os mais atuantes no SESC e na comunidade em que está inserida. Considerou-se a lucidez para responder de forma conscienciosa às perguntas contidas no roteiro de entrevistas. Seguiu-se o aceite dos interlocutores representantes dos Mestres de Cultura como voluntário para participar e a assinatura do termo de consentimento livre e esclarecido (Apêndice D) contribuindo com liberdade de escolha para esse estudo. Realçou-se que as entrevistas foram gravadas em áudio com a permissão dos participantes para garantir a fidelidade dos discursos.

#### 1.4 - Processos e estratégias de recolha de dados

No presente estudo, ressalta-se que foram em primeiro lugar consultadas obras de autores pertinentes a este tema, dentre os quais os mais relevantes foram Rodrigues (2012; 1999), Carneiro (2011), Lima (2010), Tomazzoni (2009), Avraham e Ketter (2008), Cooper (2001), Dias (2006), Richards e Wilson (2006), Oliveira (2006), Fernandes (2005), Albagli e Maciel, (2003), Bulick, Coletta, Jackson, Taylor e Wolf (2003), Clemente e Higachi (2002), Sen (2000), Gomes (1999), Kotlere Armstrong (1993), entre outros.

Em seguida, realizaram as investigações de campo recorrendo à observação direta intensiva e de forma participante, tanto na pesquisa quantitativa quanto na qualitativa. O contato para a coleta de materiais exigiu do investigador de ambas as áreas a inserção no local de pesquisa que necessitou de critérios cuidadosos a fim de retratar a realidade da maneira mais precisa possível. Dessa forma, delineou-se a necessidade de uma investigação-ação, visando uma intervenção planejada em uma realidade definida. Vale lembrar de que Thiollent (1997, p.14) define a investigação-ação como:

Um tipo de pesquisa social com base empírica que é concebida e realizada em estreita associação com uma ação ou com a resolução de um problema coletivo e no qual os pesquisadores e os participantes representativos da situação ou do problema estão envolvidos de modo cooperativo ou participativo.

Nessa direção, utilizou-se a luz do embasamento teórico da observação como um instrumento de recolha de dados com o intuito de se obter informações sobre determinados aspetos da realidade da região cearense denominada Cariri. Desta forma, o investigador buscou “identificar e obter provas a respeito de objetivos sobre os quais os indivíduos não têm consciência, mas que orientam seu comportamento” (Lakatos & Marconi, 1996, p.79). Acreditou-se que a observação leva o investigador a um contato mais direto com a realidade, de forma sistemática, porque ela facilita recolher e registrar os fatos da realidade sem a utilização de meios técnicos especiais e,

mais, por ser a observação um dos instrumentos indicado para os estudos exploratórios e, por isso, indicado para o campo a ser investigado. .

Nessa perspectiva, realizando a pesquisa quantitativa, nela se empregou vários roteiros de entrevistas semiestruturadas (Apêndice A, B e C), pelas quais foram conhecidas as opiniões dos artistas participantes, produtores que trabalham no evento, empresários locais da região, público que assiste aos espetáculos e turistas, em particular, no período de realização da 'Mostra SESC Cariri de Cultura'.

Dando continuidade a essa perspectiva, a recolha de dados na abordagem quantitativa como já mencionado foi orientada pelo coordenador e investigador Savio Costa e pelo supervisor do IPDC com o propósito de atender direto as questões ligadas à tese dando origem a esse levantamento.

Dai destacar-se que em 2012 os inquéritos realizados por essa equipe tinham como principal objetivo, “incentivar o desenvolvimento sócio-econômico e cultural da população local, no sentido de resgatar sua tradição e descobrir novos valores para o teatro, literatura, música popular, cinema e vídeo e cultura popular” (Sesc, 2012, p.2). Em 2016 optou-se para detalhar o objetivo do estudo por estratificação como já explicado nesse capítulo. Nessa direção, o objetivo por grupo de domínio tem-se com os empresários e os comerciantes locais de

[...] analisar a importância da Mostra Sesc Cariri de Culturas quanto ao impacto desse evento sobre a imagem da Região e a economia local, particularmente nos ramos de comércio/vendas, serviços e turismo, considerando as opiniões dos informantes acessados neste segmento amostral da pesquisa (Sesc, 2016, p.8).

Com os artistas locais e com o público, ambos tiveram como objetivo de “analisar a qualidade dessa ação cultural, tal como percebida pelos informantes acessados neste segmento amostral da pesquisa” (Sesc, 2016, p.8). Isso se deve pelo motivo da preocupação por parte do coordenador da pesquisa e autor deste estudo de conectar com a tese e de primar pela qualidade e excelência na recolha de informações porque se sabe que o IPDC é uma entidade ligada ao Sistema Fecomércio, responsável por auferir pesquisas em gerais que envolvem este sistema sindical.

Deste modo com o aval e autorização do SESC, o coordenador da

pesquisa e autor desta tese junto ao supervisor do IPDC, realizou todo o processo de seleção dos pesquisadores para esse fim, como também para capacitá-los e informá-los dos objetivos, procedimentos e cuidados éticos nessa atuação para a equipa de entrevistadores em 2012 que se repetiu esse mesmo processo e apoio do SESC em 2016. Nesse processo foram priorizados os que estavam em procedimento de formação universitária para compor a referida equipa acima citada e para recolher os dados consoantes aos interesses dos objetivos deste estudo.

Evidência como explica Cardoso (2013) que é mais vantajoso, às vezes o investigador coordenar um grupo, invés dele próprio ir ao campo. Para esta autora, muito embora “tenha vantagens, a presença do entrevistador pode influenciar as respostas, ocupa mais tempo e leva a um menor número de registos” (Cardoso, 2013, p.32). Acredita-se, por conseguinte, que seja melhor preparar outros profissionais ligados à área nesse caso de investigação “quem desempenha funções diárias nestas áreas, é que poderá fornecer informações viáveis” (Cardoso, 2013, p.32).

À luz de Cardoso (2013) e se somar os participantes da pesquisa de 2012 com os de 2016 foram 2521 (dois mil e quinhentas e vinte uma) entrevistas realizadas no decorrer da Mostra SESC Cariri de Culturas que acontecia com quase 24h interruptas no período de cinco dias superintensos. Deste modo, percebe-se com isso que está autora está correta em suas orientações teóricas sobre este ponto de vista porque só foi possível à concretude desses dados na hora da Mostra com a contratação da equipe de entrevistadores (cerca de 30 ) que foram divididos em três períodos de 8h para cada turno garantindo a cobertura de todo o evento e, é claro que bem preparados pelo autor dessa tese em conjunto com o IPDC focado nos objetivos desse estudo. Por isso que o coordenador optou pela orientação desse autor, contudo, teve o cuidado de acompanhar todo o processo de perto. Inclusive, além de selecionar, capacitar e orientar a equipa entrevistadora dito nesse capítulo, ele esteve presente nos locais dos eventos em todos os períodos de ocorrência da Mostra como autor da investigação e observador direto. Ou melhor, reforça-se que Sávio Costa chegava uma semana antes e só saía uma semana depois do termino da Mostra para o controlo de todos os

detalhes desse processo que este estudo exigiu.

Repetiu-se igual primor na investigação qualidade e a excelência na recolha de informações referente ao processo de seleção do entrevistador e a sua capacitação que da mesma forma foi priorizado o que tinha formação universitária para realizar as entrevistas de campo qualitativo. Portanto, este entrevistador selecionado realizou os questionários semiestruturados (Apêndice E) com os Mestres de Cultura Popular da região do Cariri, as quais foram gravadas em áudio como já mencionadas e transcritas em mão e em seguida digitalizadas com o cuidado de conferir cada frase respeitando as interjeições e interrupções dos interlocutores.

Ressalta-se que a entrevista é definida por Haguette (1997, p.86) como um “processo de interação social entre duas pessoas na qual uma delas, o entrevistador, tem por objetivo a obtenção de informações por parte do outro, o entrevistado”. A entrevista, como instrumento de recolha de dados sobre um determinado tema científico, é a técnica mais utilizada no processo de trabalho de campo. Por meio dela, os investigadores buscam obter informações, ou seja, recolher dados objetivos e subjetivos.

Os dados recolhidos na investigação foram submetidos à abordagem qualitativa e quantitativa descritos e analisados a partir de uma temática norteada pelas ideias dos autores consultados na fonte bibliográfica. Deste modo uma complementando a outra, mas sempre ao somar observando e acatando a característica e particularidade das mesmas. Nas pesquisas qualitativas, por exemplo, é respeitada a análise temática que busca identificar determinados temas que estejam vinculados a valores de referência e modelos de comportamento presentes no discurso dos sujeitos envolvidos (Minayo,1996).

Deslauriers e Kérisit (2008) apresentam alguns tipos de investigação onde a forma qualitativa é mais bem empregada. Como exemplo, indica-se mais a técnica qualitativa para descrever uma determinada situação social ou fenômenos sociais ou, ainda, para explorar determinadas questões de aprofundar os casos porque o método quantitativo não conseguiria abordar e mensurar essas questões. Visto que a investigação com abordagem qualitativa de natureza exploratória permite:

[...] familiarizar-se com as pessoas e suas preocupações. Ela também pode servir para determinar os impasses e os bloqueios, capazes de entravar um projeto de pesquisa em grande escala. Uma pesquisa descritiva colocará a questão dos mecanismos e dos atores (o “como” e o “por quê” dos fenômenos); por meio da precisão dos detalhes ela fornecerá informações contextuais que poderão servir de base para pesquisas explicativas mais desenvolvidas. Entretanto, ela é, a maior parte do tempo, completa em si mesma e não tem obrigatoriamente necessidade de ser continuada por outros pesquisadores, por meio de outras técnicas Deslauriers e Kérisit (1992, pp. 129-130).

Tanto no estudo do cotidiano quanto do estudo do transitório, o investigador busca localizar no tempo e no espaço as estratégias dos atores que se evidenciam, e igual reúne as perspectivas manifestadas enquanto intenções subjetivas. De modo que os citados autores afirmam não serem suficientes às regularidades do fenômeno que retém a atenção, contudo:

[...] as crises que se estabelecem como indícios reveladores do momento em que a ordem social antiga não existe mais e em que se opera a mudança social. Os fenômenos da marginalidade, da mudança do inédito, da transição não podem ser explicados pela regularidade, há que eles assinalam uma ruptura com as normas dominantes: se eles têm como pano de fundo a estrutura social de onde nascem, é geralmente impossível retirar uma ampla amostragem de caso, em razão da própria natureza da variável que torna impossível um recenseamento da população. Daí a importância de três elementos que surgem constantemente nos estudos qualitativos; o contexto, a história [...] e a mudança social. (Deslauriers & Kérisit, 1992, pp. 129-131).

Finalizando essa etapa da apresentação dos mecanismos e estratégia de recolha de dados utilizada nesse estudo passa-se para os procedimentos de tratamento e análise dos dados. Nessa etapa se mostram as formas de organização dos dados e os passos explorados para a produção de inferências explicativa ou de exposição de como se caminhou para as reflexões e os resultados desse estudo a seguir.

### 1.5 - Tratamento e análise dos dados

A esse respeito de como alimentar e analisar os dados quantitativos reforça-se de que o tratamento estatístico da recolha de dados foi orientado por Savio Costa, e supervisores de campo do Instituto de Pesquisa para o Desenvolvimento do Comércio (IPDC). Ressalta-se o cuidado para validar a qualidade e excelência dos resultados analisados da melhor maneira possível desde a recolha das informações.

Ao obter os dados recolhidos na pesquisa quantitativa, estes foram processados por meio eletrônico em equipamento e programa específico SPSS<sup>22</sup> que o IPDC usa nas suas análises de acompanhamento e direção da equipa da área de estatística. O material recolhido foi checado em 20%. Os dados digitados foram submetidos a uma verificação de consistência de 100%, antes do processamento da pesquisa.

Em seguida, foram, primeiro, todas as questões dos questionários quantitativos organizados por categorias (artistas e produtores, empresários/comerciantes) e públicos (2012 e 2016) para uma análise descritiva de forma organizada consoante a ordem nos questionários. A partir dessas análises foram construídas as tabelas, os quadros e os gráficos. Na segunda parte, foram realizados os cruzamentos de dados observando a sua relevância para atingir os objetivos e para responder aos questionamentos motivadores desse estudo.

Vale ressaltar que o processamento das informações da pesquisa quantitativa foi realizado pelo IPDC a pedido da Direção Administrativa e Financeira do Serviço Social do Comércio no Estado do Ceará que era, nesse período, o próprio autor desta tese, Savio Costa sob o total apoio da entidade em questão. Depois de processadas todas essas informações, o IPDC apresentou este documento na forma de relatório à Direção do SESC/AR Ceará, no qual configuraram todos esses dados do estudo, com uma análise focada nos aspetos quantitativos e igual é contextualizada numa leitura qualitativa do cenário em que se manifestam os resultados da investigação.

---

<sup>22</sup> Statiscal package for the social spiences.

Lembra-se de que esses resultados do levantamento estão disponíveis também em planilha Excel, na qual é possível visualizar cruzamentos específicos, aprofundando-se a leitura dos dados pelas variáveis dos segmentos econômicos incluídos na investigação.

Nesse contexto relativo aos métodos de recolha de dados para auferir resultados qualitativos, é sabido que o estudo de caso consiste na análise dos reais, ou melhor, das situações problemáticas descobertas no campo de investigação. Estes resultados foram organizados na forma qualitativa e guiados a partir dos objetivos desse estudo. Nessa direção, Yin (2001) o define como uma forma de fazer pesquisa social empírica, ao se investigar um fenômeno contemporâneo em seu contexto real, em ênfase, quando as fronteiras entre o fenômeno e o contexto não são definidas de forma clara.

Descrever e caracterizar estudo de caso não é uma tarefa fácil, pois eles são usados de modos diferentes, com abordagens quantitativas e qualitativas, não só na prática educacional, mas também como modalidade de pesquisa, com aplicação em muitos campos do conhecimento, em particular, na Medicina, Psicologia e em outras áreas da saúde, e também nas áreas tecnológicas, humanas e sociais, entre outras.

Aplicando ao estudo, a interpretação dos dados foi feita à luz da literatura pertinente. De acordo com as categorias definidas no estudo e com os documentos comprobatórios dos impactos, dos resultados financeiros e culturais conectados aos objetivos da tese por meio das percepções dos interlocutores sobre a Mostra SESC Cariri de Cultura.

Dentro dessa perspectiva da pesquisa qualitativa não se tem como fim contar opiniões ou pessoas, mas o foco está sim em explorar o conjunto de opiniões e a sua representação no social sobre o objeto de estudo que se investigar. Assim sendo, não é necessário abranger todas as opiniões e expressões dos interlocutores - o importante é “a dimensão sociocultural das opiniões e representações de um grupo que as mesmas características costumam ter muitos pontos em comum ao mesmo tempo em que apresentam singularidades próprias da biografia de cada interlocutor” (Deslandes, 2012, p. 79).

Enfim, os dados recolhidos quantitativos podem ser sintetizados os que forem analisados pela estatística descritiva analítica e exibidos em forma de tabelas e gráficos. Já os dados qualitativos referentes à pesquisa social do estudo de caso, a luz de Deslandes (2012), foram analisados por meio das opiniões e expressões dos interlocutores. Entretanto, ambos (quantitativo e qualitativo) foram sempre guiados e relacionados aos objetivos, as indagações e as hipóteses deste estudo em que se enfatizam esses guias na introdução dessa tese.

## CAPÍTULO SEGUNDO

### 2 – TURISMO, CULTURA E EVENTOS: reflexão crítica na perspectiva do desenvolvimento

Este capítulo tem por objetivo revisar as leituras sobre o modo como os eventos, gerais e específicos, de cultura oportunizaram melhoria nas condições socioeconômicas do turismo local e do território. Essa discussão faz uma conexão teórica à indagação realizada na introdução desse estudo: a cultura e o turismo podem promover o desenvolvimento em áreas mais deprimidas e remotas?

Vale ressaltar, antes de iniciar as discussões sobre desenvolvimento regional, a origem da palavra evento vem do latim *eventu*, e denota acontecimento. Para Oliveira (2014) evento reúne pessoas e “que possui um objetivo específico de realização por uma organização. Está presente na sociedade com contextos específicos, seja em área institucional (de organização pública ou privada), área sociocultural ou área promocional” (Oliveira, 2014, p.7).

A esse respeito ainda Oliveira (2014) afirma que os eventos compreendem: “comemorações, festividades, divulgação, capacitação, troca de informações, promoção, integração, educação, entre outras” (Oliveira, 2014, p.7). Os eventos têm o intuito de chamar a atenção da imprensa e do público em geral através da divulgação nos meios de comunicação. Esta autora classifica os eventos “de acordo com o porte, a abrangência, o perfil dos participantes ou período de realização, dentre outras categorias de análise. Inclusive realça que a classificação vai depender da forma que o evento é analisado, pois poderá ter outras classificações” (Oliveira, 2014, p.9), contudo será mais bem discutida sob o olhar de outros autores no contexto sobre evento cultural e turístico.

Complementando o pensamento de Oliveira (2014), a história dos eventos, segundo Oklobdžija (2015), explica que talvez, estes tenham aparecido antes mesmo do surgimento do dinheiro. Todavia, com o surgimento do capitalismo vieram novos produtos e novas relações sociais, bem como um

novo estilo de vida, acendeu o caminho para um desenvolvimento mais versátil e crescente dos eventos. A este propósito, esta autora afirma que:

It was because of the phenomenon of discretionary income, increase in purchasing power and standards of consumers, shifting the focus from fundamental to additional needs, and the birth of completely new consumers' needs which all increased the demand for a specific range of events, which then stimulated the development of various contemporary events. Development of events in the economic sense helped solve the problem of employment and had an impact on economic growth, especially in developed market economies (Oklobdžija, 2015, p.84.).<sup>23</sup>

Oklobdžija (2015) tem relação com as ideias de Quinn (2009) quando esta outra autora se refere ao estudo dos festivais, que são eventos fazendo conexões com o turismo. Inclusive, ambas ressaltam que os eventos são importantes motivadores do turismo em geral. Oklobdžija (2015) expõe que estes eventos influenciam no desenvolvimento de um destino como nos impactos dentro do turismo de destino.

Quinn (2009), corroborando e ampliando essa discussão, afirma que as investigações na área de estudo em turismo, de uma maneira geral é um pouco novo. Dentro dessa perspectiva, Oklobdžija (2015) ressalta que apenas ocorreu em algumas décadas atrás a afirmação do “turismo de eventos” como disciplina tanto na indústria do turismo quanto na comunidade científica.

Esta autora explica que este retardo como disciplina ocorreu pelo fato que este assunto era considerado sem valor social e, por isso, uma ideia desnecessária para época. Apesar de que este assunto já existia há algum tempo como parte de disciplina ligada a antropologia ou a geografia. Ressalta ainda que ao surgir um grande número de produções científicas tendo evento como objeto de estudo esta visão mudou e passou a ser estudada como disciplina a partir dessa percepção. Como também, resultou no

---

<sup>23</sup> Tradução livre do parágrafo: Foi por causa do fenômeno da renda discricionária que houve o aumento do poder de compra e padrões de consumidores, mudança do foco das necessidades fundamentais para necessidades adicionais e o nascimento de novas necessidades dos consumidores, que aumentaram a demanda por uma gama específica de eventos, que depois estimulou o desenvolvimento de vários eventos contemporâneos. O desenvolvimento de eventos no sentido econômico ajudou a resolver o problema do emprego e teve um impacto no crescimento econômico, especialmente nas economias de mercado desenvolvidas.

desenvolvimento rápido como campo profissional do turismo conectado a eventos planejados (Oklobdžija, 2015).

Nessa conexão e, olhando para a atual conjuntura dos eventos no Brasil e, mais específico, no Cariri cearense, surgem outros questionamentos sobre o assunto nesse contexto: como se identifica os impactos de eventos culturais no desenvolvimento da região Cariri cearense, tendo como base iniciativas culturais como o Festival de Jazz e Blues de Guaramiranga<sup>24</sup> no Ceará? Como ocorre a relação de eventos entre cultura, turismo e desenvolvimento? Que conceito de turismo se sugere para melhor compreender a importância dos eventos culturais no desenvolvimento de uma região? Que ideia de Espaço, Território e Turismo pode melhor representar numa perspectiva geral e singular de uma região? Por que a cultura e o território utilizam o *marketing* como promoção de lugares? Afinal o que é um evento cultural e turístico? Por que conhecer os eventos culturais como o *Rock in Rio*<sup>25</sup> e o Festival de Jazz e Blues de Guaramiranga?

Estas e outras perguntas serão ao longo do texto neste capítulo discutidas a fim de que possa fundamentar a compreensão da importância do evento intercâmbio cultural propiciado pela Mostra SESC Cariri de Cultura no Ceará, à luz de megaevento de abrangência internacional como é o caso do *Rock in Rio*, também, de evento grande de abrangência regional como o Festival de Jazz e Blues de Guaramiranga. Salienta-se, portanto, a relevância teórica desses eventos culturais tanto nesse processo ocorrido no desenvolvimento das condições socioeconômicas do turismo, do *marketing* local e do território destes destinos quanto ainda na compreensão do impacto da Mostra SESC Cariri de Cultura para o desenvolvimento das condições socioeconômicas do turismo local e do território cearense.

---

<sup>24</sup> Guaramiranga é uma cidade serrana localizada no Maciço de Baturité no Estado do Ceará e que está cerca de 105 quilômetros de Fortaleza, sede capital do Ceará.

<sup>25</sup> Festival de música mundialmente conhecido e idealizado em 1985 por Roberto Medina. Já foram feitas várias edições no Brasil, mais especificamente no Rio de Janeiro, como também em outras partes do mundo. Lisboa, Madrid e Nova Iorque já foram agraciadas e a economia e o turismo local destas respectivas cidades movimentada.

Nessa lógica, mesmo se houvesse uma impressão que não se deveria misturar evento como o *Rock in Rio* ou o Festival de Jazz e Blues de Guaramiranga com a Mostra SESC Cariri de Cultura cearense por serem muito diferentes em escala e contexto. Entretanto, estes eventos vão além de ser só uma referência para demonstrar ao seu domínio cultural de cada um deles até porque os três são exemplos de eventos culturais vinculados ao turismo para o desenvolvimento. Nesse sentido, então, por que todos os dedos de uma mão são tão diferentes um do outro e todos em suas diferenças são importantes para a totalidade na dinâmica de uma mão humana? Portanto, as diferenças são tão importantes quanto às semelhanças para entender a dinâmica de um objeto científico no cotidiano dele.

Realça-se com essa lógica prática de que a diversidade que a Mostra desenvolve em si mesma, ou melhor, um pouco dos dois eventos dentro dela. Talvez a grande diferença entre estes eventos fosse à preocupação do Serviço Social do Comércio (SESC) de oferecer em cada Mostra além dos festivais e grandes musicais: o teatro, apresentações culturais, palestras temáticas conectadas ao desenvolvimento local numa linha educacional e preventiva, assim, de conscientização e valorização da cultura e do patrimônio local, isso porque a linha educativa e preventiva é uma marca da entidade promotora desde sua origem.

Percebe-se nas diferenças em suas dimensões já mencionadas dos festivais musicais tanto o *Rock in Rio* que está numa dimensão maior a Mostra – pois este atingiu uma dimensão a nível mundial os seus musicais e a Mostra a dimensão atingiu apenas em nível regional ou mesmo de Brasil e, quanto o Festival de Jazz e Blues referência local, mas numa menor dimensão, porque a Mostra atingiu em nível de Brasil através do SESC e ainda com uma pequena exibição dela em Portugal nos anos de 2011 e 2012. Isso pode ser observado nas programações ofertadas pela Mostra em *sítes* e documentos do SESC/AR Ceará que será mais bem abordado no capítulo 3 e 4.

Verifica-se que ainda nesse sentido de discussão se algum leitor seja este leigo ou Doutor neste assunto se basear ou pensar ou mesmo afirmar que estes eventos como o *Rock in Rio* e o Festival de Jazz e Blues de Guaramiranga são tão equidistantes um do outro da Mostra SESC. Então, na

perspectiva científica isso já evidencia a sua importância nessa discussão porque a existência desse pensamento prova a existência também de sua importância nessa discussão para negá-lo ou afirmá-lo em suas dimensões. Como igual provoca a partir dessas discussões a outros estudos tão quanto necessários, contudo não pretendido aprofundamento aqui devido o foco ser outro.

Compreende-se que esta reflexão é importante para clarear as discussões nos posteriores capítulos 3 e 4 que abordam os impactos da 'Mostra SESC Cariri de Cultura' no desenvolvimento da região Cariri cearense. Essa lógica contribui por igual iluminando o investigador e o leitor no entendimento das análises e das discussões sobre os resultados desse estudo na percepção dos artistas, público, empresários locais e produtores. Daí a importância dessas discussões e de se apreender cada um desses eventos culturais nesse capítulo.

Respostar a esses questionamentos e discutir eventos culturais na perspectiva de desenvolvimento, e ainda fazendo a conexão à preservação do patrimônio local, torna-se imprescindível, sob esse viés, ressaltar a globalização e o surgimento de novas tecnologias de comunicação e de aperfeiçoamento dos meios de transporte que tem motivado a aproximação de diversas áreas do planeta. Isso acaba por gerar grande demanda pela diversidade cultural. Desse modo, amplia-se o turismo, tal como afirma Dias (2006) nesse contexto de globalização.

Destaca-se nesse pensamento de Dias (2006), as autoras, Marujo e Cravidão (2012), que abordam a globalização por duas possibilidades. Assim, apresentam a discussão de que por um lado a globalização pode ser uma ameaça a nivelar os lugares e a sociedade para atender aos turistas, mas por outro lado também pode ser possibilidade de reafirmarem estes lugares como patrimônio. Contribuem ainda, lembrando que "o turismo é um fenômeno multidimensional que envolve o movimento temporário de pessoas para diversos destinos turísticos". Nesse ponto, as autoras explicam que:

Para a geografia, um destino turístico pode ser percebido como uma atracção, como uma unidade geográfica ou como um lugar onde as práticas turísticas acontecem. Hoje, o turismo apropria-se cada vez mais dos territórios e turistifica-os criando novos lugares turísticos

para serem consumidos. Os elementos culturais materiais e imateriais de um país ou região são constantemente mencionados como criadores de lugares turísticos dando, deste modo, origem a novas identidades (Marujo & Cravidão, 2012, p. 286).

Nessa perspectiva de turismo, Dias (2006) afirma que o patrimônio local passou a ser um diferencial para as cidades em suas ações competitivas, em busca de atrair visitantes e investidores mais focais, que contribuirão para a geração de renda e trabalho, multiplicando as atividades produtivas e de serviços, que surgem para atender às necessidades dos turistas.

Dias (2006) apresenta algumas reflexões sobre o patrimônio cultural, destacando o interesse dos indivíduos por identificar e proteger sua cultura e seus bens. Nesse sentido, Buarque (2002) caminha com Dias (2006) na proteção e a valorização do patrimônio como resultado de uma política de desenvolvimento local, em uma perspectiva sustentável.

A esse respeito, ressalta-se a necessidade e importância de gerar conhecimentos sobre a realidade local, permitindo a promoção de um desenvolvimento vinculado às necessidades da comunidade, prática que pode ser realizada por meio da educação.

O desenvolvimento, na concepção de Sen (2000), é diferente do que os economistas têm definido. Para o autor citado, é imprescindível que se exterminem as inúmeras formas de privação que agridem a Humanidade, para que, por um processo que arrebanhe todas as pessoas envolvidas, se restaure a dimensão ética e política das nações. Como ele próprio afirma, o desenvolvimento de uma nação só ocorre em sua plenitude quando as pessoas estão interessadas e quando “aquelas que são mais privadas dos bens e meios essenciais à vida tiverem a oportunidade de participar das tomadas de decisão, fazendo as escolhas e definindo seus destinos de acordo com suas possibilidades e necessidades” (Sen, 2000, p. 47).

É imprescindível, portanto, mudar a visão de desenvolvimento, recorrendo a um modelo que associe ideologias econômicas, sociais e políticas, com a intenção de eliminar as principais fontes de privação da liberdade: pobreza e tirania; carência de oportunidades econômicas e destituição social sistêmica; negligência dos serviços públicos; e intolerância ou interferência excessiva de Estados repressivos (Coriolano, 2006).

Para Sen (2000), o progresso de uma sociedade deve ser avaliado a partir das liberdades substantivas favorecidas aos indivíduos que nela vivem. A avaliação do êxito dessa sociedade difere do modelo de avaliação tradicional, focada, apenas, nas variáveis relacionadas à renda real.

O pensamento de Sen (2000) proporciona uma boa reflexão sobre a necessidade de ampliar as oportunidades sociais e proporciona um significativo crescimento epistemológico, favorecendo a participação em um debate sobre emancipação sociopolítica e autonomia. Uma das principais novidades da reflexão de Sen (2000), de uma maneira bem generalista é: entender a liberdade como *causa* e consequência do desenvolvimento.

Segundo Sen (2000), o desenvolvimento não pode ser analisado, apenas, considerando o crescimento do Produto Interno Bruto (PIB), da renda real e de fatores relacionados, só, ao crescimento econômico. Este autor acredita que deveria ser também considerada a ótica do desenvolvimento como prática de liberdade por isso que:

As razões para adotar uma abordagem múltipla do desenvolvimento tornaram-se mais claras em anos recentes, em parte como resultado das dificuldades enfrentadas e dos êxitos obtidos por diferentes países ao longo das últimas décadas. Essas questões relacionam-se estreitamente à necessidade de equilibrar o papel do governo – e de outras instituições políticas e sociais – com o funcionamento dos mercados (Sen, 2000, p.151).

Destacar-se evento focado no desenvolvimento local ou regional deverá ser conectada com a visão do desenvolvimento de um país que deve ocorrer de forma humanizada, justa e preocupada com o patrimônio do país. Deve ter a preocupação ainda de se estabelecer uma relação entre Estado e sociedade, em aliança com o mercado, devendo este ser percebido de forma abrangente, com todos os seus papéis e efeitos e, não apenas com a atribuição de gerar crescimento econômico. Assim, o crescimento econômico é visualizado pelo aumento da capacidade produtiva da economia (produção de bens e serviços) e definido, em sua base, pelo índice de crescimento anual do Produto Nacional Bruto (PNB), *per capita*.

Por sua vez, o desenvolvimento econômico decorre do aumento do Produto Nacional Bruto *per capita*, gerando melhoria da qualidade de vida da

população e alterações profundas na estrutura econômica. Como se pode ver, o conceito de desenvolvimento é mais qualitativo, pois inclui as alterações da composição do produto e a alocação dos recursos pelos diferentes setores da economia, de forma a melhorar os indicadores de bem-estar econômico e social (pobreza, desemprego, violência, condições de saúde, alimentação, transporte, educação, higiene e moradia). Em suma, pode-se afirmar que desenvolvimento econômico associa o crescimento à distribuição de renda (Coriolano, 2006).

Entendendo que cada lugar busca se sobressair entre os demais, e com a intenção de atrair turistas e empreendedores mais especializados, considera-se que a exposição dos valores culturais, paisagísticos, artísticos e históricos, que constituem o patrimônio paisagístico e cultural de uma localidade, representa um *marketing* que cada comunidade deve aproveitar para atrair turistas e empreendedores, contribuindo, por conseguinte, com o seu crescimento econômico.

Complementando a linha de pensamento de Sen (2000), Fernandes (2005) afirma que a competitividade entre os lugares decorre do desejo de afirmação política de cada localidade, que depende da forma como procura atrair o interesse de visitantes e de agentes produtivos capazes de contribuir com o desenvolvimento local. Isso exige a adoção de técnicas e estratégias de *marketing* territorial inovadoras, que se institui como um processo estrutural elaborado no coletivo e desenvolvido em etapas diversas.

Nessa perspectiva, para haver um diagnóstico rigoroso dos lugares, exige seu conhecimento em relação aos atores, às suas potencialidades, e à sua história, mostrando, de forma proativa, os caminhos a serem trilhados no futuro. Para isso, devem ser aproveitadas as peculiaridades e características do lugar como posição geográfica, clima ameno, excelência da rede de serviços e de apoio às populações e às empresas e a paisagem atraente. Isso não requer, apenas, a construção e divulgação de um logótipo, de uma marca e a criação de uma associação desse lugar. Mais que isso, é necessário o *marketing* territorial que requer um trabalho holístico de fundo, que será desenvolvido em longo prazo, o que exige um planejamento estratégico (Kotler & Armstrong, 1993; Avraham & Ketter, 2008).

A organização territorial requer uma efetiva gestão dos recursos econômicas e humanos de forma a criar uma imagem chamativa, capaz de transformar o local em um ponto turístico. Logo, a expansão do turismo moderno está ligada, de forma indubitável, ao progresso econômico, à concentração urbana, às facilidades de circulação e ao desenvolvimento dos transportes, dando um posicionamento novo ao fenômeno, que passou a ser objeto de atenção dos governos, diante de sua importância socioeconômica.

O patrimônio cultural é, portanto, um recurso capaz de implementar o turismo e mostrar as diferentes possibilidades de sua utilização pelos municípios. Dias (2006) refere que a divulgação do turismo, por meio da mídia e dos canais de comunicação, colabora com o crescimento da motivação das pessoas por viagens, em busca de conhecer novas culturas, novas paisagens ou, só para usufruir o descanso distante do seu local de moradia e de trabalho.

Essa motivação crescente vem tornando o patrimônio cultural um elemento promocional valioso para os municípios no sentido de fazer crescer o mercado turístico. Nesse sentido, as manifestações materiais, monumentos, esculturas, palácios, habitações e tantos outros bens, constituem o patrimônio material de uma localidade em conjunto com as mais diversas formas de manifestações imateriais, como festas, folclore, danças, folguedos, manifestações religiosas, música, entre outras definidas como o patrimônio cultural.

Esse patrimônio constitui um diferencial para as cidades que, de forma competitiva entre si, procuram atrair visitantes, cuja demanda contribuirá para a multiplicação das atividades produtivas e dos serviços, fazendo crescer a renda e o trabalho local. Deste modo, cada lugar, por suas singularidades e peculiaridades culturais motivará o deslocamento das pessoas, desejosas por conhecer outros locais e outras manifestações culturais características de cada região.

O planejamento turístico tem a finalidade de estabelecer metas que norteiem o conhecimento da necessidade de um trabalho interdisciplinar que integre os diversos conhecimentos históricos, geográficos, sociológicos e outros, de forma a reunir seus conteúdos em um único espaço, contribuindo com a visualização do turismo como um fenômeno integrado e dinâmico.

Nessa perspectiva, o turismo como um setor novo das políticas públicas, integrador das diversas políticas desenvolvidas pelos governos em todos os níveis, por seu caráter multidisciplinar, precisa valorizar o facto turístico, como indutor do desenvolvimento. Isto é entendido como a busca de melhoria das condições de vida das populações humanas mediante a diminuição da desigualdade social, política e econômica. Isso conecta e evidencia a possibilidade da cultura e o turismo poderem promover o desenvolvimento em áreas até mais deprimidas e remotas por isso que no próximo item será trabalhado o processo desta discussão.

## 2.1 - A relação entre cultura, patrimônio, turismo, evento e desenvolvimento.

No contexto relativo à cultura e ao turismo conectado ao desenvolvimento desperta a questão de como isso se ocorre? Meio repostando essa questão, observa-se que na prática cada vez mais o turismo está presente na vida das pessoas (Marujo, 2015). Nessa direção os eventos, sobretudo, os culturais se tornam para as suas localidades instrumentos probatórios de promoção da imagem vinculados à cultura, ao turismo e ao desenvolvimento destas.

Partindo dessa lógica apercebe-se a cultura como “manifestações espontâneas de um determinado grupo social que, uma vez incorporadas ao seu ‘modus vivendi’, o caracteriza e o distingue dos demais” (Muylaert, 1995, p.17 e 18). Portanto, o turismo diante dessas diferenças provenientes de cada respectiva cultural poderá levar ao desenvolvimento desse local. Cultura ainda conectada a essa lógica se referêcia:

[...] às atividades nos campos da arte, da literatura, da música, do teatro, da dança ou qualquer outra que expresse uma forma de organização social, não só como manifestação original e de característica exclusiva de um determinado povo, mas também de outros, num intercâmbio permanente de experiências e realizações, isto é, o conceito primitivo de cultura, regional e caracterizante, passa a ter um sentido universal e pleno, pressuposto que leva a considerar um povo culturalmente avançado aquele que tem acesso ao conhecimento e a informação (Muylaert, 1995, p.17 e 18).

Compreendendo a partir dessas definições de cultura, pode-se entendê-

la melhor e perceber como ela é um importante método de crescimento intelectual de um povo. As manifestações culturais divertem, encantam, informam e servem também como um meio de ligação e comunicação com a sociedade. Nesse aspecto, Neto (2002) soma a discussão sobre o processo de desenvolvimento e enobrecimento das faculdades humanas, um processo facilitado pela assimilação de trabalhos acadêmicos e artísticos ligado ao caráter progressista da era moderna.

Abordam-se, com isso, do mesmo modo os efeitos do turismo no âmbito cultural em todos os seus aspectos, tanto positivos quanto negativos, uma vez que a atividade turística apresenta fatores positivos e negativos, visto que, nem sempre é bem planejada e monitorada. A abordagem da cultura turística aqui apresentada mostra que assumir o turismo como principal atividade para o desenvolvimento exige mudanças de hábitos, de costumes e, sobretudo, de valores, sendo necessário ressaltar a importância da hospitalidade.

Dias (2006) pondera o turismo como uma atividade de natureza fundamental a cultural, movida por interações contínuas entre comunidades diferentes que ocupam espaços distintos construídos no social, e que, por apresentarem sensíveis discrepâncias em relação ao seu patrimônio material e cultural, tornam-se atrativas aos turistas e motivadoras do seu desejo de conhecer.

Nessa abordagem, Ricco (2012) afirma que o turismo cultural, apreendido como base atrativa de aspectos da cultura humana, proporciona “a possibilidade de maior conhecimento e comunicação entre diferentes povos. Esse contacto, quando tem por base o respeito à alteridade, tende a enriquecer culturalmente tanto os turistas quanto a comunidade receptora” (Ricco, 2012, p. 172).

O turista, nesse sentido, é toda pessoa que viaja para conhecer novos locais, para descansar, para espairar em um ambiente diferente daquele onde tem sua moradia. Consoante Dias (2006) o turismo é importante para a cultura e isso se percebe desde o início do século. Para ele ocorreu:

[...] pelo aumento da consciência de que a diversidade cultural é o ingrediente principal para o desenvolvimento desse setor, desenvolvimento que se tem mostrado extraordinário, a ponto de, em

muitas regiões, o turismo tornar-se a principal atividade econômica, responsável pela geração de emprego e de renda (Dias, 2006, p. 1).

Para o autor citado, a atividade turística tem natureza fundamental na cultural, pois resulta de permanentes interações entre comunidades diferentes que ocupam espaços distintos, construídos no social. Esses lugares apresentam entre si uma grande discrepância em relação à paisagem, ao clima, às obras construídas e à cultura, entre outros fatores que os tornam atraentes às pessoas que se sentem motivadas a visitá-los para conhecê-los ou através de eventos culturais ou pelo turismo. Portanto, o turista é uma pessoa que se sente atraído por novas paisagens e culturas e que viaja para conhecer novos locais, para descansar, para espairecer em um ambiente diferente daquele onde tem sua moradia.

Dias (2006) relaciona cultura e turismo, mostrando a importância da indústria do turismo no mundo atual e oferecendo alguns conceitos básicos sobre o turismo, cultura e de bens culturais, as interações e os impactos socioculturais do turismo e a cultura turística. Destaca-se a importância da cultura para o desenvolvimento do mercado turístico.

O pensamento trazido por Dias (2006) sobre impactos socioculturais tem relação com a preocupação de Batista (2008) quando esta autora estudando o turismo de eventos no desenvolvimento sustentado do destino João Pessoa no nordeste do Brasil apontou para a importância de se produzir eventos dentro desse processo instrumentos de decisão que evitem impactos negativos de ordem ambiental, econômica e social; como também, a saturação do destino que poderá ocorrer a partir do turismo de eventos no processo de desenvolvimento do local do turismo de evento.

A esse respeito, é imprescindível o entendimento e a definição de patrimônio cultural, analisando sua evolução histórica, sua construção social, sua escolha, seus usos sociais e adequação ao território local. Vale salientar que para Ribeiro, Costa e Tavares, (2012, p.291) o conceito de território está ligado à ideia “de controle, domínio e apropriação (políticos e/ou simbólicos) do espaço” está vinculada a preocupação de impacto abordada tanto por Dias (2006) quanto por Batista (2008) e Calle e Courreau (2012, p.142) quando

estes destacam que:

Los nuevos elementos paisajísticos que aparecieron en las comunidades locales: tiendas de suvenires, almacenes, museos, etc. desaparecieron de lugar o se convirtieron en elementos perturbadores dentro de la historia del lugar. Las huellas de memoria que daban sentido a estos lugares terminaron derivando en un mero espacio de producción, un espacio que cobra sentido sólo en relación con la explotación económica que allí se produjo. En este sentido, estos territorios se ven avocados a re-interpretar su vocación y su memoria. Una memoria que se construye entre el tránsito del modelo de desarrollo dominado por los grandes centros urbanos y las posibilidades de desarrollo local que deja el turismo cultural.<sup>26</sup>

Calle e Courreau (2012) trazem o aspecto perturbador do espaço de produção redesenhando as vocações e memórias dos territórios para o desenvolvimento local a partir do turismo cultural. Este pensamento compactua com Machado e Souza (2012) porque estes autores abordam o conceito de desenvolvimento e o crescimento com uma crítica na concepção tradicional de desenvolvimento de modo que para ele:

[...] o conceito de desenvolvimento (development) e o de crescimento (growth) apresenta uma crítica à concepção tradicional de “development” como aumento quantitativo, linear, tendencialmente ilimitado e que, se utiliza de parâmetros quantitativos para determinar o grau de avanço de uma sociedade. Assim, o desenvolvimento da sociedade local reforça a estrutura da identidade e o sistema político que o torna possível, o qual, por sua vez, reforça também a identidade da sociedade local (Machado & Souza, 2012, p.216).

Sobrinho (2012) ainda nessa perspectiva perturbadora dos autores acima, afirma que o “entendimento do conceito de turismo, aparentemente simples, esconde na verdade uma diversidade de formas em que o mesmo se materializa no espaço” (Sobrinho, 2012, p.271)

Enquanto, Dias (2006) o turismo cultural é um instrumento de

---

<sup>26</sup> Os novos elementos de paisagem que surgiram nas comunidades locais: lojas de lembranças, armazéns, museus, etc. desapareceu ou se tornou elementos perturbadores dentro da história do lugar. Os traços de memória que deram sentido a esses lugares acabaram em um mero espaço de produção, um espaço que faz sentido só em relação à exploração econômica que ocorreu ali. Nesse sentido, esses territórios são forçados a reinterpretar sua vocação e sua memória. Uma memória construída entre o trânsito do modelo de desenvolvimento dominado pelos grandes centros urbanos e as possibilidades de desenvolvimento local deixadas pelo turismo cultural.

recuperação e de revitalização dos municípios, pois fortalece os laços afetivos entre a comunidade residente e o território. O turismo cultural assume uma dimensão educativa, que amplia e consolida os conhecimentos em evolução construídos por um processo complexo, que tem seu ponto culminante no contato direto do indivíduo com o seu interesse particular, seja ele um sítio arqueológico, um museu, um monumento histórico, uma etnia, uma dança, um tipo de artesanato e outros. Realça-se que, o turismo cultural, como é conhecido, recorre, não só, à oferta de espetáculos ou eventos culturais, mas, sobretudo, aos cuidados referentes à preservação do patrimônio cultural representado por museus, monumentos e locais históricos.

Destaca-se, com isso, a grande importância de eventos conectados ao turismo para a manutenção e sobrevivência das culturas de algumas localidades que buscam a indústria do turismo conectada a eventos como uma excelente fonte de renda. Com esse entendimento, é preciso que se elimine a concepção errônea que tem sido apropriada por algumas comunidades, de que o turismo é responsável por muitos dos problemas por elas vivenciados, como a banalização de manifestações culturais ou alteração de costumes e valores.

De modo que nem o empreendimento turístico e nem os eventos culturais não devem enveredar por um caminho, pautado em perspectivas econômicas planejadas pelas administrações públicas, privadas ou até mesmo pelos visitantes, sem que sejam levados em conta os interesses das comunidades locais, isto porque se corre o risco de submeter à população residente, apenas, aos interesses dos que têm, no turismo, uma forma de produção e reprodução espacial, em moldes capitalistas.

Conforme Tomazzoni (2009, p. 17), “[...] as vantagens do turismo como atividade econômica são enfatizadas como estratégias para a propulsão do desenvolvimento, pois é uma das mais amplas e diversificadas cadeias produtivas globais”. Não obstante, Cruz (1996) complementando Tomazzoni (2009) afirma que as ‘vantagens’ econômicas e imediatas decorrentes do turismo também podem trazer consequências socioambientais desfavoráveis, dando um impacto negativo em relação aos recursos naturais e as populações das comunidades locais.

Existem sérios conflitos entre a questão ambiental e a atividade turística

(Costa Lima, 2000). Esses conflitos se agravaram, sobretudo, a partir da década de 1990 com o aumento do número de turistas. Os impactos gerados pelo aumento da demanda turística podem ser observados no aumento da quantidade de lixo e esgoto, assoreamento de áreas de manguezal, erosão, descaracterização da paisagem natural em função da infraestrutura requerida pelo turismo, sobrecarga aos frágeis ecossistemas presentes nas ilhas, pisoteio de corais e alteração na dinâmica populacional de algumas espécies (golfinhos, tartarugas e aves marinhas).

Diante dessa possibilidade de ocorrências negativas geradas ou por eventos culturais conectados ao turismo ou mesmo só a atividade turística, seus promotores devem assumir cuidados para minimizar esses impactos. Isso pode ser feito por intermédio de informações passadas ao turista, sobre as condições socioculturais e ambientais que serão encontradas no lugar.

Na verdade, isso tem ocorrido porque as localidades estão inseridas em contextos sociais que favorecem mudanças socioculturais, que afetam todas as sociedades no processo de globalização, as quais são, apenas, antecipadas pelos eventos culturais ligados ao turismo e/ou só pela atividade turística e jamais criadas por ela. Numa sociedade como a brasileira, marcada com profundidade pelo fluxo intenso de informações que, pouco a pouco, vão descartando muitas das experiências vivenciadas e, em particular, a história registra inúmeros valores construídos, portanto é imprescindível que os responsáveis pelos eventos e/ou pelo turismo tome a si a tarefa de recuperar e preservar o patrimônio cultural local.

Para Dias (2006), a preservação do patrimônio cultural é a essência do turismo cultural, a grande motivação para o deslocamento dos turistas, configurando-se como um capital cultural valioso para as comunidades, pois representa um produto turístico que, se bem administrado, pode perdurar de maneira indefinida. No caso particular do Brasil, o aumento da procura pelo patrimônio cultural também se deve à necessidade crescente de afirmação da identidade do povo brasileiro perante o fenômeno da globalização.

Essa é uma dimensão econômica do patrimônio cultural como recurso turístico, da relação entre lugares e turismo cultural, da particularidade da cidade histórica como recurso turístico, do desenvolvimento turístico municipal

e da importância dos museus no âmbito local. Nessa perspectiva, Dias (2006) ressalta algumas vantagens da utilização do planejamento como instrumento voltado à organização das ações turísticas, numa perspectiva multidisciplinar.

O estudo do planejamento turístico prescinde de um trabalho interdisciplinar, numa interação das diversas disciplinas curriculares, utilizando seu conteúdo em um único espaço que ajuda a visualizar o turismo como um fenômeno integrado e dinâmico. Logo este conhecimento ligado aos eventos culturais turísticos poderá produzir ações de desenvolvimento mais responsáveis ao patrimônio local e/ou regional (Tomazzoni, 2009; Dias, 2006).

O turismo é uma nova área das políticas públicas, pelo qual se tem procurado integrar as diversas políticas desenvolvidas pelos governos em todos os níveis, diante do seu caráter multidisciplinar. Nesse sentido, o facto turístico é um indutor do desenvolvimento, aqui entendido como a busca de melhoria das condições de vida das populações humanas mediante a diminuição da desigualdade social, política e econômica (Sen, 2000).

A relação entre patrimônio cultural e desenvolvimento local torna-se, cada vez mais, relevante a partir do papel dinâmico desempenhado pelos eventos culturais turísticos e pelo próprio turismo em geral, como recurso que fortalece a inclusão social e as políticas voltadas à ampliação do patrimônio cultural. Nessa perspectiva de patrimônio da sociedade consolida seu conceito como bem imaterial que permite o melhor entendimento e valorização dos cidadãos e da sua própria história (Tomazzoni, 2009; Dias, 2006; Cruz, 1996).

O patrimônio é resultado de uma relação dialética entre o homem e seu meio, entre a comunidade e seu território. Ele não é, apenas, constituído pelos objetos do passado reconhecidos como oficiais, mas também por tudo o que liga o homem ao seu passado, ou seja, tudo o que os seres humanos atribuem ao legado material e imaterial de sua nação (Tomazzoni, 2009; Dias, 2006).

Um dos aspectos mais importantes da relação entre os turistas e a comunidade local é o fortalecimento da identidade do grupo social, pois, é no contato com o outro que se explicitam as diferenças, tornando-se mais fácil identificar quem são os diferentes e os semelhantes (Dias, 2006; Cruz, 1996).

O fortalecimento da identidade cultural permeia a construção de uma nação e o patrimônio cultural se reconhece como a memória e o modo de vida

da sociedade, compreendendo tanto elementos materiais como imateriais. Constitui-se como patrimônio cultural, o conjunto dos elementos para os quais se reconhecem valores que identificam e perpetuam a memória e referências do modo de vida e identidade social (Dias, 2006).

Para Dias (2006) compreende-se o patrimônio como uma construção social e cultural, porque é idealizada a realidade concreta da comunidade. Trata-se de um processo simbólico de legitimação social e cultural de determinados objetos que conferem a um grupo um sentimento coletivo de identidade, fazendo com que toda construção patrimonial, torne-se uma representação simbólica de certa identidade. Nesse sentido, os símbolos tornam-se veículos privilegiados de transmissão cultural, mantendo por meio dos seres humanos, vínculos com um passado idealizado a partir das necessidades do presente.

A referência ao patrimônio exige o conhecimento das ações voltadas à sua proteção. Uma política de preservação só se mostra completa e coerente quando, além de contemplar medidas referentes à memória de um povo, baseia-se mais em uma concepção ampla que integra as questões socioeconômicas, técnicas, artísticas e ambientais, articulando-as com as questões de qualidade de vida, meio ambiente e cidadania (Batista, 2008; Dias, 2006).

Além disso, é preciso que se considere a dinâmica da História em sua característica de agregar o trabalho humano a uma base material, a necessidade de desenvolvimento humano e a importância da contribuição de cada geração, dentro de um conceito de desenvolvimento sustentado e respeito a todas as gerações (Dias, 2006). Nessa necessidade, Coriolano (2012) colabora com Dias (2006) e apresenta a discussão do conceito de desenvolvimento sustentável com referência “à capacidade de satisfazer as necessidades atuais sem por em perigo a capacidade das gerações futuras para satisfazer suas próprias necessidades” (Coriolano, 2012, p.68)

Novaes (2012) complementa o pensamento de Coriolano (2012) e expõe dentro desse aspecto de desenvolvimento sustentável o conceito de efetividade enquanto competência de desempenhar as metas do desenvolvimento econômico-social. De modo que para esta autora, então, a efetividade:

[...] está vinculada à satisfação da sociedade com o atendimento das demandas sociais, econômicas culturais e naturais. Portanto uma organização é efetiva e, no caso dos meios de hospedagem no espaço rural, quando mantêm uma postura ambientalmente responsável. Ainda é preciso reforçar a lucratividade no cumprimento de questões ambientais, o crescimento mundial dos movimentos ambientalistas, a valorização de práticas ambientais e o faturamento dependente direto dos consumidores que darão preferência aos produtos e serviços ecologicamente corretos (Novaes, 2012, p.258).

As políticas de preservação do patrimônio transformam-se em peças essenciais e estratégicas que podem ser identificadas como verdadeiros instrumentos de gestão das cidades e todos os aspectos que a permeiam. Por conseguinte, a integração do patrimônio ao cotidiano das pessoas e às suas celebrações faz com que este exerça força geradora de identidade, de valorização e de referência cultural.

Nessa discussão, Nascimento (2017), contribui sobre a preservação do patrimônio cultural afirmando que antes de tudo é bom se lembrar de que o patrimônio cultural é uma “invenção” e, assim sendo, não “é algo dado no tempo e no espaço; seu surgimento decorre das disputas dos diversos grupos e interesses” (Nascimento, 2017, p.33). O autor ainda complementa abordando, agora, que a gestão da cultura e da gestão do patrimônio cultural como estes têm apresentados, em especial, “nas últimas duas décadas, por uma série de transformações, com destaque para a participação de diversos setores da sociedade civil organizada” (Nascimento, 2017, p.34).

Como política de preservação do patrimônio, pode ser identificada uma série de medidas fundamentadas em normas, que funcionarão como suporte técnico adequado a canais de participação da sociedade. É importante que se considere a valorização de políticas preventivas, compensatórias e de estímulo, bem como a diversidade de alternativas de proteção, buscando entender a questão da preservação, de maneira sistêmica e abrangente. Complementam essa política as ações de formação da consciência preservacionista (Dias, 2006).

Nesse sentido político, Nascimento (2017) contribui com o pensamento de Dias (2006) pontuando a importância dos “investimentos na estruturação dos órgãos gestores e na capacitação de sua mão de obra, sobretudo na

esfera municipal, com o fortalecimento dos conselhos municipais de gestão do patrimônio cultural” (Nascimento, 2017, p.33) e ainda:

Desses espaços de discussão, têm surgido, e têm sido implantadas, políticas nacionais que atingem o campo da cultura e o subcampo do patrimônio cultural [...]. Nesses espaços também são discutidos os principais instrumentos e mecanismos de gestão e divulgação das atividades culturais. [...] os gestores do patrimônio cultural contam com alguns importantes instrumentos, como os Planos de gestão, os fundos de financiamento, os sistemas de informações (Sistema Nacional do Patrimônio Cultural (SNPC), o Sistema Nacional de Informações e Indicadores Culturais (SNIIC), os indicadores, programas de formação, legislações regulamentadoras, entre outros (Nascimento, 2017, p.5).

Para ele, o Estado brasileiro na execução de suas políticas patrimoniais conta com um conjunto de órgãos para assessorá-lo com referência a gestão do patrimônio cultural e no âmbito federal, há “o IPHAN<sup>27</sup>; no âmbito dos estados da federação, existem os órgãos equivalentes como, por exemplo, o IEPHA<sup>28</sup>, além dos Conselhos do Patrimônio, ou órgão equivalente, que atuam na esfera municipal” (Nascimento, 2017, p. 26).

Sob esse viés, os municípios têm um papel mais ativo e articulado, cujas estratégias visam o desenvolvimento integral do território. Assim, orienta-se em uma perspectiva de desenvolvimento sustentável com o objetivo de realizar uma exploração responsável de seus recursos, o que permitirá a manutenção de sua capacidade de renovação (Dias, 2006; Buarque, 2002). Demonstra-se, com isso, o cuidado nessas estratégias de somar instrumentos de deliberação que impeçam impactos negativos (Batista, 2008). De modo que tanto os eventos culturais turísticos quanto o comércio que sobrevive dele deveriam promover o desenvolvimento dentro dessa perspectiva de sustentabilidade com a comunidade.

---

<sup>27</sup> Instituto de Patrimônio Histórico e Artístico Nacional é uma autarquia federal do Governo Brasileiro, surgida em 1937 e ligada ao Ministério da Cultura, responsável por acompanhar, manter e fiscalizar o patrimônio material e imaterial do Brasil.

<sup>28</sup> Inventário Cultural Comunidade dos Arturos

## 2.2 - Conceituando turismo criativo

Nesse contexto relativo ao desenvolvimento integral do território e/ou de sustentabilidade, é onde conceito de turismo se sugere para melhor compreender a importância dos eventos culturais no desenvolvimento de uma região conectada a preservação do seu patrimônio? Partindo do pressuposto que toda instituição comercial e de carácter lucrativo deseja permanecer viva e ativa no mercado. Vale salientar que o turismo precisa, para se perpetuar como atividade fomentadora do desenvolvimento de uma região, recorrer à criatividade. É necessário, portanto, lançar no mercado atual, exigente e competitivo, atividades capazes de despertar a motivação e o interesse dos turistas.

A esse respeito à promoção de eventos culturais pode exercer “vários papéis importantes, que vão desde a atracção de turistas, à animação de atracções fixas, à dinamização de outras atividades e elementos de suporte à criação de uma imagem do destino turístico” (Ribeiro *et.al.*, p.61, 2005).

Deste modo, e considerando a sociedade globalizada, os eventos culturais necessitam ser mais criativos como explica Marujo (2014). Isto ocorre por causa da competitividade tanto para atraírem turistas quanto para a afirmação e preservação da identidade social, histórica e cultural de uma região. Entretanto, consoante esta autora, justifica que “a inclusão das características criativas nesse evento deve estar de acordo com os anseios ou desejos da comunidade anfitriã porque é também ela que, de certa forma, dita o sucesso ou insucesso de um evento cultural” (Marujo, 2014, p.83). A esse respeito Ribeiro *et. al.*, (2005) colabora e reforça:

Para o sucesso destas iniciativas revela-se fundamental a coordenação e colaboração entre os agentes envolvidos, quer públicos quer privados, sem esquecer o papel dos residentes do território em causa. A conciliação dos interesses de todos, bem como a sua participação activa em todo o processo é, sem dúvida, fundamental para a tradução da atividade turística em desenvolvimento local (Ribeiro *et. al.* p. 63, 2005).

Nessa linha de competição quando se aborda sobre grandes eventos culturais, os padrões de qualidade são na atualidade cada vez mais exigentes, de modo que não se pode e nem deve desperdiçar oportunidades, pelo que se

recomenda a avaliação das suas repercussões conjunturais e, sobretudo, estruturais. De modo que esta autora sugere que um “dos meios de corrigir eventuais erros e lançar um olhar com sentido estratégico, que supere as contingências do curto prazo, será medir, estudar e refletir sobre as consequências para a actividade turísticas desses momentos singulares” (Poças Santos, 2014, p.41).

Surge, assim, uma nova modalidade turística, a que se vem denominando de turismo criativo que é fundamentado na criação de experiências que pressupõem a participação ativa e o envolvimento do consumidor na sua produção. Nessa perspectiva, Novaes (2012, p. 257) lembra-se de que o processo criativo:

[...] de transformação do meio com a ajuda de técnicas ecologicamente prudentes, concebidas em função das suas potencialidades, impede o desperdício de recursos, cuidando para que estes sejam empregados na satisfação das necessidades da sociedade, dada a diversidade dos meios naturais e dos contextos culturais e não restrito apenas à introdução de tecnologias limpas, mas sim de soluções amplas, adequadas, integradas e eficazes do ponto de vista ambiental e social (Novaes, 2012, p. 257).

Richards e Wilson (2006, p. 1215) definem turismo criativo como: “o turismo que oferece aos visitantes a oportunidade de desenvolver o seu potencial criativo através da participação activa em cursos e experiências de aprendizagem as quais são característica dos destinos de férias onde estas são passadas”.

Para Beni (2004), o turismo criativo é fruto de uma sociedade contemporânea mais instruída, mais exigente, mais experiente, mais independente. Para atender a esse público, deste modo, então, os eventos culturais, as atrações culturais e artísticas devem ser criativas e motivadoras, oferecendo oportunidades de lazer associadas a produções literárias, artesanais, *workshops* musicais, *ateliers* pedagógicos e outros.

A necessidade das cidades e das regiões de serem criativas, no sentido do desenvolvimento de novos atrativos para os turistas envolve novas estratégias de regeneração e de dinamização do seu tecido econômico e social. Nesse sentido, o Turismo Criativo ou *Creative Tourism* deve

proporcionar aos visitantes a oportunidade de desenvolver o seu potencial criativo através da participação ativa em experiências de aprendizagem desenvolvidas no destino turístico, que são características dessa localidade. Dessa forma, o turismo criativo supera o turismo cultural, pois este, nem sempre, gera oportunidades oferecendo, só uma experiência passiva e contemplativa, enquanto o turismo criativo oferece atrações motivadoras aos turistas, que os incita a participar das atrações, construindo uma experiência cultural fora do comum, vivenciando oportunidades nunca experimentadas (Beni, 2004).

Assim, o fator mais importante desse tipo de turismo é a participação ativa do visitante naquilo que se designa por experiência turística e distanciando-se do modelo tradicional em que o turista era colocado em realidade artificial, distante da comunidade receptora e numa atitude de simples admiração (Urry, 1990).

Nesse sentido, uma viagem de turismo criativo emerge como uma oportunidade para desenvolver experiências pessoais, de autoaprendizagem a partir da descoberta do mundo. Para o efetivo crescimento do turismo criativo, é imprescindível a busca por novas estratégias de desenvolvimento econômico, com a finalidade de construir 'capital criativo', centrando a atenção na forma como o desenvolvimento cultural contribui para a qualidade de vida de comunidades autênticas, vivas, criativas e com sucesso econômico (Bulick *et al.*, 2003).

O turismo criativo precisa de um ambiente criativo e de recursos qualificados capazes de favorecer uma interação reflexiva aos turistas, sendo este o fator que diferencia o turismo criativo do turismo cultural, no qual existe um guia que interpreta a cultura que vê (Kunzmann, 2006).

De acordo com Richards e Wilson (2007, p. 1219), alguns exemplos de turismo criativo podem ser: "fazer o seu próprio perfume; pintar porcelanas; aprender as danças tradicionais ou realizar cursos de gastronomia". Mais exemplos poderiam ser dados, tais como o turista ir pelas ruas da cidade e ser surpreendido por grupos de teatro de rua que contassem a história da cidade através da representação e animação de rua. Elucidando eventos culturais conectadas ao turismo seriam estes com vivências culturais temáticas

ofertadas aos participantes.

Um dos fatores que mais têm sido alvo das discussões pertinentes às 'comunidades criativas' é a sua autenticidade. As cidades de sucesso parecem conseguir a sua afirmação pela identificação e fortalecimento dos seus fatores de diferenciação em relação a outros locais, pelo que não é imitável. Cada comunidade deve encontrar o seu caminho para o sucesso (Bulick *et al.*, 2003).

Bulick *et al.* (2003) considera o capital criativo, que envolve a inovação e as novas ideias, os novos *designs*, os novos processos produtivos e de lazer, como principal impulsionador da economia do século XXI. De acordo com a tradição das estratégias utilizadas para incrementar o desenvolvimento econômico regional como a disponibilização de terrenos, a construção de infraestruturas, a oferta de incentivos fiscais para atrair empresas e criar empregos; devem dar lugar às novas e criativas estratégias com capacidade de atrair e reter indivíduos talentosos e as suas empresas.

O Turismo Criativo mostra-se como um produto ou uma característica que leva uma localidade a ser considerada como criativa. As cidades podem passar a ser observadas e reconhecidas como criativas, ao se tornar destino de atividades turísticas criativas (Cooper, 2001).

Dessa forma, tanto as cidades criativas quanto o turismo criativo podem ser entendidos como construções simbólicas, discursivas e imagéticas, que precisam se tornar prática para que os turistas possam vivenciar certos espaços criativos. O turismo criativo exige uma maior interação entre o visitante e o destino turístico, uma vez que o turista criativo busca produtos que se adequem aos seus ideais de vida, às suas visões de mundo e que gerem experiências únicas, memoráveis (Rodrigues, 1999).

Assim, o turismo criativo passa a oferecer os seus produtos de forma personalizada, criando nos turistas uma sensação de exclusividade de acordo com Richards (1996), o discurso tradicional da relação entre turismo e atrativos culturais das cidades baseia-se na contemplação de sítios e monumentos, tendo como foco os espaços físicos. Com a nova visão do turismo criativo, surgiu a ideia de inclusão do artesanato, dos eventos culturais, da arquitetura, do *design*, da herança cultural e de outras atividades criativas pertinentes à tradição local.

Nessa perspectiva, a cultura emergiu como um elemento de equilíbrio e em conjunto com o turismo, passa a desempenhar um papel fundamental no processo de criação da imagem local, sobretudo no que se refere à estetização das paisagens e na adequação do ambiente para dar resposta às necessidades dos consumidores (Richards & Wilson, 2006).

A imagem das cidades e das regiões inclui elementos físicos, mas também se desenvolve a partir das experiências construídas no entorno desses elementos que, gradativo, vão sendo incorporadas à 'cultura viva' e ao ambiente desses destinos turísticos (Kunzmann, 2006).

Enfim, resgatando o questionamento inicial deste item sobre conceito evidencia nessas discussões a concepção de turismo criativo como sugestão para melhor atender aos eventos culturais conectados ao desenvolvimento sustentável de uma região. Em especial, o turismo criativo na promoção do desenvolvimento em áreas mais deprimidas e remotas. Exibe-se a partir dessa discussão, a necessidade de particularizar e diferenciar para apreender o que é espaço, território, região e turismo, tópico do próximo item.

### 2.3 - Espaço, Território, Região e Turismo

A realização de eventos parte do princípio que todos eles são concretizados em um espaço e em especial os eventos culturais têm como base o território e a região em que está inserido para o *marketing* e o sucesso do desenvolvimento dele, apercebe-se com isso a importância da abordagem dessa temática nesse item. Deste modo, numa perspectiva geral e singular de uma região abrolha a ideia de Espaço, Território e Turismo que aliasse à seguinte indagação: como estes poderão ser mais bem representados? Faz uma congregação teórica para responder melhor as perguntas norteadoras que serão mais discutidas nos próximos capítulos dessa tese, como: será que a cultura e o turismo podem promover o desenvolvimento em áreas mais deprimidas e remotas? Será se um evento como a "Mostra SESC Cariri de Cultura" pode modificar a imagem de um território de baixa densidade, conferindo-lhe uma percepção mais positiva?

Retornando a conexão a essa ideia de espaço segundo Tomazzoni (2009) pode ser entendido como um conjunto de particularidades, no qual ocorre a mediação entre o universal, representado pelo processo geral e o singular, o que representa uma nova visão de região. Nas regiões ocorrem condições para a consumação de relações globais em uma base territorialista, capazes de estimular o crescimento local, em busca de apontar a contribuição da diferença para a homogeneização imposta pelo processo de desenvolvimento econômico.

Sob esse viés da singularidade, Marujo e Cravidão (2012) explicam que é o lugar que faz a promoção das novas formas de consumir os diferentes lugares turísticos e, por isso, que não é suficiente só “o carácter autêntico das suas gentes, mas também os aspectos mais singulares de cada lugar. Se é verdade que os lugares se mundializam, também é um facto que cada vez mais eles se tornam únicos” (Marujo & Cravidão, 2012, p. 286).

Ao tratar a ideia de espaço, é fundamental entender que seu conceito transcende ao entendimento, apenas natural, sendo resultado, também, de construções culturais, uma vez que os processos diários de convivência e identidade, apreendidos na experiência a partir da vivência das pessoas, ficam enraizados em lugares, em sua cultura, em sua história.

A natureza e o espaço social construído constituem o ambiente geográfico, criado a partir das percepções dos diversos grupos sociais, que são originários das variadas bases culturais. Considerando esse ambiente com a atividade turística, é possível identificar que, as pessoas são conduzidas a optarem por um espaço, ou melhor, por uma porção do espaço geográfico, identificado como lugar que, ao ser transformado em espaço turístico, será consumido pelo turismo (Tomazzoni, 2009) ou pelo evento turístico.

A esse respeito, o espaço turístico está associado ao produto da relação antrópica com determinada paisagem e sua utilização social e cultural do ambiente poderá influenciar um determinado processo de desenvolvimento para a produção do espaço, incluindo a produção do espaço turístico (Cruz, 1996; Tomazzoni, 2009). De modo que, a visão particular de organização da atividade turística pode definir a configuração e a delimitação espacial (Tomazzoni, 2009).

O espaço assume, então, significado especial, quando se apresenta como 'lugar de animação' para o turista e a animação para a população local, de trocas de bens e de símbolos, de difusão de ideias, remetendo ao entendimento da necessidade constante de interações sociais que podem "favorecer processos de crescimento e mudança". Segundo Albagli e Maciel (2003) as desigualdades regionais:

[...]ensejam novas concepções a respeito do desenvolvimento econômico, pois é um direito fundamental que deve ser promovido pelo Estado, atualmente, o estudo sobre o desenvolvimento econômico apresenta-se sob uma concepção de natureza interdisciplinar com a convergência de conceitos de algumas ciências sociais, sendo que esta natureza de interdisciplinaridade conduz, de certo modo, a dificuldade de entender com precisão, o estudo temático sobre o desenvolvimento econômico, e especialmente quanto ao direito ao desenvolvimento (Albagli & Maciel, 2003, p.423).

Para que uma região alcance seu desenvolvimento econômico por meio do turismo ou de eventos culturais turísticos, torna-se imprescindível uma adequada gestão de suas dimensões, elementos e indicadores. O diagnóstico e a identificação de oportunidades de melhoria da atividade, como polarizadora do desenvolvimento regional, devem ser realizados por meio de métodos competentes.

Nessa perspectiva, é imprescindível a sistematização dos diferentes referenciais de conhecimentos voltados à gestão do turismo. A regionalização é uma realidade mundial, em todos os setores, e, em contexto territorial, delimitado por critérios geográficos, econômicos e políticos, o turismo gera desenvolvimento socioeconômico regional, pois proporciona o ingresso, produção e distribuição de riquezas (Tomazzoni, 2009).

Assim, o turismo ou o evento cultural turístico pode ser visto como uma atividade de consumo do espaço, e é por esse "consumo dos espaços pelo turismo que se gestam os territórios turísticos" (Cruz, 2002, p.17). Dessa forma, o território do turismo representa uma fração funcional do espaço que, apropriado por diferentes atores sociais e constituído pela identidade de sua comunidade, passa a ser visto como resultante de um processo de turistificação do lugar, resultado da convergência de diferentes fatores (sociais, econômicos, culturais) e não, só de seus atributos naturais.

Nesse aspecto, Tomazzoni (2009) apresenta conceitos de diversos

autores a respeito de espaço, lugar e território, explicitando que, como estes, o conceito de região também é um tema importante da geografia (tradicional, quantitativa, crítica e humanista). Segundo a geografia tradicional, região é um espaço diferenciado e segmentado (Gomes, 1999).

A ciência, por sua vez, define as regiões como áreas de mercado delimitadas por fronteiras econômicas. Nessa direção, Oliveira (2006) os complementa, quando afirma que, de acordo com a teoria, pode-se: “considerar que a região é decorrente da manifestação concreta da consciência regional percebida entre seus membros, possibilitando diferenciação entre quem está dentro (membros) e quem está fora (não membros)” (Oliveira, 2006, p.84). De modo que se pode raciocinar que regiões segundo Oliveira (2006) não são fatos geográficos, e sim, fenômenos políticos que são construídos.

A contextualização espacial do desenvolvimento fundamenta-se no conceito de região, considerando suas diversas classificações. Os estudos dos fatores da delimitação territorial do desenvolvimento são apresentados pelo referencial teórico da geografia.

Nesse sentido, o território é um conjunto de espaços onde há possibilitado um abrangente número de relações. Esses espaços servirão como ordenadores “da produção, do movimento e do pensamento, em relação ao território como um todo” (Santos & Silveira, 2001, p.263) e identificam-se com a noção de centralidade na organização regional, podendo influenciar, na determinação dos processos turísticos regionais (Tomazzoni, 2009).

A densidade humana é um dos indicadores do entendimento de centralidade e esta se relaciona às áreas onde se dão mais intensos as trocas sociais, como incentivadoras do mecanismo de mercado, criando possibilidades de expansão de renda e de geração de oportunidades econômicas descrevendo uma situação e uma história (Santos & Silveira, 2001).

Nessa perspectiva, a cidade se institui como a grande área de mercado, constituída pelas novas relações capitalistas, que modificam o território do trabalho (Sennett, 2010). As cidades passam a ser vistas como entreposto, “como depositárias e como produtoras de bens e serviços exigidos e consumidos por ela e pelo entorno” (Santos & Silveira, 2001, p.280), podendo,

muitas vezes, exercer papel fundamental na região onde se processam suas relações próximas, organizando-se para atender tais demandas e servindo como verdadeiros fóruns regionais de debates.

As cidades servem de referências a projetos destinos, indutores do desenvolvimento turístico regional, pelo qual se selecionaram municípios que apresentavam um estágio de desenvolvimento turístico com padrão de qualidade internacional. Assim, o turismo dos municípios é influenciado pelo mesmo mecanismo de centralidade, que lhe confere a possibilidade de maior competitividade no mercado. O território turístico recebe, com isso, influências de cidades, que exercem poder de centralidade sobre o entorno (Tomazzoni, 2009).

Ainda para Tomazzoni (2009), os centros regionais são constituídos por grandes e médias cidades, inseridas nas metrópoles, mas que intensificam o processo de desmetropolização, difundindo na região as atividades econômicas. Dessa forma, são necessárias novas formas de cooperação que Santos (2005) identifica como 'território corporativo', que possibilita a redução de conflito e de exclusão social, numa troca proporcionada pela complementaridade entre redes internas e externas, resultando daí a necessidade de intervenção em uma determinada unidade espacial, que leva ao entendimento de que, "difícilmente, encontram-se regiões totalmente homogêneas" (Feger *et al.*, 2008, p.8).

Vê-se, portanto, que a concepção de região turística, por envolver municípios com diferentes níveis de preparação e de potencialidades, pode oferecer explicações claras sobre a fragmentação crescente, dos conceitos de regionalização turística, sendo o Estado o principal responsável pelo planejamento e pela coordenação central desse processo.

O turismo ou o evento cultural turístico é um dos mais expressivos sectores da economia de uma localidade apresentando-se como uma alternativa para impulsionar o desenvolvimento regional, com ênfase nas teorias do desenvolvimento local. A ideia de regionalização do turismo é entendida como uma decisão, que possibilita incrementar o poder atrativo dos destinos turísticos, visando a maior integração entre os municípios, para formatar um produto turístico regionalizado (Dreher & Salini, 2008, p.5).

Para que esse processo seja adequado, é fundamental que a articulação e a integração entre os municípios sejam efetivas, isto é, as comunidades devem reconhecer seus municípios como pertencentes a uma região, aperceberem-se como participantes de um processo turístico regionalizado e como parceiras na promoção. Para Lencioni (1999), região pode ser entendida em seu sentido afetivo, com base no sentimento de pertencer a um determinado lugar. Entre as vantagens do planejamento integrado de uma região turística, está a possibilidade de desenvolver um número maior de atrativos do que seria oferecido por um dos municípios de forma isolada.

A regionalização deve valorizar os espaços locais, por meio da organização das identidades regionais e da promoção da diferenciação diante de outros lugares, pela atuação do poder público. O espaço local, percebido como destino turístico ou para um evento cultural turístico, nessa definição, pode ser entendido como resultado da relação antrópica diante de determinada paisagem e é identificado pelo olhar do turista.

Uma região turística deve ser percebida por suas comunidades como espaço das próprias experiências na relação da cultura local com o território e com a paisagem. Caso contrário, servirá apenas para planejamentos políticos e administrativos exógenos, com pouco envolvimento local, dificultando o processo de desenvolvimento turístico endógeno.

Para Ricardo (1983), o processo de desenvolvimento econômico pode ser ocasionado pelo uso mais intensivo do capital e da terra. Elevando-se a manutenção do processo econômico ocorre a redução nos lucros, pois aumentam tanto o produto quanto os salários monetários influenciando, assim, para baixo o lucro. “Já o crescimento econômico com mudança tecnológica expande a produção por hectare, reduzindo o preço dos alimentos e a taxa dos salários. Os lucros se elevam porque diminui o tempo e os custos de produção” (Ricardo, 1983, p.23).

Nesse sentido, o desenvolvimento é uma decorrência do progresso tecnológico da agricultura e de legislações que favoreçam a acumulação do capital, ressaltando-se, aqui, a percepção do doutrinador em incorporar à sua análise à ordem jurídica, em particular, no que se refere à questão da ordem tributária.

O pensamento econômico clássico encerrou uma tentativa de elaboração de uma filosofia social, quando estabeleceu os princípios para a análise do valor, da divisão do trabalho, do lucro, do juro e da renda da terra, desenvolvendo teorias sobre a distribuição, o crescimento econômico e a não intervenção do Estado no domínio econômico.

Furtado (1992) considera o desenvolvimento econômico como um processo histórico inesgotável que está atrelado às transformações nas estruturas políticas e, em consequência, de poder dos países subdesenvolvidos, para superar suas limitações em relação ao intercâmbio externo, visto como um fator dinamizador das economias subdesenvolvidas.

Nesse sentido, o autor citado refere-se ao desenvolvimento econômico como decorrência histórica do processo de acumulação de capital, provocando aumento na produtividade da economia para gerar a expansão do fluxo de riqueza. A partir daí, delinea-se a proposta do 'estruturalismo econômico',

[...] como possibilidade de utilização científica dos modelos macroeconômicos, não mais estáticos, mas capazes de evidenciar parâmetros não-econômicos, como o regime de propriedade de terra, a atuação de empresas multinacionais, a existência de parcelas da população não integradas na economia de mercado [...] (Gonçalves citado por Furtado 1992, p. XIII).

A contribuição de Celso Furtado, considerada por muitos estudiosos do desenvolvimento econômico, como de natureza reformista, conduziu a modificações efetivas nas estruturas de poder e no aperfeiçoamento das instituições e, com isso, impulsionam o desenvolvimento econômico e social mais justo (Gonçalves citado por Furtado 1992).

Acerca dessa discussão, o turismo ou o evento cultural turístico é um fator que impulsiona de forma significativa o desenvolvimento econômico de uma região, causando, entretanto, significativo impacto ao desenvolvimento estadual e nacional (Jackson, Houghton, Russel, Triandos, 2005).

Para a efetividade do desenvolvimento de um país ou região, é imprescindível que se estabeleça uma relação entre Estado e sociedade, em aliança com o mercado, devendo este ser percebido de forma abrangente, com todos os seus papéis e seus efeitos. Não apenas com a atribuição de gerar crescimento econômico, mas essa relação e aliança, sobretudo, observem o

respeito à cultura e o patrimônio local.

Nessa perspectiva, as instituições, que pretendem 'crescer e aparecer', elas precisam questionar a legitimidade dos seus planos e as intenções dos planejadores e executores das propostas de Desenvolvimento. Para isso, torna-se imprescindível à participação comunitária local e à implementação de uma liberdade que gere o desenvolvimento, mas também seja uma decorrência dele (Pimentel, 2009).

Sen (2000) apregoa a necessidade de um processo de desenvolvimentista que associe considerações econômicas, sociais e políticas, com a intenção de eliminar as principais fontes de privação da liberdade: pobreza e tirania; carência de oportunidades econômicas e destituição social sistêmica; negligência dos serviços públicos; e intolerância ou interferência excessiva de Estados repressivos.

O crescimento econômico não pode ser considerado um fim em si mesmo, pois o seu fim primordial, na perspectiva de Sen (2000) é, sobretudo, a melhoria da qualidade de vida dos indivíduos e o fortalecimento de suas liberdades. Dessa forma, torna explícito que o desenvolvimento depende também de inúmeras variáveis, promotoras do processo de desenvolvimento. Para ele, além da industrialização, do progresso tecnológico e da modernização social, as disposições sociais e econômicas, que envolvem os serviços de educação e saúde, e os direitos civis, como a liberdade política, também, são fatores de promoção de liberdades substantivas e, por conseguinte, do desenvolvimento.

É necessário fazer uma discussão pública de mudança social assumindo uma posição democrática que considere a Liberdade como meio e fim do Desenvolvimento, assim, Sen (2000) explicita a economistas, 'desenvolvimentistas' e outros planejadores, as ideias já acatadas pelos antropólogos e cientistas sociais.

Exemplificando, a região do Cariri cearense é um polo de turismo criativo que o Serviço Social do Comércio (SESC) vem trabalhando de forma anual a criatividade dos carirenses, que se visualiza nos eventos de mostras da cultura, das artes, do artesanato e de tantas outras atividades. É apresentada a uma grande multidão de pessoas que acorrem ao Cariri cearense, sedentos de

aprendizagens diversificadas.

Retornando a base teórica, percebe-se que a regionalização é uma realidade mundial, em todos os setores e em contexto territorial, delimitada por critérios geográficos, econômicos e políticos, o turismo gera desenvolvimento socioeconômico regional, porque proporciona o ingresso, produção e distribuição de riquezas.

Com base nessa abordagem, Tomazzoni (2009) publicou a obra 'Turismo e Desenvolvimento Regional: dimensões, elementos e indicadores' que se apresenta um rol extenso de qualidades, sobretudo, no que se refere à competência com que recusa e enfrenta de acordo com a teoria expressões contrárias ou idênticas do senso comum. Para Tomazzoni (2009), o turismo, ao se apresentar sob a forma de um produto social, torna-se um estimulante do desenvolvimento, podendo definir um determinado padrão a ser seguido nessa perspectiva. Os eventos culturais conectados ao turismo pode-se igual levar essa lógica de produção social ao desenvolvimento regional para eles.

Isso significa que o turismo ou o evento cultural turístico só pode promover o desenvolvimento, se ele buscar o crescimento econômico da região, como objeto de investimento e de trabalho. A estratégia mais eficiente e eficaz para a promoção turística voltada ao desenvolvimento é o planejamento público da ação coletiva e é nele que Tomazzoni (2009) fundamenta suas ideias de turismo como produto social.

Assim, as políticas públicas destinadas à promoção do desenvolvimento, outrora caracterizadas pelo centralismo financeiro e decisório no plano federal, passaram a ser mais descentralizadas, ou seja, deixaram de ser formuladas de cima para baixo, com base no planejamento nacional, e passaram a fundamentar nos planos regional e local. Isso implica dizer que o enfoque sobre a dimensão territorial para políticas e programas de desenvolvimento passa, em peculiar, para o plano local.

Se por um lado houve a revalorização do território e da dimensão espacial do desenvolvimento, nota-se que a local, por outro parece ter se consolidado uma visão cega, uma espécie de romantismo ou "pensamento único localista" (Brandão, 2007, p. 36).

À concepção localista sobre o desenvolvimento juntam-se as ideias de

inserção dos espaços locais ao espaço econômico global, engendrando a polarização local-global desse processo. Nessa lógica, as escalas intermediárias entre o local e o global - microrregional, mesorregional, macrorregional e nacional - são desconsideradas ou perdem importância na articulação para a promoção do desenvolvimento.

Adentrado desenvolvimento socioeconômico depois das discussões no contexto das particularidades e conceitos de espaço, território, região e turismo em mediação com o universal constituinte pelo processo geral e o singular destes oportunizaram significados, ideias conexas com os eventos culturais turísticos que contribui para o debate do papel do *marketing* como indutor na promoção dos lugares interligando a cultura e o território a seguir.

#### 2.4 - A cultura e o território - o *marketing* como indutor na promoção de lugares

Por que a cultura e o território utilizam o *marketing* como promoção de lugares? É provável que, um dos principais motivos esteja ligado à busca de atrair turistas e empreendedores com foco no desenvolvimento socioeconômico da região turística e por meio também dos eventos culturais turísticos. Essa lógica tem relação à exposição dos valores culturais, paisagísticos, artísticos e históricos como um *marketing* que cada comunidade deve aproveitar para atrair turistas e empreendedores a fim de contribuir com o seu crescimento econômico.

Como tal, isso exige uma organização territorial, que requer uma efetiva gestão dos recursos econômicas e humanos de forma a criar uma imagem chamativa, capaz de transformar o local em um ponto turístico. A expansão do turismo moderno está ligada, de forma indubitável, ao progresso econômico, à concentração urbana, às facilidades de circulação e ao desenvolvimento dos transportes, dando um posicionamento novo ao fenômeno, que passou a ser objeto de atenção dos governos, diante de sua importância socioeconômica.

O entendimento do fenômeno turístico e dos impactos dele decorrentes requer um embasamento conceitual que permite romper com o conhecimento calcado no simples senso comum. O turismo é entendido, não apenas, como

um dado empírico derivado de uma experiência cotidiana, mas como objeto construído. Por isso, procura-se, compreendê-lo, através de procedimentos epistemológicos, ligados à teoria do conhecimento, à análise crítica reveladora da visão de mundo subjacente aos conceitos abordados (Kotler e Armstrong 1993).

Para Beni (2006), existem três importantes elementos na definição do futuro do turismo: inovação (criatividade, imaginação, questionamentos), desempenho (produtividade) e qualidade (profissionalismo, com a busca permanente da satisfação do cliente).

De acordo com Ferreira (1998) 'qualidade' quer dizer propriedade, atributo ou condição das coisas ou das pessoas que as distingue das outras e lhes determina a natureza. Em sentido mais restrito, este termo tem a conotação de dote ou virtude e é nesse sentido que ele se transformou no paradigma atual do turismo. Por isso que a gestão da qualidade do produto turístico, sobretudo, os eventos ligados à cultura com turismo, este deve ser estudada sob três aspectos: qualidade dos equipamentos, qualidade dos prestadores de serviços e qualidade da interação.

O turismo e o evento cultural turístico são veículos de intercâmbio cultural entre pessoas e grupos humanos. Inclusive, consoante à antropologia, ele é um facto social total e igual "um processo social, econômico e cultural no qual participam vários agentes sociais, sendo fundamentais os mediadores, isso é, políticos, planificadores, profissionais do *marketing*, hotéis, transporte, guias, agências de viagem, escritores e investigadores" (Pérez, 2009, p. 10).

Nesse sentido, tanto o turismo em si quanto os eventos culturais proporcionam o encontro de inúmeras culturas. Aliando isso ao pensamento de Smith (1992) os sistemas sociais que influenciam uns aos outros. Mas, ao contrário de outros tipos de viagens e deslocações, como as migrações, o turismo é uma deslocação voluntária à procura de algo não só material.

Nessa perspectiva que entende o turismo como sistema, Smith (1992) considera o turismo como o conjunto de transações que estabelecem compromissos entre anfitriões e convidados, e as consequências das mesmas. Entre essas consequências destaca-se a diminuição das distâncias, o mundo tornando-se menor (Santos, 2008), isto é, contribuindo para o processo de

globalização ao mesmo tempo em que a globalização contribui para o desenvolvimento do turismo.

O turismo, complementando o pensamento destes autores, é uma forma acionadora intercultural na forma de “aculturação”. A aculturação é um mecanismo de mudança que consiste no contacto entre duas ou mais culturas. O conceito de aculturação foi criado em 1880 pelo antropólogo norte-americano J. W. Powell *citado por* Cucho (1999, p. 92) para designar a transformação dos modos de viver e de pensar dos imigrantes nos EUA.

O turismo é um dos objetos de estudo da geografia, pela capacidade que o mesmo tem de reorganizar, apropriar, consumir e transformar o espaço (Torres, Becker; Silverio, 2009; Cruz, 1996). O espaço turístico, entretanto, pode ser analisado como zonas, áreas, complexos, centro, unidade, núcleo, conjunto, ou corredor turístico segundo suas características físicas, distribuição territorial, infraestrutura existente, atrativos turísticos as quais podem ser geridas de forma integrada ou não, o que pode contribuir com o direcionamento e organização do espaço (Boullón, 1997, p.65).

O turismo e os eventos culturais turísticos, pela característica de mobilidade de demanda, ambos promovem o fluxo de pessoas para diferentes lugares, o que contribui de forma significativa para transformar os espaços em decorrência da integração entre o visitante e o visitado (Molina, 2007). O sucesso do desenvolvimento do turismo requer uma atividade integradora entre os visitantes e as populações autóctones, que não têm qualquer conexão com o turismo. Por isso, é preciso que haja um planejamento turístico que integre o seu desenvolvimento a estratégias mais abrangentes, para o desenvolvimento de locais e de negócios turísticos (Maitland, 1998, p. 2).

O espaço turístico (Boullón, 1997, p.65) “deve ser analisado em função de suas características”. Neste caso, dos 15 (quinze) municípios que se encontram localizados de forma longitudinal as margens do lago da Usina Hidrelétrica de Itaipu (Zonin, 2008) tendo ao norte do espaço os estados de São Paulo e o Mato Grosso do Sul, e ao sul do espaço o município de Foz do Iguaçu (Foz do Iguaçu, 2010).

Os espaços são considerados turísticos (Cruz, 2002; Molina, 2007; Torres, Becker; Silveiro, 2009) quando possuem, não só, atrativos e

equipamentos turísticos, mas também por receber uma demanda turística para o uso destes e contar com uma comunidade local trabalhando nesta atividade. Contudo, todos estes elementos são encontrados em diferentes níveis de desenvolvimento (Font, 2009; Middleton, 2002; Petrocchi, 2004), o que requer a compreensão dos níveis e os impactos que cada um desses, separado ou em conjunto, provoca no espaço turístico, considerando que cada realidade e situação devem ser encaradas de forma diferente e única.

Nesse sentido, é preciso entender o que tanto o turismo quanto os eventos culturais turísticos se passam no plano do real, considerando o fato de que a realidade resulta de práticas sociais e, não apenas, conhecê-las, descrevendo-as, quantificando-as, mas interpretá-las com base nas teorias e nos conceitos.

O estudo desse fenômeno envolve, de forma necessária, as ideias da globalização, da mundialização da economia, dos meios de comunicação e da chamada modernidade. Por outro lado, carece até de maior entendimento do processo de fragmentação com a análise da dinâmica dos movimentos de diferenciação, identidade cultural, valorização do lugar e implementação do desenvolvimento local. Nesse contexto, Santos (2008) destaca:

A emergência de uma unicidade da técnica, de uma unicidade do tempo (com a convergência dos momentos) e de uma unicidade do motor da vida econômica e social. Estas três unicidades são base do fenômeno da globalização e das transformações contemporâneas do espaço geográfico (Santos, 2008, p.151)

Essa unicidade altera o sentido do perto e do longe, pois os sistemas de comunicação e de transportes vinculam, aproximam e expõem todos os lugares, assim como os eventos culturais turísticos a todos os olhos. A lógica da globalização e da modernidade aproxima os lugares, os povos, os eventos, pois possui vocação universalista e cosmopolita; torna os lugares interdependentes no desenvolvimento das atividades industriais e comerciais e, agora, nas atividades de lazer e cultura.

Vale ressaltar ao se abordar aqui a questão da indústria do turismo que alguns autores como Fernandes (2008), Dias (2006), Kotler *et.al.* (2006) e Cunha Filho (2000) comungam com a linha de pensamento de Boullón (2002)

quando este afirma: “ser o turismo uma ciência ou uma indústria, e como esta afirmação é anterior a ‘boa’ parte do conhecimento teórico do turismo” este autor explica o conceito do turismo como não sendo uma ciência e o porquê de turismo não poder ser indústria. Para ele o turismo “está longe de elaborar uma tecnologia própria que abranja todo o fenômeno” (p. 28), portanto não poderia ser uma ciência; e outra, “o turismo pertence ao setor terciário, e não ao secundário, como deveria ser para que pudesse ser catalogado como pertencente à indústria” (p. 34).

O estudo do fenômeno turístico só passou a ser assumido pela geografia nas últimas décadas, pois a tradição, da geografia privilegiou o estudo dos sectores primário e secundário, ficando o terciário marginalizado e nele, o que interessava era, em principal, o comércio, os bancos e os serviços urbanos.

A precariedade do sistema de controle dos formadores de imagem de um determinado lugar, como a mídia e a indústria de entretenimento, tem se mostrado como um grande obstáculo a ser vencido. Além disso, existe, ainda, o desafio de se coordenar um imenso número de atores do setor público, privado e da mídia, que podem impactar o desempenho e a imagem de um lugar. A limitação de recursos e o tempo que são necessários à efetivação das mudanças estruturais na posição competitiva de um lugar, igual se mostram como um desafio a ser enfrentado (Kotler, Gertner, Rein, Haider, 2006).

Diante da necessidade de enfrentar o desafio do crescimento na América Latina e, de modo específico, no Brasil, Kotler *et al.* (2006) aponta a necessidade de as comunidades investirem em estratégias que ajudem a criar uma imagem atrativa e convidativa ao turismo, como meio de promover o crescimento econômico dos mais diversos lugares. Isso requer um planejamento estratégico voltado ao *marketing* de lugares, que é uma importante ferramenta para a promoção de uma localidade, no sentido de enfrentamento do desafio do crescimento nos diversos locais, através da indústria do turismo que é muito útil na atração de investimentos, moradores e visitantes (Kotler *et al.*, 2006). Assim como se espera que ocorra a promoção por meio dos eventos culturais turísticos o desenvolvimento do lugar dele.

Kotler *et al.* (2006) apresenta algumas considerações interessantes a respeito do *marketing* em busca do equilíbrio entre a oferta e a demanda. Para

estes autores, *marketing* não é a arte de descobrir maneiras inteligentes de descartar-se do que foi produzido, mas é a arte de criar valor genuíno para os clientes. É a arte de ajudar os clientes a se tornarem melhores. Para os mesmos, *marketing* é uma função empresarial pela qual se identificam necessidades e desejos das pessoas e as estratégias capazes de satisfazê-los, atendendo ao potencial de rentabilidade específica, com foco na satisfação do cliente.

Para Kotler *et. al.* (2006, p. 4), "*Marketing* é o processo de planejar e executar a concepção, estabelecimento de preços, promoção e distribuição de ideias, produtos e serviços a fim de criar trocas que satisfaçam metas individuais e organizacionais". Nesse sentido, o *marketing* se caracteriza como um processo de troca bilateral voluntária, que supõe uma estruturação de atividades orientadas à pesquisa sobre as necessidades e desejos do mercado e o grau de importância dos produtos ofertados, com a finalidade de estabelecer, em seguida, uma oferta que se adapte às referidas necessidades (Kotler *et. al.*, 2006) inclusive essa lógica se conecta aos produtos ligados aos eventos culturais.

Em relação ainda a essa lógica é sabido que os eventos culturais ocorrem em lugares e o *marketing* de lugares torna-se fundamental a compreensão deles. Logo, Kotler *et al.* (2006) explicitam que o *marketing* deles abrange, em base, quatro objetivos: desenvolver um posicionamento e uma imagem forte e atraente; estabelecer incentivos atraentes para os atuais e os possíveis compradores e usuários de seus bens e serviços; fornecer produtos e serviços locais de maneira eficiente; promover os valores e a imagem do local de uma maneira que os possíveis usuários se conscientizem da realidade de suas vantagens diferenciadas. Kotler *et al.* (2006), afirmam que:

Definimos a imagem de um lugar como um conjunto de atributos formado por crenças, idéias e impressões que as pessoas têm desse local. As imagens costumam representar a simplificação de inúmeras associações e fragmentos de informações, e são o produto da mente tentando processar e enquadrar enormes quantidades de dados relacionados a um lugar. (Kotler *et al.*, 2006, p.183)

Nesse sentido, o *marketing*, voltado para o planejamento de lugares, tem como meta aumentar a atratividade do público interno ou externo, através do

desenvolvimento de estratégias de posicionamento. Além da infraestrutura, os serviços de alta qualidade, desenho urbano e demais aspectos tangíveis se tornam peças sinérgicas para manter a competitividade e atrair novos mercados (Kotler *et al.*, 2006) de turismo e/ou de eventos culturais turísticos.

Para Kotler *et al.* (2006), alguns lugares, por si só, têm o poder de atrair turistas e empreendedores, por terem uma imagem muito positiva e muito chamativa. Esse é o caso do Rio de Janeiro, em particular Búzios ou da ilha pernambucana de Fernando de Noronha, que com suas praias atraem muitos turistas nacionais e internacionais: “esses lugares percebidos positivamente, não precisam de mudanças na imagem; o desafio é ampliar os pontos positivos e transmiti-los eficazmente aos públicos-alvo desejados”(p.73).

Outros lugares, segundo os mesmos autores citados aqui, trazem uma imagem negativa da qual precisam se livrar para alcançar para que possam atrair turistas e empreendedores. Entretanto, esse *marketing* de imagem não é fácil de construir e de mudar uma imagem negativa em positiva (Kotler *et al.*, 2006).

Para o desenvolvimento de uma região, através do turismo e/ou de eventos culturais turísticos, é imprescindível a preservação das relações sociais existentes no lugar, como bens intangíveis, tendo a hospitalidade como uma experiência perceptível e empírica do indivíduo numa dimensão fenomenológica: uma relação entre o indivíduo e o lugar. A explicação dessa percepção não se reduziria à escala local uma vez que se revelaria nas relações entre as diversas escalas geográficas, do local ao global, passando escalas intermediárias como nacionais e regionais.

Para Kotler *et al.* (2006) o *marketing* é um processo social através do que pessoas e/ou grupos conseguem aquilo que precisam e o que almejam com a ideia e a oferta, para com assim, negociar os produtos e os serviços de valor entre outros. Mas também ressalta que o *marketing*, como processo, encontra-se em cada etapa do planejamento estratégico das cidades. O *marketing* é direcionado, desde a gênese do projeto a sua elaboração, pois, o grupo realiza esforços para obter apoio político e financeiro, visto que são imprescindíveis os recursos necessários para fazer avançar na execução e desenvolvimento desse projeto, trabalho que deve ser realizado de forma

consensual e participativa, pois, a atividade só terá sucesso se for adquirida por todo o grupo.

Dessa forma, é importante a apropriação coletiva de uma localidade em que a comunicação precisa estar presente, pois para conseguir o consenso, em primeiro lugar, é necessário, difundir as ideias, planos e atividades para depois, trabalhar no coletivo a redação do projeto (Kotler *et. al.*, 2006).

Nos projetos urbanos, itens devem ser observados, dentre os quais a localização, com a valorização de uma localidade de forma a torná-la atrativa. Outro ponto a ser considerado é a sua utilização, definindo-se um rol de ações a serem desenvolvidas e viabilizadas pelo projeto, como hotelaria, comércio e atividades de lazer, entre outras. A composição urbana, além disso, deve ser considerada, e ela consiste na escolha de materiais, paisagismo dos espaços públicos e criação da atmosfera urbana.

O objetivo principal de um projeto voltado ao *marketing* de lugar é melhorar a imagem da cidade, valorizando as atividades terciárias a fim de impulsionar a atividade econômica e de melhorar a qualidade de vida. Nessa perspectiva, alguns recursos devem ser utilizados, envolvendo desde o material humano, que prescinde a contratação de arquitetos conhecidos de forma internacional, a veiculação de campanhas publicitárias e a organização de eventos para promoção do projeto em busca de parcerias, adesões e recursos (Kotler *et. al.*, 2006; Matias, 2013).

Outro aspecto que deve ser levado em consideração é a orientação dos atores envolvidos no planejamento estratégico das cidades, tema relevante para este estudo, pois, disso dependerá a imagem a ser projetada, refletindo no tipo de desenvolvimento da cidade. Deste modo, a afirmação anterior remete a considerar as forças sociais que influenciarão nas ações de desenvolvimento urbano.

Diante do fenômeno da globalização, que influencia e modifica as sociedades neste período pós-moderno, as cidades se defrontam com uma concorrência bastante acirrada, envolvendo os mais diversos e distantes lugares do planeta, não só de sua região ou na nação a que pertencem. Portanto, as cidades e regiões precisam buscar novas alternativas, em longo prazo, para que consigam sobreviver bem. Só os lugares que conseguirem

desenvolver estratégias voltadas ao seu crescimento e desenvolvimento, permanecendo atentas e capazes de reagir de forma positiva às mudanças no ambiente é que poderão se destacar, em desenvolvimento e crescimento, visando à prosperidade futura. Isso é o que Kotler *et. al.*(2006), procuraram mostrar.

Segundo Kotler *et. al.* (2006), existe uma necessidade de os lugares melhorarem seus sistemas de uma forma geral, além de todas suas operações, tudo isto, para que consigam enfrentar o desafio que se interpõe. Este autor focaliza, em particular, o *marketing* relacionado ao desenvolvimento da América Latina e Caribe, enfatizando, sobretudo, o Brasil como ponto turístico por excelência, que pode se desenvolver de maneira significativa na indústria turística. Em que se poderia também somar e contar da mesma forma de enfrentamento aos desafios relacionados aos lugares por meio dos eventos culturais turísticos.

Na compreensão de Kotler *et. al.* (2006), o *marketing* de lugares recorre a meios estratégicos que favoreçam o crescimento e o desenvolvimento das localidades, atraindo investimentos, moradores e visitantes, que contribuem financeiramente para o desenvolvimento das comunidades capacitando-as para concorrer na economia global.

A esse respeito, Dias (2003) afirma que, “[...] se há uma competição de um lugar com outros, há necessidade de se pensar a cidade como uma organização, do ponto de vista de aplicação dos princípios do *marketing* de produtos e serviços, e de se desenvolver o *marketing* de cidades”, (p.188) dos eventos culturais turísticos.

Localidades que se mostram atentas à nova realidade de mercado, formulam uma combinação de ofertas e benefícios que atendam às expectativas de investidores, novos negócios e visitantes, que têm interesses voltados à indústria do turismo. Essa atividade é considerada como uma das maiores fontes de renda e geração de empregos que uma localidade pode ter. Consolida-se como a mais importante atividade econômica do mundo. Bem planeada, pode trazer incontáveis benefícios.

Nesse ambiente competitivo, é necessário que as cidades se estabeleçam de acordo com o potencial que lhes é conferido. Possuir um clima

mais frio, melhores condições para um determinado esporte ou ser dono de uma festa característica, são só alguns recursos utilizados para atrair à atenção. Segundo Kotler *et al* (2006, p. 58), “um lugar precisa criar e enviar ‘sinais de identificação’ que as empresas no sector de viagens e turismo possam reconhecer, compreender e comunicar aos outros”.

O *marketing* de lugares recorre à aplicação do corpo de conceitos e práticas de planeamento estratégico de *marketing* por comunidades, cidades, estados, regiões e nações para promover exportações e para atrair indústrias, investidores, turistas, residentes e eventos. Dessa forma, os lugares que se mostrarem mais competitivos, serão aqueles que conseguirem entender melhor as necessidades e desejos de seu público-alvo e se mostrarem capazes de satisfazê-los de maneira mais eficaz e eficiente (Kotler *et. al.*, 2006).

Vale ressaltar que o planeamento de *marketing* estratégico formal é definido como um processo que, inclui definição de objetivos, análises do ambiente interno e externo, criação e seleção de estratégias de *marketing*, a sua implementação e controle (Chae & Hill, 2000).

O objetivo maior de um lugar deve ser promover o seu desenvolvimento econômico e o bem-estar dos seus cidadãos. Com o desenvolvimento acelerado das tecnologias da comunicação e da informação e a grande facilidade dos meios de transporte, têm crescido bastante os atrativos aos turistas visitantes mais focais, pela oferta de eventos, que estimulam o crescimento das indústrias, dos investidores e moradores. De tal modo, percebe-se que “o turismo pode ser entendido como o consumo dos lugares, onde apela aos cinco sentidos. Praticar turismo implica consumir sítios, ‘olhar’ e interpretar o significado das diferentes paisagens que constituem esses lugares” (Marujo & Cravidão, 2012, p. 286).

Um lugar não é um produto, não pode mudar de nome, não pode ser objeto de *marketing*, para ser vendido, pois não deve ser propriedade de um único dono. Nesse sentido, é preciso que toda a localidade entenda o processo de decisão na escolha de investidores e turistas, por meio dos eventos culturais turísticos como estes os expõem e como Kotler *et. al.* (2006) explica também por meio da apresentação de propostas bem mais chamativas que aquelas apresentadas pelos lugares concorrentes.

O desenvolvimento das comunidades locais proporciona a melhoria significativa da qualidade de vida às pessoas favorecendo um maior poder aquisitivo em relação a bens e serviços, além de proporcionar a participação nas decisões políticas. Nesse sentido, uma localidade deve estar de forma permanente vinculada ao contexto global no qual se insere e integrada aos eventos, sobretudo, culturais em conexão ao turismo. Assim, a Geografia Econômica e as dinâmicas sociais precisam ser organizadas sob o ponto de vista espacial, em que o domínio do exterior prevalece sobre o local, pois as riquezas, em geral, são, agora, produzidas e controladas por instituições exteriores ao território político, como as empresas transnacionais.

Essas empresas possuem matriz em seu país de origem e atuam em outros países através da instalação de filiais. O conceito transnacional veio substituir o termo multinacional, que pode ser interpretado como uma empresa pertencente a várias nações e não, como uma organização que ultrapassa os limites territoriais de sua nação para atuar no mercado exterior (Cerqueira, 2012).

As primeiras empresas transnacionais chegaram ao Brasil no final do século XIX, pela disponibilidade de matéria que o país oferecia, favorecendo, ainda, mão de obra barata, doação de terreno, isenção de impostos, legislação ambiental pouco rígida, energia e mercado consumidor em expansão. Entretanto, essas organizações só chegaram a atingir uma máxima atuação mundial, após o fim da Segunda Guerra Mundial. A maior parte das empresas transnacionais aqui implantadas é de origem de países industrializados que, após terem conquistado o mercado interno, montaram filiais em outros países, sendo a maioria deles nos países em desenvolvimento.

Essas empresas são muito produtivas e o seu deslocamento geográfico favorece novas oportunidades de crescimento e formação dos recursos humanos às localidades onde se implantam (Haesbaert, 2004). Além disso, elas oportunizam a redistribuição de 'mais-valias' e favorecem o crescimento das relações sociais e ambientais de modo assistemático, aos mais distantes lugares do mundo.

No contexto mundial, cada lugar procura se afirmar como um território diferente e atrativo, com mais qualidade de vida e melhor preparado para a

flexibilidade que se exige. O Planejamento Estratégico e o *Marketing* Territorial são a resposta local a um sistema que, pelo menos na aparência, confere aos agentes transnacionais uma maior responsabilidade. Há uma relação entre o local e o global, que, na verdade se plasmam, interpenetram e se confundem em cada paisagem.

Um grande desafio é, portanto, tornar um lugar competitivo e atraente aos investidores e turistas mais especializados. Nessa perspectiva, inúmeras localidades dispersas por todo o mundo, estão competindo no sentido de conquistar investimentos, turistas, eventos que se apresentam para serem disputados. Dessa forma, a *internet* tem se mostrado como um meio de divulgação de lugares, permitindo, com isso, que diminutas comunidades existentes que eles saiam do anonimato e se tornem um concorrente em potencial.

Muitas vezes, os objetivos políticos do curto prazo não se adéquam às necessidades de uma localidade e, por isso, acabam por consumir recursos que deveriam ser usados para mudanças mais estruturais e de caráter sustentável, como os investimentos em educação, cujos retornos só aparecem no longo prazo (Buarque, 2002).

Com profissionalismo e assumindo compromissos de longo prazo, países que têm aplicado com sucesso o *marketing* de lugares possuem agências de desenvolvimento que, há décadas, são responsáveis pelo processo estratégico de *marketing* de lugares. O processo de planejamento desenvolvido por agências como o CORFO do Chile e o CINDE da Costa Rica tem sido consistente e tem sobrevivido às mudanças de governo. Essas agências contam com profissionais de *marketing* experientes, fazem *benchmarking* de outras experiências e contratam consultores externos capazes de ajudá-los. Ainda, de forma constante, monitoram o ambiente externo de *marketing* e ajustam seus objetivos e estratégias de mercado (Kotler *et. al.*, 2006).

A escolha de determinadas estratégias de *marketing*, por parte de uma empresa, é definida em relação a determinados aspectos ligados à orientação de mercado. Nessa perspectiva, o *marketing* estratégico é a visão sistemática da empresa acerca do mercado no qual atua, que utiliza como ferramentas

chave para a efetividade desse processo, o posicionamento e a segmentação. A esse respeito, é preciso definir um plano de *marketing* tático, pelo qual são delineadas táticas específicas de *marketing*, “incluindo táticas de propaganda, formas de comercialização, preços, canais e serviços” (Kotler, 2000, p.86), seja essa lógica de pensamento, referente à promoção de lugares ou mesmos de eventos culturais turísticos.

Para Kotler *et al.* (2006), os lugares precisam recorrer às ferramentas do *marketing* estratégico para que possam se promover no contexto atual de consumo. Lugares são ‘consumidos’ de diversas formas e por diversos públicos: turistas, investidores, empresas (na hora de tomar a decisão de se estabelecer em determinado país, cidade ou região) e também pelos consumidores de produtos oriundos.

Nesse sentido, o planejamento estratégico de lugares ou de eventos culturais turísticos apresenta-se como uma importante ferramenta para projetar os sistemas-produto, discorrendo em lugares bem como em empresas que associam a marca destes lugares aos seus produtos e os comercializam em um contexto global. Logo, compreender o território como produto para além da sua materialidade física, significa agregar factores imateriais que o constituem como um sistema. Isso significa dizer que se acrescenta ao ‘produto-território’, o serviço, a experiência e a comunicação. Deste modo, o território passa a ser visto e, acima de tudo, experienciado como um produto de consumo assim como é o evento cultural turístico.

Para Kotler *et al.* (2006), é importante ativar a imagem de um lugar nas mentes das pessoas, mesmo que seja através da simples pronúncia de seu nome, mesmo que não existam atividades conscientes e organizadas de gestão da marca. De modo que todas essas contribuições, de maneiras diversas convergem para o entendimento de que os lugares, além disso, podem ser pensados como “sistemas-produto”, que podem ser consumidos de diversas maneiras (turismo; investimento; compra de produtos oriundos daquele lugar e outros) e por diversos públicos e, portanto, é necessário pensar a estratégia para as formas de seu desenvolvimento.

O *marketing* estratégico de lugares ou de eventos culturais turísticos, por sua vez, se assemelha a outros processos de planejamento estratégico. É

preciso avaliar as oportunidades e ameaças existentes no mercado, as forças e fraquezas do lugar, entender o ambiente competitivo, segmentar o mercado, determinar o público-alvo, decidir o posicionamento, estabelecer objetivos de mercado, desenhar as estratégias de *marketing*, e detalhar a implementação e controle do plano.

Percebe-se que o “plano de *marketing* estratégico estabelece os objetivos gerais e a estratégia de *marketing* com base em uma análise da situação e das oportunidades de mercado atuais”. O planejamento estratégico orientado para o mercado é o processo gerencial de desenvolver e manter um ajuste viável entre objetivos, habilidades e recursos de uma organização e as oportunidades de um mercado em contínua mudança. O objetivo do planejamento estratégico:

“[...] é dar forma aos negócios e produtos de uma empresa, de modo que eles possibilitem os lucros e o crescimento almejados” [...]. É preciso entender o planejamento estratégico para entender a administração de *marketing*. E, para entender o planejamento estratégico, precisamos reconhecer que as maiores empresas organizam-se em quatro níveis: o nível corporativo, o nível de divisão, o nível de unidade de negócios e o nível de produto (Kotler, 2000, p.86).

A esse respeito, analisando-se o ambiente de mercado do Brasil, vê-se que seu objetivo é fazer crescer os investimentos estrangeiros no sentido de motivar a procura de turistas estrangeiros para visitarem o país. Para alcançar esses objetivos, devem-se definir as estratégias de *marketing* e ações a serem empreendidas, assegurando os recursos necessários para tal. Isso deve ocorrer a despeito das mudanças de governo que acontecerão. Outro aspecto importante nesse processo é o gerenciamento da imagem do país que pode ser feita por meio dos eventos culturais turísticos assim como o turismo em si.

A indústria de entretenimento cabe inserir os eventos culturais turísticos e a mídia possuem um importante papel na construção da imagem de um lugar, que pode, ou não, ser baseada na realidade e tende a persistir mesmo quando a realidade do lugar já se transformou. A importância da imagem é que ela determina atitudes e comportamentos em relação ao lugar. Nesse sentido, as artes visuais, segundo Fernandes (2008), constituem-se um elemento importante a ser utilizado pelo *marketing* territorial, como instrumento de

promoção de lugares, de afirmação da sua centralidade e de apelo a turistas e novos residentes.

Dessa forma, na inter-relação competitiva do sistema global, os eventos culturais turísticos, as artes visuais são uma estratégia de *marketing* de significativa importância para tornar um lugar conhecido pelas pessoas, incentivando nelas o desejo de visitar ou de permanecer nessa localidade. De modo que se recorre a:

[...] técnicas que reduzam os receios e os preconceitos e amplifiquem as qualidades dos lugares que se pretendem promover, o *marketing* territorial procura a criação de imagens positivas de cidades, regiões ou países. Nesta sedução, as artes visuais desempenham um papel central. Como se referiu, no Novo Mundo, sobretudo na América do Norte, a deslocação do povoamento respondeu a apelos feitos também por fotografias e ilustrações. Esta chamada associou-se ao comboio, outra inovação tecnológica com importância decisiva na espacialização das sociedades, na deslocação do centro de gravidade do povoamento, no alargamento das fronteiras e na divulgação turística dos lugares (Fernandes, 2008, p. 9).

Assim, as fotografias, os *outdoors*, os vídeos da Internet e outras artes visuais são fundamentais para a promoção de um local atraindo para ele agências de viagem e, por conseguinte, rentabilidade através de investimentos. Ressalta-se que essas mesmas estações servem:

[...] de plataformas de divulgação de lugares e de afirmação da individualidade e das identidades locais, numa complexa relação entre o movimento e o convite à paragem: a tradicional fixação de painéis de azulejos nalgumas estações ferroviárias em Portugal é testemunha (Fernandes, 2008, p. 9).

A propaganda fundamentada em ideias e crenças recorre a uma dimensão afetiva, baseada em emoções e uma dimensão comportamental, baseadas em experiências e ações. Assim, para mudar as atitudes de investidores e turistas em relação a um lugar é preciso atuar sobre uma ou mais destas dimensões (Fernandes, 2008).

No caso do Brasil, existe uma influência da dimensão afetiva. As pessoas, em geral, já gostam do Brasil, mas as informações e crenças sobre ele, nem sempre, são positivas. Os eventos culturais turísticos podem ser uma excelente dica para melhorar a imagem do país. Entretanto, se os problemas de imagem do país se baseiam em problemas concretos, como a segurança

pública, esses precisam ser resolvidos antes que sua imagem possa ser transformada (Fernandes, 2008).

Na direção do pensamento de Fernandes (2008) caminha na direção também ao de Kotler *et. al.* (2006) quando se percebe que a marca tem sido definida como um nome ou símbolo que diferencia a oferta de uma empresa das de seus competidores. Ela pode agregar ou subtrair ao valor percebido da oferta. O nome de um lugar é, sem dúvida, uma marca uma vez que identifica, diferencia e pode, até mesmo, alterar a percepção do valor de um produto como um destino turístico ou uma oportunidade de investimento.

A marca é possível ser o maior patrimônio de um lugar e deve ser trabalhada ou gerenciada de maneira compatível. Essa ideia precisa ser abraçada, não só, por aqueles que atuam direto com o *marketing* de lugares (investimentos, turismo, exportações e outros) e atividades afins como os eventos culturais turísticos, mas, além disso, deve ser disseminada entre cidadãos e a mídia (Kotler *et. al.*, 2006).

Enquanto os produtos ficam obsoletos, com o tempo, e a posição competitiva de uma oferta pode mudar, a marca deve continuar sempre relevante. Por isso, cada vez que o nome do lugar é mencionado, existe uma oportunidade para agregar ou subtrair ao valor percebido de sua marca. A marca de um lugar não deve ser apenas o resultado do que aparece na mídia ou no cinema ou no evento cultural turístico. Ela deve ser gerenciada e isso exige uma mudança de cultura (Kotler *et. al.*, 2006).

Para Kotler *et. al.* (2006), criação de uma imagem forte de um determinado lugar deve estar presente em todo o processo de *marketing*, em busca de definir uma imagem atraente, refletindo as qualidades reais do lugar, a qual deve ser repassada, fiel e de forma estimulante, aos públicos-alvo. Fernandes (2008) o complementa quando afirma que:

A mensagem visual pode amenizar concepções negativas a respeito de um lugar. Da mesma forma, ela pode reforçar essas ideias, afetando o seu poder de dissuasão, sendo um exemplo disso, “a forma como se reproduz um continente como o africano, relevando-se sobretudo a insegurança, reforça uma crise geral de confiança, com reflexos negativos nos potenciais investimentos econômicos (Fernandes, 2008, p. 15).

A relação entre o território e as imagens tem múltiplas dimensões. Nessa

perspectiva, os pequenos *souvenirs* são de formas significativas eficazes na venda de lugares, ajudando na circulação de ícones simbólicos, além de instrumentalizarem lugares para venda de bens ou serviços, com oferta de sensações fantásticas, associando ideias sobre a importância do objeto ou serviços que desejam vender (Fernandes, 2008).

O *marketing* territorial, como arte, ciência e técnica de construção e divulgação da imagem do lugar, também tem a importância de colaborar com os residentes locais, que se procuram atrair investidores, em particular, na área do turismo ou por meio do evento cultural turístico. Assim, a mensagem passada pelas imagens e elementos audiovisuais, ainda que ilusórias, são bastante relevantes por condicionarem percepções e influenciar ações e comportamentos (Fernandes, 2008).

As artes visuais têm contribuído de maneira significativa para transformar as paisagens, sobretudo as urbanas, nas quais se concentra um maior número de pessoas, possíveis consumidores. Essas *cityscapes* estão marcadas pela topografia e por elementos como a arquitetura, mas a sua fisionomia está muito vinculada à apropriação pictórica do espaço. Os *outdoors* e outras plataformas desenham novos contornos e, além disso, aqui, se abrem necessárias investigações sobre o seu efeito terapêutico. Através do espaço, dos eventos culturais turísticos e das artes visuais que são formas de poder (Kotler *et. al.*, 2006).

Cada localidade deve adotar estratégias específicas de *marketing* territorial, adequadas às suas peculiaridades, portanto, ajustadas às suas características. Muitas vezes é necessária a organização de campanhas para ajudar a visualizar e afirmar a identidade de lugares pouco conhecidos e com imagem global débil, fato quase sempre associado ao seu fraco protagonismo mediático, político ou econômico (Fernandes, 2005).

Para que se possa consolidar e manter uma imagem positiva e atrativa de uma determinada localidade, é imprescindível que seja constante a promoção das ações com a intenção de reforçar uma visão positiva sobre um lugar. Então, é imprescindível recuperar de igual forma a visibilidade positiva de um lugar que tenha passado por uma crise de insegurança social ou ambiental que venha a prejudicar a sua atratividade. É importante, portanto efetivar

campanhas, capazes de atenuar ou reverter imagens negativas, redirecionando vocações, “apelando a mercados mais abertos e variados, condição importante para atenuar crises setoriais e atingir um nível de maior resiliência” (Fernandes, 2005).

O pensamento trazido por Fernandes (2005) tem relação direta com as discussões trazidas por Dias (2006) e por Batista (2008) quando a questão de se evitar impactos negativos de ordem ambiental, econômica e social. Diante dessa discussão, o *marketing* turístico ou o *marketing* eventos culturais turísticos deve ter como estratégia básica conhecer bem os seus clientes reais e potenciais para, a partir desse conhecimento, desenvolver produtos que venham a satisfazer seus desejos e necessidades (Middlenton, 2002; Petrocchi, 2004) conectados para evitar, até, os impactos negativos que abordou aqui estes autores.

Por conseguinte, o *marketing* é um indutor e direcionador da demanda de turistas e empreendedores, pois tem o poder de tornar conhecidos e de promover lugares e eventos culturais turísticos. Isso como expõe Font (2009) é fundamental para que se saiba gerir o espaço e orientar as ações estratégicas, identificando resultados que sejam positivos, não apenas, como uma ferramenta promotora de ações de gestão, mas até, como instrumento voltado à melhoria das relações do turismo na região.

Font (2009), partindo da ideia de que o *marketing* é mais do que a soma de meras ações promocionais para gerar demanda, argumenta sobre a preocupação que os gestores devem ter, ao utilizar as ferramentas de *marketing* para sugerir destinos de forma responsável, contribuindo com um direcionamento adequado e que seus resultados sejam o reflexo das ações projectadas.

Assim vimos que a propaganda e as relações públicas são o componente do *mix* de promoção que mais poderia influenciar o comportamento do consumidor. Ou seja, as operadoras turísticas de forma prática não utilizam a ferramenta das relações públicas. Nesse sentido, é importante alertar os gestores das empresas de turismo a aproveitarem, mais o efetivo, o potencial dessa forte ferramenta mercadológica.

Diante dessa lógica mencionadas por esses autores, crê-se até que há

necessidade de se montar uma estratégia de relações públicas internas que tenha por objetivo, não só, a melhoria dos serviços, mas a valorização dos lugares e das pessoas envolvidas. Este esforço colabora no sentido de alcançar um resultado que traduz a imagem de hospitalidade, um dos principais pilares das estratégias de comunicação utilizadas para divulgar um determinado lugar e atrair para ele turistas e empreendedores, que aumentem a sua produtividade econômica e colaborem com seu desenvolvimento (Dias, 2006; Kotler *et. al.*, 2006; Petrocchi, 2004; Middlenton, 2002; Buarque, 2002).

Para melhor desenvolver o *marketing* turístico, é importante conhecer os interesses e necessidades dos turistas, para que se possa adequar a oferta a esses interesses, o que exige o conhecimento dos estímulos capazes de influenciar nas decisões de viagem (Kotler *et. al.*, 2006).

A promoção turística é uma atividade destinada à informação, persuasão e influência sobre o turista e os empreendedores, recorrendo a ferramentas promocionais, como propaganda e publicidade, recorrendo a artes visuais e *marketing* territorial, relações públicas e promoção de vendas. Entre as principais ferramentas de comunicação, utilizadas no *marketing* turístico, (propaganda, publicidade, venda pessoal, *merchandising*, promoção de vendas e relações públicas), a propaganda é uma das mais eficazes, quando elaborada de forma criativa e sem muitos gastos, porém nunca como um fenômeno isolado, mas integrante do panorama geral da promoção e em constante envolvimento com fenômenos paralelos, onde se colhem os subsídios (Fernandes, 2008; Dias 2006; Font, 2009).

Outro viés ligado ao *marketing* e que também é utilizado para promoção de territórios ou empresas ou de eventos culturais turísticos é o chamado *Marketing Cultural*. Segundo Neto (2002, p. 15), *marketing* cultural “é a atividade deliberada de viabilização físico-financeira de produtos e serviços culturais, comercializados ou franqueados, que venham a atender às demandas de fruição e enriquecimento cultural da sociedade”.

Buscar a coerência nas ações é sinal de que a empresa quer criar valores para a sociedade e comunicá-los. Percebe-se que o *marketing* apresenta um conceito abrangente que trata da satisfação das pessoas e organizações (Dias, 2006; Middlenton, 2002; Neto, 2002).

As empresas que perceberam, no *Marketing Cultural*, a possibilidade de aprimorar a imagem da organização, do seu produto e da marca estão optando por uma estratégia inovadora que tem condições de melhorar e manter uma imagem positiva perante o consumidor e a sociedade. O profissional de *marketing* deve estar sempre atento a novas tendências e oportunidades. Cada público possui características diferentes e variadas, cabe ao responsável pelo desenvolvimento do *marketing* selecionar e se posicionar de forma correta e atrativa para fixar neste público a proposta da empresa (Kotler *et. al.*, 2006; Neto, 2002).

Tendo por base os autores, podemos concluir que o *marketing* cultural despontou a partir da necessidade de inovar as formas de *marketing* do mercado, trazendo novos métodos para uma maior aproximação entre empresa e consumidor, sendo este mais eficaz uma vez que tem condições de conquistar a simpatia do público pelo produto, empresa e marca (Neto, 2002).

O *marketing* cultural tem como característica uma nova alternativa de comunicação publicitária para as empresas que almejam focar em públicos específicos com maior eficiência, através do incentivo à cultura é possível atingir o consumidor de maneira sutil e direta. Promove-se assim a “comunicação por ações culturais” (Yanaze, 2007, p. 457).

Cabe à empresa ou cidade determinar mais precisão na melhor estratégia de *Marketing Cultural* para colocar em prática de acordo com o público alvo. Dentre as ações culturais que podem ser utilizadas eventos ou shows ou amostras ou outras criações de produtos culturais. Existem opções para todos os gostos e os bolsos (Yanaze, 2007; Kotler *et. al.*, 2006; Dias 2006).

Dessa forma o *Marketing Cultural* é uma estratégia para empresas que visam reduzir custos e adquirir vantagem competitiva divulgando sua marca e, por conseguinte, investir em conhecimento, artes, entretenimento, crenças, moral, lei, costumes e todas as demais capacidades e hábitos adquiridos pelo homem enquanto membro de uma sociedade (Neto, 2002, p. 17).

O *marketing* cultural aparece como um diferencial da empresa junto à sociedade, melhorando sua imagem e do seu produto e, portanto, aumentando o número de vendas. E como principal, no atual cenário socioeconômico em

que a temática da responsabilidade social e a cidadania das empresas estão em ampla discussão (Yanaze, 2007; Kotler *et. al.*, 2006; Dias 2006; Neto, 2002).

Para estes autores investir em cultura parece ser uma busca de um novo estilo de *marketing* que seja eficiente, eficaz e um ótimo meio de ligação e comunicação entre empresa e sociedade. Nesse sentido, observa-se que a cultura e a sociedade são duas variáveis que se influenciam com reciprocidade (Font, 2009; Yanaze, 2007; Kotler *et. al.*, 2006; Dias 2006; Neto, 2002).

Yanaze (2007) inclusive, ressalta que deve haver uma distinção entre produto cultural e serviço cultural. Sendo o produto cultural algo duradouro, como discos, CDs, livros, entre outros e que a maioria deles é patrocinada por uma organização. Os serviços culturais por sua vez são mais bem entendidos como eventos culturais que deve ter início, meio e fim. Exemplos: Skol Beats, Tim Festival, Coca-Cola Vibezone, *Rock in Rio*.

Desta feita, o *marketing* cultural abriu novas portas para a propaganda, ao mesmo tempo em que uma empresa investe em alguma ação cultural promove até sua publicidade, melhorando sua comunicação corporativa. Forma-se um elo entre marca, empresa e comunidade (Yanaze, 2007; Kotler *et. al.*, 2006; Neto, 2002; Middlenton, 2002).

Para uma empresa ou um lugar ser competitivo não basta ficar atenta aos preços dos concorrentes, tem que ter um diferencial que atraia o cliente e o faça se sentir valorizado. O consumidor de hoje se preocupa com o ambiente em que vive, com a natureza, com a sociedade (Font, 2009; Yanaze, 2007; Kotler *et. al.*, 2006; Dias, 2006; Neto, 2002; Middlenton, 2002).

Observa-se que em um mercado onde o consumidor dispõe de muitas alternativas de escolha e compra o *marketing* cultural desponta como uma forma de comunicação moderna, eficaz e financeiramente compensatória através de incentivos fiscais (Yanaze, 2007; Kotler *et. al.*, 2006; Dias, 2006; Neto, 2002; Middlenton, 2002).

Financiar um evento vai além de investir na cultura de uma comunidade envolve, além disso, a imagem, a publicidade da empresa que aproveita o acontecimento para fixar uma boa imagem do produto e do nome da empresa na cabeça do consumidor. Assim, Baracho e Félix (2002, p. 18) ressaltam que:

É consensual entre os diversos autores que por promover a associação entre a atividade cultural e a comunicação empresarial, o *marketing* cultural tem-se revelado nos dias atuais um dos mais eficazes instrumentos de comunicação corporativa. A saturação da publicidade convencional levou as empresas a buscarem formas de comunicação empresarial que consigam, de forma ágil e eficiente, atrair um público consumidor exigente e diferenciado, conferindo às empresas grande valor de mercado (Baracho & Félix, 2002, p. 18).

Neste sentido o *Marketing* Cultural é uma estratégia de aproximação entre empresa e público que por estar vinculada à cultura é uma poderosa ferramenta de transmissão de mensagens. Através desta aproximação a empresa adquire condições para melhor atender, satisfazer e aumentar seu número de clientes, uma vez que este público é ainda consumidor (Font, 2009; Yanaze, 2007; Kotler *et. al.*, 2006; Dias, 2006; Neto, 2002; Middlenton, 2002; Baracho & Félix, 2002).

Para fazer *marketing* cultural não há fórmula fechada, pois há variáveis que, conforme combinadas, podem resultar numa excelente ação de *marketing*. O que manda é a criatividade para atingir o público alvo de forma a atender os objetivos de comunicação da empresa com os recursos disponíveis (Font, 2009; Yanaze, 2007; Kotler *et. al.*, 2006; Dias, 2006; Neto, 2002; Middlenton, 2002; Baracho & Félix, 2002).

Ao patrocinar um show, por exemplo, a empresa pode não só associar sua marca àquele tipo de música e público como pode igual oferecer amostras de produto (promoção); distribuir ingressos para os seus funcionários (*endomarketing*); eleger um dia exclusivo para convidados especiais (*marketing* de relacionamento); enviar mala-direta aos consumidores/clientes informando que o *show* está acontecendo e é patrocinado pela empresa (*marketing* direto) (Yanaze, 2007; Kotler *et. al.*, 2006; Dias, 2006; Neto, 2002; Middlenton, 2002; Baracho & Félix, 2002).

Assim, vale salientar que a importância de se mostrar o artista consumindo o produto durante o *show* (*merchandising*); levantar informações gerais sobre o consumidor por meio de pesquisas feitas no local (*data-base marketing*); fazer uma publicação sobre o evento (*marketing* editorial); realizar uma campanha específica destacando a importância do patrocínio

(publicidade) e muitas outras ações paralelas que tem o poder de ampliar o raio de alcance da ação de *marketing* cultural (Yanaze, 2007; Kotler *et. al.*, 2006; Dias, 2006; Neto, 2002; Middlenton, 2002; Baracho & Félix, 2002).

Dados de 1999 apontam que a indústria cultural movimenta o equivalente a 1% (um por cento) do Produto Interno Bruto brasileiro (Cunha Filho, 2000), gerando empregos diretos e indiretos, como o PIB do Brasil segundo o IBGE em 2016 era cerca de 6,5 trilhões de reais, isso significa 65 bilhões de reais. Nota-se então que além de promover o crescimento humano a cultura também é geradora de empregos.

Para cada milhão de reais gastos em cultura, o país gera 160 postos de trabalho diretos e indiretos. Isso revela uma dimensão que, habitualmente, não aparece nas avaliações sobre a cultura, isto é, seu impacto social e econômico que mostra claramente a potencialidade da área para a geração de renda e de emprego (Costa, 2004, p. 21).

O *Marketing* Cultural apareceu para o meio publicitário como uma nova forma de divulgação, para se atingir o público-alvo. Este novo modo de fazer propaganda se distingue das demais por não ser evasiva e cansativa. O cliente está cada dia mais atento às empresas que se preocupam com o bem-estar da comunidade e demonstram isso através da preferência pela marca, pela satisfação no momento da compra (Yanaze, 2007; Kotler *et. al.*, 2006; Dias, 2006; Costa, 2004; Neto, 2002; Middlenton, 2002; Baracho & Félix, 2002).

É convencional utilizar por empresas, sobretudo de eventos o *marketing* cultural para atrair turistas e empreendedores como instrumento ao desenvolvimento socioeconômico local. É, por isso, amplo o seu uso por cidades, através da criação e realização de eventos culturais, a exemplo, *Rock in Rio*: o maior festival mundial que se iniciou no Rio de Janeiro, o Festival de Jazz e Blues de Guaramiranga, no Maciço de Baturité do Estado do Ceará e da Mostra SESC Cariri de Culturas realizado na região do Cariri cearense. Deste modo, esses eventos serão discutidos por alguma semelhança ou até mesmo por diferença a Mostra SESC Cariri de Cultura porque se acredita que a ciência, realça-se ambos serem importantes nessa discussão ou para afirmar ou para negar alguma coisa sobre o estudo.

Nesse sentido a ciência é dotada de poder que influencia o mundo acadêmico, político e social. De modo que como Ferreirinha e Raitz, (2010) que

estudam Foucault explicam “para estabelecer o poder é preciso força, ao passo que para estabelecer o saber bastaria apreender ou ensinar. Assim, do entrecruzamento de um e de outro, poder e saber, é que se dá a constituição do sujeito” (Ferreirinha & Raitz, 2010, p. 382).

As autoras explicam ainda que a imposição de força sobre o outro poderá aferir a sujeição de vantagem econômica, atividades codificadas e aptidões formadas, e além da imposição do sujeito sem a capacidade de reflexão crítica à obediência política, concordância das regras e normas (Ferreirinha & Raitz, 2010) em que isso poderá acarretar a um grande prejuízo tanto para a ciência quanto para a sociedade.

A premissa desses autores espera-se na ciência que não haja esse tipo de imposição. Sobretudo, quando se trata de se aproximar do objeto de estudo na busca de verdade que é sabido por diversos teóricos, inclusive estas à luz de Foucault, por exemplo, não existe verdade absoluta e sim relativa. Enfim, diante da discussão sobre *marketing* como indutor na promoção de lugares será mais bem debatido estas e outras teorias nessa Tese para no caso aqui, apreender melhor o que é um evento cultural e turístico tópico de discussão a seguir.

## 2.5 - O que é um evento cultural e turístico

No contexto relativo a evento cultural e turístico, vale salientar que na contemporaneidade os eventos estão cada vez mais presentes na vida social e cultural das pessoas. Exibe-se o turismo de eventos como conquista num papel de relevância para o desenvolvimento regional e/ou cultural (Marujo, 2015). Inclusive, demonstra ser no mundo como oportunidades de desenvolvimento centrais das sociedades.

Marujo (2014, p.73) nessa direção aborda que na “atualidade eles desempenham um papel essencial no contexto social, cultural, político e econômico de um país ou de uma região”. Exalta-se a ocorrência do destaque da singularidade cultural e histórica de uma comunidade, muitas vezes, por meio de eventos culturais. Deste modo, é:

[...] óbvio que eles podem alterar as características de uma sociedade, dado que podem transformar a cultura num objeto de mercantilização (Urry, 1996; Craik, 2003). Mas, também, é um facto que eles podem funcionar como um instrumento de auxílio no desenvolvimento ou manutenção da identidade de um lugar [...] As motivações para visitar eventos culturais variam de acordo com a natureza de cada evento e as varáveis sociodemográficas e culturais de cada turista (Marujo, 2012). A motivação pela exploração de outras culturas surgiu, nos últimos anos, como um fator-chave para frequentar festivais ou festas com características enraizadas na cultura de cada lugar (Marujo, 2014, pp. 73-74).

Sabe-se que são profundas as relações entre o turismo e a cultura como explica Cunha (2013, p.221) e que “têm um duplo sentido: turismo como ato cultural e forma de cultura e turismo cultural como meio de permitir ao homem o acesso a formas de expressão cultural”. Nessa direção define “cultura como patrimônio de conhecimentos, de costumes, de princípios, de usos e de regras, de experiência e de opção, que contribuem para transformar o mundo material e criar novos valores espirituais”.

Nessa ideia deste autor “turismo cultural é o conjunto de meios que permite aos visitantes conviverem com os modos de vida autênticos de outros povos ou comunidades”, como também, de desfrutar de todas as suas heranças e dos seus conhecimentos e do seu modo de vida (Cunha, 2013, p.221).

Essas ideias de Marujo (2014; 2015) sobre eventos culturais e de Cunha (2013) sobre o turismo, ambas, conectadas a cultura tem significação com o pensamento de Oklobdžija (2015) quando esta autora afirmar que em geral não há uma definição universal de evento. Para Oklobdžija (2015) foram discutidos vários termos e definições de eventos. Até possui certa concordância apesar de ser limitada a respeito dos termos, das definições ou das categorias. De modo para ela a maioria dos autores concorda que:

[...] that the event in the economic sense is a part of service economy, and different approaches to defining the event are the consequences of the specific characteristics of the environment in which some of the authors work and create. In addition, the events

are highly versatile; therefore the definition of the events can be flexible to suit different situations<sup>29</sup> (Oklobdžija, 2015, p.85).

Nessa percepção para Rodrigues (2012) o conceito de eventos culturais expõe uma revisão bibliográfica acerca dessa temática. Percebe-se que são diversos e verifica que a conceituação está ligada ao contexto que propicia não só seu planejamento, mas todas as condições de execução, bem como, na comunidade em que se refere à cultura e a sua história.

Essa dificuldade com referência a conceituação dos temas citados, coloca (Santos & Rocha, 2011 citado por Rodrigues, 2012) a não existência de um argumento consensual sobre a conceituação de eventos como já dito também por Oklobdžija (2015). Colocam que essa dificuldade está relacionada com a própria característica que envolve um evento em si no que se cita ao seu dinamismo e sua abrangência temática. Como se pode exemplificar a amplitude que está relacionada a essas duas características básicas quando se coloca um episódio como uma reunião familiar ou um megaevento. Ambos, mesmo sendo de proporções e lógicas diferentes assumem características de eventos.

Todavia, percebe que em ambos ainda existe outro aspecto comum: a eventualidade. Isso explicita que a eventualidade refere a acontecimentos que motivem a emergência desses eventos. A esse respeito, percebe-se ainda a variedade, assim, há eventos culturais regulares como é o caso da Mostra SESC Cariri de Cultura que ocorrem todo ano no período de novembro e do Festival de Jazz e Blues de Guaramiranga também anual nos períodos carnavalescos. Ou os eventos irregulares como o evento *Rock in Rio* que não há uma regularidade do período, não acontece todo ano. Há eventos que acontece num só local como o Festival de Jazz e Blues situado na cidade de Guaramiranga, outros em vários locais ao mesmo tempo como a Mostra SESC ocorrendo em variadas cidades do Cariri cearense ou ainda em redes de lugares ou há eventos monotemáticos como: só música o caso do *Rock in Rio*

---

<sup>29</sup> Tradução livre do parágrafo: [...] o evento no sentido econômico é uma parte da economia de serviços e têm diferentes abordagens para definir o evento por ser as consequências das características específicas do ambiente em que alguns autores trabalham e criam. Além disso, os eventos são altamente versáteis; portanto, a definição dos eventos pode ser flexível para se adequar a diferentes situações.

e o Festival, outros pluritemáticos como Mostra SESC: reúne música, teatro, audiovisual, danças, vivências entre outros.

Sob esse viés o mais importante é que esses acontecimentos propiciam a congregação de pessoas, as quais subordinadas ou inspiradas pela temática dessa eventualidade realizaram eventos. Para sua realização é importante salientar que rituais e cerimônias são exercidas a fim de satisfazer a necessidade que caracteriza a celebração de cada evento (Goldblatt, 1997). Rodrigues (2012), assim sendo, complementa Goldblatt (1997) quando explica que:

[...] os eventos são um conjunto de atividades desenvolvidas com objetivos de atrair, informar, disseminar, motivar, e despertar o interesse de um segmento de público para um determinado produto, instituição, assunto ou serviço. Segundo Zanella, os eventos celebram acontecimentos relevantes e significativos ou servem para estabelecer contactos de natureza comercial, cultural, desportiva, social, familiar, religiosa, científica, entre outros (como citado em Santos e Rocha, 2011, p.9). Dado que promove o encontro e poderá ser utilizado para manter, elevar ou recuperar a imagem de uma instituição junto do seu público-alvo (Rodrigues, 2012, p.43).

Ao recorrer à experiência da Câmara Municipal de Cascais descrita em seus documentos, a autora descreve que os eventos são acontecimentos com previsão temporal delimitada e planeada, com as variações entre o princípio, o meio e o fim, com locais específicos para seu acontecimento. Outra característica importante levantada pela autora é o objetivo dos eventos. Seja de ordem política, religiosa, cultural, acadêmica ou científica, os eventos têm por objectivo a promoção de atividades a fim de atender essa temática que congregou um conjunto de pessoas.

Na congregação de pessoas, a autora também levanta que os eventos culturais têm uma importante função comunicativa ora entre os indivíduos congregados ora para a finalidade do evento. Na aproximação, distanciamento e exposição das ideias e marcas, a associação de indivíduos permite a difusão de ideias e valores que envolvem e são difundidos pelo evento.

Dessa maneira, a integração comunitária é estruturante das relações necessárias para comunicação e realização dos eventos. Pois, contribui para entretenimento da população e seu bem-estar, dinamizando sua localidade na

sensibilização das problemáticas e promoção da maior consciência e apropriação comunitária (Rodrigues, 2012; Pimentel, 2009).

Logo, os eventos têm a importante função de atrair pessoas, sobretudo por conferir característica de espetáculo às atividades que os estruturam, mediante as suas características seja na decoração, divulgação, promoção e atendimento; ou seja, todo o ambiente que constitui esse evento. Será nele no que o participante irá atender as suas expectativas através das experiências no evento em questão.

De modo que se nota com referência aos eventos culturais que estes também funcionam como ferramentas de promoção do destino turístico ou do local do evento. Por isso que se tem como objetivo de o evento trabalhar a sua imagem do local como tal. Realça-se, então, Marujo (2014) que:

No caso dos eventos culturais, as motivações dos turistas podem estar estritamente relacionadas com os benefícios procurados, por exemplo, num festival. Em termos psicológicos, a motivação turística para assistir a um evento pode ser vista como uma força intrínseca que influencia um indivíduo a viajar e a consumir determinado evento. Sublinhe-se, contudo, que nem todos os visitantes estão motivados a visitar um determinado destino com o intuito de participar num festival ou outro tipo de evento (Prentice e Anderson, 2003). Em muitos casos, as festas ou festivais, surgem como uma motivação secundária para visitar um destino (Marujo, 2014, p. 76).

Marujo (2014) afirma ainda que o conhecimento das motivações dos turistas visitando um evento pode colaborar para adicionar a satisfação do cliente e, mais, com isso, pode-se beneficiar a fidelizar e atrair mais visitantes. Logo, torna-se indispensável para que o evento seja mais atrativo “identificar as necessidades dos visitantes de um evento cultural para que os organizadores do evento possam criar programas mais atrativos” (p. 83).

Essa realização das expectativas é a materialização de sentimentos e sonhos que os participantes envolvidos investem para o consumo desses eventos. Por outro lado, os realizadores ou organizadores dos eventos também veem em toda a dinâmica e logística na realização de um evento a materialização e concretização de sonhos, desejos e ideais que nortearam inspiração a criação e a construção de eventos o qual promovem.

Com o parágrafo anterior verifica-se que para além dos sujeitos que consomem os eventos, ou melhor, a população participante, existe outro grupo

importante que antes, durante e após a programação dos eventos estão trabalhando para sua organização. Segundo Rodrigues (2012), a organização e a produção de um evento exigem um rigor impar visando o sucesso do evento e bem-estar de todos os indivíduos envolvidos. Explicita, nessa direção, a divisão do evento em três momentos: pré-evento, evento e pós-evento. Cada um desses momentos tem o seu valor na preparação, no desempenho de suas atividades e finalidades. Inclusive, dentre estas três fases, a autora considera a mais importante para a literatura o pré-evento.

Na concepção de Oklobdžija (2015) existem diferentes critérios de classificação de um evento. O básico da classificação de eventos está no planejar e não planejar. Os eventos planejados são determinados por um período de tempo e são ainda objecto de estudo do gerenciamento de eventos em que esta demanda uma configuração, um gerenciamento e uma execução.

Conforme esta mesma autora, os eventos não planejados são os acidentes, os desastres naturais entre outros similares. Ela traz a classificação dos eventos com base em Gets (2005; 2008) e afirma que “If the events are classified according to their size and scope, it is possible to distinguish the following four types: 1. *Mega-events*; 2. *Hallmark events*; 3. *Major events*; 4. *Local events*”<sup>30</sup> (Oklobdžija, p. 86, 2015).

Na concepção de Getz (2016) esta discussão está focada na perspectiva de destino em que traz o modelo de portfólio de eventos (Figura 2) como também, o papel das organizações de turismo. Para ele esta abordagem estratégica pode:

[...] can help shape evaluation, planning, and policy for events. An event-centric perspective on event tourism is discussed, referring to how many events are marketed to attract tourists. The conceptual section concludes with a brief review of major trends in the context of propelling and constraining forces, and this helps to explain the phenomenal growth of events and event tourism<sup>31</sup> (Getz, p.596, 2016).

---

<sup>30</sup> Tradução livre do parágrafo: Se os eventos forem classificados de acordo com seu tamanho e intenção, é possível distinguir quatro tipos: 1. Megaeventos; 2. Eventos Hallmark; 3. Grandes eventos; 4. Eventos locais.

<sup>31</sup> Tradução livre do parágrafo [...] ajudar a adaptação na avaliação, no planejamento e na política para eventos. Uma perspectiva centrada na discussão sobre turismo de eventos, referindo-se ao marketing dos eventos para atrair os turistas. A seção conceitual conclui com uma breve revisão das principais tendências no contexto das forças propulsoras e restritivas, e isso ajuda a explicar o crescimento fenomenal dos eventos e do turismo de eventos (Getz,



Figura 2 The Portfolio approach (Getz, p. 596, 2016)

Fonte: Getz (p. 596, 2016).

Oklobdžija (2015), À luz de Getz (2005; 2008), refere que um *Mega-events* é um evento global coberto pela mídia com impactos na atividade econômica geral e na infraestrutura turística do país que está promovendo o evento. "These events are generally associated to sports events"<sup>32</sup> (Oklobdžija, p. 86, 2015), como exemplo, a autora cita a Copa do Mundo da FIFA, o Campeonato Mundial da IAAF e a World Fairs.

Segundo, eventos *Hallmark*, são os eventos ligados à tradição em que se identificam de tal maneira com a própria essência do lugar onde está promovendo o evento. Os moradores promovem enormes receitas turísticas, além do sentimento de orgulho do local por ganhar prestígio internacional.

---

2016, p.596).

<sup>32</sup> Tradução livre da frase: Esses eventos são geralmente associados a eventos esportivos.

“Classic examples of hallmark events are Carnival in Rio, the Tour de France, the Oktoberfest in Munich and Wimbledon”<sup>33</sup> (Oklobdžija, 2015, p. 87).

O terceiro, *Major events* é um evento de grande escala com bons resultados econômicos e de forte importância para o público e também de cobertura da mídia. Estes eventos são repetidos e são caracterizados “with an international reputation, and defined structure of competition (example: Formula One Grand Prix)”<sup>34</sup> (Oklobdžija, p. 87, 2015).

O quarto e último, *Local event* que é direcionado para o público local de valor psicossocial e de entretenimento. “They can also help with exposing people to new ideas and experiences, encouraging participation in sports and arts activities, and encouraging tolerance and diversity”<sup>35</sup> (Oklobdžija, p. 87, 2015).

Oliveira (2014) contribuindo nessa perspectiva de classificação dos eventos faz uma divisão geral em: privados: os que se ligam a vida particular dos organizadores, como: batizados, aniversários, casamentos, entre outros. Em públicos: os conectam a vida social da comunidade, como: carnaval de rua, debates, comícios, cerimoniais de posse de autoridades, entre outros e em empresariais: os que estão ligados às práticas sociais de uma ou mais empresas, como: feiras, convenções, entre outros. Em técnico–científico, os vinculados aos estudos, ao campo do saber específico ou geral de cada área, como: jornadas, seminários, cursos, congressos, entre outros. Em sociais: os “que trazem benefícios de desenvolvimento social, sejam beneficentes ou não” (Oliveira, 2014, p.10), como: desfiles, coquetéis, leilões, entre outros.

A autora classifica os eventos também por categorias e assim expõe em: a) Categoria: institucional; promocional ou mercadológica; b) Por Área de interesse; c) Localização/abrangência; d) Em relação ao público; e) Em relação

---

<sup>33</sup> Tradução livre da frase: Exemplos clássicos de eventos marcantes são: o Carnaval no Rio, o Tour de France, a Oktoberfest em Munique e Wimbledon.

<sup>34</sup> Tradução livre da frase: para o desporto, com reputação internacional e estrutura de competição definida (exemplo: Grande Prémio de Fórmula 1)

<sup>35</sup> Tradução livre da frase: Eles também podem ajudar a promover as pessoas para novas ideias e experiências, incentivando a participação em atividades esportivas e artísticas e incentivando a tolerância e a diversidade.

à periodicidade: fixo; móvel; esporádico; f) Público quanto ao perfil de participantes: geral; dirigido; específico; g) Tipologia (Oliveira, 2014).

a) Na **categoria institucional** estão os eventos conectados a imagem e identidade de uma organização ou de uma pessoa como: eventos para os empregados ou para os parceiros ou fornecedores, entre outros. Na **categoria promocional ou mercadológica** estão os eventos de promoção a produtos ou serviços, através das ações de marketing e divulgação, tendo com foco o processo comercial (Oliveira, 2014).

b) Por área de interesse estão os eventos: **artístico**, como arte, música, teatro, literatura, dança, entre outros. **Científico**, como assuntos científicos em geral. **Cultural**, como evento com folclóricos, manifestações populares e hábitos ligados à cultura em geral. **Educativo**, como cursos e novidades das questões educacionais. **Cívico**, como os eventos pautados à Pátria e/ou a sua história. **Político**, como eventos ligados a temas políticos, associações de classe, entre outros. **Governamental**, como eventos que prestam contas sobre as ações práticas em todas as esferas, níveis e instâncias do governo. Empresarial, “como pesquisa e ações de empresas e seus parceiros” (Oliveira, 2014, p.10). **Lazer**, como os eventos “que visa gerar entretenimento e bem-estar aos seus participantes”. **Turístico**, como eventos para “divulgar e promover produtos e serviços turísticos tentando incrementar o turismo local ou nacional” (Oliveira, 2014, p.11) e etc.

c) Localização/abrangência divide em: **locais**: de bairro ou grupo de bairros; em **distritais**: relativos ao distrito; em **municipais**: de alguma cidade; em regionais: que abrange uma determinada região; em **estaduais**: relativos a um estado; em **nacionais**: representam uma nação e em **internacionais**: abrangem os interesses de vários países.

d) Em relação ao público divide o evento em: **fechado**: o público é definido e convidado para participar de situações específicas. **Aberto**: divide-se ainda o evento em duas categorias: aberto em geral a todos e evento aberto por adesão, direcionado a um público determinado com inscrição gratuita ou paga com taxa de participação.

e) Em relação à periodicidade o evento pode ser: **fixo**, quando este ocorre todo ano sempre na mesma data, como: solenidades de Sete de

Setembro e festas de santos padroeiros. **Móvel**, quando a periodicidade é fixa, contudo a data é móvel, como o carnaval, os Jogos Olímpicos e a Copa do Mundo que acontecem de quatro em quatro anos. **Esporádico**, quando possui planejamento e programação, porém só se realiza por demanda e temporária, em função de fatos importantes como os diversos eventos empresariais ou cerimônias do Vaticano.

f) Público quanto ao perfil de participantes: geral: aberto a todo tipo de público e limitada ao tamanho do espaço do evento. Às vezes, pode ter restrição na participação por causa da censura. Assim são: desfile de escolas de samba na avenida, encenação da Paixão de Cristo em Recife, show em praça pública, entre outros. Dirigido: é restrito ao público por área de interesse ao assunto do evento, como: casa cor, exposições agropecuárias, salão do automóvel entre outros. Específico: o público é definido pela afinidade com a temática como “os congressos da área de saúde, seminários de educação, workshops de medicina alternativa, entre outros” (Oliveira, 2014, p.13).

g) Tipologia são os vários tipos de definições de eventos já citados que surgem da particularidade proveniente de uma necessidade de se organizar com a intenção de atrair ao público e à imprensa por meios de comunicação.

A cerca desse assunto abordado por Oliveira (2014) contribui com o pensamento trazido por Oklobdžija (2015) com base em Getz (2005; 2008) e Rodrigues (2012) diversifica e colabora ainda com essa discussão afirmando que nos eventos poderão ser realizadas atividades de planejamento que permitem aos organizadores conhecerem e traçarem o que será o evento, ou seja, planejar e conhecer a periodicidade, dimensão, natureza, finalidade, local e público. Quanto maior o evento, maior será a necessidade de planejamento de estruturas que comportam o evento, dos maiores aos mínimos detalhes. Nesse sentido, Rodrigues (2012) diferencia na classificação dos eventos de Oklobdžija (2015) e de Getz (2016) que ambos têm *The Portfolio approach* (Getz, p. 596, 2016) como referência dos eventos em quanto Rodrigues (2012) apresenta um quadro nº 1 que descreve as características seguintes:

#### Quadro 1: Classificação dos eventos

<b>Dimensão</b>	Pequeno (até 200 pessoas) Médio (200 a 600 pessoas) Grande (mais de 600 pessoas) Mega (milhares de pessoas)
<b>Periodicidade</b>	Esporádicos Periódicos De oportunidade
<b>Abrangência</b>	Locais Regionais Nacionais Internacionais/ Mundiais
<b>Natureza/Finalidade</b>	Culturais Comerciais Institucionais Desportivos/ de competição Científicos/Educação Entretenimento/Lazer Políticos/De Estado Sociais/Particulares
<b>Zona de ação</b>	Internos à instituição Externos à instituição
<b>Público-alvo</b>	Corporativos Clientes Fornecedores Crianças Jovens Famílias Seniores Mulheres/Homens

Na definição Rodrigues (2012) as dimensões do evento serão determinadas pela quantidade de pessoas. Assim, até 200 pessoas – considera-se pequeno. Entre 200 e 600 – como médio. Acima de 600 – como grande. No caso dos grandes eventos com proporção de milhares de pessoas – batiza-se de megaevento.

Sobre a periodicidade na ideia dessa autora, a sua delimitação será baseada em torno da calendarização. Os eventos ditos esporádicos não possuem uma periodicidade definida, sendo sua edição determinada pela oportunidade que favorece sua edição. Os ditos periódicos possuem uma previsão, podem ser mensais ou anuais, por exemplo. Sobre os de oportunidade, sua ocorrência está vinculada às ações externas de instituições como escolhas ou internas.

Quanto a sua abrangência Rodrigues (2012), afirma que ela é determinada pelas reverberações territoriais que ela atinge. Os locais contemplam uma localidade e são característicos dessa mesma região. Os regionais abrangem uma determinada região geográfica. Os nacionais reverberam a uma nação e os internacionais visam congregar várias nações e culturas.

A esse respeito de evento local, Oklobdžija (2015) pode corroborar com Rodrigues (2012) quando a autora defende que o evento direcionado, sobretudo ao público local e quando este aponta, em especial, por seu valor social afirma que: “These events often produce a range of benefits, including engendering pride in the community, strengthening a feeling of belonging and creating a sense of place”<sup>36</sup> Oklobdžija (p. 87, 2015).

Acerca dessa discussão, Rodrigues (2012) expõe que a área de ação, ou seja, o local de sua realização que será determinada em referência a instituição que o promove e o organiza. Os internos são realizados dentro das dependências da própria instituição e os externos fora das dependências da instituição.

---

<sup>36</sup> Tradução livre da frase: Esses eventos geralmente produzem uma série de benefícios, incluindo engendrar orgulho na comunidade, fortalecer o sentimento de pertencer e criar um senso de lugar.

O público-alvo também é importante fator determinante tanto no planejamento de um evento como também na sua classificação. O público, o qual se busca agradar e satisfazer com os espetáculos do evento, guiará a programação do evento, bem como sua estrutura e dinâmica.

Por fim, dentro das classificações levantadas acima se encontra a finalidade. Esta se refere aos fins temáticos. Para ilustrar esses fins, a autora toma os eventos culturais, a temática de sua pesquisa como eventos que podem:

[...] ser classificados como culturais 'visam divulgar, promover e valorizar os recursos culturais de um local, região ou país, satisfazendo as necessidades culturais dos diferentes públicos'; comerciais 'aqueles que divulgam ou promovem bens ou serviços oferecidos por uma determinada entidade, para impulsionar a venda dos produtos'; institucionais 'destinam-se a comunicar algo sobre a entidade organizadora' (Rodrigues, 2012, p.48).

Entretanto, para além de uma dinâmica de recursos e instituições, os eventos culturais têm potencial mobilizador das experiências de vida dos interlocutores que deles participam. Mobilizações que envolvem os sentimentos, afetos, memórias, identidades dos interlocutores que aí se inserem e constroem suas vidas. Rodrigues (2012) coloca que para as ocorrências dessas experiências existem algumas características que os constituem. Congregados por algum conteúdo temático que una elementos artísticos e comunitários, os eventos culturais compreendem uma série de elementos como atividades lúdicas, programação, organização de pessoas e temas comemorativos.

Rodrigues (2012 apud Marques, 2011) afirma que os eventos têm por finalidade fincar em fatos culturais, porém não sendo exclusivos desses. Coloca também a importância de um público que só apresente uma quantidade significativa, mas que, também, sintam-se mobilizados pelo espetáculo proporcionado. Essas mobilizações podem ser de ordem educativa, religiosa, política, turísticas, assistencial ou cultural.

Vale salientar que, independente da motivação, essas devem ter origem ou devem se estabelecer dentro da dinâmica de uma região a fim de que tenha uma estrutura de recurso humano que não só trabalhem, porém que possam

usufruir dos shows a serem oferecidos pelo evento. De modo, consoante o Ministério do Turismo no Brasil (2003) e com isso, os eventos culturais:

[...] promovem os bens materiais e imateriais da cultura de um povo e de uma região. Em muitos casos, estes eventos ajudaram à preservação do patrimônio histórico e cultural, pois são eles os centros da tração turística. Estes tipos de eventos “englobam as manifestações temporárias, enquadradas ou não na definição de patrimônio, incluindo-se nesta categoria os eventos gastronômicos, religiosos, musicais, de dança, de teatro, de cinema, exposição de arte, de artesanato e outros. (Rodrigues, 2012, p.56)

De modo que a autora coloca que os parâmetros dos bens culturais com o arcabouço turísticos de determinada região potencializam a valorização turística de determinada região na manutenção de sua tradição, símbolos, memória e identidade de seu povo. Dessa forma que, os eventos culturais visam de forma prioritária à democratização dos bens culturais, não é necessário atender as demandas e exigências da lógica consumista da sociedade contemporânea e:

Segundo Vinni Correa (2005), os eventos culturais têm algumas características que vale a pena enumerar: I) não devem ter intuito comercial e ou subjetivo; II) visto que são um produto comercial devem destinar-se a toda a sociedade e são orientados para produzir, como a tecnologia, a saúde, a educação, a arte, etc; IV) tendem a anular a desigualdade social. (Rodrigues, 2001, p.57)

Ressalta-se dentro desse contexto a contribuição de Santana (2016) que traz o surgimento de um novo paradigma ligado ao novo tipo de turista. Este novo turista está interessado em destinos autênticos e não comuns, com características particulares. Inclusive a segmentação desse novo mercado está ligada a ofertas específicas e serviços dos novos tipos de turismo que ela cita como, exemplo, o Turismo no Espaço Rural (TER).

Nessa conjuntura, os pensamentos de Goldblatt (1997) e Rodrigues (2001) sobre evento cultural e turístico, percebe-se que passa por compreender como explica Cunha (2013) que a força e a existência do turismo convivem “mais na capacidade para responder aos anseios mais profundos do homem do que na sua capacidade para proporcionar uma permanência agradável que, destituída de valores perduráveis, se esgota com o fim da viagem” (Cunha, 2013, p. 226).

Com isso, o fecho das ideias abordadas até o momento sobre eventos culturais de ações conectadas à cultura passando pelo entendimento de espaço, território e região, ao turismo criativo que proporciona potencial de desenvolvimento local. Nesse contexto, utilizou-se do *marketing* como indutor na promoção de lugares, contudo, entendendo que os eventos na perspectiva culturais turísticos poderão por igual se utilizar dessa ferramenta como possibilidade de desenvolvimento deste local. Concretizou-se deste modo às teorias no mergulho aos eventos para adentrar na parte prática dele. De modo que estes foram escolhidos como exemplos de mergulho prático de eventos porque, sobretudo, estes foram por identificação nas suas ideias que ajudaram de alguma forma a dar ao longo dos anos corpo e concretude aos pensantes do evento, Mostra SESC Cariri de Cultura Cearense, que foram: *Rock in Rio* e Festival de Jazz e Blues de Guaramiranga.

#### 2.5.1 - *Rock in Rio*: o maior festival mundial

Afinal, por que conhecer o evento cultural *Rock in Rio* para este estudo? Em especial porque foi a partir de eventos como este que surgiu a inspiração para a construção da Mostra Sesc Cariri de Cultura. Foi à luz do *Rock in Rio* numa perspectiva de organização do evento, planejamento de estruturas e de turismo criativo com o foco para o desenvolvimento do Cariri cearense. Logo as suas semelhanças percebidas ou não que serão destacadas nesse tópico serviram de caminhos na construção do atual desenho e no entendimento dessa ideia para onde pretendiam chegar os idealizadores da Mostra desde a sua criação. Além de ser indiscutível um dos grandes eventos culturais de relevância científica no entendimento da potencialização para o desenvolvimento local brasileiro em que este atingiu a dimensão internacional, portanto ele contribui, enriquece e está conectado a proposta deste capítulo.

O *Rock in Rio* está dentro dos grandes festivais que se transformam em indústrias do turismo e lazer verso o impacto desta nas economias desenvolvidas ou em desenvolvimento que contribuem para tornar o turismo substancial a estes locais de ação (Carneiro, 2011). Nesse aspecto, afirma Marujo (2015, p.10) que o “turismo de eventos acrescenta valor à oferta

turística de uma região”. Assim sendo, em muitos casos, estes transformam em o principal setor de desenvolvimento e geração de renda em economias pouco industrializadas e de vulnerabilidade econômica, social e política.

É nessa perspectiva complementando o pensamento de Marujo (2015) que Carneiro (2011) descreve as ocorrências mais significativas vivenciadas nas três primeiras edições do *Rock In Rio* no Brasil considerado o maior festival de música da história narrando às confusões, erros e shows memoráveis ocorridas no palco e fora dele. Ressalta-se que a Mostra SESC Cariri de Cultura cearense se espelhou nesses erros e nos pensamentos e, ainda, nos cuidados para evitar esses tipos de erros em suas programações ligadas aos grandes shows musicais, mas olhando para o planejamento de como montar estruturas para receber milhares de pessoas em um mesmo espaço. Pode-se observar nas programações da Mostra que são em dias separados.

Reforça-se a razão de se abordar aqui, desse grande festival que atrai pessoas de todo o mundo, a sua semelhança com a Mostra SESC Cariri cearense, pois esses eventos são implementadores do turismo local e de massa, com a inclusão de material oriundo de várias partes do mundo aonde o turismo vem sendo desenvolvido. De maneira que, consideram-se essas duas ‘mostras’ como instrumentos de divulgação da cultura e dos costumes de cada uma dessas localidades, promovendo, o desenvolvimento do turismo local.

Com início em 1985, num momento político de significativas conturbações, que atingiram seu ápice no momento em que Tancredo Neves foi eleito presidente da República Brasileira, rompe por todo com as atrocidades sofridas pelo povo brasileiro durante os 21 anos de ditadura militar e assinalando o início da redemocratização do País. Em “11 de janeiro de 1985 com as primeiras notas de Ney Matogrosso, e o fim daquela edição, em 20 de janeiro, com o ‘tchau’ ovacionado do grupo Yes” que se inaugura a Cidade do Rock marcada por shows que “reposicionaram o Brasil no mercado dos grandes shows internacionais” (Oliveira, 2016, s/p).

Nesse momento, a juventude brasileira pôde externar todos os seus recalques e temores abafados durante os anos de privação de suas liberdades de expressão, no maior evento musical já produzido no país: o *Rock in Rio*. Hoje o Brasil é destino obrigatório das turnês dos grandes astros internacionais

do *rock* e do *pop*, pois é acirrada a frequência de artistas estrangeiros de renome, nas principais capitais brasileiras.

Até 1985, o panorama vivenciado pela juventude, em relação às manifestações artísticas era bem diferente: em sua maioria, os *rock stars* só vinham ao Brasil com finalidade turística, pois as apresentações de rock só eram assistidas no exterior. A criação do *Rock in Rio* mudou essa realidade, a partir de 1985, passando a ter como sede a 'Cidade do Rock', que é um complexo erguido em particular para essa ocasião, um espaço para as manifestações da nova geração do Rock Brasil.

Sobre essa evolução do *Rock in Rio*, o jornalista Carneiro (2011) descreve as três edições daquilo que chama de o "maior festival de música do mundo" descrevendo, não só o que o público vivenciou no palco, mas, também, tudo o que ocorreu na sua preparação e nos bastidores. As três edições referidas arrebanharam um público total estimado em 4 milhões de pessoas.

Carneiro (2011) mostra que há muitas razões para se considerar o *Rock in Rio* o 'maior festival do mundo'. Todos os números que envolvem o *Rock in Rio* são gigantescos, assim como a quantidade de confusões, erros graves e *shows* memoráveis que ocorreram nas três edições no Brasil.

Oliveira (2016) nessa perspectiva colabora com Carneiro (2011) quando acredita que o *Rock in Rio* se materializou como uma marca global e gerou edições internacionais do festival a partir da aprendizagem com seus erros. Buscou se desenhar e proporcionar ao "público novas possibilidades que culminaram na construção de um espaço denominado Cidade do Rock, um dos emblemas do sentido do evento na cultura do entretenimento contemporâneo" Oliveira (2016, s/p).

Carneiro (2011) delinea as edições de 1985, 1991 e 2001, fundamentado na pesquisa realizada em mais de 2 mil artigos de jornais e revistas. Em 1985, conforme o projeto do Roberto Medina, "publicitário e idealizador do festival" (Oliveira, 2016, s/p), o valor do primeiro *Rock in Rio*, foi orçado em US\$ 15 milhões, pois, como descreve Carneiro (2011) iniciou com a construção de uma arena em Jacarepaguá, célebre por ter virado um mar de lama depois de alguma chuva. Seis anos depois, em 1991, transferido para o Maracanã, o evento teve custo de US\$ 20 milhões. De volta à arena original,

em 2001, o empresário discorre num projeto de US\$ 100 milhões.

Paralamas do Sucesso, Barão Vermelho, Kid Abelha em conjunto com artistas e bandas internacionais como *Queen*, Freddie Mercury, Ozzy Osbourne, Rod Stewart., *Scorpion* foram alvo dos aplausos da multidão que esteve presente nesses três grandes momentos.

Portanto, a história do *Rock in Rio* nas edições de 1985, 1991 e 2001, realizadas no Brasil é o objeto da investigação que resultou na obra de Carneiro (2011) sobre o '*Rock in Rio – a história do maior festival de música do mundo*' cuja elaboração foi fundamentada, segundo o próprio autor, em mais de 2 mil artigos e entrevistas aos principais organizadores do festival, incluindo Roberto Medina, o 'pai' do evento, além de dezenas de artistas e jornalistas, em busca dos mais marcantes e inusitados episódios de cada edição.

No livro que escreveu e ilustrou com mais de 200 fotos, que se referem aos acontecimentos narrados e foram testemunhadas dentro e, sobretudo, fora do palco. Recontados na narrativa fluida de Carneiro (2011), os casos apresentados e esclarecidos com fotos ajudam a entender os contextos em que foram realizados os três eventos objetos do estudo que resgatam a trajetória de desenvolvimento da própria indústria nacional do *show-biz*. "Para quem foi ao *Rock in Rio*, o livro aquece a memória. Para quem nunca foi, mas ouviu lendárias histórias a respeito, o livro traz uma compilação das melhores delas."

Percebeu-se que *Rock in Rio* como evento em si cresceu e internacionalizou o Brasil. Entretanto, existiu em cada realização uma escalação de erros e, também, equívocos na forma de tratá-los. Por isso que este assunto será mais bem exposto e discutido no próximo item pela relevância dele como turismo de evento no Brasil.

Reforça-se nesse momento a história do *Rock in Rio* porque é sabido que a história é construída para ser conhecida. Um dos sentidos dessa construção serve para encontrar alternativas de desenvolvimento local por meio desse processo de conhecimento e discussão histórico sob a pena no caso de sua negação de seu valor ou na falta de conhecimento dessa história, erros que se repetirão como ciclos causando prejuízos e incompreensões que poderiam ser evitados por meio dessa discussão.

### 2.5.1.1 - Erros na escalação e tratamento

O primeiro *Rock In Rio*, em 1985 que marcou a volta do Brasil à democracia, conservou a mesma química entre liberdade, atitude e experiência histórica e coletiva. Num entanto, Carneiro (2011) afirma que em cada *show* houve grosseiros erros que fizeram a diferença na história do Rock no Brasil. Estes foram descritos por ele como os seus graves erros ocorridos na escalação de artistas nos três primeiros festivais. Nessa direção aponta no primeiro *Rock In Rio* em 1985, Erasmo Carlos que tocou antes de Whitesnake e Iron Maiden e, com isso, provocou uma saudação com uma chuva de latas atiradas pelos fãs de *heavy metal*. Mas o interessante é que o *Rock in Rio USA* (2014, s/p) enfatiza que nessa época:

1985: *Rock in Rio* puts Brazil in the international show business circuit. [...] For 10 days the City of Rock was filled with music and lots of emotion. [...] On stage 14 national attractions and 13 international ones. In the audience, 1 million and 380 thousand people. In the air, a magic capable of congregating different tribes in perfect harmony. From the heavy metal fans of Iron Maiden to the romantic fans of James Taylor. There the largest music festival of the world was born.<sup>37</sup>

Na segunda edição em 1991, Lobão apresentou-se entre Sepultura e *Megadeth*, sendo obrigado a deixar o palco depois de seis minutos de sua apresentação, não mais podendo retornar, por causa dos objetos arremessados na direção da sua banda. Além disso, a partir dessa segunda edição, o *Rock In Rio* passou a sofrer pressão maior dos patrocinadores e parceiros, como a Globo e a Coca-Cola, que tiveram interferência direta na escalação do elenco do festival. Nessa conjuntura, o *Rock in Rio USA* (2014, s/p) destacou que foi em:

---

<sup>37</sup>1985: *Rock in Rio* coloca o Brasil no circuito internacional do mundo do espetáculo. [...] Durante 10 dias, a Cidade do Rock estava cheia de música e muita emoção. [...] No palco 14 atrações nacionais e 13 internacionais. Na audiência, 1 milhão e 380 mil pessoas. No ar, uma magia capaz de congrega diferentes grupos em perfeita harmonia. Dos fãs de heavy metal de Iron Maiden aos fãs românticos de James Taylor. Ali nasceu o maior festival de música do mundo.

1991: 580 million viewers in 55 countries. [...] The second edition of *Rock in Rio* in Brazil turned the largest soccer stadium of the world - Maracanã - into a gigantic spaceship: three thousand reflectors illuminated the stadium, of which 480 were airplane headlights strategically positioned in the roof. The festival was broadcasted live to 580 million television viewers in 55 countries.

Sob esse viés o *Rock In Rio 3* em 2001, Carlinhos Brown subiu ao palco na mesma noite que Guns N' Roses, então, gerou uma grande confusão e revolta do público. Todavia, vale ressaltar para compreender o mal-estar que este "show foi marcado como a volta do Guns N' Roses e também por ser o maior público na história da banda, com cerca de 240 mil pessoas"<sup>38</sup>. E envolvendo esse ainda assunto, inclusive no *síte* da Globo.com g1 Martins (2015, s/p) escreve que:

Carlinhos Brown está de volta ao *Rock in Rio*, depois da polêmica da edição de 2001, quando o cantor recebeu vaias e garrafadas do público, que clamava por Guns N' Roses e Oasis. Mas ele garante que isso são águas passadas. "Não guardo nenhuma chateação, de forma alguma. Era necessário acontecer. Quem ganhou com isso foi o *Rock in Rio*, o próprio festival se adequou. Foi bom pra mim, inclusive, que fiquei conhecido no mundo inteiro", diz, com um sorriso no rosto, característico.

No entanto, nessa circunstância, o *Rock in Rio USA* (2014, s/p) apontou foi que em 2001: "More than 100 artists and 1,235,000 people in a great movement For a Better World"<sup>39</sup>. E neste relacionou os benefícios desse evento para a cidade do Rio de Janeiro e o mundo:

Aware of the brand's strength, this year the festival comes back to the City of Rock associated to a strong social project, and larger than before: besides the great concerts of World Stage, it gained 3 tents of culture and art with rhythms from the world. National artists in the Brazil Tent, world music in the Roots Tent, the new music scene at

---

<sup>38</sup>Posted in Notícias do mundo rock on 22/03/2010 by Ilhota Rock Festival. <<https://ilhotarockfestival.wordpress.com/page/119/?pages-list>>. Acessado: 12/09/2017 às 9:20.

<sup>39</sup>Mais de 100 artistas e 1.235 mil pessoas em um grande movimento por um mundo melhor.

the Eletronic Tent and lectures and exhibits in the Better World Tent (*Rock in Rio USA* (2014, s/p)).<sup>40</sup>

Para o *Rock in Rio 4* em 2011, cem mil ingressos foram vendidos antecipados, em 2010, sem que nenhuma atração tivesse sido anunciada, o que, na opinião de Carneiro (2011) pode ser visto como um sintoma de que a reunião de pessoas é uma marca forte que pode ter efeitos agregativos superiores aos da música.

Nessa direção o site do Rock USA divulga que o *Rock in Rio* Brasil 2011 e 2013 foram abalizados, assim: “In its return to Rio, tickets were completely sold out in only 4 days. After 10 years away, the festival returned to Rio de Janeiro in 2011 to stay. Every two years, the event opens its gates for 7 days of lots of fun and promotes very spe”<sup>41</sup> (*Rock in Rio USA*, 2014).

Regressando as discussões sobre os erros, Carneiro (2011) articula o tratamento desigual dado a músicos brasileiros e estrangeiros no evento. A diferença na potência sonora entre uns e outros entrou para a história da primeira edição. Contudo, Oliveira (2016, s/p) argumenta que era tanta a carência e o atraso técnico da música nacional que:

[...] pouco investiam em equipamentos de som e de iluminação de qualidade e na produção de suas performances, Peter Gasper, o responsável pela luz, recorreu ao auxílio do aparato técnico da banda Queen, o que não apenas permitiu que o grupo tocasse com sua estrutura original, mas também beneficiou o evento, que o utilizaria para outras apresentações.

O descaso com grupos brasileiros escalados para abrir o *show* de bandas estrangeiras menos famosas levou a um motim na terceira edição. Nesse sentido, este autor faz relatos de humilhações direcionadas aos músicos

---

<sup>40</sup> Tradução livre do parágrafo: Consciente da força da marca, este ano o festival volta para a Cidade do Rock associada a um forte projeto social e maior do que antes: além dos grandes concertos do World Stage, ganhou 3 tendas de cultura e arte com ritmos do mundo. Artistas nacionais na Tenda do Brasil, música mundial na Tenda das Raízes, a nova cena musical na Tenda Eletronic e palestras e exposições na Tenda por um Mundo Melhor.

<sup>41</sup> Tradução livre do parágrafo: No retorno ao Rio, os ingressos estavam completamente esgotados em apenas 4 dias. Depois de 10 anos o festival voltou ao Rio de Janeiro em 2011 para ficar. Todos os dois e anos, o evento abre seus portões por 7 dias de muita diversão e muita promoção especial.

brasileiros, por parte dos seguranças de alguns artistas estrangeiros.

Carneiro (2011) faz uma retrospectiva de cada *show* vivenciado nas três primeiras edições do *Rock In Rio*, numa elaboração histórica e divertida, em que descreve em detalhes todas as ocorrências, felizes e infelizes, nesses eventos. Para este autor, alguns shows entraram para a história dos próprios artistas, como o do *Queen* e o de James Taylor em 1985; o de *Prince*, em 1991; e o do R.E.M. em 2001. Exemplificando o enfoque de Carneiro (2011), Oliveira (2016) contribui:

Em 1985, ao convidar o público para cantar “Love Of My Life”, Brian May, guitarrista de banda Queen, não imaginava que aparentemente todo aquele público cantaria com “plenos pulmões”, o que foi uma surpresa tamanha a ponto da banda ovacionar a plateia durante toda a sua cantoria. Era, de fato, uma troca constante de sensações, como assim representava as placas côncavas e convexas do Palco Mundo, entre um artista que se apresentava para uma plateia e esta, cujas reações poderiam ser o que desencadearia uma próxima reação do artista. Sendo assim, o público e a banda Queen, enquanto performava, estabeleceram entre si uma relação em que o contágio ali causado era capaz não de moldar um ou outro à qualquer expectativa, mas de fazer sentir e sentir reciprocamente (Oliveira, 2016, s/p).

Enfim, dos cinco Rock Rio (1985, 1991, 2001, 2011 e 2013) o autor pontuou com referência aos três primeiros eventos os erros e acertos. Entretanto, são grandes eventos e de espantosos investimentos. Segundo *Rock in Rio USA* (2014), por exemplo, em 2001 foram doados 1.500.000 dólares para a ONG “Viva Rio” e mais: “3.200 young people graduated on the elementary education in Rio de Janeiro with the financial support of *Rock in Rio* Unesco. [Andanother] 28 educational projects from UNESCO were financed”<sup>42</sup>.

#### 2.5.1.2 - *Rock In Rio* - Festival de Música Mundial

Na primeira histórica edição do festival *Rock in Rio* em 1985 promoveu

---

<sup>42</sup>3.200 jovens formados no ensino fundamental no Rio de Janeiro com o apoio financeiro do *Rock in Rio* Unesco. E mais 28 projetos educacionais da UNESCO.

sem a intenção ou mesmo sem saber a visibilidade ao grupo australiano AC/DC e por isso este grupo entrou em cena com réplica em isopor e gesso do sino que integrava o mastodôntico cenário de seu show. Foi assim que Mário Monteiro conseguiu, de forma secreta, substituir o maior festival de música do mundo', que serviu de aperitivo para a quarta edição carioca do festival, realizada em setembro e outubro de 2011.

Carneiro (2011) na sua produção do livro sobre o *Rock in Rio* desde o seu surgimento e com um texto estruturado nos moldes dos almanaques, com muitos tópicos e bossas no projeto gráfico de epizzo. De modo que este autor oportuniza uma leitura interessante e divertida seguindo a ordem cronológica dos acontecimentos. Ele revisa todos os *shows* das três edições anteriores do festival no Rio de Janeiro, realizadas em 1985, 1991 e 2001, enquanto enfileira deliciosas histórias de bastidores, relacionando cada edição do evento com o contexto sociopolítico do Brasil na época.

Tanto as fotos e quando as entrevistas realizadas pelo autor elucidam a superioridade do som destinado aos artistas estrangeiros que, segundo os depoimentos de pessoas como o produtor e engenheiro de som Moogie Canazio, tal diferença de tratamento nunca existiu. Todavia o que, na realidade aconteceu foi à inabilidade dos técnicos brasileiros para lidar com os equipamentos de última geração, até então desconhecidos pelo **staff** nacional. Ou seja, o festival também oportunizou aos aprimoramentos dos técnicos conhecerem novas tecnologias internacionais existentes.

Carneiro (2011) ressalta que *Prince* foi o artista que causou mais problemas na segunda edição do *Rock in Rio* de 1991, no entanto, fez um show perfeito no Maracanã. Em contrapartida, Santana foi o *Mister Simpatia* da mesma edição, tendo feito um show tão empolgante quanto o de Prince. Já o muito aguardado grupo inglês Oasis não conseguiu fazer grande sucesso na terceira edição do evento.

Para Carneiro (2011), é necessário entender todas as ocorrências do *Rock In Rio*, como meio de divulgação da cultura do Rio de Janeiro, por meio das histórias narradas sobre os fatos vivenciados ao longo desses 26 anos, cujas fontes foram milhares de reportagens e dezenas de livros consultados.

A luz de evento como o *Rock in Rio* que inspirou a pensar em impactos

econômicos, sociais e políticos aliados à preservação do patrimônio local. Observando de acordo com Rodrigues (2012) a classificação dos eventos no que se refere à dimensão, à abrangência e à finalidade do evento, como parâmetros geradores de acontecimentos e, deste modo, guardando essas classificações para entender nesse contexto os seus impactos como o *Rock in Rio* que mobilizam milhares pessoas com uma grande diversidade musical e um público para todos os gostos.

Com isso, fez-se pensar em entender melhor para descrever todo o percurso da 'Mostra SESC Cariri de Culturas', cujas edições vêm ocorrendo ano a ano desde 1999, num entanto, serão mostradas as principais atividades apresentadas nas edições de 2010, 2011, 2012 e 2016 que aconteceram e, como tal, o *Rock in Rio*, tem contribuído para tornar mais conhecidos o local e a cultura da região do Cariri cearense.

Realça-se que a Mostra SESC Cariri de Cultura vem sendo enriquecida, a cada ano, com a realização do Seminário Arte & Pensamento – a Reinvenção do Nordeste, que vai além das relevantes apresentações artísticas (teatro, dança, música, literatura, oficinas diversas), abrindo um espaço de diálogo e de reflexão para todos os que amam as artes.

O evento é especial, pois oferece à região do Cariri cearense um seminário que prima pela reflexão e exercício do pensamento, permitindo a descentralização do eixo Rio de Janeiro/São Paulo, como marcos da produção e problematização do pensamento crítico e artístico que se faz no Brasil.

As discussões e reflexões, apresentadas ao longo dos quatro dias de exposições e debates, ganham repercussão no nível estadual e nacional. Isso estimula, a cada ano, a investir e a aprimorar a realização do 'Seminário Arte & Pensamento dentro do calendário da Mostra SESC Cariri de Cultura', ação que, indiscutível, reforça e reafirma a condição de protagonista do Sesc na sua missão de ir ao encontro do interior do Brasil valorizando as manifestações culturais do Cariri cearense e preservando o patrimônio ambiental por meio de ações educativas.

Com a intenção de que garantir o acesso à cultura e promover a inclusão social, o SESC Ceará continua incentivando ações nessa área, voltadas ao público comerciário e seus dependentes, integradas à comunidade,

em busca de descobrir novas estratégias para ampliação da participação na cultura cearense de modo geral, através das atividades de biblioteca, apresentações artísticas e desenvolvimento artístico e cultural. Nessa perspectiva, a Mostra Sesc Cariri de Cultura merece destaque, sendo realizada, todos os anos no mês de novembro na Região do Cariri cearense, envolvendo vários municípios, sendo os principais: Crato, Juazeiro do Norte, Barbalha, Nova Olinda e outros, perfazendo mais 20 municípios da região. Inclusive em 2016 participaram 28 municípios do Cariri cearense conforme Projeto Mostra Sesc Cariri de Cultura (2016, s/p).

Enfim, percebe-se a importância nessas exposições históricas do *Rock in Rio* e da Mostra SESC Cariri de Culturas, sobretudo já que nela se nota a clareza da ideia de contribuição do turismo de eventos ao desenvolvimento turístico de uma região que vem afirmando, por exemplo, Marujo (2015; 2008; 2005) em suas produções científicas.

Além do que se reforça a percepção com base nestas teorias apresentadas que se possa afirmar no aspecto do Festival de Música Mundial *Rock in Rio* serem notórias na abrangência as dimensões do *Rock in Rio* tornam-se bem maior do que a Mostra SESC Cariri de Cultura cearense. Contudo, a Mostra é similar quanto as suas programações de festivais musicais, como igual em seu perfil dos participantes e o melhor das semelhanças são eventos sociais que contribuem de alguma forma para o turismo e desenvolvimento local e ainda semelhanças na preparação das estruturas para receber públicos em grande quantidade.

Essas discussões teóricas sobre eventos culturais, turismo, *Rock in Rio*, entre outros, até mesmo, ao SESC Ceará para abordar o desenvolvimento e a preservação do patrimônio local para se adentrar na parte mais prática da discussão de evento que tem maior proximidade com a Mostra SESC Cariri de Cultura como é caso do Festival de Jazz e Blues de Guaramiranga, como também, a importância de se saber o porquê de conhecer este festival a seguir.

## 2.5.2 – O Festival de Jazz e Blues de Guaramiranga.

Por que conhecer o, evento cultural, Festival de Jazz e Blues de Guaramiranga? Porque foi, em especial, a partir deste evento que surgiu a identificação com os desafios de eventos culturais nordestinos na promoção do desenvolvimento em áreas mais deprimidas e remotas, além do que estes eventos possuem semelhanças em suas criações. A Mostra Sesc Cariri de Cultura iniciou o seu primeiro evento em 1999 e o Festival de Jazz e Blues em 2000. Eles se identificam também por suas dimensões, nasceram com periodicidade que é anual, abrangência regional e finalidade cultural. Talvez por ser, ainda, ambos cearenses que o Festival de Jazz e Blues de Guaramiranga está mais nos moldes de semelhanças ao evento Mostra SESC Cariri de Culturas no Ceará.

Vale salientar que este se realiza como, já dito, de forma anual na cidade de Guaramiranga no Ceará, região Nordeste do Brasil. Segundo Torres (2006) sua primeira edição aconteceu no ano de 2000, pela empresa Via de Comunicação. A época de sua realização tem uma proposta de diversificação de eventos e ocorre sempre no mesmo período do Carnaval, tornando-se uma opção bastante interessante para quem gosta deste tipo de música.

### 2.5.2.1 - A Cidade de Guaramiranga

Guaramiranga é uma bela cidade do estado do Ceará, muito conhecida como a "Cidade das Flores". Em relação "aos aspectos geológicos, geomorfológicos, vegetacionais, climáticos e hidrológicos (superficiais e subterrâneos)" (Lima, 2010, p.21) da região são vários os recursos naturais existentes. Além de serem de grande importância como atrativo tanto para a entrada de turistas quanto para atender as necessidades de sobrevivência dos seus habitantes. Assim, Guaramiranga é possuidora de uma paisagem transformadora, "pronta para ser usufruída por aqueles que acreditam estar na 'Suíça Cearense'" (Lima, 2010, p.154).

Todavia a maioria da sua população tem baixo nível de renda e escolaridade. Com isso e apesar das modificações nas últimas décadas de estradas, moradias, trabalhos informais na cidade, segundo Lima (2010), em pouco promoveu qualidade de vida para essa maioria de moradores. Afirma, além disso, que “eles também foram impedidos do acesso a terra, tanto no que diz respeito ao poder de compra como ao de trabalhar nela” (Lima, 2010, p.155). Revela ainda esta autora que:

Na conferência dos dados da Contagem da População de 2007, foi constatada uma diminuição significativa da população na última década no município, pois, no início da pesquisa, em 2007, a população de Guaramiranga, de acordo com o Censo de 2000, era de 5.714 habitantes, sendo 2.330 habitantes residentes na área urbana (40,78%) e 3.384 na área rural (59,22%). Já a Contagem da população apresenta dados bem inferiores e significativos no que diz respeito à população de um pequeno município. Guaramiranga passa a ter 4.307 habitantes, mantendo quase a mesma população urbana 2.387 residentes (55,42%) e diminuindo a população rural para 1.920 habitantes (44,58%) (Lima, 2010, p.55).

Retornado ao seu histórico, o *site* oficial de Guaramiranga<sup>43</sup> informa que o nome da cidade significa pássaro vermelho, do tupi guarani, nome da tribo que habitava esta terra antes do primeiro povoado. Chamava-se Conceição, o povoado, quando foi elevado à categoria de Vila, com o nome de Guaramiranga, pelo decreto no 59 de 04 de setembro de 1890.

De modo que foi datado do dia 1º. do mesmo mês e ano, um decreto já havia criado o município, inaugurado em 17 de outubro seguinte. Entretanto, foi extinto pela lei 550, de 25 de agosto de 1889 e, por isso, foi anexado a Baturité, sendo restaurado em 1921. Em 1931 é de novo extinto, passando a distrito de Pacoti e definitivo, restaurado em 11 de julho de 1957, pela lei 3679.

---

<sup>43</sup>Disponível em: <(www.guaramiranga.ce.gov.br/)>. Acessado em: jan/2016

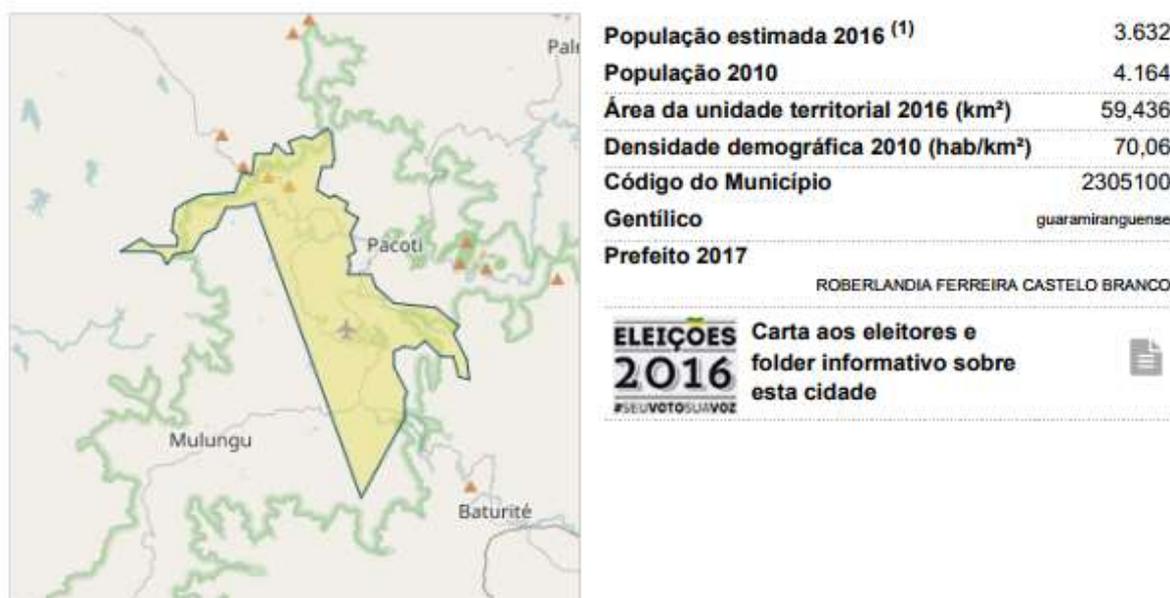


Figura 3 Informações estatísticas

Fonte: IBGE, Censo Demográfico 2010<sup>44</sup>

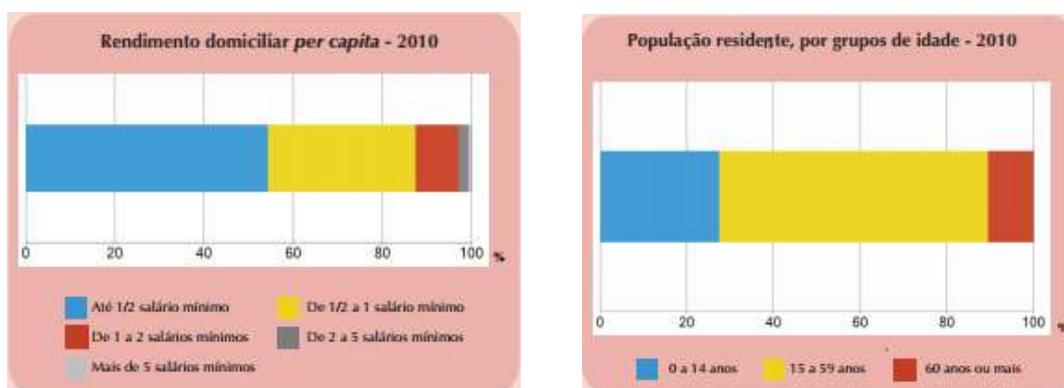


Figura 4 Rendimento domiciliar per capita – 2010 /População residente, por grupos de idade – 2010

Fonte: IBGE, Censo Demográfico 2010<sup>45</sup>

Ainda de acordo com site oficial a cidade está situada no Maciço de Baturité, sendo uma das grandes cidades produtoras de frutas e flores do

<sup>44</sup>Disponível em: <<http://cod.ibge.gov.br/BQR>>. Acessado em 19/7/2017.

<sup>45</sup>Disponível em:  
<<file:///C:/Users/Owner/Documents/S%C3%A1vioCosta/01%2005%202017%20-%20MATERIAL/Textos%20para%20pesquisa/Guaramiranga/Guaramiranga%202305100.pdf>>.  
Acessado em: 19/7/2017

estado. Mas é no Turismo que a cidade se mostra grande, atraindo turistas nacionais e internacionais, que procuram: clima ameno, lindas paisagens, cachoeiras, bons restaurantes, hotéis e pousadas aconchegantes e a hospitalidade e simplicidade do seu povo. E complementando essas informações seguem dados mais atualizados e importantes do IBGE - Censo Demográfico 2010 por meio das Figuras de nº 3 e nº 4 acima.

Lima (2010) traz para encerra a discussão que: é pequena a participação dos moradores locais no Festival de Jazz e Blues de Guaramiranga. Inclusive em 2010 a autora alega que não existiram apresentações dos músicos da AGUA<sup>46</sup> e estes precisaram viajar a procura de trabalho. E confirmando esse contexto, Lima (2010) apresentou um dos discursos dos sujeitos de seu estudo em Guaramiranga: “Os músicos da cidade estão um pouco esquecidos. Estão todos tocando fora. Não tem nenhum tocando no festival de jazz. A Via de Comunicações não contratou não quis pagar o que a gente pediu” (A.J. Músico, 2010) (Lima, 2010, p.146).

#### 2.5.2.2 - O festival: Jazz e Blues no Carnaval

Em 2000 foi criado como opção cultural ao período do Carnaval brasileiro o Festival Jazz e Blues de Guaramiranga conforme explica Gadelha [2014]. Nesse aspecto, Torres (2006) a complementa afirmando que, até o ano de 2005 demonstrou que este evento é um sucesso e, assim, um grande negócio que contribui para o desenvolvimento econômico da cidade. Dentro desse contexto Gadelha (2014) o coloca como evento turístico cultural de principal vocação de Guaramiranga:

Sua importância é perceptível nas pesquisas realizadas pelo Sebrae/CE, cujos dados revelam que 60% dos estabelecimentos comerciais do município foram criados depois do Festival de Jazz e que, durante os dias do evento, os empregos temporários aumentam 38,8%, impactando no faturamento de 93,2% das empresas, com aumento médio das receitas de 65,3%. São pequenos exemplos de

---

<sup>46</sup> Associação dos amigos da arte de Guaramiranga, uma organização não governamental, que tem como propósito essencial a promoção dos valores culturais da comunidade da cidade de Guaramiranga

como precariedades e ausências se tornaram oportunidades ao longo dos anos de realização do festival (Gadelha, 2014, p.10).

Torres (2006) ainda nessa direção passa a ideia que à 6ª edição se deu festejando com responsabilidade social o crescimento dentre aos seus diversos aspectos que promovem. Todavia, este teve o cuidado com base em suas experiências anteriores de somar as suas iniciativas com a competência aliada à seriedade e a dedicação.

A importância de se apresentar todo o histórico do evento dá-se em função da demonstração das estratégias de crescimento, com a diversificação das atrações, bem como da multiplicação dos locais em que ocorre o Festival e este sempre contou com o apoio inestimável da mídia em todas as suas versões, como esta divulgação que Guaramiranga preparou para esperar por 13 mil pessoas no Festival de Jazz e Blues / 2006.

Divulgou, além disso, os *shows* e as atividades que estiveram ocorrendo durante o evento. Afirmaram que as portas do Teatro Municipal Rachel de Queiroz se abrem “para ensaios abertos e bate-papo com os visitantes. Por todo o dia, na Arena Sesc/Sebrae<sup>47</sup>, acontecem oficinas de máscara, xilogravura, percussão, reciclagem, e areografia, além de ginástica para a terceira idade abrindo a programação do local”. Inclusive houve o lançamento do livro na Mostra de Filmes de Jazz:

Uma das novidades do Festival este ano é a Mostra de Curtas e Longas que acontecerá de 25 a 28 de fevereiro, a partir das 15 horas, no Hotel Senac Guaramiranga. Na programação, que é gratuita, filmes documentários com enfoque na história do jazz e seus personagens ilustres. O Festival também virou livro. Ricardo Romcy Torres lança, durante o evento, o livro Festival de Jazz e Blues de Guaramiranga – O fundo musical de uma boa conversa sobre cultura, turismo, *marketing*, ecologia e desenvolvimento. A obra, que pretende aguçar a curiosidade sobre o evento e suas ligações com a cultura, a ecologia, o *marketing* e o turismo, será lançada na segunda-feira (27), às 19 horas, na Arena Sesc/Sebrae (Governo do Estado do Ceará – Ceará, 2006, s/p).

Num entanto, neste contexto Gadelha (2014) ressalta-se que o festival não conta com políticas públicas que garantam a continuidade de sua

---

<sup>47</sup> Serviço Brasileiro de Apoio à Micro e Pequena Empresa é uma entidade privada, sem fins lucrativos e também ligada ao Sistema S.

concretização e nem encontra no poder público municipal e estadual a sensibilidade e parceria eficaz no compartilhar de objetivos, processos e resultados, mesmo sendo este evento considerado um impulsionador estratégico de desenvolvimento local, sem referir os seus impactos culturais e de ordem simbólica. E vale reforçar que o “festival divulga o nome de Guaramiranga internacionalmente e é reconhecido por ser responsável pelo aquecimento da geração de renda na região, além de alavancar toda uma cadeia produtiva de turismo cultural na região” (Gadelha, 2014, p.13).

Ele ganha maior consistência e alcance a cada edição que o projeto se expande. Na edição de 2014, que completou 15 anos, surgiu o apoio da Secretaria de Educação do Estado do Ceará com o “Projeto Música É para a Vida” ofertando de “41 oficinas de sensibilização e formação musical para alunos e arte-educadores da rede pública estadual de ensino do Ceará”. Inclusive com esse apoio se conseguiu realizar em duas etapas a “inscrição por edital público” para alunos participarem de “oficinas de sensibilização musical em 21 regiões com duração de 2 dias cada. Os 100 alunos e 20 arte-educadores que se destacam nessa etapa participam do segundo momento do projeto, intitulado Residências Artísticas”. Este momento era um mergulho profundo com professores teoria e prática musical por meio de aulas de improviso, instrumento e prática de conjunto, dentre outras durante sete dias em Pacoti, cidade vizinha a Guaramiranga, iniciada uma semana antes do festival (Gadelha, 2014, p.11).

Entretanto, Gadelha (2014) alerta que apesar da contribuição desse evento “para a cultura no estado, não tem assegurada sua viabilidade, tendo que iniciar a cada edição um esforço cada vez maior para garantir sua existência” (p.13). De modo que apesar do sucesso e dimensão internacional e impacto na economia e no social o Festival de Jazz faz um esforço contínuo para:

[...] para superar a instabilidade que permeia a atividade da produção cultural no Brasil. Projetos que, como o Festival de Jazz, têm sua realização ancorada em leis de incentivo e editais públicos, precisam trabalhar com outras formas de financiamento, que assegurem a condição de operar com uma cultura de planejamento e

sustentabilidade que possibilite não só a consolidação de processos, mas também um melhor aproveitamento de recursos humanos e financeiros em políticas compartilhadas com outras instâncias de interesse público (Gadelha, 2014, p.15).

Esta autora (2014) alerta ainda que ao “contribuir para a formação de músicos e público através da realização de um evento que integre arte, cultura, lazer, capacitação e desenvolvimento social” (p.16) e/ou mais a forma para atingir aos seus objetivos de promoção a pluralidade e a democratização da cultura torna-se imprescindíveis garantir essas condições de sobrevivência do festival. Essas condições são necessárias para que o festival exerça seus objetivos de promover a pluralidade e a democratização cultural e, assim, contribuir para a formação de músicos e público através da realização de um evento que integre arte, cultura, lazer, capacitação e desenvolvimento social (Gadelha, 2014, p.16).

É notório por meio dessas discussões sobre eventos culturais para o desenvolvimento regional nesse capítulo que os resultados de eventos como o *Rock in Rio*, o Festival de Jazz e Blues de Guaramiranga e/ou a Mostra SESC Cariri de Culturas, em geral, são eventos que se verificam na prática o que na teoria eventos citados por Rodrigues (2012) ou por Getz (2016) ou ainda por Oklobdžija (2015) a luz de Getz (2005; 2008) quando esta autora já afirmava que estes eventos podem oferecer uma multiplicidade de benefícios econômicos e sociais para o local. Logo, os administradores de destino devem “[...] use events as an effective ‘tool’ for the development of tourism in the destination and adopt a long-term, strategic approach to event tourism in the field of planning and development, in order to realize the full potential of the destination”<sup>48</sup> (Oklobdžija, 2015, p. 94).

Para esta autora, a escolha da estratégia de turismo em geral deve ser feita com muito cuidado o seu processo de seleção. Porque para Oklobdžija (2015) uma estratégia de turismo de eventos inadequada poderá acarretar inúmeros resultados negativos; em especial, no aspecto econômico. “However, even the appropriate strategy can fail if it is applied without the proper support

---

<sup>48</sup> Tradução livre da frase: [...] usar eventos como uma ‘ferramenta’ eficaz para o desenvolvimento do turismo no destino e adotar uma abordagem estratégica de longo prazo para o turismo de eventos no campo do planejamento e desenvolvimento, a fim de realizar todo o potencial do destino.

of other factors. One of the most important ones is *marketing*<sup>49</sup> (Oklobdžija, 2015, p. 96).

Enfim, Torres (2006); Dias (2006); Batista (2008); Rodrigues (2012) Gadelha [2014]; Oklobdžija (2015); Getz (2016) entre outros citados neste assunto colaboraram muito de acordo com as suas teorias para a compreensão do valor dos eventos conectados ao desenvolvimento do turismo, de suas estratégias de *marketing* adequadas e para responder aos questionamentos provocados ao longo deste capítulo. Assim, como complemento de dados sobre o Festival de Jazz e Blues de Guaramiranga no Ceará, que tem muitas coisas em comum com a Mostra SESC Cariri de Culturas. Ressalta-se, portanto, como complemento e curiosidade sobre o Festival de Jazz e Blues de Guaramiranga se fixou no Anexo I, o seu histórico e a sua evolução e no Anexo I - a uma pesquisa levada a efeito nas edições de 2004 e 2005 do Festival.

Mediante estas teorias acreditar-se que se possa reforçar no sentido do Festival de Jazz e Blues de Guaramiranga ser similar a Mostra quando em suas programações de festivais musicais, a periodicidade por serem móveis quanto ao período e ambos acontecem anualmente, ao perfil dos participantes. No entanto, na abrangência as suas dimensões do Festival tornam-se um pouco menor do que a Mostra SESC Cariri de Cultura cearense. Realça-se aqui o fato desses eventos possam promover por meio deles a esperança de desenvolvimento, sobretudo, nas áreas tão deprimidas e remotas existentes no Ceará.

De modo que conforme defendem as autoras Rodrigues (2012), Oliveira (2014) e Oklobdžija (2015) são três eventos **diferentes** com relação à abrangência que o Festival é local, a Mostra é regional ou estadual e o Rock in Rio é internacional. Entretanto, os três eventos são **semelhantes** na classificação de serem eventos sociais que consoante Oliveira (2014) faz esta **classificação geral** dos eventos em privados, públicos, empresariais, técnico-científico e em sociais. Os três possuem a categoria **por área de interesse** do evento em comum no turístico. Com referência ao **público**, os três são abertos

---

<sup>49</sup> Tradução livre da frase: Entretanto, até mesmo a estratégia apropriada pode falhar se for aplicada sem o suporte adequado de outros fatores. Um dos mais importantes é o *marketing*.

com limitação ao tamanho do espaço do evento. Trazendo a visão de Rodrigues (2012) pode-se perceber que os três promove valor aos recursos culturais e de Oklobdžija (2015) tem-se que os três eventos estão na perspectiva de promover desenvolvimento social da região e, isso, estimula ao orgulho na comunidade no fortalecer o sentimento de pertencer e criar um senso de lugar.

O curioso, talvez, o máximo associado a essa discussão “o porquê” trazer esses dois eventos com características específicas nas diferenças ou semelhanças para contribuir nessa tese seja que estes dois eventos foram às referências dos pensadores da Mostra ao longo de sua história. Eles deram base teórica, formas e controle de programações, foram aspirações culturais vinculados ao turismo para se concretizar a Mostra SESC Cariri de Cultura. Estes eventos fazem parte da história para compreender como essa metamorfose de eventos influenciaram e fizeram surgir a Mostra SESC na atualidade. Acredita-se que esse sim seja o maior motivo desses eventos estarem nessa tese. De modo que seja a diferença na dimensão que for estes eventos teriam de estarem aqui pontuados como estratégia de compreensão histórica dessa metamorfose Mostra SESC Cariri de Culturas. Retirá-los seria o mesmo que negá-los e dizer que a Mostra surgiu e foi se desenvolvendo com base no nada e isso não seria coerente afirmar mediante esses dados para a ciência desse estudo.

## CAPÍTULO TERCEIRO

### 3 – CARIRI CEARENSE<sup>50</sup> – UMA VIAGEM PELOS TERRITÓRIOS DA MOSTRA: LOCALIZAÇÃO E CARATERIZAÇÃO GERAL

A Região do Cariri localiza-se no sul do estado do Ceará e é composta por 28 municípios conforme Instituto de Pesquisa e Desenvolvimento Econômico do Ceará (IPECE, 2011): Juazeiro do Norte, Crato, Barbalha, Farias Brito, Cariri, Caririçu, Nova Olinda, Santana do Cariri, Missão Velha, Jardim, Várzea Alegre, Granjeiro, Brejo Santo, Campos Sales, Milagres, Potengi, Salitre, Araripe, Assaré, Antonina do Norte, Tarrafas, Altaneira, Aurora, Barro, Mauriti, Abaiara, Porteiras, Jati e Penaforte, conforme se pode ser verificados nos mapas nas figuras de nº 5 e nº 6 abaixo.



Figura 5 Mapa da Região Metropolitana do Cariri Cearense<sup>51</sup> e mapa do Brasil situando o Estado do Ceará<sup>52</sup>

Fonte / Data: Google/2017

<sup>50</sup> Cariri Cearense porque existe outros Cariris no Brasil, entretanto, essa tese tratará somente do Cariri no Ceará.

<sup>51</sup>Disponível em: <<http://www.ceara-turismo.com/mapas/imagens/regiao-metropolitana-cariri.jpg>>. Acessado em: 07/04/2017

<sup>52</sup>Disponível em: <<https://s-media-cache-ak0.pinimg.com/736x/6e/94/48/6e944835dbf87f3ba4ba519b66c12fc1.jpg>>. Acessado em: 07/04/2017



Figura 6 Mapa das cidades do Cariri Cearense  
 Fonte / Data: Mapas SESC /2010  
 Escala aproximada: 1 cm 20 km

Crato, Juazeiro e Barbalha são as três cidades que tem a economia mais desenvolvida da região metropolitana do Cariri. Estas cidades estão ancoradas e reconhecidas por seu turismo religioso e, agora, adicionadas ao seu turismo ecológico. Estas são vizinhas e, além disso, possuidoras de condições econômicas e culturais como base do comércio local. Nesse contexto, motivaram a princípio à escolha como polos de desenvolvimento da Mostra SESC Cariri de Cultura:

A região do Cariri é um oásis dentro do semiárido, possui vastos recursos naturais que são explorados de diversas formas. Além disso, encontramos na região uma diversidade de culturas que retratam de modo singular a vida do povo nordestino (CRUZ, 2010, p.29).

A região do Cariri cearense (Menezes, 2009 citado por Lacerda, 2009) está localizado na região da sub-bacia sedimentar do Araripe com características distintas do sertão que o envolve. “É um brejo de encosta e de vale, que se estende em parte da depressão sertaneja e que tem início a partir da Chapada do Araripe, o que proporciona que a região seja vista como um verde vale”. Isso faz a grande diferença desta região do interior semiárido do

Nordeste. Em que se pode entender “pelas inúmeras fontes que jorram nos “pés e serra” da chapada” (Menezes, 2009 citado por Lacerda, 2009, p. 66).

Para melhor descrever a esta região cearense estudada, torna-se assim necessário apresentar o Quadro nº 2, que descreve algumas das características sócio - demográficas tendo este por base o município, o gentílico, a população, a superfície e o IDH 2010<sup>53</sup> do Cariri Cearense.

Quadro 2 Características sócio - demográficas das Cidades do Cariri Cearense

<b>Município</b>	<b>População</b>	<b>Superfície em Km2</b>	<b>IDH</b>
ABAIARA	10.496	179,91	0,628
ALTANEIRA	6.856	73,3	0,602
ANTONINA DO NORTE	6.984	260,10	0,599
ARARIPE	20.685	1.347,047	0,564
ASSARE	22.445	885,83	0,600
AURORA	24.566	885,83	0,605
BARBALHA	55.323	479,18	0,683
BARRO	21.514	709,66	0,599
BREJO SANTO	45.193	661,96	0,647
CAMPOS SALES	26.506	1.082,77	0,630
CARIRIAÇU	26.393	623,82	0,578

<sup>53</sup>Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), (2016). Disponível em: <<http://cidades.ibge.gov.br/xtras/perfil.php?lang=&codmun=230510&search=ceara|guaramiranga>>. Acessado em: 19/7/2017.

CRATO	121.428	1.009,20	0,713
FARIAS BRITO	19.007	503,7	0,633
GRANJEIRO	4.629	100,13	0,585
JARDIM	26.688	457,03	0,614
JATI	7.660	312,58	0,651
JUAZEIRO DO NORTE	249.939	248,55	0,694
MAURITI	44.240	1.111,86	0,605
MILAGRES	28.316	546,64	0,628
MISSÃO VELHA	34.274	651,11	0,622
NOVA OLINDA	14.256	284,40	0,625
PENAFORTE	8.226	190,42	0,646
PORTEIRAS	15.061	217,57	0,622
POTENGI	10.276	338,72	0,562
SALITRE	15.453	889,82	0,540
SANTANA DO CARIRI	17.170	768,77	0,612
TARRAFAS	8.910	454,39	0,576
VARZEA ALEGRE	38.434	835,706	0,629

Fonte/Data: Elaboração do autor a partir de informações do IPECE (20013).

O Quadro nº 2 apresenta os municípios que, para o presente estudo, constituem a Região do Cariri. Composta por 28 municípios, a região abrange um território de 16.110.093 quilômetros quadrados e uma população de 930.928 habitantes. Todos eles encontram-se localizados na região Sul, Sudeste, Sudoeste e Centro-sul do estado do Ceará. Como bem característico das terras nordestinas, o período chuvoso, o denominado “inverno” pela população local, compreende os meses de janeiro e junho do ano. Entre as cidades se distribuem por diferentes relevos, territórios como Chapada do Araripe, Depressão sertaneja e o Maciço. As bacias hidrográficas presentes na região são: Bacia do Alto do Jaguaribe e Bacia do Rio Salgado.

Mas para além de suas belezas territoriais, suas florestas e paisagens, a região do Cariri é um espaço rico em cultura e folclore que constituem a identidade de seu povo e sua região. Menezes (2009) refere à região como rica em um arcabouço de manifestações culturais e folclóricas. Detentora de uma dinâmica e genuína cultura que congrega as belezas da Chapada do Araripe; a religiosidade e fé no Padre Cícero; sua diversidade de museus, sítios mitológicos e paleontológicos; projetos sociais; cultura e artesanato:

Com isso o Cariri foi desenvolvendo essas “manifestações”, muito embora algumas vezes não as reconheçam mais como base de sua identidade cultural. Mesmo assim, é reconhecido por ser um dos maiores celeiros de cultura popular do Nordeste. Nota-se, a grande quantidade de manifestações populares como o Reisado, Bumba-meu-boi, Maneiro Pau, Vaquejada, Aboios, Danças, renovações etc. Sem falar na grande riqueza de lendas, na religiosidade, na culinária, e em vários outros costumes. (Menezes, 2009, p. 67)

Baseado no estudo desenvolvido por Menezes (2009) apresenta-se alguns importantes eventos culturais do Cariri cearense que constituem toda a dinâmica cultural e folclórica que enriquece a cultura popular da região a qual a projeta para além de suas fronteiras. Para fins didáticos, em virtude dessa tese, os seus trabalhos empíricos sobre a Mostra SESC Cariri de Cultura serão apresentados, aqui, os eventos culturais das cidades palco da mostra: Crato, Juazeiro do Norte e Nova Olinda. Justifica-se essa escolha devido a grande diversidade de eventos presentes no Cariri e devido ao grande número de municípios.

A partir daqui será melhor apresentado o perfil de cada município a fim de caracterizar a região como se encontra. Iniciando por **Crato**, segundo o IPECE (2013), este município localiza-se no sul do estado do Ceará. Possui um território de 1.009,20 km<sup>2</sup>. O município possui clima tropical quente semiárido brando e tropical quente subsumido. Seu período chuvoso compreende os meses de janeiro a maio. Com relevo constituído pela Chapada do Araripe e Depressões Sertanejas, caracteriza-se por solos aluviais, solos litólicos, latossolo vermelho-amarelo, podzólico vermelho-amarelo, terra roxa estruturada similar. Suas florestas caracterizam-se como carrasco, floresta caducifólia espinhosa, floresta subcaducifólia tropical pluvial, floresta subperenifólia tropical pluvio-nebular, floresta subcaducifólia tropical xeromorfa. Sua bacia hidrográfica é o Alto Jaguaribe, Salgado.

Como base no último Censo de 2010 (IPECE, 2013), a população geral da cidade é de 121.428 habitantes, dos quais 57.616 são homens (47,45%) e 63.812 mulheres (52,55%); possui uma população urbana de 100.916 (83,11%) e rural de 20.512 (16,89%). O Índice de Desenvolvimento Humano (IDH) alcançou a 0,713%. Há 13.412 (11,05%) pessoas do município que vivem com rendimento domiciliar per capita mensal de até R\$ 70,0, dos quais 8.093 vivem na zona urbana e 5.319 na zona rural. O PIB per capita do município alcançou o índice de 6.969 (IPECE, 2013).

Os principais empregadores (formais) do município são: indústria de transformação (4.927 trabalhadores), serviços (4.767 trabalhadores), comércio (3.786 trabalhadores), construção civil (467 trabalhadores), agropecuária (94 trabalhadores), serviços industriais de utilidade pública (74 trabalhadores) e extrativa mineral (65 trabalhadores). O número de estabelecimentos comerciais varejista<sup>54</sup> gira em torno de 1.731, atacadista<sup>55</sup> 30 e reparação 7.

---

<sup>54</sup> A palavra varejo é usada no Brasil como sinônimo de 'venda sob unidade' em referência a vara que servia como instrumento de medida de corte para peças de tecido, cordas, linhas etc. Varejista está relacionada ao mercado de varejo em que se vende as suas mercadorias em retalho, em quantias que são proporcionais à demanda dos consumidores finais. As vendas de varejo podem ser feitas em lojas, supermercados, quiosques, feiras ou até mesmo em residências. Disponível em: <<https://www.significados.com.br/varejo>>. Acessado em: 13/09/2017

<sup>55</sup> O atacado é um comércio que atende as pessoas jurídicas, ou seja, instituições, empresas, entidades e demais companhias que tenham um CNPJ. Neste caso, diferente do varejo, os

Considerado um relevante polo histórico e cultural, o Crato é um importante centro de manifestações artísticas do povo da região. Importante colocar que a cidade também foi palco de fatos importantes da história do Ceará e do Brasil, como Confederação do Equador<sup>56</sup>. É detentora de uma vasta vegetação que proporciona o fomento de esportes como é o caso do *moutainbike*.

A cidade possui três museus: Museu Histórico do Crato, Museu de Artes Vicente Leite e Museu de Fósseis. Todos têm por objetivo preservar a história e a memória local do registro de fatos importantes através de objetos, narrativas, escrituras e obras de artes.

A cidade também possui quatro importantes praças: a primeira dela é a Praças da Sé: Construída sobre uma antiga aldeia Kariri, num local onde foram localizados artefatos de rituais fúnebres e da vida doméstica dos índios. É um importante centro cultural de encontro das diversas classes e grupos sociais da cidade. Palco de diversos episódios importantes na história do espaço urbano, a praças e centro importante das memórias que descrevem a identidade da cidade.

Nessa perspectiva, por exemplo, a Praça Siqueira Campos destaca-se também por ser um importante ponto de encontro de intelectuais e políticos e possuir um estilo colonial. A sua toponímia é devida ao tirocínio de Siqueira Campos, que prestava ajuda aos fugitivos da seca. Por sua vez, a Praça Juarez Távora, foi construída em homenagem ao centenário da cidade, no ano

---

produtos são disponibilizados em grandes quantidades para venda e a preços menores. Disponível em: <<https://www.significados.com.br/varejo>>. Acessado em: 13/09/2017

<sup>56</sup> Brito (1979, p.3) exemplifica fatos históricos como: “O General Raimundo Teles Pinheiro, numa separata do Almanaque do Ceará, edição de 1958 e reeditada em 1959, em segunda edição, publicou Esbôço Histórico do Crato - Cidade Cabeça da Comarca, Coração do Ceará, Capital do Cariri, que, mesmo sendo uma cronologia histórica do Crato, faz citações bibliográficas e de outras fontes pesquisadas”. Exemplifica, ainda, este autor, entre outros fatos históricos importantes, que sob “o comando do Coronel José Pereira Filgueiras, Comandante das Armas da Comarca de Crato que por duas vezes, combateu os "capangas" da família Alencar, na arrancada Nativista de 1817 e na Confederação do Equador em 1824, ou ainda, como no caso da intervenção da Força de 2a.Linha, quando, o próprio, Presidente da Província José Mariano de Albuquerque Cavalcante, convoca a ajuda dessas forças para combater as forças "Pintistas", na Rebelião de 1831/1832” (Brito, 1979, p.9).

de 1953. Seu nome homenageia o importante político Juarez Távora, que concorreu às eleições presidência com Juscelino Kubitschek.

A Praça Francisco Sá acolhe os seus visitantes com a frase “Seja bem-vindo. Nesta terra há lugar para todas as pessoas de boa vontade”. É caracterizada pela coluna da hora com a imagem do Cristo Rei e detentora de várias fontes. Entre os importantes pontos religiosos, a cidade do Crato apresenta:

- Cruz do Século: marco religioso popular que marca a passagem do século XIX para o XX.
- Seminário São José: primeiro instituto de educação masculina da região do Cariri. Importante centro cultural, difusor de conhecimento e cultura na região, para formação intelectual dos jovens.
- Palácio do Bispo: residência episcopal dos bispos da Diocese do Crato.
- Congregação Filhas de Santa Tereza: um dos primeiros centros de educação feminina do Estado com a finalidade formação de mulheres culta para os homens formados. Criado por Dom Quintino foi importante modelo de educação religiosa da região.
- Caldeirão da Santa Cruz: Importante centro de movimento messiânico na História do Brasil, o Caldeirão foi liderado pelo beato José Lourenço. Importante centro de congregação de pessoas que, sobre oração, trabalho e penitência, dedicavam suas vidas a Deus e à comunidade.

Como outros importantes pontos culturais, e exemplificando, existem o: Teatro Rachel de Queiroz: escola de artes da cidade atua nas áreas de teatro, música e coral; Teatro Adalberto Vamozi: que se localiza na unidade do Sesc Crato; Centro Cultural da RFFSA local este onde realizam eventos culturais da cidade. Em todas, as segundas-feiras, ocorre a Feira do Crato que é um ótimo atrativo cultural da cidade. Nela se reúnem importantes figuras da cultura popular, como violeiros e comidas típicas.

Com o intuito de trazer mais informação sobre o município, vale salientar que Crato é um polo histórico e cultural do Cariri, em virtude das várias manifestações artísticas populares e de relevância histórica. Pode-se observar na figura nº 7 a “Floresta Nacional do Araripe Localizada na Chapada do Araripe, esta é a primeira reserva florestal do Brasil. É considerado o mais expressivo santuário ecológico do Cariri, formado por solos férteis, vegetação diversificada e inúmeros sítios paleontológicos”. É necessária autorização e acompanhamento de um condutor capacitado para o turista visitá-la (Revista 5. 2014, p. 48).



Figura 7 Floresta Nacional do Araripe  
Fonte/data: Arquivo da ASCOM/SESC Ceará/2014

Segundo o IPECE (2013), o município de **Juazeiro do Norte** localiza-se no sul do estado do Ceará. Possui um território de 248,55 km<sup>2</sup>. O município possui clima tropical quente semiárido e tropical quente semiárido brando. Seu período chuvoso compreende os meses de janeiro a maio. Com relevo de chapada do Araripe e depressões sertanejas, seu solo caracteriza-se chapada do Araripe e depressões sertanejas. Suas florestas caracterizam-se como floresta caducifólia espinhosa. Sua bacia hidrográfica é o Salgado.

Como base no último Censo de 2010 (IPECE, 2013), a população geral da cidade é de 249.939 habitantes dos quais 118.353 são homens (47,37%) e 131.586 mulheres (52,63%); possui uma população urbana de 240.128 (96,07%) e rural de 9.811 (3,93%). O Índice de Desenvolvimento Humano (IDH) alcançou a estimativa de 0,694%. Há 24.099 (9,64 %) pessoas do município que vivem com rendimento domiciliar per capita mensal de até R\$ 70,0, dos quais 21.796 vivem na zona urbana e 2.303 na zona rural. O PIB per capita do município alcançou o índice de 7.842.

Os principais números de empregadores (formais) do município são: Comércio (12.796 trabalhadores), Serviços (12.076 trabalhadores), Indústria de Transformação (11.397 trabalhadores), Administração Pública (5.518 trabalhadores), Construção Civil (1.594 trabalhadores), Serviços Industriais de Utilidade Pública (315), Agropecuária (20 trabalhadores) e Extrativa Mineral (6 trabalhadores). O número de estabelecimentos comerciais varejistas gira em torno de 4.767, atacadista 107 e reparação 8.

Juazeiro do Norte é mais lembrada “pela fé ao Padre Cícero, que resulta em um dos principais lugares de realização do turismo religioso do Brasil e do Mundo, tem sua economia se baseada no turismo, eventos, indústria de calçados e ourivesaria” (Lacerda, 2009, p. 133). Talvez por isso, os mais importantes atrativos turísticos que caracterizam as cidades giram em torno da figura do Padre Cícero, como:

- Memorial Padre Cícero
- Colina do Horto e Museu Vivo Padre Cícero
- Santo Sepulcro
- Casa do Padre Cícero
- Casa dos Milagres
- Igreja de Nossa Senhora do Perpetuo Socorro
- Basílica franciscana
- Igreja de Nossa Senhora das Dores
- Romarias

Entretanto, para além da religiosidade, Juazeiro conta com um importante centro de artesanato e comércio. Por exemplo, a Fundação Mestre

Noza, em homenagem ao Mestre Noza, que liderou a produção de imagens por madeira. Esta fundação congrega importantes artesões da cidade. É importante centro de produção de artesanato da região. Tem o mercado central, um importante centro popular de comércio. Predomínio de produtos populares e artesanato com pouco predomínio de produtos industrializados. É de referenciar, ainda, outros importantes pontos culturais como:

- Teatro Patativa do Assaré: localizado na Unidade do Sesc Juazeiro do Norte e atua na área de teatro, música, literatura e artes plásticas.
- Centro cultural Banco do Nordeste.

A Cidade é conhecida pela fé ao Padre Cícero, que resulta em um dos principais lugares de realização do turismo religioso do mundo. O município tem sua economia baseada no turismo, eventos, indústria de calçados e ourivesaria (fabricação de joias e ornamentos com metais).

Mais um importante município participante da Mostra é o de **Nova Olinda**. Segundo o IPECE (2013), localiza-se no sul do estado do Ceará. Possui um território de 284,40 km<sup>2</sup>. O município possui clima tropical quente e semiárido brando. Seu período chuvoso compreende os meses de janeiro a maio.

Com relevo de Depressões Sertanejas e Chapada do Araripe, caracteriza-se por solos litólicos, latossolo vermelho-amarelo, podzólico vermelho-amarelo, terra roxa estruturada similar e vertissolo. Suas florestas caracterizam-se como floresta caducifólia espinhosa, floresta subcaducifólia tropical pluvial, floresta subperenifólia tropical pluvio-nebular e floresta subcaducifólia tropical xeromorfa. Sua bacia hidrográfica é o Alto Jaguaribe.

Como base no último Censo de 2010 (IPECE, 2013), a população geral da cidade é de 14.256 habitantes dos quais 7.020 são homens (49,24%) e 7.236 mulheres (50,76%); possui uma população urbana de 9.696 (68,01%) e rural de 4.560 (31,99 %). O Índice de Desenvolvimento Humano (IDH) alcançou a estimativa de 0,625%. Há 3.967 (27,83%) pessoas do município vivem com rendimento domiciliar per capita mensal de até R\$ 70,0, dos quais 2.099 vivem

na zona urbana e 1.868 na zona rural. O PIB per capita do município alcançou o índice de 4.571 e, a respeito do mesmo:

Divulgada nacionalmente pelo projeto Casa Grande, e pelo artesanato de Couro do Mestre Celeiro, tem sua economia voltada para as minas de Calcário laminado e Gipsita; artesanato de pedra e de couro; e Turismo Cultural. Hoje é reconhecida como destino Indutor do Turismo, contemplada pelo projeto 65 Destinos Indutores do Turismo Brasileiro (Lacerda, 2009, p. 143).

Apresenta-se aqui o levantamento dos pontos culturais e turísticos que caracterizam a cidade de Nova Olinda, iniciando pela Fundação Casa Grande Memorial do Homem cariri, um importante centro de difusão cultural da região do Cariri. Composta por biblioteca, videoteca, radio, laboratório de TV, escola de arte, editora brinquedoteca e outras instalações, presta importantes serviços de difusão e manutenção da cultura e arte carirense. Para, além disso, refiram-se os sítios arqueológicos e mitológicos, outro importante local de conservação de artefatos arqueológicos e referência de mitos e lendas.

A partir do que foi descrito sobre as três cidades, podemos inferir que a região do Cariri é uma grande potência turística e cultural do Nordeste. Lacerda (2009) refere que, além de possuir os atrativos culturais e turísticos, o Cariri possui um mercado turístico e cultural que procura novos destinos de solidificação e expansão. É uma região com um clima cultural genuíno, não alienado da lógica da indústria cultural da sociedade de consumo. Suas florestas, religiosidade e fé em torno do Padre Cícero, memórias e narrativas sobre a história e as lendas da região, projetos sociais, culinária e artesanato fazem do Cariri um complexo dinâmico de cultura e turismo com vários espetáculos e manifestações que chamam a atenção de intelectuais, estudiosos e da população em busca de diversão.

A cidade é conhecida, à escala nacional, pelo projeto Casa Grande e pelo artesanato de couro do Mestre Espedito Seleiro. O município tem sua economia voltada para as minas de calcário laminado e gipsita; artesanato de pedra e de couro; e turismo cultural de base comunitária (Lacerda, 2009; Pimentel, 2009).

Outro importante município é o de **Barbalha** que, segundo o IPECE (2013), localiza-se no sul do Estado do Ceará. Possui um território de 479,18 km<sup>2</sup>. O município possui clima tropical quente semiárido brando. Seu período chuvoso compreende os meses de janeiro a abril. Com relevo de Chapada do Araripe, caracteriza-se por solos aluviais, solos litólicos, latossolo vermelho-amarelo e podzólico vermelho-amarelo. Suas florestas caracterizam-se como carrasco, floresta caducifólia espinhosa, floresta subcaducifólia tropical pluvial, floresta subcaducifólia xeromorfa e floresta subperenifólia tropical pluvio-nebular.

Sua Bacia Hidrográfica é o Salgado. Como base no último Censo de 2010 (IPECE, 2013), a população geral da cidade é de 55.323 habitantes, dos quais 26.904 são homens (48,63%) e 28.419 mulheres (51,37%); possui uma população urbana de 38.022 (68,73%) e rural de 17.301 (31,27%).

O Índice de Desenvolvimento Humano (IDH) alcançou a 0,683%. 7.175 (12,97%) pessoas do município vivem com rendimento domiciliar per capita mensal de até R\$ 70,0, dos quais 3.801 vivem na zona urbana e 3.374 na zona rural. O PIB per capita do município alcançou o índice de 8.206 (IPECE, 2013).

Os principais empregadores (formais) do município são: indústria de transformação (2.846 trabalhadores), serviços (1.979 trabalhadores), administração pública (1.540 trabalhadores), comércio (1.458 trabalhadores), agropecuária (150 trabalhadores), construção civil (83 trabalhadores) e extrativa mineral (30 trabalhadores). O número de estabelecimentos comerciais varejistas gira em torno de 679 e atacadista em torno de 20.

É uma das cidades mais antigas da região, com patrimônio arquitetônico bastante conservado. Lugar de tradicionalismo, seja nas famílias, seja nas suas manifestações e festas como a do “Pau de Santo Antônio”.

O Município de **Santana do Cariri** localiza-se no sul do estado do Ceará. Possui um território de 768,77 km<sup>2</sup>. O município possui clima tropical quente semiárido, tropical quente semiárido brando e tropical quente subsumido. Seu período chuvoso compreende os meses de janeiro a maio.

Com relevo de Depressão Sertaneja, Chapada do Araripe, caracteriza-se por solos litólicos, latossolo vermelho-amarelo, terra roxa estruturada similar, vertissolo. Suas florestas caracterizam-se como floresta subcaducifólia tropical

xeromorfa, carrasco, floresta subcaducifólia tropical pluvial, floresta subcaducifólia tropical plúvio-nebular. Sua bacia hidrográfica é o Salgado.

Como base no último Censo de 2010, a população geral da cidade é de 17.170 habitantes dos quais 8.640 são homens (50,32%) e 8.530 mulheres (49,68%); possui uma população urbana de 8.822 (51,38%) e rural de 8.348 (48,62%) (IPECE, 2013).

O Índice de Desenvolvimento Humano (IDH) alcançou a 0,612%. Há 6.789 (39,54%) pessoas do município que vivem com rendimento domiciliar per capita mensal de até R\$ 70,0, dos quais 2.750 residem na zona urbana e 4.039 na rural. O PIB per capita do município alcançou o índice de 5.197 (IPECE, 2013).

Os principais empregadores (formais) do município são: Administração Pública (1.005 trabalhadores), Extrativa Mineral (73 trabalhadores), Comércio (47 trabalhadores), Serviços (30 trabalhadores), Agropecuária (22 trabalhadores) e Indústria de Transformação (8 trabalhadores). O número de estabelecimentos comerciais gira em torno de 121.

O município destaca-se por possuir um vasto sítio arqueológico, onde já foram descobertas várias espécies de animais extintos. Abriga o Museu de Paleontologia da Universidade Regional do Cariri.

O Município de **Assaré** localiza-se no sul do estado do Ceará. Possui um território de 885,83 km<sup>2</sup>. O município possui clima: tropical quente semiárido. Seu período chuvoso compreende os meses de fevereiro a abril. Com relevo de Maciço Residual, Depressão Sertaneja, caracteriza-se por solos litólicos, latossolo vermelho-amarelo, podzólico vermelho-amarelo, terra roxa estruturada similar. Suas florestas caracterizam-se como floresta caducifólia espinhosa, floresta subcaducifólia tropical pluvial. Sua bacia hidrográfica é o Alto Jaguaribe.

Como base no último Censo de 2010, a população geral da cidade é de 22.445 habitantes dos quais 11.080 são homens (49,37%) e 11.365 mulheres (50,63%); possui uma população urbana de 11.952 (53,25%) e rural de 10.493 (46,75%) (IPECE, 2013).

O Índice de Desenvolvimento Humano (IDH) alcançou a 0,600 %. Há 7.046 (31,39%) pessoas do município vivem com rendimento domiciliar per

capita mensal de até R\$ 70,0, dos quais 2.385 residem na zona urbana e 4.661 na rural. O PIB per capita do município alcançou o índice de 3.883 (IPECE, 2013).

Os principais empregadores (formais) do município são: Administração Pública (748 trabalhadores), Comércio (116 trabalhadores), Serviços (74 trabalhadores), Construção Civil (10 trabalhadores), e Indústria de Transformação (10 trabalhadores). O número de estabelecimentos comerciais varejista gira em torno de 251 e apenas um atacadista.

O Município de Assaré é muito conhecido por ser a terra de origem do grande poeta popular Patativa do Assaré. Possui importantes atrativos para o desenvolvimento da região, com vocação para a poesia matuta e a história e vida do seu poeta.

O Município de **Missão Velha** localiza-se no sul do estado do Ceará. Possui um território de 651,11 km<sup>2</sup>. O município possui clima tropical quente semiárido brando e tropical quente semiárido. Seu período chuvoso compreende os meses de janeiro a abril. Com relevo de chapada do Araripe e Depressões Sertanejas, caracterizam-se por solos aluviais, solos litólicos, latossolo vermelho-amarelo e podzólico vermelho-amarelo. Suas florestas caracterizam-se como floresta caducifólia espinhosa, floresta subcaducifólia tropical pluvial, floresta subcaducifólia tropical xeromorfa e floresta subperenifólia tropical pluvio-nebular. Sua bacia hidrográfica é o Salgado.

Como base no último Censo de 2010, a população geral da cidade é de 34.274 habitantes dos quais 16.915 são homens (49,35%) e 17.359 mulheres (50,65%); possui uma população urbana de 15.419 (44,99%) e rural de 18.855 (55,01%) (IPECE, 2013).

O Índice de Desenvolvimento Humano (IDH) alcançou a 0,622%. Há 7.765 (22,66%) pessoas do município vivem com rendimento domiciliar per capita mensal de até R\$ 70,0, dos quais 2.193 vivem na zona urbana e 5.572 na zona rural. O PIB per capita do município alcançou o índice de 4.428(IPECE, 2013).

Os principais empregadores (formais) do município são: administração pública (1.679 trabalhadores), agropecuária (329 trabalhadores), comércio (215 trabalhadores), construção civil (155 trabalhadores), indústria de transformação

(152 trabalhadores) e serviços (116 trabalhadores). O número de estabelecimentos comerciais varejistas gira em torno de 324 e atacadista 7.

O município é conhecido pela sua cachoeira que faz parte do território do Geoapark Araripe. O local tem potencial para o artesanato de barro, cultura canavieira e sua história, que reporta ao início da região do Cariri, das antigas minas de ouro, da escravidão e extermínio da nação Kariri. É importante referir o Sítio Passagem de Pedra. Neste lugar, é grande a produção artesanal de cerâmica, muitas vezes, produzida como na época dos índios Kariri, pelos mais antigos. O sítio é povoado por várias famílias, onde a maioria sobrevive do artesanato feito no barro.

O Município de **Caririaçu** localiza-se no sul do estado do Ceará. Possui um território de 623,82 km<sup>2</sup>. O município possui clima tropical quente semiárido e tropical quente semiárido brando. Seu período chuvoso compreende os meses de janeiro a abril. Com relevo de Depressão Sertaneja, Maciços Residuais. Caracteriza-se por Solos Aluviais, solos litólicos, podzólico vermelho-amarelo. Suas florestas caracterizam-se como caatinga arbustiva densa, cerrado, floresta subcaducifólia tropical pluvial, floresta caducifólia espinhosa. Sua bacia hidrográfica é o Alto Jaguaribe, Salgado.

Como base no último Censo de 2010, a população geral da cidade é de 26.393 habitantes dos quais 12.812 são homens (48,54%) e 13.581 mulheres (51,46%); possui uma população urbana de 14.031 (53,16%) e rural de 12.362 (46,84%) (IPECE, 2013).

O Índice de Desenvolvimento Humano (IDH) alcançou a 0,578%. Há 8.379 (31,75%) pessoas do município que vivem com rendimento domiciliar per capita mensal de até R\$ 70,0, dos quais 3.525 vivem na zona urbana e 4.854 na zona rural (IPECE, 2013).

Os principais empregadores (formais) do município são: administração pública (859 trabalhadores), comércio (comércio trabalhadores), serviços (54 trabalhadores), indústria de transformação (20), construção civil (5) e agropecuária (1 trabalhador). O número de estabelecimentos comerciais varejistas gira em torno de 219 e atacadista 1.

O município é conhecido por sua altitude elevada, arquitetura preservada e história que envolve a vida religiosa do Padre Cícero. Encravada

na Serra de São Pedro, possui grandes atrativos para os esportes de aventura. Tem como local turístico, cultural e religioso a **Igreja de São Pedro**: A igreja se torna importante cenário nas romarias ao Padre Cícero, por ser a primeira igreja onde o padre foi vigário.

O Município de **Jardim** localiza-se no sul do estado do Ceará. Possui um território de 457,03 km<sup>2</sup>. O município possui clima: Tropical Quente Subsumido e Tropical Quente Semiárido Brando. Seu período chuvoso compreende os meses de janeiro a maio. Com relevo de chapada do Araripe, seu solo caracteriza-se bruno não cálcico, solos litólicos, vertissolo, latossolo vermelho-amarelo, podzólico vermelho-amarelo. Sua vegetação é constituída por: floresta caducifólia espinhosa, floresta subcaducifólia tropical pluvial, floresta subcaducifólia xeromorfa tropical, floresta pluvial, floresta subcaducifólia xeromorfa tropical, floresta. Sua bacia hidrográfica é o Salgado.

Com base no último Censo de 2010, a população geral da cidade é de 26.688 habitantes dos quais 13.067 são homens (48,96 %) e 13.621 mulheres (51,04%); possui uma população urbana de 8.994 (33,70%) e rural de 17.694 (66,30%) (IPECE, 2013).

O Índice de Desenvolvimento Humano (IDH) alcançou a 0,614%. Há 7.995 (29,96%) pessoas do município que vivem com rendimento domiciliar per capita mensal de até R\$ 70,0, dos quais 1.362 residem na zona urbana e 6.633 na zona rural. O PIB per capita do município alcançou o índice de 3.849 (IPECE, 2013).

Os principais empregadores (formais) do município são: administração pública (2.121 trabalhadores), serviços (105 trabalhadores), comércio (104 trabalhadores), indústria de transformação (88 trabalhadores), agropecuária (11 trabalhadores) e construção civil (2 trabalhadores). O número de estabelecimentos comerciais gira em torno de 264.

Conhecida como “Cidade das Flores”, Jardim é rica em fontes naturais e tem um dos melhores climas da região. Possui temperatura amena, durante todo ano. E, como exemplo de local aprazível tem o Balneário Novo Horizonte: Localizado no Distrito de Horizonte, em cima da Chapada do Araripe. Possui piscinas, restaurante e chalés para hospedagem.

O Município de **Araripe** localiza-se no sul do estado do Ceará. Possui um território de 1347.047 km<sup>2</sup>. O município possui clima tropical quente subsumido. Seu período chuvoso compreende os meses de janeiro a maio. Com relevo de Depressão Sertaneja e Chapada do Araripe, caracteriza-se por solos litólicos, latossolo vermelho-amarelo, podzólico vermelho-amarelo, terra roxa estruturada similar. Suas florestas caracterizam-se como carrasco, floresta caducifólia espinhosa, floresta subcaducifólia tropical pluvial. Sua bacia hidrográfica é o Alto Jaguaribe.

Como base no último Censo de 2010, a população geral da cidade é de 20.685 habitantes dos quais 10.292 são homens (49,76%) e 10.393 mulheres (50,24%); possui uma população urbana de 12.733 (61,56%) e rural de 7.952 (38,44%) (IPECE, 2013).

O Índice de Desenvolvimento Humano (IDH) alcançou a 0,564%. Há 8.406 (40,64%) pessoas do município que vivem com rendimento domiciliar per capita mensal de até R\$ 70,0, dos quais 4.022 habitam na zona urbana e 4.384 na zona rural. O PIB per capita do município alcançou o índice de 4.313 (IPECE, 2013).

Os principais empregadores (formais) do município são: administração pública (881 trabalhadores), comércio (30 trabalhadores), serviços (20 trabalhadores) construção civil (16 trabalhadores) e indústria de transformação (3 trabalhadores). O número de estabelecimentos comerciais gira em torno de 175.

O Município de **Farias Brito** localiza-se no sul do estado do Ceará. Possui um território de 503,7 km<sup>2</sup>. O município apresenta clima tropical quente semiárido e tropical quente semiárido brando. Seu período chuvoso compreende os meses de janeiro a abril. Com relevo é de depressão sertaneja e maciços residuais, seus solos litólicos, podzólico vermelhoamarelo e terra roxa estruturada similar. Suas florestas caracterizam-se como “depressão sertaneja e maciços residuais”. Sua bacia hidrográfica é o Alto Jaguaribe.

Como base no último Censo de 2010, a população geral da cidade é de 19.007 habitantes dos quais 9.329 são homens (49,08%) e 9.678 mulheres (50,92%); possui uma população urbana de 8.871 (46,67%) e rural de 10.136 (53,33%) (IPECE, 2013).

O Índice de Desenvolvimento Humano (IDH) alcançou a 0,633%. 6.539 (34,40%) pessoas do município vivem com rendimento domiciliar per capita mensal de até R\$ 70,0, dos quais 2.044 habitam na zona urbana e 4.495 na rural. O PIB per capita do município alcançou o índice de 3.894 (IPECE, 2013).

Os principais empregadores (formais) do município são: administração pública (805 trabalhadores), comércio (91 trabalhadores), serviços industriais de utilidade pública (35 trabalhadores), serviços (26 trabalhadores), indústria de transformação (11 trabalhadores) e construção civil (1 trabalhador). O número de estabelecimentos comerciais gira em torno de 190.

O município foi fundado no dia 20 de dezembro de 1936. A toponímia Farias Brito ocorre em homenagem ao filósofo Raimundo de Farias Brito. Outrora, o município possuía o nome de Quixadá. A principal fonte de renda dos munícipes é a produção agrícola, funcionalismo público e a produção de cal. A cidade tem como principal atração turística, a Vaquejada do Parque Silva Antero.

O Município de **Abaiara** localiza-se no sul do estado do Ceará, em particular, na Chapada do Araripe. Este possui um território de 179,91 km<sup>2</sup>. O município possui clima tropical quente semiárido brando e tropical quente semiárido. Seu período compreende os meses de janeiro a abril. Caracteriza-se por solos litólicos, podzólicos vermelho-amarelo e vertissolos. Suas florestas caracterizam-se como caducifolia espinhosa e subcaducifolia tropical pluvial. Sua bacia hidrográfica é o Rio Salgado.

Como base no último Censo de 2010, a população geral da cidade é de 10.496 habitantes dos quais 5210 são homens (49,64%) e 5286 mulheres (50,36%); possui uma população urbana de 4552 (43,37%) e rural de 5944 (56,93%) (IPECE, 2013).

O Índice de Desenvolvimento Humano (IDH) alcançou a 0,628 %. Existem 2399 (22,86%) pessoas do município vivendo com rendimento domiciliar per capita mensal de até R\$ 70,0, dos quais 993 vivem na zona urbana e 1406 na rural. O PIB per capita do município alcançou o índice de 3,430. Os principais empregadores (formais) do município são: administração pública (592 trabalhadores), comércio (37 trabalhadores), serviços (9

trabalhadores) e construção civil (2 trabalhadores). O número de estabelecimentos comerciais gira em torno de 96 (IPECE, 2013).

O Município de **Altaneira** localiza-se no sul do estado do Ceará. Possui um território de 73,3 km<sup>2</sup>. O município possui clima tropical quente semiárido. Seu período chuvoso compreende os meses de fevereiro e abril. Com relevo de depressão sertaneja e maciço residuais, caracteriza-se por solos latossolo vermelho-amarelo, terra roxa estruturada similar e podzólico vermelho-amarelo. Suas florestas caracterizam-se como floresta caducifólia espinhosa e cerrado. Sua bacia hidrográfica é o Alto Jaguaribe.

Como base no último Censo de 2010, a população geral da cidade é de 6.856 habitantes dos quais 3.317 são homens (48,38%) e 3.539 mulheres (51,62 %); possui uma população urbana de 4.957 (72,30 %) e rural de 1.899 (27,70%) (IPECE, 2013).

O Índice de Desenvolvimento Humano (IDH) alcançou a 0,602%. Há 2.235 (32,60%) pessoas do município que vivem com rendimento domiciliar per capita mensal de até R\$ 70,0, dos quais 1.362 residem na zona urbana e 873 na rural. O PIB per capita do município alcançou o índice de 3.590 (IPECE, 2013).

Os principais empregadores (formais) do município são: administração pública (575 trabalhadores), comércio (22 trabalhadores), serviços (7 trabalhadores) e indústria de transformação (2 trabalhadores). O número de estabelecimentos comerciais gira em torno de 93.

O Município de **Antonina do Norte** localiza-se no sudeste do estado do Ceará. Possui um território de 260,10 km<sup>2</sup>. O município possui clima tropical quente semiárido. Seu período chuvoso compreende os meses de fevereiro a abril. Com relevo de depressões sertanejas, caracterizam-se por solos não cálcico, solos litólicos e podzólico vermelho-amarelo. Suas florestas caracterizam-se como floresta caducifólia espinhosa e floresta subcaducifólia tropical pluvial. Sua bacia hidrográfica é o Alto Jaguaribe.

Como base no último Censo de 2010, a população geral da cidade é de 6.984 habitantes dos quais 3.344 são homens (47,88%) e 3.640 mulheres (52,12%); possui uma população urbana de 4.999 (71,58%) e rural de 1.985 (28,42%) (IPECE, 2013).

O Índice de Desenvolvimento Humano (IDH) alcançou a 0,599%. Hoje em dia, 2.045 (29,28%) pessoas do município vivem com rendimento domiciliar per capita mensal de até R\$ 70,0, dos quais 1.058 na zona urbana e 987 na rural. O PIB per capita do município alcançou o índice de 4.058 (IPECE, 2013).

Os principais empregadores (formais) do município são: administração pública (421 trabalhadores), comércio (23 trabalhadores), serviços (8 trabalhadores) e indústria de transformação (8 trabalhadores). O número de estabelecimentos comerciais gira em torno de 112.

O Município de **Aurora** localiza-se no sul do estado do Ceará. Possui um território de 885,83 km<sup>2</sup>. O município possui clima tropical quente semiárido. Seu período chuvoso compreende os meses de fevereiro a abril. Com relevo de Depressões Sertanejas, seu solo é não cálcico, solos litólicos e podzólico vermelho-amarelo. Suas florestas caracterizam-se como caatinga arbustiva densa, caatinga arbustiva aberta e floresta caducifolia espinhosa. Sua bacia hidrográfica é o Salgado.

Como base no último Censo de 2010, a população geral da cidade é de 24.566 habitantes dos quais 12.224 são homens (49,76%) e 12.342 mulheres (50,24%); possui uma população urbana de 11.825 (48,14%) e rural de 12.741 (51,86%) (IPECE, 2013).

O Índice de Desenvolvimento Humano (IDH) alcançou a 0,605 %. Há 6.772 (27,57 %) pessoas do município que vivem com rendimento domiciliar per capita mensal de até R\$ 70,0, dos quais 2.178 vivem na zona urbana e 4.594 na zona rural. O PIB per capita do município alcançou o índice de 3.995. Os principais empregadores (formais) do município são: administração pública (793 trabalhadores), comércio (160 trabalhadores), serviços (111 trabalhadores) e indústria de transformação (5 trabalhadores). O número de estabelecimentos comerciais varejistas gira em torno de 261 e atacadista 3 (IPECE, 2013).

O Município de **Barro** localiza-se no sul do estado do Ceará. Possui um território de 709,66 km<sup>2</sup>. O município possui clima tropical quente semiárido. Seu período chuvoso compreende os meses de fevereiro a abril. Com relevo de depressão sertaneja, caracteriza-se por solos aluviais, areias quartzosas distróficas, bruno não-cálcico, solos litólicos e podzólico vermelho-amarelo.

Suas florestas caracterizam-se como floresta caducifólia espinhosa e floresta subcaducifólia tropical pluvial. Sua bacia hidrográfica é o Salgado.

Como base no último Censo de 2010, a população geral da cidade é de 21.514 habitantes dos quais 10.627 são homens (49,40%) e 10.887 mulheres (50,60%); possui uma população urbana de 13.160 (61,17%) e rural de 8.354 (38,83 %) (IPECE, 2013).

O Índice de Desenvolvimento Humano (IDH) alcançou a 0,599%. Agora 5.729 (26,63%) pessoas do município vivem com rendimento domiciliar per capita mensal de até R\$ 70,0, dos quais 2.527 na zona urbana e 3.202 na rural. O PIB per capita do município alcançou o índice de 4.110(IPECE, 2013).

Os principais empregadores (formais) do município são: administração pública (1.025 trabalhadores), comércio (156 trabalhadores), serviços (86 trabalhadores), indústria de transformação (34 trabalhadores) e construção civil (23 trabalhadores). O número de estabelecimentos comerciais varejistas gira em torno de 262 e atacadista 1.

O Município de **Brejo Santo** localiza-se no sul do estado do Ceará. Possui um território de 661,96 km<sup>2</sup>. O município possui clima tropical quente semiárido brando e tropical quente semiárido. Seu período chuvoso compreende os meses de janeiro a abril. Com relevo de chapada do Araripe, caracteriza-se por solos litólicos, latossolo vermelho-amarelo, podzólico vermelho-amarelo e vertissolo. Suas florestas caracterizam-se como floresta caducifólia espinhosa e floresta subcaducifólia tropical pluvial. Sua bacia hidrográfica é o Salgado.

Como base no último Censo de 2010, a população geral da cidade é de 45.193 habitantes dos quais 21.918 são homens (48,50%) e 23.275 mulheres (51,50%); possui uma população urbana de 28.055 (62,08%) e rural de 17.138 (37,92%) (IPECE, 2013).

O Índice de Desenvolvimento Humano (IDH) alcançou a 0,647%. Há 6.941 (15,36%) pessoas do município vivem com rendimento domiciliar per capita mensal de até R\$ 70,0, dos quais 3.349 na zona urbana e 3.592 na rural. O PIB per capita do município alcançou o índice de 5.301(IPECE, 2013).

Os principais empregadores (formais) do município são: administração pública (1.651 trabalhadores), comércio (1.062 trabalhadores), serviços (559

trabalhadores), serviços industriais de utilidade pública (42 trabalhadores), agropecuária (34 trabalhadores) e construção civil (20 trabalhadores). O número de estabelecimentos comerciais varejistas gira em torno de 589 e atacadista 1 (IPECE, 2013).

O Município de **Campos Sales** (gentílico: Camposalesense) localiza-se no sudoeste do estado do Ceará. Possui um território de 1.082,77 km<sup>2</sup>. O município possui clima: tropical quente semiárido. Seu período chuvoso compreende os meses de fevereiro a abril. Com relevo de depressões sertanejas e maciços residuais, seu solo caracteriza-se bruno não cálcico, solos litólicos, latossolo vermelho-amarelo e podzólico vermelho-amarelo. Suas florestas caracterizam-se como carrasco e floresta subcaducifólia tropical pluvial. Sua bacia hidrográfica é o Alto Jaguaribe.

Como base no último Censo de 2010, a população geral da cidade é de 26.506 habitantes dos quais 12.706 são homens (47,94%) e 13.800 mulheres (52,06%); possui uma população urbana de 19.081 (71,99%) e rural de 7.425 (28,01%) (IPECE, 2013).

O Índice de Desenvolvimento Humano (IDH) alcançou a 0,630%. Há 7.693 (29,02%) pessoas do município vivem com rendimento domiciliar per capita mensal de até R\$ 70,0, dos quais 4.111 vivem na zona urbana e 3.582 na zona rural. O PIB per capita do município alcançou o índice de 4.368 (IPECE, 2013).

Os principais empregadores (formais) do município são: administração pública (753 trabalhadores), comércio (344 trabalhadores), serviços (152 trabalhadores), indústria de transformação (55 trabalhadores) e extrativa mineral (8 trabalhadores). O número de estabelecimentos comerciais varejistas gira em torno de 457 e atacadista 2.

O Município de **Granjeiro** (gentílico: sem especificação) localiza-se no sul do estado do Ceará. Possui um território de 100,13 km<sup>2</sup>. O município possui clima: tropical quente semiárido brando. Seu período chuvoso compreende os meses de janeiro a maio. Com relevo de depressões sertanejas e maciços residuais, seu solo caracteriza-se podzólico vermelho-amarelo. Suas florestas caracterizam-se como caatinga arbustiva densa, floresta caducifólia espinhosa e cerrado. Sua bacia hidrográfica é o Salgado.

Como base no último Censo de 2010, a população geral da cidade é de 4.629 habitantes dos quais 2.263 são homens (48,89%) e 2.366 mulheres (51,11%); possui uma população urbana de 1.370 (29,60%) e rural de 3.259 (70,40%) (IPECE, 2013).

O Índice de Desenvolvimento Humano (IDH) alcanço a 0,585 %. Há 1.467 (31,69%) pessoas do município vivem com rendimento domiciliar per capita mensal de até R\$ 70,0, dos quais 216 vivem na zona urbana e 1.251 na zona rural. O PIB per capita do município alcançou o índice de 4.228. E os principais empregadores (formais) do município são: administração pública (439 trabalhadores), serviços (2 trabalhadores) e comércio (2 trabalhadores). O número de estabelecimentos comerciais gira em torno de 30.

O Município de **Jati** (gentílico: Jatiense) localiza-se no sul do estado do Ceará. Possui um território de 312,58 km<sup>2</sup>. O município possui clima: tropical quente semiárido brando, tropical quente semiárido. Seu período chuvoso compreende os meses de janeiro a abril. Com relevo de chapada do Araripe e depressões sertanejas, seu solo caracteriza-se areias quartzosas distróficas, bruno não cálcico, solos litólicos e podzólico vermelho-amarelo. Suas florestas caracterizam-se como floresta caducifólia espinhosa e floresta subcaducifólia tropical pluvial. Sua bacia hidrográfica é o Salgado.

Como base no último Censo de 2010, a população geral da cidade é de 7.660 habitantes dos quais 3.830 são homens (50,00%) e 3.830 mulheres (50,00%); possui uma população urbana de 4.489 (58,60%) e rural de 3.171 (41,40%) (IPECE, 2013).

O Índice de Desenvolvimento Humano (IDH) alcanço a 0,651 %. Há 1.882 (24,57%) pessoas do município vivem com rendimento domiciliar per capita mensal de até R\$ 70,0, dos quais 816 vivem na zona urbana e 1.066 na zona rural. O PIB per capita do município alcançou o índice de 3.927. E os principais empregadores (formais) do município são: administração pública (515 trabalhadores), comércio (8 trabalhadores) e serviços (5 trabalhadores). O número de estabelecimentos comerciais gira em torno de 68.

O Município de **Mauriti** (gentílico: Mauritiense) localiza-se no sul do estado do Ceará. Possui um território de 1.111,86 km<sup>2</sup>. O município possui clima: tropical quente semiárido. Seu período chuvoso compreende os meses de fevereiro a abril. Com relevo de chapada do Araripe e depressões sertanejas, seu solo caracteriza-se chapada do Araripe e depressões sertanejas. Suas florestas caracterizam-se como floresta caducifólia espinhosa e floresta subcaducifólia tropical pluvial. Sua bacia hidrográfica é o Salgado.

Como base no último Censo de 2010, a população geral da cidade é de 44.240 habitantes dos quais 22.091 são homens (49,93%) e 22.149 mulheres (50,07%); possui uma população urbana de 23.285 (52,63%) e rural de 52,63 (47,37 %) (IPECE, 2013).

O Índice de Desenvolvimento Humano (IDH) alcança a 0,605 %. Há 14.544 (32,88%) pessoas do município vivem com rendimento domiciliar per capita mensal de até R\$ 70,0, dos quais 6.039 vivem na zona urbana e 8.505 na zona rural.

Os principais empregadores (formais) do município são: administração pública (1.271 trabalhadores), construção civil (313 trabalhadores), comércio (266 trabalhadores), serviços (179 trabalhadores), indústria de transformação (140 trabalhadores) e agropecuária (agropecuária). O número de estabelecimentos comerciais varejistas gira em torno de 407 e atacadista 2(IPECE, 2013).

O Município de **Milagres** (gentílico: Milagrense) localiza-se no sul do estado do Ceará. Possui um território de 546,64 km<sup>2</sup>. O município possui clima: tropical quente semiárido. Seu período chuvoso compreende os meses de fevereiro a abril. Com relevo de chapada do Araripe e depressões sertanejas, seu solo caracteriza-se areias quartzosas distróficas, solos litólicos, podzólico vermelho-amarelo e vertissolo. Suas florestas caracterizam-se como floresta caducifólia espinhosa e floresta subcaducifólia tropical pluvial. Sua bacia hidrográfica é o Salgado.

Como base no último Censo de 2010, a população geral da cidade é de 28.316 habitantes dos quais 13.926 são homens (49,18%) e 14.390 mulheres (50,82%); possui uma população urbana de 13.556 (47,87%) e rural de 14.760 (52,13%) (IPECE, 2013).

O Índice de Desenvolvimento Humano (IDH) alcançou a 0,628%. Cerca de 6.540 (23,10%) pessoas do município vivem com rendimento domiciliar per capita mensal de até R\$ 70,0, dos quais 2.387 vivem na zona urbana e 4.153 na zona rural. O PIB per capita do município alcançou o índice de 4.127 (IPECE, 2013).

Os principais empregadores (formais) do município são: administração pública (903 trabalhadores), serviços (177 trabalhadores), comércio (138 trabalhadores), construção civil (95 trabalhadores), indústria de transformação (84 trabalhadores), serviços industriais de utilidade pública (51 trabalhadores) e agropecuária (10 trabalhadores). O número de estabelecimentos comerciais gira em torno de 254.

O Município de **Penaforte** (gentílico: Penafortense) localiza-se no sul do estado do Ceará. Possui um território de 190,42 km<sup>2</sup>. O município possui clima: tropical quente semiárido e tropical quente semiárido brando. Seu período chuvoso compreende os meses de janeiro a abril. Com relevo de chapada do Araripe, seu solo caracteriza-se bruno não cálcico, vertissolo e solos litólicos. Suas florestas caracterizam-se como floresta subcaducifólia tropical pluvial. Sua bacia hidrográfica é o Salgado.

Como base no último Censo de 2010, a população geral da cidade é de 8.226 habitantes dos quais 4.044 são homens (49,16%) e 4.182 mulheres (50,84%); possui uma população urbana de 6.399 (77,79%) e rural de 1.827 (22,21%) (IPECE, 2013).

O Índice de Desenvolvimento Humano (IDH) alcançou a 0,646%. Há 1.817 (22,09%) pessoas do município vivem com rendimento domiciliar per capita mensal de até R\$ 70,0, dos quais 1.261 vivem na zona urbana e 556 na zona rural. O PIB per capita do município alcançou o índice de 5.349 (IPECE, 2013).

Os principais empregadores (formais) do município são: administração pública (679 trabalhadores), comércio (84 trabalhadores), serviços (14 trabalhadores), construção civil (10 trabalhadores) e indústria de transformação (3 trabalhadores). O número de estabelecimentos comerciais varejista gira em torno de 113 e reparação 1.

O Município de **Porteiras** (gentílico: Porteirense) localiza-se no sul do estado do Ceará. Possui um território de 217,57 km<sup>2</sup>. O município possui clima: tropical quente semiárido brando. Seu período chuvoso compreende os meses de janeiro a abril. Com relevo de chapada do Araripe, seu solo caracteriza-se solos litólicos, latossolo vermelho-amarelo, podzólico vermelho-amarelo e vertissolo. Suas florestas caracterizam-se como floresta caducifólia espinhosa, floresta subcaducifólia tropical pluvial e floresta subperenifólia tropical pluvio-nebular. Sua bacia hidrográfica é o Salgado.

Como base no último Censo de 2010, a população geral da cidade é de 15.061 habitantes dos quais 7.366 são homens (48,91%) e 7.695 mulheres (51,09%); possui uma população urbana de 6.189 (41,09%) e rural de 8.872 (58,91%) (IPECE, 2013).

O Índice de Desenvolvimento Humano (IDH) alcançou a 0,622%. Cerca de 4.440 (29,48%) pessoas do município vivem com rendimento domiciliar per capita mensal de até R\$ 70,0, dos quais 1.401 vivem na zona urbana e 3.039 na zona rural. O PIB per capita do município alcançou o índice de 3.943 (IPECE, 2013).

Os principais empregadores (formais) do município são: administração pública (1.224 trabalhadores), comércio (43 trabalhadores), serviços (28 trabalhadores), construção civil (10 trabalhadores), agropecuária (5 trabalhadores) e indústria de transformação (4 trabalhadores). O número de estabelecimentos comerciais gira em torno de 138.

O Município de **Potengi** (gentílico: Potengiense) localiza-se no sul do Estado do Ceará. Possui um território de 338,72 km<sup>2</sup>. O município possui clima: tropical quente semiárido, tropical quente semiárido brando. Seu período chuvoso compreende os meses de janeiro a abril. Com relevo de solos litólicos, latossolo vermelho-amarelo, podzólico vermelho-amarelo, terra roxa estruturada similar. Suas florestas caracterizam-se como carrasco, floresta caducifólia espinhosa, floresta subcaducifólia tropical pluvial. Sua bacia hidrográfica é o Alto Jaguaribe.

Como base no último Censo de 2010, a população geral da cidade é de 10.276 habitantes dos quais 4.987 são homens (48,53%) e 5.289 mulheres

(51,47%); possui uma população urbana de 5.714 (55,61%) e rural de 4.562 (44,39%) (IPECE, 2013).

O Índice de Desenvolvimento Humano (IDH) alcanço a 0,562%. Há 3.463 (33,70%) pessoas do município vivem com rendimento domiciliar per capita mensal de até R\$ 70,0, dos quais 1.351 vivem na zona urbana e 2.112 na zona rural. O PIB per capita do município alcançou o índice de 3.923. E os principais empregadores (formais) do município são: administração pública (640 trabalhadores), comércio (65 trabalhadores), serviços (22 trabalhadores) e agropecuária (3 trabalhadores). O número de estabelecimentos comerciais gira em torno de 128.

O Município de **Salitre** (gentílico: Salitriense) localiza-se no sudoeste do estado do Ceará. Possui um território de 889,82 km<sup>2</sup>. O município possui clima: tropical quente semiárido, tropical quente semiárido brando. Seu período chuvoso compreende os meses de janeiro a abril. Com relevo de depressão sertaneja, chapada do Araripe, seu solo caracteriza-se latossolo vermelho-amarelo, podzólico vermelho-amarelo. Suas florestas caracterizam-se como floresta caducifólia espinhosa, carrasco. Sua bacia hidrográfica é o Alto Jaguaribe.

Como base no último Censo de 2010, a população geral da cidade é de 15.453 habitantes dos quais 7.770 são homens (50,28%) e 7.683 mulheres (49,72%); possui uma população urbana de 6.263 (40,53%) e rural de 9.190 (59,47%) (IPECE, 2013).

O Índice de Desenvolvimento Humano (IDH) alcanço a 0,540 %. Há 5.699 (36,88%) pessoas do município vivem com rendimento domiciliar per capita mensal de até R\$ 70,0, dos quais 1.453 vivem na zona urbana e 4.246 na zona rural. O PIB per capita do município alcançou o índice de 4.140 (IPECE, 2013).

Os principais empregadores (formais) do município são: administração pública (1.529 trabalhadores), serviços (7 trabalhadores), comércio (7 trabalhadores) e indústria de transformação (1 trabalhador). O número de estabelecimentos comerciais varejistas gira em torno de 116, atacadista 1 e reparação 1.

O Município de **Tarrafas** (gentílico: Tarrafense) localiza-se no sul do estado do Ceará. Possui um território de 454,39 km<sup>2</sup>. O município possui clima: tropical quente semiárido. Seu período chuvoso compreende os meses de janeiro a abril. Com relevo de depressão sertaneja, maciços residuais, seu solo caracteriza-se solos aluviais, solos litólicos, latossolo vermelho-amarelo, podzólico vermelho-amarelo, terra roxa estruturada similar. Suas florestas caracterizam-se como floresta caducifólia espinhosa, caatinga arbustiva densa, floresta subcaducifólia tropical pluvial. Sua bacia hidrográfica é o Alto Jaguaribe.

Como base no último Censo de 2010, a população geral da cidade é de 8.910 habitantes dos quais 4.452 são homens (49,97) e 4.458 mulheres (50,03%); possui uma população urbana de 2.624 (29,45%) e rural de 6.286 (70,55%) (IPECE, 2013).

O Índice de Desenvolvimento Humano (IDH) alcançou a 0,576 %. Há 3.148 (35,33 %) pessoas do município vivem com rendimento domiciliar per capita mensal de até R\$ 70,0, dos quais 479 vivem na zona urbana e 2.669 na zona rural. O PIB per capita do município alcançou o índice de 3.408 (IPECE, 2013).

Os principais empregadores (formais) do município são: administração pública (436 trabalhadores), construção civil (129 trabalhadores), comércio (7 trabalhadores) e serviços (3 trabalhadores). O número de estabelecimentos comerciais gira em torno de 53.

O Município de **Várzea Alegre** (gentílico: Varzealegrense) localiza-se no sul do estado do Ceará. Possui um território de 835,71 km<sup>2</sup>. O município possui clima: tropical quente semiárido brando. Seu período chuvoso compreende os meses de janeiro a abril. Com relevo de depressões sertanejas e maciços residuais, seu solo caracteriza-se com solos aluviais, solos litólicos, e podzólico vermelho-amarelo. Suas florestas caracterizam-se como caatinga arbustiva densa, cerrado, floresta caducifólia espinhosa, e floresta subcaducifólia tropical pluvial. Sua bacia hidrográfica é a do Rio Salgado.

Como base no último Censo de 2010, a população geral da cidade é de 38.434 habitantes dos quais 18.660 são homens (48,55%) e 19.774 mulheres

(51,45%); possui uma população urbana de 23.896 (62,17%) e rural de 14.538 (37,83%) (IPECE, 2013).

O índice de Desenvolvimento Humano (IDH) alcançou a 0,629%. Há 11.191 (29,02%) pessoas do município vivem com rendimento domiciliar per capita mensal de até R\$ 70,00, dos quais 4.998 vivem na zona urbana e 6.193 na zona rural. O PIB per capita do município alcançou o índice de 4.214(IPECE, 2013).

Os principais empregadores (formais) do município são: administração pública (1.592 trabalhadores), comércio (485 trabalhadores), serviços (273 trabalhadores), indústria de transformação (190 trabalhadores) e construção civil (3 trabalhadores). O número de estabelecimentos comerciais varejistas gira em torno de 423 e atacadista 2.

### 3.1 – Municípios envolvidos na Mostra SESC Cariri de Cultura cearense – principais atrativos turísticos e culturais

Como foco de possibilidades de divulgação dos equipamentos de turismo, lazer e cultura existentes no território do Cariri fez-se um levantamento dos principais locais turísticos e culturais de cada cidade por onde a Mostra SESC Cariri de Cultura se desenvolve ao longo de sua história para que esses equipamentos possam contribuir para dá vida ao desenvolvimento do turismo criativo no Cariri cearense. A primeira dela, polo principal da Mostra, por onde tudo começou que foi no município de Crato. Assim, os principais equipamentos turísticos e culturais desta cidade são: Geopark Araripe, Museu de Fósseis, Praça da Sé, Caldeirão da Santa Cruz, Centro Cultural do Araripe (RFFSA), Sociedade Lírica do Belmonte (SOLIBEL) e Teatro Rachel de Queiroz. Apresentar-se com os seus detalhes:

**Geopark Araripe:** A sede do parque fica em Crato e se estende passando por Barbalha, Juazeiro do Norte, Missão Velha, Nova Olinda e Santana do Cariri, totalizando 3.441 km<sup>2</sup>. Exibe um amplo patrimônio biológico, geológico e paleontológico. Nele, encontra-se “a principal jazida de fósseis cretáceos do Brasil e a maior concentração de vestígios de pterossauros do mundo, além de

20 ordens diferentes de insetos fossilizados, com idade estimada entre 70 milhões e 120 milhões de anos” (Revista 5. 2014, p. 48).

**Museu de Fósseis:** O museu e o Centro de Pesquisa Nacional de Produção Mineral (CPCA) que pertencem ao Departamento Nacional da Produção Mineral (DNPM) estão situados em Crato, tem por objetivo “desenvolver pesquisas, proteger, demarcar, fiscalizar os depósitos fossilíferos da Bacia do Araripe e regiões adjacentes” (Revista 5. 2014, p. 49) (Ver figura nº 8).



Figura 8 Museu de fósseis do Crato  
Fonte/data: Arquivo da ASCOM/SESC Ceará/2014

**Praça da Sé:** Localizada no Centro do Crato, é um lugar de amplo valor histórico. Conta-se que no lugar da antiga aldeia e cemitério indígena dos índios Kariri foi arquitetada a Praça da Sé. Ela é “o ponto de encontro na cidade. Está rodeada de árvores centenárias, que a torna um lugar aprazível. É

considerada o maior polo cultural da cidade, por ser usada para feiras permanentes de artesanato e culinária regional” (Revista 4, 2013, p. 38).

**Caldeirão da Santa Cruz:** Era um lugar em Crato que existiu durante 10 anos, onde habitaram perto de 1.700 pessoas (Cordeiro, 2008), palco de um movimento messiânico, que tinha como base estabelecer “uma sociedade coletiva e igualitária. Para Anjos (2015, p. 17) era uma comunidade “pautada no trabalho, na igualdade e na Religião”. Era o Caldeirão, comunidade criada em 1926 e liderada pelo Beato José Lourenço. O lugar foi destruído em 1937 pelo governo - que temia uma invasão de flagelados – mas ainda restaram algumas ruínas” (Revista 4, 2013, p.39) (ver figura nº 9).



Figura 9 Caldeirão da Santa Cruz / Centro Cultural do Araripe  
Fonte/data: Arquivo da ASCOM/SESC Ceará/2013

**Centro Cultural do Araripe (RFFSA):** O muro do RFFA “é uma espécie de galeria a céu aberto que serve para experimentação de técnicas de arte urbana”<sup>57</sup> e onde ocorre a maioria dos festejos e atividades culturais do município. A “antiga estação ferroviária atualmente possui sala de exposições, um mini-auditório, a sede da Secretaria de Cultura Municipal, um anfiteatro, um restaurante popular, um palco livre, e um restaurante/pizzaria” (Revista 4, 2013, p.39) (ver figura nº 9).

**Sociedade Lírica do Belmonte (SOLIBEL):** A escola de música Solibel segundo Anjos (2015) desenvolve várias ações pedagógicas na área da música para os agricultores e as crianças da comunidade carirense e ela

<sup>57</sup> Revista-ODC-2016-03-10-TRADIÇÃO-E-TRADUÇÃO-Afetações-no-do-Cariri.pdf

“compõe uma orquestra sinfônica, liderada pelo Padre Ágio. Além da orquestra, acontecem aulas de vários outros instrumentos musicais” (Revista 4, 2013, p.39).

**Teatro Rachel de Queiroz:** Em 1978 foi inaugurado concebendo a memória ao “teatro da cidade e região em conjunto com a Sociedade de Cultura Artística do Crato. Hoje, além do Teatro, funciona uma escola de artes, atuando também na área da música, com os Corais e aulas de instrumentos musicais” (Revista 4, 2013, p.39) (ver figura nº 10).



Figura 10 Teatro Raquel de Queiroz

Fonte/data: Arquivo da ASCOM/SESC Ceará/2013

Os principais locais turísticos e culturais da cidade do **Juazeiro do Norte** como uma das cidades depois de Crato a participar da Mostra e também considerada cidade-polo da Mostra. De modo que os principais equipamentos turísticos e culturais desta cidade são: Memorial Padre Cícero, Colina do Horto e Museu Vivo Padre Cícero, Santo Sepulcro, Casa do Padre Cícero, Igreja Nossa Senhora do Perpétuo Socorro, Lira Nordestina, Associação Mãe das Dores e Mercado Central de Juazeiro:

**Memorial Padre Cícero:** Pertencente a maioria ao Padre Cícero o “acervo de aparatos e objetos sacros” de modo que se busca fazer um memorial tentando

resgar a “vida social e política do padre. Tem uma intensa visitação de milhares de romeiros, que convergem ano a ano para esta cidade, movidos pela fé” (Revista 5, 2014, p.50) (ver figura nº 11).



Figura 11 Memorial Padre Cícero / Colina do Horto e Museu Vivo Padre Cícero  
Fonte/data: Arquivo da ASCOM/SESC Ceará/2014

**Colina do Horto e Museu Vivo Padre Cícero:** A Colina do Horto é um geossítio do Geopark. Segundo Lacerda (2009, p.148) “possui a maior estátua do interior do Ceará e a segunda maior do Brasil”, na figura do Padre Cícero e induz “à visitação de um grande contingente de romeiros por todo o ano. Na colina, também está localizado o museu vivo, montado na antiga casa de fazenda do Padre Cícero” (Revista 5, 2014, p.50) (ver figura nº 11).

**Santo Sepulcro:** Está situado na Colina do Horto e “é um lugar de grande visitação por parte dos romeiros e tido como ambiente de peregrinação e penitência, sua trilha retrata também afeição geológica da Colina, tendo potencialidade de se tornar área de estudo do Geopark Araripe” (Lacerda, 2009, p.149).

**Casa do Padre Cícero:** É uma antiga casa do próprio padre que fica na zona urbana. Esta “foi transformada em mais um ambiente de visitação e oração. O

local contém alguns objetos de cunho pessoal do padre, além de ex-votos” (Revista 5, 2014, p.50).

**Igreja Nossa Senhora do Perpétuo Socorro:** Esta igreja se situa no jazigo do Padre Cícero, sepultado no altar. Além disso, ao lado dessa igreja se encontra “o Cemitério do Socorro, onde foram sepultados grandes nomes na história local como a Beata Mocinha, beata do Primeiro ‘milagre’ do Padre Cícero e o Beato José Lourenço, beato do Caldeirão da Santa Cruz” (Lacerda, 2009, p.149) (ver figura nº 12).



Figura 12 Igreja Nossa Senhora do Perpétuo Socorro  
Fonte/data: Arquivo da ASCOM/SESC Ceará/2014

**Lira Nordestina:** A Lira segundo Anjos (2015, p. 129) é “gráfica tipográfica recém incorporada ao patrimônio do Estado do Ceará e administrada pela URCA, foi uma das primeiras gráficas de cordel do Brasil e permanece em funcionamento”. É “uma gráfica especializada na produção de cordéis e xilogravuras” (Revista 5, 2014, p.50) e utilizada “na produção técnicas artesanais” (Lacerda, 2009, p.152).

**Associação Mãe das Dores:** A agregação é um “local de fabricação e venda de artesanato produzido na palha do milho, está localizada no centro de

Juazeiro, ao lado da Igreja Matriz Nossa Senhora das Dores” (Lacerda, 2009, p.153).

**Mercado Central de Juazeiro:** Lugar onde pode ser encontrado o artesanato local, a comida regional, bijuterias em ouro fabricadas no município e calçados. No lado externo do mercado, ainda é possível encontrar uma feira livre. Para Viana (2017), o Mercado Central faz parte do processo de "construção dos valores materiais e simbólicos de Juazeiro[...] no movimento turístico e de consumo do ‘típico’” (Viana, 2017, p. 115).

Os principais locais turísticos e culturais da cidade de Nova Olinda como igual a Juazeiro, uma das cidades depois de Crato a participar da Mostra e, ainda, é considerada cidade-polo da Mostra como Crato e Juazeiro. Portanto, os principais equipamentos turísticos e culturais desta cidade são: Fundação Casa Grande Memorial do Homem Kariri, Fábrica de Móveis e Artesanatos de “Pedra do Cariri”, Agrofloresta de “Seu Artur” e Atelier de Artesanato em Couro Espedito Seleiro:

**Fundação Casa Grande Memorial do Homem Kariri:** Está instalada em um antigo casarão que foi restaurado e se encontra nela “um acervo que compreende instrumentos líticos e cerâmicos dos índios que habitaram a região, ilustrações que recontam lendas indígenas, instrumentos musicais” (Lacerda, 2009, p.158), entre outros. “Nela, funciona uma estação de rádio, um laboratório de TV, uma videoteca, uma escola de arte, uma editora, uma loja de artesanato, biblioteca, brinquedoteca. No local, há o Teatro Violeta Arrais” (Revista 5, 2014, p.52) (ver figura nº 13).



Figura 13 Fundação Casa Grande Memorial do Homem Cariri  
 Fonte/data: Arquivo da ASCOM/SESC Ceará/2014

**Fábrica de Móveis e Artesanatos de “Pedra do Cariri”:** Está localizada “na entrada da cidade. Nas lojas encontramos fabricados mesas, cinzeiros, réplica de fósseis, quadros e diversos objetos” (Revista 4, 2013, p.42).

**Agrofloresta de “Seu Artur”:** Está localizada onde se predomina a mata seca e a falta de água. Contudo, “surge uma alternativa para o homem sertanejo, se este quiser seguir os passos do Sr. José Artur, que vive da cultura de Agrofloresta” (Lacerda, 2009, p.161). Seu Artur revelar como é possível viver sem agredir à natureza e sem mudar “a realidade onde se vive. O local possui uma pousada domiciliar” (Lacerda, 2009, p.160).

**Atelier de Artesanato em Couro Espedito Seleiro:** Local em que se encontra a “fabricação de artigos de couro, como selas, sandálias, móveis e malas. É feita pelo Mestre Espedito Seleiro, que também é Mestre da Cultura do Ceará, reconhecido pelo Estado” (Revista 5, 2014, p.52). São de alta qualidade os seus produtos artesanais, sobretudo, “as ‘alpercatas’ e ‘bornais’, inspirados nas vestimentas dos antigos ‘cangaceiros’” (Revista 4, 2013, p.43).

Os principais locais turísticos e culturais da cidade de Barbalha que é uma das três cidades do Cariri cearense com uma economia mais desenvolvida também e esta possuem: Canaviais e Engenhos de Rapadura,

Casarios Antigos de Barbalha, Arajara Park e Geossítio Riacho do Meio. Nessa premissa observa-se:

**Canaviais e Engenhos de Rapadura:** São localidades que “ainda utilizam métodos e equipamentos seculares. A região tinha a atividade dos engenhos de rapadura como principal fonte de renda” (Revista 5, 2014, p.51).

**Casarios Antigos de Barbalha:** Estes casarios marcam Barbalha desde a época do Brasil Imperial até hoje porque nesse período a economia da cidade se baseava na produção canavieira. Atenta as “aspirações do futuro, com vistas a deixar marcada uma incontestável ‘vocação’ para o turismo, com destaque para o patrimônio natural em estreita rela o com as dimensões intangíveis dos bens culturais” (Viana, 2017 p. 27). Lacerda, (2009, p.160) complementando este aspecto afirma que diversas casas dessas apresentam uma arquitetura notável, remanescente da época colonial e início da República, coincidente com o período áureo da produ o da cana de a o na região.

**Arajara Park:**   um parque aquático que fica situado “no distrito de Arajara, onde oferece boa infraestrutura com piscinas, brinquedos aquáticos, restaurantes, artesanato, entre outros. No local, ainda há visita o da Gruta do Farias, e trilhas ecológicas. Possui hospedagem em Chal s” (Revista 5, 2014, p.51).

**Geossítio Riacho do Meio:**   um parque ecológico, situado “no Distrito do Caldas, em Barbalha. O local possui fontes de águas naturais, trilhas e exuberante vegeta o. Hoje   um Geossítio do Geopark Araripe” (Revista 5, 2014, p.51) (ver figura n  14).

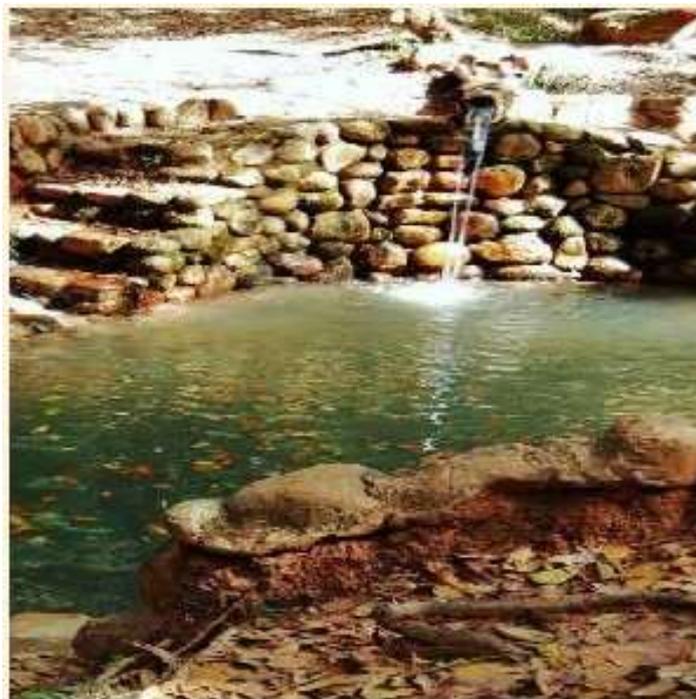


Figura 14 Geossítio Riacho do Meio  
Fonte/data: Arquivo da ASCOM/SESC Ceará/2013

Os principais locais turísticos e culturais da cidade de Santana do Cariri são: Museu de Paleontologia da URCA, Casarão do Cel. Felício Cruz, Euroville e Pontal da Santa Cruz. A esse respeito nota-se:

**Museu de Paleontologia da URCA:** As suas instalações agrupam “um precioso acervo de fósseis oriundos de várias localidades da região” (Lacerda, 2009, p.160). “Atua como Centro de Cultura e Pesquisa, além de desenvolver atividades turísticas, sendo de grande importância para turismo científico da região e do mundo” (Revista 5, 2014, p.53) (ver figura nº 15).



Figura 15 Museu de Paleontologia da Urca

Fonte/data: Arquivo da ASCOM/SESC Ceará/2013

**Casarão do Cel.** <sup>58</sup> **Felício Cruz:** São locais que contribuí “para o lazer, memória cultural e história local, na casa grande do Cel. Felício Cruz, encontram-se guardadas páginas abertas da história e dos acontecimentos marcantes do município, suas lutas, vitórias e derrotas” (Revista 5, 2014, p.53).

**Euroville:** Está situada “na zona rural da cidade, na fazenda do Sr. Zé Pereira”. Pode-se “encontrar casas de estilo inglês, italiano, francês, um castelo português, uma ponte suíça que passar por lago, além de uma miniatura da Torre Eiffel. Possui um jardim russo, um moinho holandês, e um teatro ao estilo grego” (Revista 5, 2014, p.53).

**Pontal da Santa Cruz:** Localiza-se na Chapada do Araripe com uma “infraestrutura turística, com restaurante, trilha, mirante, igreja e parque infantil, além de ser dotado de característica regional, resgatando a história local” (Lacerda, 2009, p.165). No Pontal conforme a Revista 5 (2014, p. 53) “também é importante Geossítio do Território do Geopark Araripe” (ver figura nº 16).

---

<sup>58</sup> Cel. Felício Cruz é o mesmo que Coronel Felício Cruz

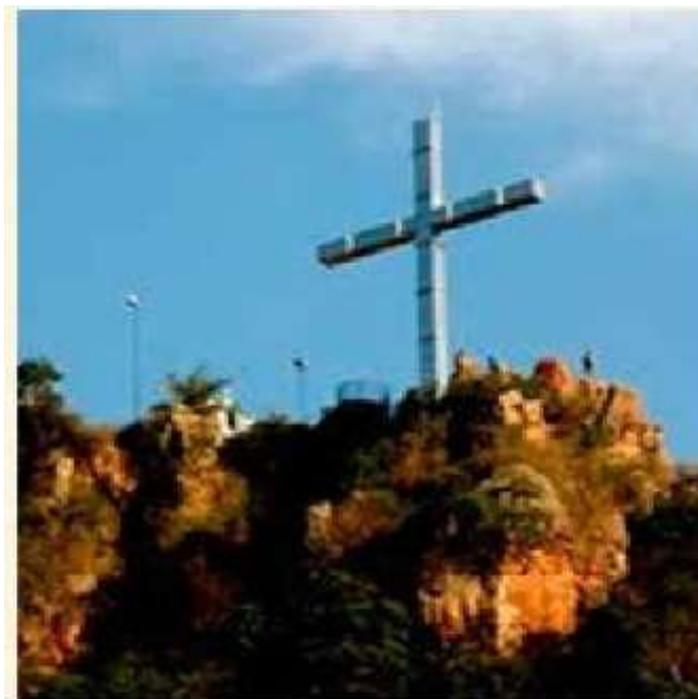


Figura 16 Pontal da Santa Cruz  
Fonte/data: Arquivo da ASCOM/SESC Ceará/2013

Os principais locais turísticos e culturais da cidade de Assaré são: ONG UPA e Fundação Memorial Patativa do Assaré. Compreender-se nessa direção:

**ONG UPA:** É uma escola de arte na Fundação Universidade Patativa do Assaré. A escola reúne “várias linguagens como forma de aprendizagem da obra do poeta. Existem também vários projetos voltados ao turismo local, como o projeto turístico do Açude Canoas” (Lacerda, 2009, p.123) e a ONG UPA também possui “chalés para hospedagem, restaurantes e trilhas ecológicas” (Revista 4, 2013, p.44).

**Fundação Memorial Patativa do Assaré:** Está situada no Assaré onde reúne um acervo e memória do poeta Patativa do Assaré que faz homenagem à vida e obra do desse poeta sertanejo (Lacerda, 2009) (ver figura nº 17).



Figura 17 Fundação Memorial Patativa do Assaré  
 Fonte/data: Arquivo da ASCOM/SESC Ceará/2013

Os principais locais turísticos e culturais da cidade de Missão Velha são: Corrinha Mão na Massa, Distrito de Missão Nova e Cachoeira de Missão Velha. Acerca dessa exposição tem-se:

**Corrinha Mão na Massa:** É um local que produz artesanato de “barro: com técnicas indígenas, vão-se moldando as peças com as mãos. Potes e jarros, esculturas de animais e personagens famosos e diversos tipos de sinos, são algumas das peças” (Revista 4, 2013, p.44).

**Distrito de Missão Nova:** É um lugar “dos mais antigos povoados da região, beco da ocupação regional, onde está localizada a primeira igreja católica do Cariri, Igreja de Santo Antônio” (Lacerda, 2009, p. 156). A Revista 4, (2013, p.44) acrescenta que é um local que possui “engenhos de rapadura que adotam processos artesanais na fabricação de seus produtos”.

**Cachoeira de Missão Velha:** Fica no “Parque Ecológico Municipal e Território do Geopark Araripe, lugar da lendária da Pedra da Glória” (Revista 4, 2013, p.44). É um local que contribui para o turismo cultural por “ser um dos Geossítios do Geopark Araripe” (Lacerda, 2009, p. 157). Entretanto, porque as suas águas estão muito poluídas não se é permitido o banho nela (Lacerda, 2009) (ver figura nº 18).



Figura 18 Cachoeira de Missão Velha  
Fonte/data: Arquivo da ASCOM/SESC Ceará/2013

Os principais locais turísticos e culturais da cidade de Araripe são: Casas de Farinha e Capela da Cruz do Monte. Sob esse viés artístico encontra-se:

**Casas de Farinha:** Está situada no Araripe e é ponderada como “um dos maiores produtores de farinha” (Lacerda, 2009, p. 121). “Homens, mulheres e crianças trabalham juntos, realizando, cada grupo, uma atividade específica, que resulta em um exemplo de trabalho coletivo de origens coloniais” (Revista 5, 2014, p.54) (ver figura nº 19).

**Capela da Cruz do Monte:** O local é encontro turístico de fé, “romaria e oração, [em que] fazem reverência ao Frei Damião. No local, há uma grande estátua do frei” (Revista 5, 2014, p.55). Inclusive há “uma igreja e uma casa que serve de pequeno museu para ex-votos, ali deixados por romeiros que visitam a estátua do frei” (Lacerda, 2009, p. 121) (ver figura nº 19).



Figura 19 Casas de Farinha / Capela da Cruz do Monte  
 Fonte/data: Arquivo da ASCOM/SESC Ceará/2013

Os principais locais turísticos e culturais da cidade de Farias Brito são: Pontal do Padre Cícero, Centro Cultural Maria Marieta Pereira Gomes e Casa de Arte e Cultura Rosemberg Cariry. Nessa perspectiva de destaque encontra-se:

**Pontal do Padre Cícero:** Está situada na serra do Quincuncá. O local é conhecido como mirante e a partir “da chegada do padre Adalmiran Vasconcelos à paróquia de Nossa Senhora da Imaculada Conceição a participação dos católicos nas celebrações litúrgicas cresceu significativamente”<sup>59</sup> e, com isso, o sacerdote compreendeu o valor das peregrinações porque passou a ocorrer quase diária à visita a serra.

**Centro Cultural Maria Marieta Pereira Gomes:** Hoje o Centro é considerado um equipamento cultural e as suas instalações ficam dentro da Secretaria de Cultura para visitação. De modo que no Centro desenvolve reuniões com os familiares em parceria com o Centro de Atenção Psicossocial (CAPS)<sup>60</sup> de Farias Brito.

---

<sup>59</sup> Diário do Nordeste Regional. Pontal do Padre Cícero atrai devotos: O local, conforme o sacerdote, será um dos refúgios para os fiéis quando o Sertão voltar a ser mar. Disponível em: <<http://diariodonordeste.verdesmares.com.br/cadernos/regional/pontal-do-padre-cicero-atrai-devotos-1.1273473>>. Acessado em: 15/09/2017.

<sup>60</sup> Centro de Atenção Psicossocial. Disponível em: <<http://capsfb.blogspot.com.br/2011/12/atividades-desenvolvidas-com-os.html>>. Acessado em: 15/09/2017.

**Casa de Arte e Cultura Rosemberg Cariry:** É um espaço cultural que conforme a Revista 5 (2014, p. 55) “é localizado na antiga residência do Sr. Aurélio Liberalino de Menezes, vencedora do Edital Ponto de Cultura, da Secretaria de Cultura do Ceará (Secult). Hoje realiza diversos projetos culturais com a comunidade”.

Diante dessa apresentação do Cariri Cearense desde a viagem pelos territórios destacando as suas características como igual às localizações de pontos turísticos e culturais de cada município parceiro da Mostra SESC, urge a necessidade de apresentar no próximo item alguns indicadores do desenvolvimento da região do Cariri cearense em geral porque à Mostra SESC Cariri de Cultura vem desenvolvendo parceria com suas cidades e do Maciço de Baturité no Ceará porque nele está o Festival de Jazz e Blue de Guaramiranga.

### 3.2 – Alguns indicadores do desenvolvimento da região do Cariri cearense – Território da Mostra SESC Cariri de Cultura / do Maciço de Baturité – Território do Festival de Jazz e Blues de Guaramiranga no Ceará

Juazeiro do Norte no Cariri é a maior cidade do interior cearense. A sua infraestrutura na qual se integra o Aeroporto Orlando Bezerra de Menezes que tem uma localização estratégica, equidistante de todas as capitais do Nordeste brasileiro e, por isso, consegue atender as regiões Centro Sul do Ceará, Noroeste de Pernambuco, Alto Sertão da Paraíba e Sudoeste do Piauí. Desse modo, representa um dos principais instrumentos para o desenvolvimento econômico da região.

Durante todo o ano atende ao mais variado público devido às muitas potencialidades da região do Cariri, destacando-se o turismo religioso, de negócios e ecológico. A cidade tem forte presença de diversas instituições de ensino superior. As indústrias de calçados fazem de Juazeiro do Norte o terceiro maior polo calçadista do país. Outra atividade que movimentava a cidade são as grandes romarias ao longo de todo o ano, tendo na figura religiosa do Padre Cícero Romão Batista o fator predominante para esses acontecimentos.

O turismo contribui também com a economia na região do Cariri, onde se destacam as belezas naturais e tesouros paleontológicos da Serra do Araripe.

Com o fim da administração compartilhada entre o Governo do Estado do Ceará e o Município de Juazeiro do Norte, em 1997, o aeroporto passou a ser responsabilidade apenas do município. Foi quando a Infraero<sup>61</sup>, mediante convênio, disponibilizou um funcionário orgânico para gerir o aeroporto. Nessa época, o aeroporto ainda tinha o nome de Aeroporto Regional do Cariri, denominação alterada para Aeroporto Orlando Bezerra de Menezes, em 29/12/2000.

Em março de 2002, a administração do aeroporto voltou para o Estado do Ceará, mas, mediante convênio, a Infraero ficou responsável pela total administração do aeroporto, que contava com seus empregados orgânicos na área administrativa, de operações e de navegação aérea.

O aeroporto dispõe em sua infraestrutura de um terminal de passageiros com 900 m<sup>2</sup> de área, é todo climatizado, e tem capacidade instalada para atender 150 mil passageiros/ano. Dispõe de sala de desembarque com esteira de restituição de bagagens, estacionamento público para 60 veículos, pista de pouso e decolagem – em operação – com 1.800 m de comprimento e 45m de largura. Em 2003, a pista foi ampliada em seu comprimento para 2.040 metros, porém ainda aguarda homologação. O pátio de manobras tem 7.800 m<sup>2</sup> de área, com capacidade para atender, ao mesmo tempo, a dois voos comerciais e possui ainda uma Estação Prestadora de Serviços de Telecomunicações e de Tráfego Aéreo (EPTA) para informações aeronáuticas.

O terminal de passageiros conserva em base a mesma infraestrutura da construção inicial. Algumas obras, como a reforma da pista em 2003, a construção da Seção Contra Incêndio e a reforma da cerca patrimonial em 2006, foram realizadas pelo Governo do Estado; outras, pela Infraero, como é o caso da revitalização do balizamento em 2005, a realocação do PAPI (do inglês, Precision Approach Path Indicator = Sistema Indicador de Rampa de Aproximação de Precisão) em 2007 e sua homologação, em 2008 (Ceará, 2006).

---

<sup>61</sup> Empresa Brasileira de Infraestrutura Aeroportuária

No período de 2010 a 2012 foram realizadas reformas básicas no terminal de passageiros, tais como a revitalização da pintura, aumento da sala de desembarque com instalação de uma esteira de bagagens maior, ampliação da sala de embarque, construção de passarelas para pessoas que necessitam de assistência especial, climatização de todo o TPS e a aquisição de diversos equipamentos para o uso dos passageiros e usuários. Essas obras alavancaram ainda mais o crescimento do aeroporto.

Coincidência ou não, mas vale comentar que poderá ter uma relação entre a qualidade dos serviços do aeroporto e a expansão da Mostra SESC Cariri de Cultura porque e, exemplificando, a Mostra Sesc Cariri de Cultura em 2003 conseguiu mobilizar 135.908 atendimentos. Em 2005 atingiu 390.282 atendimentos por meio da mobilização de 4 (quatro) municípios. No período de 2010 a 2012 o pico do atendimento atingiu o número de 503.971 por meio da mobilização de 28 (vinte e oito) municípios.

Em 8 de março de 2012, o aeroporto foi transferido para o Governo Federal.. Em consequência foi atribuída à Infraero a sua exploração. Vale salientar, conforme se vê no quadro nº 3 de Movimento Operacional do Aeroporto de Juazeiro do Norte, abaixo, que ao longo do tempo os dados estão evoluindo em crescimento, com pequenas oscilações. Com certeza vários fatores têm contribuído para este crescimento. Entre estes fatores, entende-se necessário incluir eventos culturais como a Mostra SESC Cariri de Culturas. No Quadro nº 3 traz ainda a estatísticas sobre o volume de passageiros e aeronaves que circularam pelo aeroporto no período de 2003 a outubro de 2015:

Quadro 3: Estatística sobre o movimento operacional de passageiros e aeronaves no período de 2003 a outubro de 2015

Ano	Passageiros	% Diferença	Aeronaves	% Diferença
2003	30.126	—	2.377	—
2004	56.644	▲ 88,02%	3.084	▲ 29,74%
2005	62.022	▲ 9,49%	3.335	▲ 8,13%

2006	110.309	▲ 77,85%	3.559	▲ 6,71%
2007	152.398	▲ 38,15%	3.712	▲ 4,29%
2008	170.853	▲ 12,10%	4.517	▲ 21,68%
2009	247.775	▲ 45,02%	5.341	▲ 18,24%
2010	244.776	▼ 1,21%	5.847	▲ 9,47%
2011	342.958	▲ 40,11%	7.026	▲ 20,16%
2012	451.087	▲ 31,53%	8.250	▲ 17,42%
2013	387.990	▼ 13,99%	7.378	▼ 10,57%
2014	418.895	▲ 7,96%	7.277	▼ 1,38%
Até outubro de 2015	350.437	—	6.499	—

Fonte/data: Infraero / 2015<sup>62</sup>

### Legenda do Quadro nº 3

- Ausência de dado do ano anterior ou posterior para servir de referência de passageiros/Aeronaves no cálculo da % diferença;
- ▲ Crescimento no número de passageiros/Aeronaves de um ano para o outro;
- ▼ Queda no número de passageiros/Aeronaves de um ano para o outro.

Conforme o quadro nº 3, considerando os anos de 2003 e 2014 pode-se observar com referência aos números de ano completos da coluna de passageiros que teve um crescimento no número de passageiros na ordem de 1.290% pois se verifica que passou de 30.126 (2003) para 418.895 (2014).

Nos quadros de nº 4 ao nº7 estão representadas estatísticas relacionadas a duas microrregiões do estado do Ceará, onde se realizam dois eventos já tradicionais no calendário cultural e turístico do Estado: a Mostra SESC Cariri de Culturas (região do Cariri) e o Festival de Jazz e Blues de

<sup>62</sup>As estatísticas podem ser consultadas na página da Infraero. Disponível em: < <http://www.infraero.gov.br/index.php/br/perguntas-frequentes/sobre-a-operacao-dos-aeroportos.html>>.

Guaramiranga (região do maciço de Baturité). Estes números mostram dados históricos do período de criação e realização dos eventos citados.

As cidades citadas são aquelas consideradas de características turísticas e que têm uma relação mais direta com os referidos eventos. Isto se deve ao fato de que ambos os eventos realizam atividades em vários municípios de cada região. Pode-se, assim, inferir pelos dados apresentados, que os dois eventos, cada um a seu tempo e em sua região, contribuem para motivar o surgimento de novos empreendimentos nas áreas comerciais de hospedagem, e a implantação de novos equipamentos culturais. No Quadro nº 4 encontram-se informações sobre a oferta de meios de hospedagens em cidades da região do Cariri e da região do Maciço de Baturité:

Quadro 4 Estatística de oferta de meios de hospedagem – Cariri /Maciço de Baturité

	2002	2003	2004	2006	2007	2009	2010	2011	2012	2013
<b>Cariri</b>	61	62	67	67	66	69	70	72	70	76
Assaré	3	2	2	2	2	3	3	3	3	3
Araripe	7	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Aurora	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2
Barbalha	3	3	3	3	3	5	6	7	6	7
Campos Sales	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
Crato	9	11	10	10	10	10	13	13	13	13
Jardim	2	1	1	1	1	1	1	2	1	2
Juazeiro do Norte	30	36	42	42	41	41	38	38	38	42
Missão velha	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Nova Olinda	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Santana do Cariri	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
<b>Maciço de Baturité</b>	38	52	55	62	62	69	68	72	68	75
Aratuba	2	2	2	2	2	3	3	3	3	3
Baturité	9	11	11	12	12	11	12	14	12	15
Barreira	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Guaiúba	-	2	2	1	1	2	1	1	1	1
Guaramiranga	11	16	17	21	21	22	22	22	22	25
Itapiúna	1	1	1	1	1	-	-	0	0	0
Maranguape	4	5	6	7	7	8	8	8	8	8
Mulungu	2	3	3	3	3	5	5	6	5	6
Pacatuba	1	1	1	1	1	1	1	2	1	2
Pacoti	6	7	7	9	9	11	10	10	10	9
Palmácia	-	1	2	2	2	2	2	2	2	2
Redenção	1	2	2	2	2	3	3	3	3	3

Fonte / Data: Autoria própria a partir de dados da Secretaria de Turismo do Estado do Ceará – Anuário – IPECE (2013) / 2013

Quando se pondera no Quadro nº 4 as estatísticas com base nas

hospedagens mostram com clareza um crescimento na oferta, embora com significativos percentuais diferentes para as duas regiões. Agora, no caso da Região do Cariri o crescimento foi em torno de 25%, ou seja, passou de 61 (ano 2002) para 76 (ano 2013) meios de hospedagens, enquanto na região do Maciço de Baturité a oferta quase dobrou, pois foi de 38 (ano 2002) para 75 (ano 2013).

Na região do Cariri destacam-se os municípios de Barbalha: incremento de 133%, passou de 3 para 7 meios de hospedagens. Juazeiro do Norte com um crescimento de 40% foi de 30 para 42 meios de hospedagens e o município de Crato, com 44%, passou de 9 para 13 meios de hospedagens. E se observa que Juazeiro do Norte, Crato e Barbalha juntas detêm mais de 81% dos meios de hospedagem, ou seja 62 dos 76 meios existentes.

Na região do Maciço de Baturité os destaques ficam com a cidade de Redenção que apresentou um crescimento de 200% a cidade de Guaramiranga, com 127% de aumento na oferta e a cidade de Baturité com 66%. Guaramiranga e Baturité, em conjunto, representam 53% dos meios de hospedagem da região, pois juntas têm 40 dos 75 meios existentes. No Quadro nº 5 a seguir se apresentam as informações estatísticas relacionadas a bibliotecas públicas existentes em cidades da região do Cariri e da região do Maciço de Baturité:

#### Quadro 5 Estatística de bibliotecas – Cariri / Maciço de Baturité

	2001	2002	2007	2008	2011	2012	2013
<b>Cariri</b>	13	13	14	13	13	13	13
Assaré	1	1	1	1	1	1	1
Araripe	1	1	1	1	1	1	1
Aurora	1	1	1	1	1	1	1
Barbalha	1	1	1	1	1	1	1
Campos Sales	1	1	1	1	1	1	1
Crato	2	2	2	2	2	2	2
Jardim	1	1	1	1	1	1	1
Juazeiro do Norte	1	1	2	1	1	1	1
Missão velha	1	1	1	1	1	1	1
Nova Olinda	2	2	2	2	2	2	2
Santana do Cariri	1	1	1	1	1	1	1
<b>Maçiço de Baturité</b>	12	13	12	12	14	14	14
Aratuba	1	1	1	1	1	1	1
Baturité	1	1	1	1	1	1	1
Barreira	1	1	1	1	1	1	1
Guaiúba	1	1	1	1	1	1	1
Guaramiranga	1	1	1	1	1	1	1
Itapiúna	1	1	1	1	1	1	1
Maranguape	1	2	1	1	1	1	1
Mulungu	1	1	1	1	1	1	1
Pacatuba	1	1	1	1	2	2	2
Pacoti	1	1	1	1	2	2	2
Palmácia	1	1	1	1	1	1	1
Redenção	1	1	1	1	1	1	1

Fonte /data: Autoria própria a partir de dados da Secretaria de Turismo do Estado do Ceará – Anuário – IPECE (2013) / 2013

Como se demonstra com as estatísticas relacionadas com equipamentos culturais (Bibliotecas), a evolução dos dados foi muito pequena (Quadro nº 5). Na região do Cariri não houve a criação de nenhuma nova biblioteca e na região do maciço de Baturité apenas duas foram criadas a mais, nos municípios de Pacatuba e Pacoti. No Quadro nº 6, apresentam-se informações estatísticas relacionadas a museus existentes em cidades da região do Cariri e do Maciço de Baturité:

Quadro 6 Estatística de museus

	2001	2002	2007	2008	2011	2012	2013
<b>Cariri</b>	10	10	13	13	13	15	21
Assaré	-	-	1	1	1	1	1
Araripe	-	-	-	-	1	1	1
Aurora	-	-	-	-	-	-	1
Barbalha	1	1	-	-	-	-	1
Campos Sales	-	-	-	-	-	-	-
Crato	4	4	3	3	3	4	7
Jardim	-	-	2	2	2	2	2
Juazeiro do Norte	3	3	4	4	3	3	4
Missão velha	-	-	-	-	-	1	1
Nova Olinda	1	1	1	1	1	1	1
Santana do Cariri	1	1	2	2	2	2	2
<b>Maciço de Baturité</b>	2	2	7	7	8	11	14
Aratuba	-	-	-	-	0	1	2
Baturité	1	1	1	1	2	3	3
Barreira	-	-	-	-	-	-	1
Guaiúba	-	-	-	-	-	-	-
Guaramiranga	-	-	-	-	-	-	1
Itapiúna	-	-	-	-	-	-	-
Maranguape	1	1	3	3	3	4	4
Mulungu	-	-	-	-	-	-	-
Pacatuba	-	-	1	1	1	1	1
Pacoti	-	-	-	-	-	-	-
Palmácia	-	-	-	-	-	-	-
Redenção	-	-	2	2	2	2	2

Fonte / data: Autoria própria a partir de dados da Secretaria de Turismo do Estado do Ceará – Anuário –IPECE (2013) / 2013

Observa-se que há outro tipo de equipamento cultural existente nas duas regiões, os Museus (Quadro nº 6). Estes também tiveram um crescimento significativo, no período abordado: No Cariri passaram de 10 para 21 (110%) e no Maciço de Baturité de 2 para 14 (600%).

Um dos municípios a serem destacados na região do Cariri é o Crato, porque teve um aumento em 75% o número de museus, pois passou de 4 para 7 museus. O ano de 2013 foi o mais fecundo do período, com a criação de 6 museus nesta região. Este fenômeno também ocorreu no maciço de Baturité, com o incremento de 3 museus em 2013. Foram criados museus em municípios de Aratuba, Barreira e Guaramiranga.

No comparativo geral, a região do Maciço de Baturité cresceu, em percentual, muito mais do que o Cariri. Nada obstante, no Cariri a quantidade

total ainda é mais significativa do que na localidade de Baturité. Mas é importante salientar que há uma diferença bem grande nas vocações das duas regiões, inclusive devido à disparidade do número de habitantes, de relevo e do clima. No Quadro nº 6 estão apresentadas as informações estatísticas relacionadas a teatros existentes em cidades da região do Cariri e da região do Maciço de Baturité:

Quadro 7 Estatística de teatros – Cariri / Maciço de Baturité

	2001	2002	2007	2008	2011	2012	2013
<b>Cariri</b>	7	8	8	7	11	11	11
Assaré	-	-	-	-	-	-	-
Araripe	-	-	-	-	1	1	1
Aurora	-	-	-	-	-	-	-
Barbalha	1	1	1	1	1	1	1
Campos Sales	-	-	-	-	-	-	-
Crato	4	4	4	4	5	5	5
Jardim	-	-	-	-	-	-	-
Juazeiro do Norte	1	2	2	1	3	3	3
Missão velha	-	-	-	-	-	-	-
Nova Olinda	1	1	1	1	1	1	1
Santana do Cariri	-	-	-	-	-	-	-
<b>Maciço de Baturité</b>	5	5	6	6	8	8	8
Aratuba	-	-	-	-	1	1	1
Baturité	-	-	-	-	-	-	-
Barreira	-	-	-	-	-	-	-
Guaiúba	-	-	1	1	1	1	1
Guaramiranga	2	2	2	2	2	2	2
Itapiúna	-	-	-	-	-	-	-
Maranguape	1	1	1	1	2	2	2
Mulungu	-	-	-	-	-	-	-
Pacatuba	1	1	1	1	1	1	1
Pacoti	1	1	1	1	1	1	1
Palmácia	-	-	-	-	-	-	-
Redenção	-	-	-	-	-	-	-

Fonte / Data: Autoria própria a partir de dados Secretaria de Turismo do Estado do Ceará – Anuário – IPECE (2013) / 2013

Outro equipamento cultural de muita importância, é o teatro. Na região do Cariri ocorreu o aumento de 7 para 11, no período apurado. Destaque para o município de Juazeiro do Norte com incremento de duas casas e para o surgimento de 1 unidade a mais no município do Crato, e a construção de um teatro na cidade de Araripe. Num entanto, vale ressaltar que na região do

Maçiço de Baturité, surgiram novos teatros em municípios de Aratuba e Guaiúba, enquanto em Maranguape a quantidade passou de 1 para dois no período considerado.

Enfim, depois destes demonstrativos de indicadores de desenvolvimento da região Cariri cearense e da região do Maçiço de Baturité por meio dos dados da Secretaria de Turismo do Estado do Ceará – Anuário – IPECE / 2013, torna-se interessante trazer o contexto da localidade e dessas cidades a partir do trabalho social da Mostra SESC Cariri de Culturas que também produz indicadores de desenvolvimento nessa região. Assim, imprescindível conhecer um pouco da história, da missão, dos valores sobre o Serviço Social do Comércio (SESC) no Brasil que será mais bem exposto no tópico seguinte.

### 3.3 - O SESC e alguns indicadores da Mostra para o desenvolvimento da região do Cariri cearense

Acerca dessa discussão, torna-se interessante iniciá-la a partir de alguns indicadores da região cearense – território da Mostra SESC Cariri de Culturas com o Maçiço de Baturité – Festival de Jazz e Blues de Guaramiranga no estado do Ceará conectando ao desenvolvimento dessas regiões abordadas no item anterior. Assim, apresentando a possibilidade de conexão do surgimento desses eventos culturais como a Mostra SESC que está presente no Cariri desde 1999 e o Festival em Guaramiranga no Maçiço de Baturité desde 2000.

A esse respeito ressalta-se com referência ao número geral de meios de hospedagem em cidades dessas regiões no período de 2002 a 2013. Então, no Cariri cearense em 2002 existiam 61 meios de hospedagens e no Maçiço de Baturité nesse mesmo ano houve 38 meios de hospedagens, dando uma diferença entre estas regiões influenciadas no aspecto positivo por estes eventos, onde em 2013 conforme o quadro 4 existia no Cariri 76 meios de hospedagens e no Maçiço de Baturité 75 meios de hospedagem conforme dados da Secretária de Turismo do Estado do Ceará.

Com referência ao número geral de bibliotecas em cidades da região analisando o período de 2001 a 2013 no Cariri cearense existiam 13 bibliotecas em 2001 no Maciço de Baturité nesse mesmo ano existia 12 bibliotecas. Em 2013, o Cariri cearense continuava com 13 bibliotecas e o Maciço de Baturité passou a ter 14 bibliotecas.

Embasamento no quadro 6 e no número geral de museus no período de 2001 a 2013 no Cariri cearense em 2001 existiam 10 museus passando a contar com 21 museus em 2013 e no Maciço de Baturité contava com dois museus em 2001 passando a ter 14 em 2013. Todavia como desdobramento das ações da Mostra SESC em parceria com a Fundação Casa Grande conforme matéria do Jornal “O Povo”<sup>63</sup> do dia 14 de setembro de 2018 em uma iniciativa pioneira foi inaugurado o primeiro de um total de 16 museus orgânicos sendo o primeiro e o segundo na cidade de Potengi que se localiza no Cariri cearense região onde os outros 14 serão inaugurados para formar uma rede de museus em cidades como Nova Olinda, Crato, Juazeiro do Norte, Milagres e Barbalha conforme matéria do SESC Ceará<sup>64</sup>.

Fundamentando no quadro 7, o número geral de teatros em cidades da região apresentada no período de 2001 a 2013 o Cariri cearense no ano de 2001 possui 7 teatros e no Maciço de Baturité nesse mesmo ano existia 5 teatros. Já em 2013 o Cariri passou a contar com 11 teatros e o Maciço de Baturité com 8 teatros.

Em todos esses equipamentos pressupõe a influência desses eventos nos seus respectivos territórios porque estes estão muito ligados ao desenvolvimento local motivado, sobretudo, pela cultura e pelo turismo da região. Sob esse viés, olhando tanto para o Cariri cearense quanto o Maciço de Baturité percebeu-se uma influência positiva mantendo e até crescendo o número de equipamentos quando comparados entre eles ao longo dos anos.

---

<sup>63</sup>Disponível em: <<https://www.opovo.com.br/vidaarte/2018/09/casas-dos-mestres-da-cultura-vao-virar-museus-organicos-no-interior-do.html>>. Acessado em: 23/11/2018

<sup>64</sup> Disponível em:<<http://www.sesc-ce.com.br/noticias/rede-de-museus-organicos-pretende-atrair-turistas-ao-cariri/>>. Acessado em: 23/11/2018

Vale salientar a importância de trazer um pouco da memória do Serviço Social do Comércio/AR Ceará responsável pela Mostra Cariri. Reforça-se que o SESC tem uma história de contribuição de desenvolvimento social no estado do Ceará desde 1948 e no Brasil desde 1946. Ressalta-se que é uma instituição de direito privado sem fins lucrativo mantido pelo empresário do comércio, serviços e turismo. O Departamento Nacional (DN) foi criado em 13 de setembro de 1946, no Rio de Janeiro, pelo Decreto-lei nº 9.853 (Sesc DN, 2012b) “como resultado da ação de empresários e organizações sindicais, sob o comando de João Daudt d’Oliveira” (Sesc DN, 2004, p.6). A partir dele foi surgindo gradativo os outros Departamentos Regionais (DDRR) por todo o país (Anexo 2).

O SESC foca nas bases socioeconômicas da clientela específica: comerciário e seus dependentes. É importante destacar que a maior parte dos beneficiários é de renda baixa e muito baixa. Por isso que um dos objetivos do Sesc é “[...] coordenar e direcionar o esforço coletivo na direção do alcance” para o crescimento econômico e de melhor distribuição de renda e, assim, prover uma melhor qualidade de vida a esse público. Nessa perspectiva, o Sesc desenvolve e desenha os seus trabalhos de maneira complementar, até porque “cabe ao Estado maior parcela de responsabilidade” (Sesc DN, 2012a, p.9). Inclusive o Sesc faz parcerias e se fortalece por meio delas com:

[...] os governos, setor privado, instituições de ensino (universidades públicas e privadas, Instituto Federal Tecnológico e escolas estaduais e municipais), organizações não-governamentais, e sociedade civil, torna-se fator de fundamental importância para agregar valor aos atendimentos e aprimorar os conhecimentos e a competência da equipe, enfatizando a ação modelar na elaboração e transferência de novas tecnologias sociais, contribuindo-nos ir além dos limites físicos das unidades Operacionais (Sesc DR, 2014, p. 7).

É importante registrar nesse contexto que a Administração Regional (AR) denominada também como Departamento (DR) no Ceará foi instituído em 1948. A sua atuação e ação se dão na forma complementar nas áreas de educação, saúde, cultura, lazer e promoção social, consoante as diretrizes

gerais de ação e quinquenais do DN e DR. Essas diretrizes é o resultado de um atento trabalho que envolvem os DRRs e o DN. Estas são orientações precisas, num entanto, admitem as adequadas necessidades e aspirações de cada realidade regional (Sesc DN, 2010; Sesc DR, 2014).

Os valores do SESC se baseiam na “transparência”, “excelência”, “atuação em rede” (sistêmico e de identidade institucional e respeitando a diversidade regional), “ação educativa transformadora”, “sustentabilidade”, “acolhimento” (atitudes e condições de acesso), “respeito à diversidade”, “protagonismo” (idealização de ações socioeducativas nas ações finalísticas), “inovação”<sup>65</sup>. Segundo os Fundamentos da Gestão e Estrutura do DN, “estão consignados no seu Regulamento e Regimento e, em especial, interpretados no documento básico de orientação a Planos, Programas, Projetos e Atividades, as Diretrizes Gerais de Ação do Sesc” (Sesc DN, 2013, p.9).

Nesse sentido, e a luz das Diretrizes para o Quinquênio 2011-2015 do SESC, a 9ª diretriz traz ênfase para priorizar os Programas Cultura e Lazer. De modo inclusivo esta diretriz reforça para em caso de comprovação do valor dessa ação para o “desenvolvimento pessoal e social de sua clientela, e de seu significado no processo de aperfeiçoamento” da coletividade uma efetiva prioridade de ação (Sesc DN, 2010, p.17).

Com isso, alerta para os cuidados “no sentido de evitar que o SESC se torne apenas uma correia de transmissão dos interesses da indústria do lazer e da cultura de massa” (Sesc DN, 2010, p.17). O SESC sempre teve em sua linha de ação o trabalhar a prevenção e educação. Por isso, as ações de Turismo Social do SESC devem por igual “primar pelo equilíbrio da relação homem/meio ambiente, respeitando os aspectos culturais e sociais inerentes ao turismo, visto sob uma ótica educativa” (Sesc DN, 2010, p.19).

A missão do DR Ceará, à luz do DN, é de “contribuir na construção de uma sociedade mais justa” por meio de ações que promovam “a melhoria da qualidade de vida do trabalhador do comércio de bens, serviços e turismo,

---

<sup>65</sup> Todos os valores foram retirados do Site do SESC disponível em: <[http://www.sesc.com.br/portal/sesc/o\\_sesc/Missao/](http://www.sesc.com.br/portal/sesc/o_sesc/Missao/)>. Acessado em: 18/11/2018.

prioritariamente de menor renda, por meio de serviços subsidiados e de excelência” (Sesc DR, 2017, p.17).

Reforça-se de que os valores do SESC Ceará são com base aos valores padrão de orientação do DN a “excelência”, “ética”, “qualidade”, “transparência, integridade”, “parceria”, “sustentabilidade”, “valorização das pessoas, sinergia e sincronismo com as mudanças e demandas sociais”, “inovação” e “criatividade” (Sesc DR, 2017, p.17) no aprimoramento dos serviços sociais de sustentabilidade por meio de programas e propostas de educação, saúde, cultura, lazer e assistência a comunidade cearense de mais vulnerável social.

A difusão e circulação da produção cultural prevista no Programa de Trabalho Sesc Ceará de 2017 prevê a contribuição da Mostra Sesc Cariri de Cultura para a “construção e difusão da identidade regional, calcada na memória do fazer cultural, congregando as mais variadas manifestações da cultura, por meio de apresentações artísticas, roda de conversas, palestras e seminários”. Esse documento básico de orientação reforça que, além disso, gera “o intercâmbio, o desenvolvimento e a fruição cultural entre artistas participantes e público em geral, em diversos municípios que compõem a Região do Cariri” por meio das ações da Mostra do Sesc Crato e do Sesc Juazeiro do Norte.

Nessa contextualização do trabalho social do SESC, vale enfatizar que sempre teve cuidado de informar com responsabilidade social as suas ações para a sociedade. Deste modo, as diretrizes gerais de ação do SESC de 2004 recomenda que a informação das ações do SESC parte da vertente de que informar os serviços prestados é um condutor natural para concretizá-los. Não obstante, alerta para a definição dos serviços no que se refere à forma que se utilize a parte “artístico e científico, por serem esses os mais adequados para se construir uma compreensão diferenciada daquela que as origens e formação estabeleceram para o indivíduo, contribuindo-se, assim, para a sua não coisificação” (Sesc DN, 2004, p.14).

Exemplificando a quantidade e a evolução das divulgações dos trabalhos do Sesc no que se refere à Mostra Sesc Cariri de Cultura dando

visibilidade a região durante o período de acontecimentos do evento, encontrou-se de forma variada alguns registros de matérias publicadas que estão arquivadas na Assessoria de Comunicação e Marketing (ASCOM) desde 2006 até 2016.

No ano de 2006 foram 3 (três) matérias: a primeira no dia 27.11.2006 pelo veículo – Diário do Nordeste com o tema: Festa em casa para o Dr. Raiz. A segunda matéria ocorreu no dia 22.11.2006 pelo veículo – Diário do Nordeste com o tema: Cavaleiros da música cênica. A terceira, no dia 10.11.2006 pelo veículo – Overmundo com o tema: VIII Mostra Sesc Cariri de Cultura.

Em 2007, foram 5 (cinco) matérias: a primeira no dia 12.11.2007 pelo veículo – Caricult com o tema: Programação 9a. Mostra SESC Cariri das Artes - HOJE! A segunda matéria no dia 14.11.2007 pelo veículo – Caricult com o tema: TV Crato - Entrevista com Hélio Leites - Interessantíssimo Intelectual, elogiado por Paulo Leminsky. A terceira, no dia 16.11.2007 pelo veículo – Diário do Nordeste com o tema: Cariri de mesa farta. A quarta, dia 17.11.2007 pelo veículo – Diário do Nordeste com o tema: Cariri místico inspira francês no livro “O Fóssil”. A quinta, dia 11.11.2007 pelo veículo – Blog do Crato Sociedade com o tema de Aberta a IX Mostra SESC Cariri de Cultura, com toda a Pompa e Circunstância.

As de 2008 foram 3 (três) matérias: a primeira no dia 12.11.2008 pelo veículo – Blog do Crato com o tema: X MOSTRA SESC CARIRI DE CULTURA. A segunda matéria no dia 08.11.2008 pelo veículo – Fundação Casa Grande com o tema: X Mostra Sesc Cariri de Cultura. A terceira, no dia 05.11.2008 pelo veículo – Revista Raiz com o tema: Mostra SESC Cariri de Cultura chega à sua 10ª edição.

No ano de 2013 passou para 17 (dezesete) matérias. Assim ocorreram nos dias: 30.10.13 no jornal O Estado seção Arte & Diversão pág.20 - Mostra cultural agita a cidade. No dia 03.11.13 no jornal O Povo, seção Vida & Arte pág.10 – Programação Sesc. No dia 07.11.13, O jornal O Povo, seção Vida & Arte pág.6 – Culturando – Berço de saberes: Cariri recebe 15ª Mostra Sesc Cariri de Culturas. No dia 08.11.13, jornal Diário do Nordeste na seção Caderno 3 pág. 4 – Múltiplas linguagens – Arte, tradição e atualidade no Cariri, o caldeirão de cultura. No dia 08.11.13, jornal O Povo, Vida & Arte pág.17 –

Pelo Interior – Mostra Sesc Cariri presta homenagem a Patativa. No dia 08.11.13, O Povo na secção Cotidiano pág.4 – Cariri – Mostra Sesc de Culturas tem início hoje. No dia 10.11.13, jornal Diário do Nordeste na secção Regional pág.14 – Cultura – Mostra Sesc – O Cariri Garden Shopping em Juazeiro do Norte. No dia 12.11.13, jornal O Estado na secção Arte & Diversão pág.18 – Pelo interior – Maranhense Zeca Baleiro encerra XV Mostra Sesc Cariri de Culturas. No dia 12.11.13, jornal O Povo na secção Vida & Arte pág.5 – Mostra Sesc: maratona artística no Cariri. No dia 13.11.13, jornal O Povo na secção o Cotidiano pág. 2 – Sobe XV Mostra Sesc Cariri. No dia 13.11.13, jornal O Povo na secção Vida & Arte pág. 5 – A arte do blefe – Espetáculo do grupo: 5 cabeças apresentando na Mostra Sesc Cariri, blefe com a necessidade que o público tem de encontrar coerência na trama. No dia 14.11.13, jornal O Povo na secção Vida & Arte pág. 6 – Culturando – Assaré recebeu a abertura da 15ª Mostra Sesc cariri de Culturas. No dia 16.11.13, jornal Diário do Nordeste no Caderno 3 na pág.: 1 – O canto dos malditos. No dia 17.11.13, jornal Diário do Nordeste na secção Caderno 3 na pág.: 1 – interior – Cariri experimental: expressões de uma cena contemporânea. No dia 17.11.13, jornal Diário do Nordeste na secção Caderno 3 pág. 4 – “Toda política pública deveria ser uma política cultural”. No dia 17.11.13, jornal Diário do Nordeste no Caderno 3 na pág.: 5 – A arte nos teatros, palcos, praças e ruas. No dia 30.11.13, jornal O Estado na secção Arte & Diversão pág. 20 – Festival – Mostra cultura agita a cidade.

Pode-se observar que em 2015 reduziu para 4 (quatro) matérias impressas: Primeira no dia 08.11.15 no jornal Diário do Nordeste na pág.: 02 – Caderno: Regional – SESC – Cariri recebe 17ª Mostra de Cultura. A segunda matéria foi no 13.11.15, jornal Diário do Nordeste pág.: 10 – secção Caderno: Zoeira – Roteiro Especial – 17ª Mostra Sesc Cariri de Culturas. A terceira matéria no dia 14.11.15, Diário do Nordeste pág.: 1 – Caderno: Caderno 3 – Mostra Cariri: para ler, ver e sentir. A quarta no dia 14.11.15, jornal Diário do Nordeste pág.:5 – secção Caderno: Zoeira – 17ª Mostra Sesc Cariri de Culturas.

Notou-se com isso que em 2006 e 2008 houve a mesma quantidade de matérias, ou seja, cada um tiveram 3 (três) matérias. Em 2007 um pequeno

aumento para 5 (cinco) matérias e uma grande aumento em 2013 para 17 (dezesete) matérias. Entretanto, ocorreu uma queda bem acentuada em 2015 com 4 (quatro) matérias e 2016 uma pequena recuperada para 8 (oito) matérias.

Em 2014 e 2016 os dados foram possíveis serem apresentados realizando um comparativo entre eles, em que foram observados vários itens como a temática trabalhada por programa com a inserção, minutos e valores por ano de 2014 e 2016 no quadro nº 8; emissora e inserções na TV 2014/2016 no quadro nº 9 e a Mostra Sesc Cariri 2014/2016 – Resumo da impressão 2014/2016 no quadro nº 10.

Em especial o Quadro 8 chama atenção para o aumento na quantidade de minutos de exibição em TV da região do Cariri cearense em que o SESC Ceará realizou através do programa cultura 16 inserções a mais em 2016 comparados a 2014 – quando se verifica a quantidade de minutos essa exibição passou de menos de 1 hora para quase 3 horas de exibição só sobre temas ligados a região.

No quadro 9 percebe-se a diversificação dos meios de divulgação que exibiram matérias sobre o Cariri Cearense durante o período da Mostra, passando de 29 matérias em 2014 para 38 matérias em 2016.

No quadro 10 verificamos que foram inseridas 113 matérias em jornal sobre a região do Cariri somando nos dois anos 5.646 centímetros por coluna só falando sobre fatos acontecidos na região, devido ao uso de outros meios de comunicação como blog, site e facebook o investimento em jornal foi substituído por esses novos meios de comunicação, pois o custo de contratação é muito menor, atingindo um público maior.

Quadro 8 Temas Sesc TV e inserções – minutos e valores 2014/2016 – durante o período da Mostra SESC

<b>Temas Sesc TV</b>	<b>2014</b>	<b>2016</b>	<b>Sesc</b>	<b>2014</b>	<b>2016</b>
<b>ESPORTE</b>	1	-	<b>Inserções</b>	24	38
<b>CULTURA</b>	20	38	<b>Minutos</b>	00:58:42	02:59:40

<b>SAÚDE</b>	6	-	<b>Valor R\$</b>	138.211,86	220.592,34
<b>ASSISTÊNCIA</b>	2	-			
<b>EDUCAÇÃO</b>	-	-	<b>SESC</b>	<b>2014</b>	<b>2016</b>
<b>LAZER</b>	-	-	<b>Inserções</b>	5	1
<b>TOTAL</b>	29	38	<b>Minutos</b>	00:10:42	00:15:03

Fonte / Data: Criado por mim a partir de dados ASCOM – 2014/ 2016

Quadro 9 Emissora e inserções na TV 2014/2016– durante o período da Mostra  
SESC

Emissora	Inserções TV SESC/2014	Inserções TV SESC/2016
<b>TV VERDES MARES</b>	6	11
<b>TV DIÁRIO</b>	13	10
<b>TV JANGADEIRO</b>	3	-
<b>TVC</b>	5	-
<b>TV UNIÃO</b>	2	-
<b>TV CIDADE</b>	-	3
<b>TV VERDE VALE</b>	-	13
<b>TV ASSEMBLEIA</b>	-	1
<b>TOTAL</b>	29	38

Fonte / Data: Criado por mim a partir de dados ASCOM – 2014/ 2016

Quadro 10 Mostra Sesc Cariri 2014/2016 – Resumo do Jornal Impresso  
2014/2016 – durante o período da Mostra SESC

Entidade /ano	SESC/2014	SESC/2016
<b>TOTAL- INSERÇÕES</b>	105	8

TOTAL- cm/col.	4.531	1.115
VALOR TOTAL	R\$ 259.305,72	R\$ 69.721,23

Fonte / Data: Criado por mim a partir de dados ASCOM – 2014/ 2016

Diante de todos esses dados, demonstra que a Mostra SESC Cariri de Culturas com todo esse amparo desde a mídia, passando pelo investimento que o Serviço Social do Comércio oferece para promover a capacitação em excelência de seus profissionais, passando ainda pela priorização financeira nos projetos sociais e culturais. Isso contribuiu para o aumento na visibilidade da região e da cultura do Cariri cearense de forma positiva, incentivando como igual o comércio e o turismo e demonstrando que iniciativa produtiva como a Mostra necessitam de todo apoio possível para dar certo. Realça-se que é muito transparente o investimento pesado focado na missão social da instituição SESC, determinada a atender em princípio histórico as necessidades de sua clientela comerciária e seus familiares que se expandiu para um plano estratégico maior de envolvimento social e, nesse caso, da sociedade da região do Cariri por meio de seus serviços em especial a Mostra SESC Cariri de Culturas. Todavia, no próximo capítulo, serão mais bem apresentados outros resultados desse estudo realizado pelo investigador, Sávio Costa, que serviram também para observar alguns outros indicadores da Mostra para o desenvolvimento da região do Cariri cearense. Assim, estes resultados obtidos serão discutidos a seguir sob a percepção dos artistas e produtores, empresários e público, todos na forma de participantes do evento cultural, Mostra SESC Cariri de Culturas.

## **CAPÍTULO QUARTO**

### **4 – APRESENTAÇÃO, ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS**

Este capítulo apresenta os resultados do estudo de caso sobre a Mostra SESC Cariri de Culturas na perspectiva quantitativa e qualitativa com os interlocutores desse estudo para discutir, sobretudo com base nas teorias trazidas anteriores. A cerca dessa exposição e discussão, antes de tudo, inicia-se uma apresentação do registro histórico da Mostra SESC Cariri de Culturas ao longo dos anos os seus eventos, a sua evolução as cidades participantes e seu aumento dos atendimentos por meio da pesquisa documental realizada pelo autor deste trabalho nos arquivos da Assessoria de Comunicação e Marketing (ASCOM) e Assessoria de Planejamento (ASPLAN) do SESC/AR Ceará de 1999 a 2016 para situar melhor o leitor ao estudo de caso, Mostra SESC Cariri de Culturas.

A cerca dessa perspectiva quantitativa e qualitativa, vale se relembrar de que houve orientações e acompanhamentos sistemáticos pelo autor desse estudo na realização das entrevistas, assim como, dos inquéritos que foram organizados por uma equipa de sua responsabilidade e tendo por finalidade atender aos objetivos dessa tese. As entrevistas que auferiram com o objetivo de análises quantitativas com os artistas e produtores, os empresários locais e o público da Mostra SESC Cariri de Culturas foram realizadas no mesmo período em que aconteceram os eventos culturais, ou seja, em novembro de 2012 e 2016. Na perspectiva de análise qualitativa realizadas posteriores a estes eventos em julho de 2017 as entrevistas semiestruturadas com os Mestres da Cultura participantes da Mostra, já mencionados no capítulo I que trata do percurso metodológico dessa pesquisa.

Sob esse viés, o estudo de caso da Mostra apresenta-se conectado as questões de eventos culturais e turismo e, nesse sentido, Marujo (2013, p.13) contribui muito ao esclarecer que o “turismo é um fenómeno multidimensional e, por isso, pode ser analisado a partir de diversos pontos de vista”. Então, para ela a pesquisa qualitativa e quantitativa pode trabalhar juntas, uma complementando a outra e, assim, ser bem apropriada aos estudos relacionados ao turismo. As duas abordagens envolvem diferentes métodos de pesquisa, contudo o seu bom emprego no turismo “pode ser complementar

dado que cada uma delas pode acrescentar informações ao quadro geral de uma investigação. Por isso, numa pesquisa em turismo, o investigador não deve ver uma abordagem como sendo superior à outra” e sim complementar (Marujo, 2013, p.13).

Lembra-se, ainda de que a proposta metodológica desta investigação é do **tipo descritivo** o estudo de caso que como tal focaliza o fenômeno em um determinado ambiente. A esse respeito Godoy (1995) explicitou anterior que esse tipo de estudo exhibe os fenômenos observados a luz do ponto de vista dos interlocutores da investigação com referência ao problema aqui analisado. Com base nessa lógica, portanto, optou-se por uma estrutura de primeiro expor todos esses dados para no fim mensurá-los e discuti-los. Acredita-se que a compreensão do objeto de estudo proposto requer ir a sua essência, por isso da importância de descrevê-la em minúcias para que se possam ter dados suficientes a concretude de uma análise mais segura. Daí ser bem mais descritivo do que analítico. Contudo, pode-se dizer livre para que cada leitor tenha com base nas teorias abordadas conectadas aos dados aqui apresentados as suas próprias impressões, interpretações e análise.

Esse estudo reconhece o valor da liberdade para concordar ou discordar ou ainda ir além destas análises que serão citadas neste capítulo. Porque é sabido que a realidade é dinâmica, complexa e a sua compreensão passa por uma análise subjetiva dos dados. Nesse contexto complexo e relativo aos dados conexos as interpretações e análises vale destacar que a “articulação entre verdade e subjetividade configura a chave de releitura utilizada por Foucault em 1984, pouco antes de sua morte” (Candioto,2008 p. 89). A implicação da ação “verdade” é composta de sujeitos de ações. Logo, a prática filosófica admite “que o dizer-verdadeiro – dizer-verdadeiro endereçado ao sujeito, dizer-verdadeiro que o sujeito endereça também a si mesmo – constitua-se como maneira de ser do sujeito. A *áskesis* faz do dizer-verdadeiro um modo de ser do sujeito” (Candioto, 2008, p. 97 citado por Foucault, 2001, p.312).

Essa premissa comprova que por mais rigor metodológico que o pesquisador siga as interpretações e as análises sempre serão enxergadas seja pelo próprio pesquisador ou pelo leitor a luz da subjetividade conectada o

aqui exposto. Sabendo que a verdade não é mais absoluta e sim relativa porque ela é constituída de subjetividade. Outro ponto interessante para essa discussão é o pensamento de Pereira (2011) com base no conceito moderno de subjetividade de Gadamer quando esta autora afirma ser “o único fato que não poderíamos ignorar é que sempre chegamos tarde com as nossas teorias. Por mais que estejamos continuamente a compreender coisas, o movimento da compreensão sempre já nos antecipa” (Pereira 2011, p. 135). Sendo assim, não se há como pretender ditar verdades absolutas e fechadas, mas expor e provocar possibilidades de análise a partir de um rigor metodológico já exposto no capítulo I.

#### 4.1 - Estudo de Caso: Mostra Sesc Cariri de Cultura cearense

Dentro da diversidade cultural e turística da região do Cariri cearense a figura nº 20 mapeia as macrorregiões turísticas do Ceará e dentro dessa perspectiva, apresenta-se aqui o estudo sobre a Mostra SESC Cariri de Cultura que “reúne todas as artes no Cariri. Manifestações culturais, artesanato, artes plásticas, música, dança e teatro, assim como também é palco para grandes artistas do cenário nacional, nas áreas do teatro, dança, artes plásticas e da música” (Lacerda, 2009, p. 107).

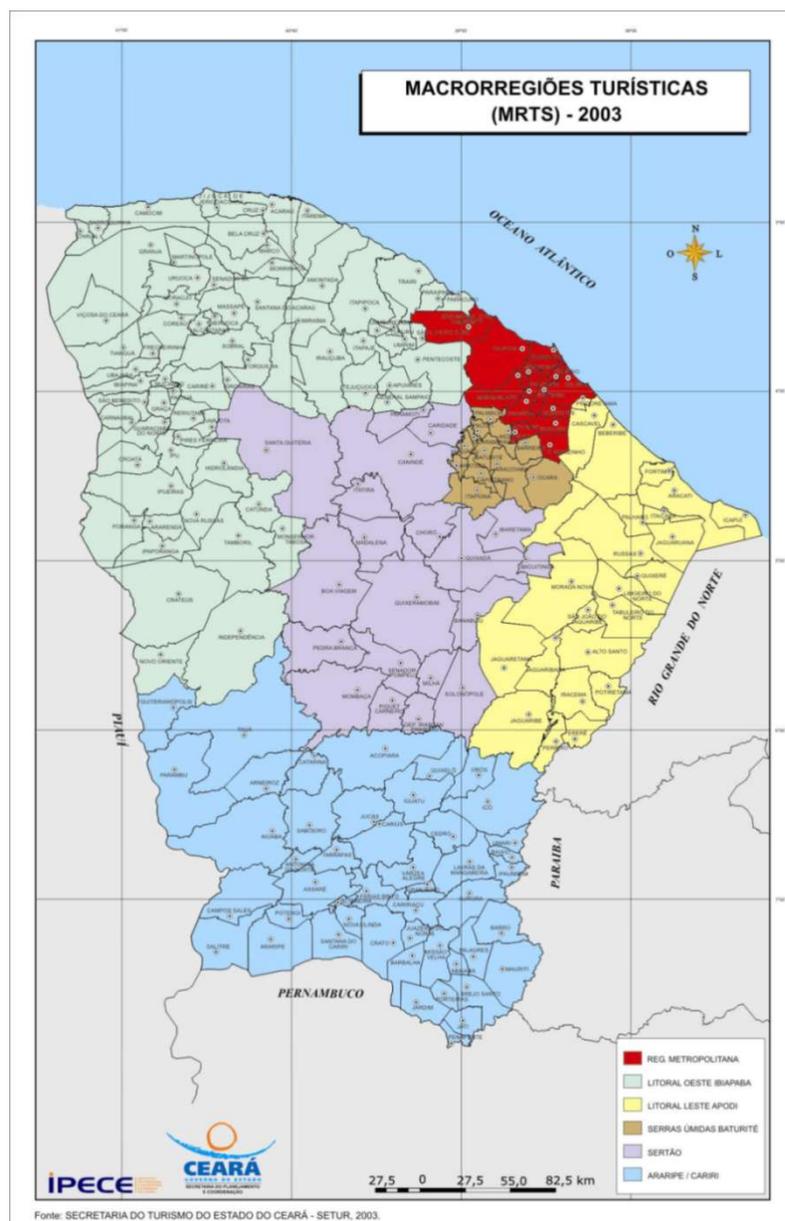


Figura 20 Macrorregiões Turísticas (MRTS)

Fonte/data: Secretaria de Turismo do Estado do Ceará - Setur /2003

Consoante Cruz (2010), foi solicitado apoio ao Departamento Nacional (DN) do SESC que fica no Rio de Janeiro a pedido do Departamento Regional do SESC Ceará que fica em Fortaleza para uma visita técnica à Unidade Operacional do SESC Crato porque esta unidade tinha uma demanda para mostra de teatro. Com isso, foi realizado um levantamento de dados sobre esta demanda que inclusive o próprio SESC Crato como os demais SESC no Ceará oferecia oficina de teatro para a comunidade e, assim sendo, com a troca de ideias entre os técnicos dos departamentos: Nacional e Regional elabora-se

um Projeto de Ação para atender essa demanda dando origem em outubro de 1999 a Mostra SESC Cariri de Teatro no SESC Unidade Crato na forma competitiva.

Vale salientar que a produção cultural existe para reparar o abismo criado na sociedade pela indústria cultural como explica o pensamento de Corrêa (2013). Por conseguinte, nessa lógica de Corrêa (2013), ressalta-se a possibilidade que os eventos mercadológicos impõem uma cultura de consumo e visam atender a indústria cultural. Então, nesse aspecto, estes eventos mercadológicos vão se contradisser com os propósitos dos eventos culturais como no caso da Mostra Sesc Cariri de Culturas cearense porque os culturais visam à democratização dos bens culturais, ou seja, fica claro que os fins destes dois tipos de eventos se opõem (Corrêa, 2013).

Assim, nesse contexto de responsabilidade de eventos culturais explicado por Corrêa (2013) e com o objetivo de proporcionar um encontro entre a tradição e a contemporaneidade surge em 1999 o primeiro evento com a denominação de “I Mostra SESC Cariri de Teatro” adotando um modelo competitivo para consolidar o Teatro no Cariri cearense. A cidade escolhida para iniciar este evento foi Crato por possuir a semente cultural local e, portanto, salientada pelo o berço da banda cabaçal dos Irmãos Aniceto, dos reisados de Mestre Aldenir, de muita tradição e importância na cultura e da Orquestra do Padre Ágio, formada por filhos de agricultores, um dos mais antigos projetos de arte e inclusão social da cidade.

De modo que, a “I Mostra SESC Cariri de Teatro” idealizou proporcionar um encontro confluyente e não opositor entre a tradição e a contemporaneidade, nesses campos de criação e manifestação, como momentos complementares e de contribuições recíprocas (Cruz, 2010). Inclusive no discurso de abertura da I Mostra do Presidente da Fecomércio<sup>66</sup> e do SESC Ceará demonstrou a vontade de realizar o evento em espaços abertos visando à possibilidade de dar oportunidade de acesso a uma quantidade maior de pessoas.

Os idealizadores da Mostra tinham em mente o desejo de expandir as potencialidades artísticas da região do Cariri cearense, tanto no aspecto da

---

<sup>66</sup> Luiz Gastão Bittencourt da Silva

pluralidade cultural, quanto no aspecto territorial e, nessa perspectiva, a **I Mostra SESC** era norteada no sentido do planejamento da sua expansão geográfica e programática, o que já era visualizado no intercâmbio interestadual, por meio de debates, nos quais eram repassadas novas experiências realizadas no campo das linguagens e artes cênicas que, segundo Cruz (2010), tinham em seu bojo a intenção de renovar “o diálogo com as manifestações culturais populares, possibilitando encontros de múltiplas identidades locais e nacionais da cultura brasileira” (Cruz, 2010, p. 36).

A intensa programação dessa primeira experiência incluía espetáculos teatrais e musicais, manifestações da cultura de tradição oral, exposições, vídeos, oficinas, palestras, debates e pontos de encontros congregando, assim todos os aspectos culturais e artísticos capazes de atrair o interesse de participar ou de conhecer esses meandros da cultura nordestina, o que tornou a Mostra um incentivo ao turismo à região do Cariri cearense, pois como define Cooper (2001, p. 36), o “turismo é uma experiência humana por excelência, desfrutada, esperada e lembrada por muitos como parte dos momentos mais importantes de suas vidas”.

Ainda sobre a atividade turística associada à mostra, para Vieira Filho, Duarte e Souza (2006, p. 13) “o turismo traz renda e trabalho e propicia o intercâmbio cultural, mais alegria e movimento na cidade e aumento da autoestima, tornando a cidade e seu povo (re)conhecidos”.

Reforçando Cruz (2010) sobre a origem da Mostra, observa-se que no início se deu com uma mostra competitiva de teatro, assim apresenta-se a programação da **I Mostra** competitiva reuniu onze (11) espetáculos do estado Ceará (sete de Fortaleza, um de Juazeiro do Norte, um de Aracati, um de Senador Pompeu e um do Crato), além de mais, dois (2) espetáculos convidados e, quatro (4) oficinas, uma palestra, uma mesa-redonda e mais, uma programação paralela com dezesseis (16) espetáculos, sendo onze (11) de música urbana local e cinco (5) de folguedos da cultura de tradição oral (Cruz, 2010, p. 37) (ver figura nº 21). Vale reforçar que o discurso de abertura da I Mostra aconteceu na garagem do SESC Crato, e o presidente do Sistema Fecomércio, citado no início, vislumbrou a vontade de ampliar para as praças e

outras cidades.



Figura 21 Mostra SESC Cariri Cearense / 1999

Fonte/data: Arquivo da ASCOM/SESC Ceará/1999

Já na II Mostra exemplificada na figura nº 22, foram ampliadas as categorias de cenário e figurino, incluindo uma vasta programação pela qual os organizadores desejavam incrementar o crescimento cultural em várias direções, com atividades definidas conforme alguns núcleos temáticos de interesses variados. Entretanto, ainda permanecia como mostra competitiva de teatro e só na cidade de Crato.



Figura 22 Mostra SESC Cariri Cearense / 2000

Fonte/data: Arquivo da ASCOM/SESC Ceará/2000

Na III Mostra “Sesc Cariri de Teatro” (ver figura nº 23), além das oficinas e dos fóruns permanentes de debates, a história registra a permanência de espetáculos competitivos entre eles que eram alvo do interesse da população que ali estava presente para assisti-los. Havia uma competição entre os espetáculos, como também, conforme programação da época, apresentações da Mostra SESC Cariri cearense ao meio dia de artistas, individual e/ou com grupos e/ou Cia de teatro. Mostra infantil com estória da moça preguiçosa; histórias e historietas: grupo Bilú, Bila & Cia, entre outras. Mostra especial com Bagaceira: Cia de Dança Vatá; Sons e sonhos: Tapera das Artes; Beatos: Grupo Corpus x Corpus. Pode-se ter uma ideia dos espetáculos na figura nº 23.



Figura 23 Mostra SESC Cariri Cearense / 2001 e Carta Aberta para desenvolvimento do fazer teatral

Fonte/data: Arquivo da ASCOM/SESC Ceará/2001 e site Mostra Cariri<sup>67</sup>

Como exemplo de mobilização, a instituição do Fórum Permanente de Teatro, durante a III Mostra (ver figura nº 23), assinalou-se como um ato político na perspectiva de motivar as “energias intuitivas de alguns, espontâneas de outros e a experiência acumulada de militantes de diversos portes e interesses que estavam ali”, de modo voluntário contribui “para a mudança e a qualificação do movimento teatral do Nordeste. [...] O ambiente

<sup>67</sup> Disponível em: < <http://www.mostracariri.com.br/>>. Acessado em: 24/11/2018

estava impregnado de vontade política para o exercício da prática democrática do diálogo do debate, do bem comum” (Cruz 2010, p. 45). A esse respeito, concebeu um importante meio de organização e mobilização de movimentos de artistas cearense que inclusive nesse fórum foi lançada uma carta aberta que sinalizava para os rumos do desenvolvimento teatral no Ceará.

Segundo a revista Mostra Sesc Cariri de Culturas (2013), em comemoração aos seus 15 anos resgatou a sua trajetória de 2002 referente a IV Mostra e esta publicação registrou o encerramento da competição neste ano com a finalidade “de não tratar a arte como um produto ‘melhor ou pior’ que outro” (Mostra Sesc Cariri de Cultura, 2013, p.10).

Esta envolveu pessoas com atividades teatrais na região, modelo que foi adotado até 2004 (Cruz, 2010). O Projeto da Mostra Sesc Cariri de Cultura (2016) afirma que em 2004 a Mostra amplia sua atuação para mais cidades do Cariri cearense, consultando o site da Mostra Cariri<sup>68</sup> verificou-se que no dia 29 de abril de 2009 tem a publicação de inscrição aberta para XI Mostra que se realizou no período de 13 a 20 de novembro de 2009 com inscrição pela internet e a partir de 2012, a seleção de propostas para a Mostra passa a ser feita através de edital, o que torna o processo cada vez mais democrático e justo (Projeto Mostra Sesc Cariri de Cultura, 2016, s/p). A Mostra já havia mudado de denominação para a Mostra SESC Cariri das Artes em 2003, como se pode constar na figura nº 24.

---

<sup>68</sup> Disponível em: <<https://mostracariri.wordpress.com/>>. Acessado em: 24/11/2018.



Figura 24 Mostra SESC Cariri cearense / 2003

Fonte/data: Programação da Mostra Cariri das Artes – Arquivo da ASCOM/SESC Ceará/2003

Agora se ressalta tal como está registrado no histórico do Projeto da Mostra SESC Cariri de Cultura dos 15 anos<sup>69</sup> o registro de dados de expressivo crescimento de atendimentos, de apresentações em municípios da região do Cariri cearense quando comparados os anos de 1999 com 2004 e 2012, que poderá visualizar na figura n° 25. Entretanto, vale salientar que mais a frente será apresentado o gráfico 4 detalhando alguns desses dados organizado pelo autor do estudo com base nos documentos consultados no arquivo da ASPLAN/SESC Ceará/2017.



Figura 25 Atendimentos e Cidades Mostra SESC Cariri / 2013

Fonte/data: Gráfico retirado do Projeto Mostra SESC Cariri de Cultura (2013)

<sup>69</sup> Consoante o projeto – Material Arquivo – Ascom Mostra Cariri n° 10

Percebe-se que a Mostra foi evoluindo, expandindo-se para além do Crato (ver figura nº 25), incorporando, pouco a pouco, os demais municípios (ver figura nº 25), em particular Juazeiro do Norte, por ser o município no que se refere à economia o mais desenvolvido da região do Cariri cearense e por também abrigar uma unidade operacional do SESC. Caminhando na sua existência, a Mostra continuava sendo impulsionada pelo desejo de crescimento e expansão de sua programação, trazendo alguns dos espetáculos apresentados para serem exibidos em diversas cidades, em difusão espacial da cultura promovida pelo SESC.

A partir de 2006 (ver figura nº 26) recebeu um novo nome: 'Mostra SESC Cariri de Cultura', visto que apresenta a valorização da cultura da região do Cariri cearense, isto é, endógena, inserindo os setores da cultura, da economia, da educação e do turismo. Pode-se visualizar no projeto deste período na figura nº 26 a nova denominação da Mostra SESC Cariri de cultura no Ceará.



Figura 26 Projeto da Mostra SESC Cariri Cearense / 2006  
Fonte/data: Projeto Mostra Sesc Cariri de Cultura (2006)

Nas figuras de nº 27 e de nº 28 apreende-se a possibilidade de exemplo de cidadania, de respeito que se pode causar por meio do intercambio de culturas, ou ainda, de cultura entre estados e /ou grandes metrópoles como de São Paulo interagindo com a cultura Nordestina.



Figura 27 Mostra SESC Cariri Cearense / 2006  
 Fonte/data: Arquivo da ASCOM/SESC Ceará/2006



Figura 28 Mostra SESC Cariri Cearense / 2007  
 Fonte/data: Arquivo da ASCOM/SESC Ceará/2007

Nessa perspectiva, o cangaço da figura nº 28, representada pelo fenômeno que marcou a “estrutura social e político-econômica da sociedade nordestina (sertaneja) que, representa sua relevância histórica, um atrativo histórico-cultural que agregado ao patrimônio natural” (Barreto, 2004, p.12) e, assim, percebe com a Mostra a possibilidade do desenvolvimento socioeconômico do Cariri cearense por meio do incentivo ao turismo local interagindo com a cultura musical de São Paulo. Essa particularidade possibilita ao SESC contribuir para o desenvolvimento do turismo criativo no Cariri cearense porque a Mostra promove com competência a visibilidade das raízes da cultural local com a valorização de parte do patrimônio ainda existente na região. O SESC promove ainda o intercâmbio dos artistas locais com os de fora estimulando a troca de informações e experiências culturais entre os grupos. O SESC tem o cuidado de convidar para participar da Mostra

SESC todos os grupos de tradição existentes no Cariri cearense, assim como os reconhecidos pelo Governo do Estado do Ceará como Mestres de Cultura onde em todas as edições da Mostra estes participam (TODOS) a convite do SESC, com objetivo de fomentar e dar visibilidade a tradição local.

Nas figuras de nº 30, de nº 31, de nº 32 e de nº 33 abrangem registros de experiências de troca por meio dos grandes espetáculos utilizando tecnologia avançada, palco aberto na área da música, aulas-espetáculos e do teatro. São *shows* e espetáculos teatrais de rua com mobilização de grande multidões gerando oportunidades de visibilidade de artistas local e nacionais. O envolvimento que a Mostra se apresenta com os artistas, os artesãos, o público, os empresários por meio da produção artística e do comércio local. Isso facilita a sua promoção de equipamentos para se desenvolver o turismo criativo no Cariri cearense. Percebe-se nas imagens o impacto da Mostra, sobretudo, porque com a criação do aumento das possibilidades de desenvolvimento local a Mostra se torna uma parceira forte com a comunidade, com os municípios do Cariri cearense e com o estado contribuindo com efetividade nas políticas públicas e culturais do local. A sintonia do SESC por meio da Mostra é bem próxima com a comunidade por isso que consegue promover o reconhecimento da Mostra como um grande valor social para a comunidade conquistado através dos excelentes serviços de atenção à cultura e ao patrimônio local.



Figura 29 Mostra SESC Cariri cearense / 2008  
Fonte/data: Arquivo da ASCOM/SESC Ceará/2008



Figura 30 Mostra SESC Cariri cearense / 2009  
 Fonte/data: Arquivo da ASCOM/SESC Ceará/2009



Figura 31 Mostra SESC Cariri cearense / 2010  
 Fonte/data: Arquivo da ASCOM/SESC Ceará/2010



Figura 32 Mostra SESC Cariri cearense / 2011  
 Fonte/data: Arquivo da ASCOM/SESC Ceará/2011

Ainda na figura de nº 33 destaque para a apresentação de aula-espetáculo do escritor e dramaturgo Ariano Suassuna realizada na abertura da 12ª Mostra Sesc Cariri de Cultura em 2012, assistida por milhares de pessoas. Falando sobre cultura popular nordestina o artista que foi considerado um dos

principais preservadores da cultura do Brasil, aliando os valores mais arraigados de sua região a seu imenso arcabouço erudito e teórico com uma escrita que junta elementos do simbolismo, do barroco e da literatura de cordel, esse poeta, dramaturgo e pensador da cultura. Ariano criou o Movimento Armorial e tem como projeto a confluência simultânea de todas as artes populares do nordeste brasileiro. O referido autor trabalhou sempre a favor da dignidade humana.



Figura 33 Mostra SESC Cariri cearense / 2012  
Fonte/data: Arquivo da ASCOM/SESC Ceará/2012

Nas figuras de nº 29, de nº 31 e de nº 36 apreende-se o registro das diferentes etnias e das diversidades da própria cultura local. Aproximar-se a cultura dos índios representado pelo homem pardo nas figuras de nº 29 e de nº 31 com a cultura do homem branco representado pelo teatro e o espetáculo de dança e com o homem negro representado pela cultura do maracatu nas figuras de nº 29 e de nº 35 numa mistura de raça e de produto cultural. Na figura de nº 34 é um momento para falar da tradição, sobre o aspecto da criação de museus orgânicos como o do Mestre Espedito Seleiro e sobre a pretensão do SESC de criar outros museus pensando em um turismo criativo onde as pessoas possam ter uma experiência de além de contemplar o patrimônio, ou melhor, além de ver fazendo a comida ou a dança, poder experimentar a comida ou poder dançar com os grupos culturais, conviver com as pessoas e até participar de certa forma do seu modo de vida e ainda dos grandes *shows* de música que acontecem durante a programação da Mostra

prestigiados por um numero grande de pessoas e demandantes de grandes estruturas para acolhimento dos mesmos.



Figura 34 Mostra SESC Cariri cearense / 2013  
Fonte/data: Arquivo da ASCOM/SESC Ceará/2013



Figura 35 Mostra SESC Cariri cearense / 2014  
Fonte/data: Arquivo da ASCOM/SESC Ceará/2014

O SESC criou a Mostra com o intuito de promover visibilidade à cultura local, em especial, às minoritárias que em geral estão ligadas às culturas populares mais vulneráveis da sociedade cearense. Isto porque o SESC tem na sua missão esse desafio de contribuir na busca de refletir essas ações da Mostra na qualidade de vida da comunidade do Cariri cearense e, sobretudo, a de maior vulnerabilidade social.

Gerando integração entre estas culturas, Oliveira (2011) abordando na prática sobre a migração da cultura popular do Maracatu de São Paulo. Ele explica os seus aspectos representados pela arte, cultural, social, política e religiosa das experiências de maracatu nordestino em São Paulo e com isso

aborda “as singularidades e diferenças do Maracatu desenvolvido pelos grupos de São Paulo e as apresentações dos Maracatus-Nação ou Baque Virado de Recife” (Oliveira, 2011, p. 9) em São Paulo trazendo, assim, essa influência nordestina e a questão do turismo local.

Na figura de nº 36 apreende-se a possibilidade de exemplo de cidadania, de respeito que se pode causar por meio do intercambio de culturas, ou ainda, de cultura entre estados e /ou grandes metrópoles como de São Paulo interagindo com a cultura Nordestina que pode ser vista também nas figuras já citadas de nº 27 e de nº 28. A Mostra desenvolveu competências técnicas em locais de grande vulnerabilidade social levando a estes tecnologias de qualidade efetiva com os seus operadores de câmara, de registros fotográficos por profissionais de excelência na área, programadores culturais em que favorecia a possibilidade de interação e valorização dos artistas locais com sincronismo da própria comunidade local com outros artistas das diversas partes do Brasil, assim, permitindo grande visibilidade nacional a eles.



Figura 36 Mostra SESC Cariri cearense / 2015  
Fonte/data: Arquivo da ASCOM/SESC Ceará/2015

Nessa perspectiva, o cangaço da figura nº 28 e nº 36, representada pelo fenômeno que marcou a “estrutura social e político-econômica da sociedade nordestina (sertaneja) que, representa sua relevância histórica, um atrativo histórico-cultural que agregado ao patrimônio natural” (Barreto, 2004, p.12) e, assim, percebe com a Mostra a possibilidade do desenvolvimento socioeconômico do Cariri cearense por meio do incentivo ao turismo local interagindo com a cultura musical do estado de São Paulo.

Nesta ocasião, observou-se a Mostra promover a troca de experiências

entre os artistas do Cariri, do Brasil e do Mundo, pois foram registradas mais de 150 atrações de artistas, entre grupos locais e de outros 15 estados brasileiros como: Alagoas, Amapá, Bahia, Distrito Federal, Espírito Santos, Goiás, Maranhão, Minas Gerais, Mato Grosso, Pernambuco, Rio de Janeiro, Santa Catarina e São Paulo, participando também representantes de países como: Alemanha e Canadá<sup>70</sup>. Neste contexto de apresentações conforme material arquivo da ASCOM sobre a Mostra SESC Cariri seguiram alguns registros fotográficos da evolução da Mostra a partir de 2006 até 2016 que pode ser verificado nas figuras n° 26 já mostradas e realizadas outros comentários até a figura abaixo de n° 37.



Figura 37 Mostra SESC Cariri no Ceará / 2016  
Fonte/data: Arquivo da ASCOM/SESC Ceará/2016

Ressalta-se que com essas figuras acima se faz um resgate histórico da Mostra SESC Cariri no estado do Ceará por meio de registro fotográfico e se observa tendo como base os gráficos da figura n° 25 e estas fotografias, uma mudança da mostra por meio da política de ampliação adotada pelo SESC. Isso ocorre, sobretudo quando inclui, entre os objetivos da Mostra, a expansão da cultura do Cariri cearense. Essa é uma questão conceitual, pelo fato da Mostra se tornar mais acessível, tanto do ponto de vista social quanto econômico, aos trabalhadores do comércio e à população carirense. Visto que se apercebe quem real vivencia é a comunidade local, como um momento em que se apresenta essa diversidade, buscando ampliar a questão das políticas culturais existentes.

<sup>70</sup> Conforme consta no projeto – material arquivo – Ascom Mostra Cariri n° 08.

Na verdade, o SESC tem procurado manter uma política de ampliação de equipamentos em toda a região, procurando acolher novos públicos e, além disso, inserir mais artistas nessa mostra que incentiva do acesso às mais variadas linguagens culturais.

A Mostra, todo ano, apresenta novidades, pois se trabalha a partir de núcleos operacionais com o teatro, a dança, a música, a literatura, as artes plásticas, as artes visuais e o cinema. A avaliação realizada pelo IPDC que é o setor responsável pelas pesquisas de acompanhamento anual de qualidade dos serviços que o SESC oferece a comunidade por meio dos programas de educação, de saúde, de cultura, de lazer e de assistência. Esta avaliação anual passa por todos os programas e, também, pelos grandes eventos em gerais do SESC como a referida Mostra, o Encontro Os Povos do Mar- sensibilização e diálogos entre as comunidades costeiras locais do estado do Ceará, entre outros demais. Com base nessa avaliação anual somado aos inquéritos realizados em especial para atender a esse estudo é que se faz crer que a citada mostra de cultura vem correspondendo às expectativas do povo da região do Cariri, contribuindo de maneira significativa para a ampliação da cultura local e regional. A dimensão que ela tem tomado tem proporcionado uma satisfação muito grande nas pessoas das cidades onde ela se realiza. Ela se desenvolve enquanto processo, pois sempre procura evoluir em quantidade e qualidade.

A cada ano ganha novas estruturas, novas programações. Assim, ela vai sempre se estruturando ao longo dos anos, galgando sempre uma dimensão maior. A sua expansão é, portanto, um desafio no sentido do crescimento em todas as direções, ampliando-se, assim a extensão para as cidades vizinhas, a quantidade de apresentações, de espaços onde elas acontecem. Abandonando o caráter competitivo inicial, a Mostra SESC Cariri de Culturas, hoje, tornou-se mais democrática e complementar, numa tentativa de consolidá-la e fortalecê-la.

A Mostra é um acontecimento de atividades múltiplas, desenvolvidas na região do Cariri cearense durante cinco dias. Para viabilizar sua extensa programação, são delineados vários critérios, que definem desde as exigências para a inscrição, curadoria, até as formas de apresentação. As pessoas

interessadas em participar devem encaminhar seu material para ser analisado, através do site, o que ocorre durante o período aberto para inscrições. Uma equipe de curadores analisa e seleciona, dentre os inscritos, os trabalhos que serão apresentados, definindo, ainda alguns convidados, formando essa grande teia que é a Mostra. Realça-se a significativa importância da contribuição das administrações regionais do SESC que são parceiras, como o estado de São Paulo, Santa Catarina, Distrito Federal e outros.

Nessa perspectiva, de significativa importância, como também, para melhor visualizar o impacto nas cidades e nos participantes que a Mostra envolve, apresentam-se gráficos demonstrativos do período de 1999 até 2016 das cidades e dos atendimentos pesquisados nos arquivos da “Assessoria de Planejamento do SESC Ceará” (ASPLAN/SESC) que seguem nos gráficos de 1 a 4. Vale salientar que parte desses dados dos gráficos de 1 a 4 foram expostos na figura nº 25, mas foram apenas pontuados os anos de 1999, 2004 e 2012 e aqui será ano a ano até 2016.

Gráfico 1 Evolução das cidades participantes na Mostra Sesc Cariri de Cultura de 1999 a 2009



Fonte/data: Autoria própria a partir de dados do arquivo da ASPLAN/SESC Ceará/2017

Com base no gráfico 1 de autoria própria do investigador dessa tese apercebe-se a evolução de participação dos municípios. Esses dados são indicadores que potencializam o reconhecimento do SESC por meio da Mostra na sociedade carirense. É notório que a Mostra está promovendo uma expansão territorial e, com isso, uma redução da polarização do evento na cidade berço da Mostra SESC que foi Crato durante três Mostra consecutivas e, igual, revela alcançar menos assimetria espacial ao longo dos anos na Mostra SESC Cariri de Culturas .

Gráfico 2 Evolução dos atendimentos na Mostra Sesc Cariri de Cultura de 1999 a 2009



Fonte/data: Autoria própria a partir de dados do arquivo da ASPLAN/SESC Ceará/2017

Com base no gráfico 2 de autoria própria do investigador r dessa tese apreende-se um aumento quase constante de atendimento e participação do público ano a ano. Esse é outro indicador positivo conectado com a missão e visão que o SESC tem de oferecer serviços sociais de excelência, no caso da Mostra SESC Cariri de Cultura com foco no desenvolvimento local numa perspectiva de sustentabilidade pelo turismo por meio de transferência de tecnológicos sociais coerrentes e de interesse da sociedade carirense.

Gráfico 3 Evolução das cidades participantes na Mostra Sesc Cariri de Cultura de 2010 a 2016



Fonte/data: Autoria própria a partir de dados do arquivo da ASPLAN/SESC Ceará/2017

Com base no gráfico 3 de autoria própria do investigador dessa tese nota-se que este é um período de evolução dos municípios, mas em 2014 houve uma pequena queda na participação de um município a menos que os anos de 2012, 2013, 2015 e 2016, assim, continua um gráfico revelando a partir dos seus dados ser bem mais positivo do que negativo a participação dos municípios na Mostra SESC Cariri de Culturas .

Gráfico 4 Evolução dos atendimentos na Mostra Sesc Cariri de Cultura de 2010 a 2016



Fonte/data: Autoria própria a partir de dados do arquivo da ASPLAN/SESC Ceará/2017

Com base no gráfico 4 de autoria própria do investigador dessa tese apreende-se pequenas quedas ao longo dos anos que chama a atenção para o atendimento e participação do público entre 2011 para 2012 em que ocorre uma diminuição de 20% e 2015 para 2016 uma perda de 18%, muito embora os atendimentos são tão grandes que mesmo com essa pequena variação de queda no atendimento ainda continua sendo um indicador de impacto positivo no desenvolvimento local do Cariri cearense.

Ressalta-se de que o autor optou em dividir e padronizar esses gráficos ao meio formando dois períodos de análise por causa dos números dos atendimentos que são muito grandes e não foi possível colocá-los sem o prejuízo da visibilidade para serem analisados. Só tinha duas escolhas ou a visibilidade dos números ou o gráfico linear sem enxergar os dados para o leitor certificar do que está sendo analisado. Então, o autor desse estudo discutindo com o técnico da ASPLAN esses dados para a melhor forma de apresentar com visibilidade de análise apesar de que se sabe que o ideal seria o demonstrativo linear do gráfico.

É importante observar que todos os dados foram apresentados para se garantir a evolução global da mostra não se perdeu ao ser dividido em dois períodos nenhum dado, pois todos os dados ano a ano estão apresentados

nessa tese. Inclusive foi feito a tentativa de um gráfico geral sem dividir, contudo, ao se tentar fazer esse gráfico as suas letras ficaram, além de muito pequenas para leitura; os números ficaram um por cima do outro. De modo que, inviabilizava essa possibilidade de apresentação, daí veio essa ideia de dividir ao meio.

O SESC oportuniza hospedagem, transporte e alimentação durante toda a estadia a todos os participantes da Mostra SESC Cariri de Culturas, além do pagamento que é previa e divulgado. A ideia é que as pessoas fiquem na região, para que todos os artistas participem com dedicação aos grupos de discussão durante toda a Mostra, até para que esse intercâmbio aconteça de fato.

Notou-se que as dificuldades encontradas nos eventos são muitas. Entretanto, todas são resolvidas com adequação, porque há um entendimento, por parte de todas as pessoas do SESC, de que a Mostra é um projeto importante para a instituição. Para, além disso, uma das filosofias do SESC é contribuir com a reflexão e a produção artística, proporcionando momentos de integração cultural.

Todas as pessoas que têm o olhar voltado para a cultura pensam nesse projeto como uma forma de integração social e cultural. A visão de ampliar o evento cabe às pessoas que estão envolvidas, aos gestores que estão à frente das secretarias, do poder público. As parcerias têm uma significativa importância e, sem dúvida, se ampliarão, mesmo porque esse projeto já é uma referência nacional. É um projeto que seduz, abre frentes amplas para a coexistência de várias linguagens artísticas e múltiplas manifestações da região do Cariri cearense. Deste modo, a contribuição de outras instituições, ou mesmo de outros gestores para consolidação desse evento, sempre é valiosa e fundamental.

Durante todo o período do evento oferece diversas formas de lazer, pois Dumazedier (1999) conceitua lazer como um conjunto de ocupações às quais o indivíduo pode entregar-se de livre vontade, seja para repousar, seja para divertir-se, recrear-se e entreter-se, ou ainda, para desenvolver sua informação ou formação desinteressada, sua participação social voluntária ou sua livre capacidade criadora após livrar-se ou desembaraçar-se das obrigações

profissionais, familiares e sociais.

Alguns espetáculos são baseados em ficção, porém outros são simulações do cotidiano dos artistas e mesmo da comunidade nas quais, como disse Baudrillard (1991, p.8), o real é produzido a partir de células miniaturizadas, de matrizes e memórias, de modelos de comando, reproduzidos por um número indefinido de vezes a partir daí. Na verdade, trata-se de uma imitação de uma realidade já vivida.

Enfim, alisando as apresentações da diversidade cultural e turística da região por meio das potencialidades artísticas traçadas e expostas nas figuras e gráficos no estudo de caso da Mostra Sesc Cariri de Culturas evidencia um período de vivências no Cariri cearense, numa demonstração de pura celebração da cultura, da diversidade e do convívio. Nela, o sertão<sup>71</sup> se transforma em cores, musicalidade, amizade, em atmosfera que ganha uma densidade diferente, quase que uma excitação amarrada na garganta pelo desconhecido que virá e pelas surpresas de encontros inusitados.

Realça-se que as atividades de animação cultural turística complementam a oferta turística de um território “existente tal como o alojamento, a restauração, os transportes e serviços diversos, que pode concorrer para a diferenciação de um destino garantindo uma posição competitiva face a destinos alternativos” (Santana,2016, p. 412).

Exibe-se a possibilidade de visibilidade cultural e territorial como ferramenta de desenvolvimento para um turismo criativo. Corroborando com esse viés Cooper (2001) quando traz a ideia do local como produto criativo para ser vendida como turismo criativo já visto no capítulo II que trata dos eventos culturais para o desenvolvimento regional.

Explicita o estudo de caso da Mostra elementos práticos conexos às teorias dos autores como Rodrigues (2012), Marujo (2014) e Oklobdžija (2015). Percebe-se que a Mostra auxilia no entendimento das teorias trazidas por estes autores no capítulo II no sentido de compreendê-las como se ocorre na sua prática de como os eventos culturais contribuem e fazem a diferença no desenvolvimento local. Como exemplo, Marujo (2014) quando afirma que “as

---

<sup>71</sup> Zona do interior mais seca que a caatinga. Dicionário Online de Português. Disponível em: <<https://www.dicio.com.br/sertao/>>. Acessado em: 21/09/2017.

motivações dos turistas podem estar estritamente relacionadas com os benefícios procurados” (Marujo, 2014, p. 76) como num Festival e se confirma essa teoria na prática observando multidões de participantes nos festivais da Mostra SESC nas figuras de números: 27, 33, 35 e 37.

Rodrigues (2012), quando afirma que a organização e a produção de um evento demandam um rigor impar com foco no sucesso do evento e bem-estar de todos. A esse respeito é importante registrar que até 2011 existia muitas reclamações por parte da grande maioria dos atores de teatro do Cariri cearense, pois afirmavam que a Mostra prestigiava apenas os artistas do Rio de Janeiro e de São Paulo em detrimento deles. Contudo a partir de 2012 com a realização de publicação de editais na internet<sup>72</sup> e a escolha desses grupos pela curadoria essas críticas diminuíram consideravelmente. Com isso, observa-se o cuidado abordado por Rodrigues (2012) no planejamento e a execução de cada evento da Mostra SESC.

Oklobdžija (2015) quando destaca os eventos como possibilidade de desenvolvimento social da região. Ou como por igual à luz de objetivos de expansão geográfica e programática do SESC que se alinha com as suas interações de pensamentos destes autores, até quanto ao valor social desses eventos que podem promover no caso da prática ao desenvolvimento regional do Cariri cearense. Inclusive para Getz (2005; 2008) estes eventos podem oferecer uma multiplicidade de benefícios econômicos e sociais do local que se pode visualizar a materialização da riqueza de possibilidades por meio desse registro histórico da Mostra.

Ressalva-se uma síntese de que está explicado no capítulo I referente ao percurso metodológico da pesquisa que depois de todo o processo de elaboração da pesquisa direcionada a atender aos objetivos dessa Tese passando desde o formulário dos inquéritos, seleção dos pesquisadores, Sávio Costa esteve presente em reunião com o chefe do IPDC que é o órgão responsável por todas as pesquisas no SESC, portanto, capaz de atender a questão da busca da neutralidade que Amarante (2009) afirma ser um mito, mas se acredita na importância de se aproximar desta busca de neutralidade e

---

<sup>72</sup> Ver <https://mostracariri.wordpress.com/> Inscrições começaram em 20/06/2009

Cardoso (2013) que explica a vantagem do autor da pesquisa coordenar um grupo para realizar a pesquisa de campo invés de ser o próprio autor, inclusive Cardoso (2013) expõe que muito embora “tenha vantagens, a presença do entrevistador pode influenciar as respostas, ocupa mais tempo e leva a um menor número de registros” (Cardoso, 2013, p.32). Por isso que a execução da pesquisa de campo pela equipe selecionada pelo IPDC com o aval e orientação do coordenador do estudo, Sávio Costa. Assim, o processamento das informações da pesquisa quantitativa foi realizado pelo IPDC a pedido da Direção Administrativa e Financeira do SESC Ceará que era nesse período o próprio orientador da investigação, Savio Costa, sob o total apoio do SESC na realização desse estudo. Depois de processadas todas essas informações, o IPDC apresentou este documento na forma de relatório a Direção do SESC Ceará a pedido do autor dessa tese, Sávio Costa.

Realizado este remato da pesquisa documental sobre o estudo de caso da Mostra SESC Cariri de Culturas no estado do Ceará, será apresentado nos próximos tópicos à discussão e à análise dos resultados quantitativos com o intuito de responder os objetivos e as indagações, as hipóteses deste estudo de caso na perspectiva da pesquisa quantitativa que se destaca como amostra por categorias dos entrevistados dos inquéritos no ano de 2012 foram 352 (trezentos e cinquenta e dois) empresários, 320 (trezentos e vinte) artistas e 531 (quinhentos, trinta e um) públicos e a amostra por categoria do ano 2016 foram 390 (trezentos e noventa) empresários locais, 418 (quatrocentos e dezoito) artistas e 510 (quinhentos e dez) públicos.

#### 4.2 - Percepção dos artistas e produtores sobre a Mostra SESC Cariri de Cultura cearense numa perspectiva quantitativa dos eventos Culturais nas Dinâmicas de Desenvolvimento Regional

Para delinear a percepção dos artistas sobre a Mostra SESC Cariri de Culturas relativa às dinâmicas de desenvolvimento regional, numa perspectiva quantitativa, utilizaram-se dados da pesquisa realizada pelo SESC sobre o acompanhamento e a orientação técnica do pesquisador, Sávio Costa, como

desenho do acompanhando de toda a evolução da opinião dos participantes da mostra à luz de Amarante (2009), Cardoso (2013) e dos objetivos desse estudo, porém, para mais pormenores desses procedimentos poderá localizar no Capítulo I que trata das minúcias do percurso metodológico dessa tese.

Assim, utilizou-se dos dados coletados durante a 18ª Mostra SESC Cariri de Culturas, em 2016 como efeito comparativo da evolução da opinião dos artistas com os dados da pesquisa realizada em 2012 da Mostra. Reforça-se que ambas as pesquisas estão expostas todo o processo de participação ativa do autor, Sávio Costa, em todo o estudo em que ele descreve o passo a passo no capítulo I.

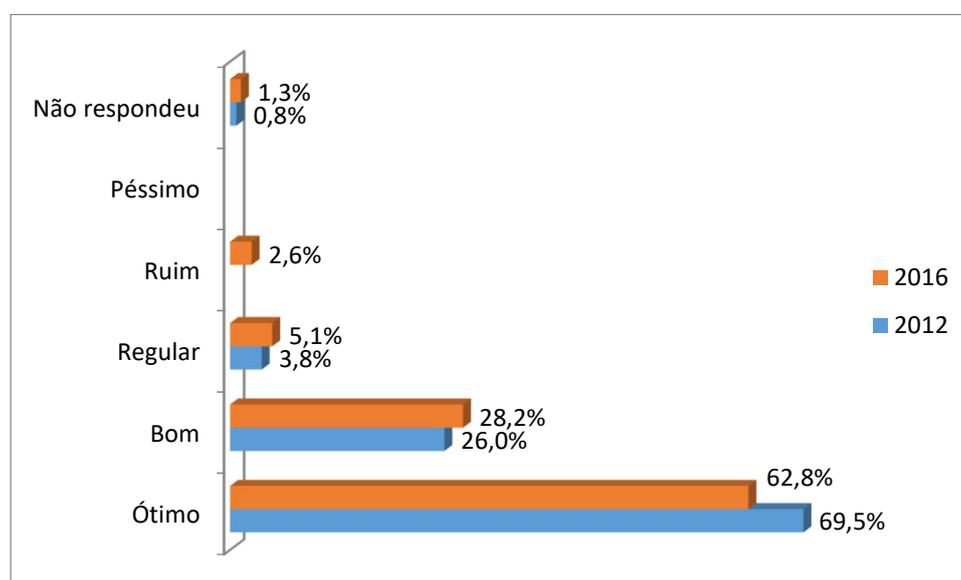
Na pesquisa realizada em 2016 foram selecionadas por amostragem estratificada com domínio aleatório simples 418 pessoas dentre artistas e pessoas envolvidas na produção, estimada em 2.374 (Relatório de pesquisa solicitado nessa forma de documento ao IPDC e o seu acompanhamento por Sávio Costa a “Pesquisa sobre o nível satisfação do público, artistas e empresários das ações da 18ª Mostra SESC Cariri de Culturas nos municípios do Crato e Juazeiro do Norte” Relatório final – Artistas, ano 2016, página 11). No que se refere à pesquisa de 2012, foram entrevistados 320 artistas (atores, atrizes, diretores, técnicos, compositores, músicos, cantores, cineastas, poetas, escritores, artesãos, dentre outros personagens do universo das artes) e pessoas envolvidas na produção conforme informa o relatório de Pesquisa de avaliação da XIV Mostra SESC Cariri de Culturas, ano 2012.

Nas duas pesquisas o resultado aponta quatro aspectos onde se pode perceber ou identificar o envolvimento da Mostra Sesc Cariri de Culturas nas dinâmicas de desenvolvimento regional os quais são: a contribuição para a formação dos artistas, a contribuição para a divulgação da imagem da região do Cariri cearense, a contribuição para o comércio do Cariri e a contribuição para a divulgação do turismo. As respostas foram dadas classificando o nível de contribuição nos conceitos, ótimo, bom, regular e ruim.

Em 2016, nesse aspecto o reconhecimento da importância da Mostra para a formação dos artistas foi evidenciado por 91,0% dos entrevistados, índice referente à frequência distribuída entre os conceitos ótimo (62,8%) e bom (28,2%). Em 2012, o reconhecimento da importância da Mostra pelos

artistas e produtores, considerando o acumulado de respostas com conceito ótimo (69,5%) e bom (26,0%), foi de 95,5%. Esses resultados demonstram que a contribuição da Mostra na formação dos artistas proporciona para a região o seu desenvolvimento artístico cultural através do estímulo a qualidade e ao aprimoramento dos produtos artísticos (Ver gráfico n° 5).

Gráfico 5 Nível de contribuição da Mostra Sesc Cariri de Culturas para a formação dos artistas da Região do Cariri cearense, na opinião dos artistas e produtores, anos 2012 e 2016



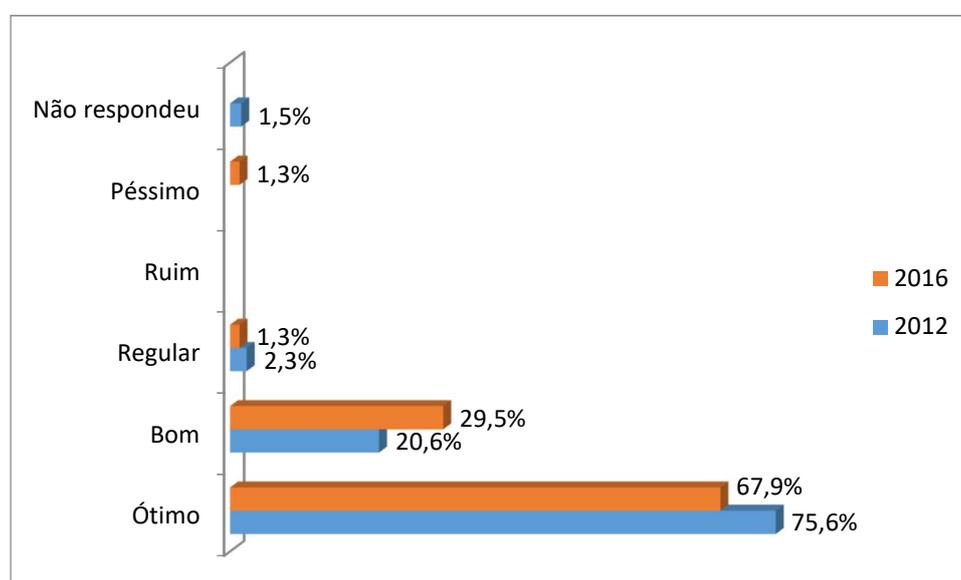
Fonte: Dados provenientes dos relatórios da pesquisa sobre a Mostra Sesc Cariri de Culturas, ano 2012 (página 91) e ano 2016 (página 28)<sup>73</sup>.

A contribuição da Mostra Cariri de Culturas para a divulgação da imagem da região do Cariri cearense, tanto em 2012 como 2016, foi afirmada por quase a totalidade dos entrevistados na pesquisa. Conforme se pode constatar no gráfico n° 06, que expõe o resultado da pergunta: “Na sua opinião

<sup>73</sup> Dados provenientes dos relatórios de pesquisa sobre a Mostra. Este é um documento como está explicado no Capítulo I com todo aparato o SESC autorizou e apoiou de imediato a essa ideia de estudo e pesquisa sobre Mostra com isso houve a elaboração desse documento. Reforça-se de que o surgimento da necessidade de atender aos objetivos da Tese foi solicitado, planejado e acompanhado nessa forma pelo autor, Sávio Costa diretor do SESC. Portanto, tanto a solicitação nessa forma de documento ao IPDC quanto todo o seu acompanhamento e processo contou com papel ativo do pesquisador desse estudo.

qual o nível de importância da Mostra Sesc Cariri de Culturas para a divulgação da imagem da região?”, tem-se que, em 2016, 67,9% atribuíram conceito ótimo e 29,5% atribuíram conceito bom. Acumulando a frequência de respostas com esses dois conceitos, tem-se 97,4% dos entrevistados da pesquisa. Em 2012, o total de respostas com conceito ótimo e bom, correspondeu a 96,2% dos entrevistados. Deste modo, nota-se que a evolução de 1,2% pontos no índice de respostas com conceito ótimo e bom, indicando que na opinião dos artistas e produtores, em 2016, a contribuição da mostra aumentou relativo a 2012.

Gráfico 6 Nível de contribuição da Mostra Sesc Cariri de Culturas para a divulgação da Imagem na Região, na opinião dos artistas, anos 2012 e 2016

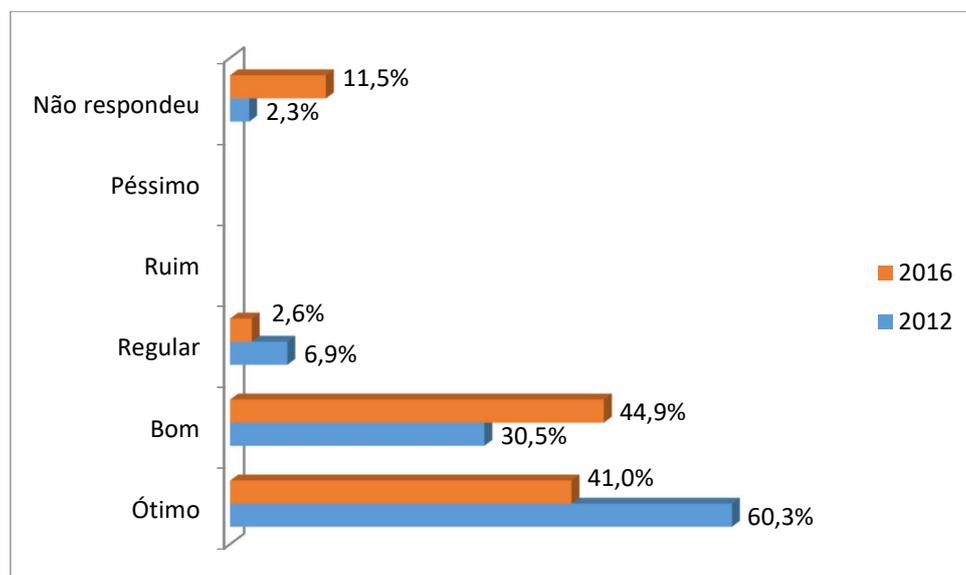


Fonte: Dados provenientes dos relatórios da pesquisa sobre a Mostra Cariri de Culturas, ano 2012 (página 92) e ano 2016 (página 29).

A contribuição da Mostra para o comércio da região do Cariri cearense, na ótica dos 418 artistas e produtores em 2016 e 320 em 2012 entrevistados nos locais dos respectivos eventos, que responderam à pergunta: “Na sua opinião qual o nível de importância da Mostra Sesc Cariri de Culturas para o comércio da região do Cariri?”, teve expressiva frequência de respostas com conceito ótimo e bom, tanto em 2012 como em 2016, conforme se pode visualizar no gráfico nº 07. Em 2016, 44,9% atribuíram conceito bom e 41,0%

atribuíram conceito ótimo, acumulando 85,9% das frequências nos dois conceitos. Em 2012, as respostas a esse quesito somaram 60,3% no conceito ótimo e 30,5% com conceito bom, totalizando 90,8% nos dois conceitos.

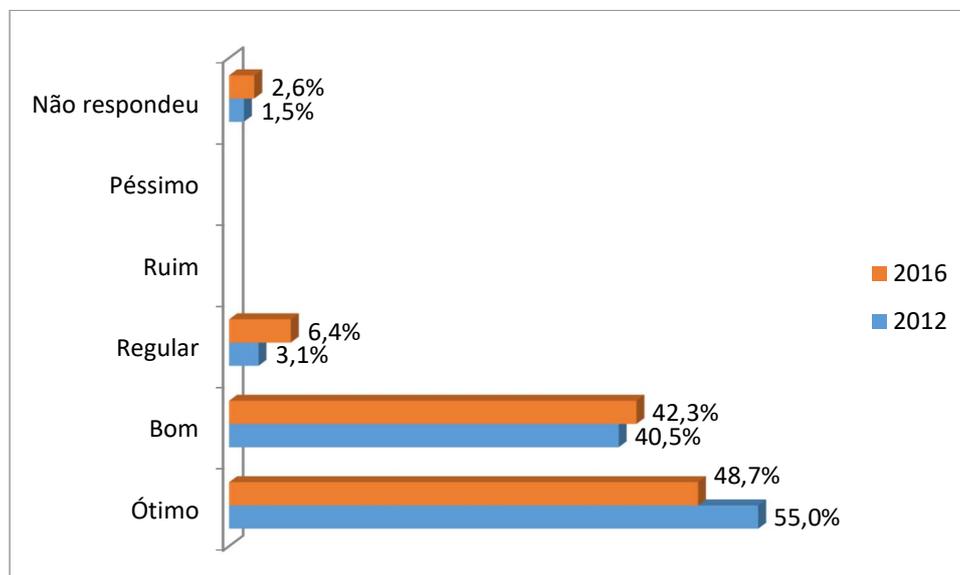
Gráfico 7 Nível de contribuição da Mostra Sesc Cariri de Culturas para o comércio da Região do Cariri cearense, na opinião dos artistas e produtores, anos 2012 e 2016



Fonte: Dados provenientes dos relatórios da pesquisa sobre a Mostra Cariri de Culturas, ano 2012 (página 94) e ano 2016 (página 30).

Na pesquisa, ao responder a pergunta: “Na sua opinião qual o nível de importância da Mostra Sesc Cariri de Culturas para a divulgação do turismo da região?”, os artistas externaram sua visão sobre a importância da Mostra, de forma quase que unânime, considerando que mais de 90% deles atribuíram conceito ótimo ou bom, a esse quesito, em 2012 e em 2016 (gráfico nº 08). Em 2016, com conceito ótimo (48,7%) ou bom (42,3%), acumulou-se 91,0% das respostas. Em 2012, foram 55% das respostas com conceito ótimo e 40,5% com conceito bom, ou seja, na opinião de 95,5% dos entrevistados a mostra contribui para a divulgação do turismo no Cariri.

Gráfico 8 Nível de contribuição da Mostra Sesc Cariri de Culturas para a divulgação do turismo na Região, na opinião dos artistas e produtores, anos 2012 e 2016



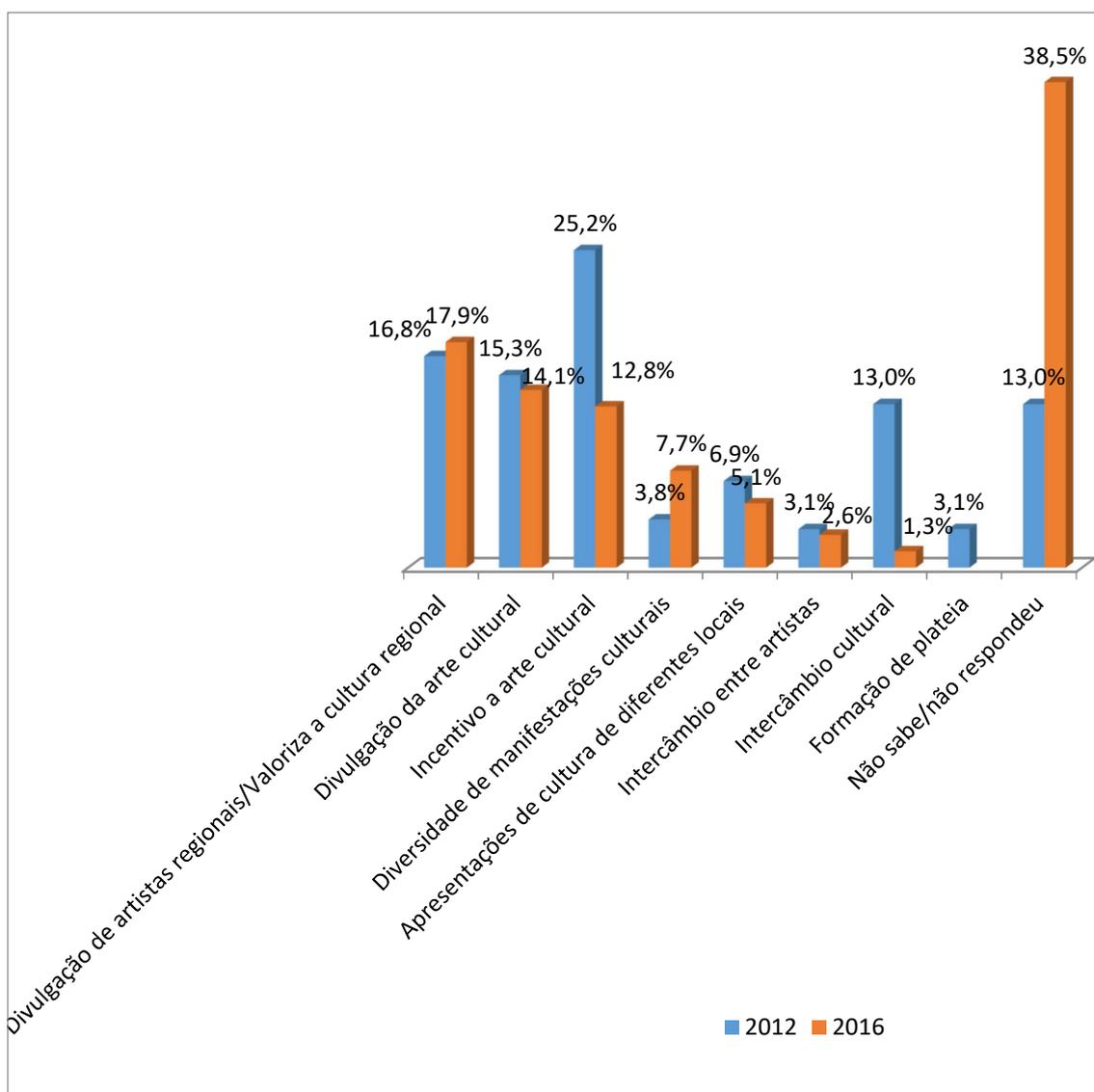
Fonte: Dados provenientes dos relatórios da pesquisa sobre a Mostra Cariri de Culturas, ano 2012 (página 93) e ano 2016 (página 29).

Outros dados da pesquisa de 2012 e de 2016, que delineiam o pensamento dos entrevistados relativo às dinâmicas de desenvolvimento regional, ensejado pela realização da Mostra Sesc Cariri de Culturas são as contribuições relativas aos aspectos: cultural, social e econômico.

Com relação às contribuições da Mostra Sesc Cariri de Culturas, no aspecto cultural, conforme pode ser visto, no Gráfico nº 09, em 2016, o maior índice foi de pessoas que não responderam ou não souberam responder, ou seja, 38,5% dos artistas não se posicionaram a respeito. Os que atribuíram alguma resposta norteadora destacam-se: divulgação de artistas regionais/valoriza a cultura regional, com 17,9% de frequência e divulgação da arte cultural com 14,1% de frequência. Em 2012, a maior quantidade de artistas indicou o incentivo à arte cultural como contribuição, correspondendo a 25,2% do total da amostra. A indicação de divulgação de artistas regionais/valoriza a

cultura regional, que teve maior frequência em 2016, em 2012 também teve expressividade, sendo a contribuição informada por 16,8% dos artistas.

Gráfico 9 Contribuição da Mostra Sesc Cariri de Culturas para a região cearense, na opinião dos artistas e produtores, ano 2012 e 2016, no aspecto: Cultural



Fonte: Dados provenientes dos relatórios da pesquisa sobre a Mostra Cariri de Culturas, ano 2012 (página 98) e ano 2016 (página 33).

No aspecto social, com relação à pesquisa realizada em 2016, a tabela nº 01 ainda aponta que grande parte dos entrevistados não se posicionou a respeito, ou seja, 55,1% dos artistas não sabem ou não responderam a esse quesito. Os 44,9% restantes destacaram como aspecto social proporcionado pela realização da mostra, a interação entre pessoas de diversas classes sociais com 14,1% de frequência e integração entre artista e público com 5,1% de frequência. Na pesquisa realizada em 2012, a indicação de contribuição predominante dos artistas foi a mesma de 2016, mas com maior adesão dos entrevistados, ou seja, 27,5%. No referido ano o índice de pessoas que não fizeram indicação de contribuição ficou em 19,1%.

Tabela 1 Contribuição da Mostra Sesc Cariri de Culturas para a região do Cariri cearense, na opinião dos artistas e produtores, ano 2012 e 2016, no aspecto: Social

Tipo de Contribuição	Ano	
	2012	2016
Interação entre pessoas de diversas classes sociais	27,5%	14,1%
Integração entre artistas e público	7,6%	5,1%
Apresentação de cultura de diversos locais	0,8%	3,8%
Entretenimento para a sociedade	13,0%	3,8%
Valorização da história da região do Cariri cearense	3,1%	3,8%
Incentivo ao turismo	3,1%	3,8%
Arte gratuita	3,1%	3,8%
Arte como instrumento de educação	6,9%	2,6%
Formação de plateia	3,1%	1,3%
Atinge pessoas de faixa etárias diversas	0,8%	1,3%
Estímulo a futuros artistas	1,5%	1,3%
Troca de experiência entre outros artistas	5,3%	
Descentralizou a arte	2,3%	
Doação de alimentos ajuda a população carente	2,3%	
Integração entre Sesc e sociedade	0,8%	
Não sabe/não respondeu	19,1%	55,1%

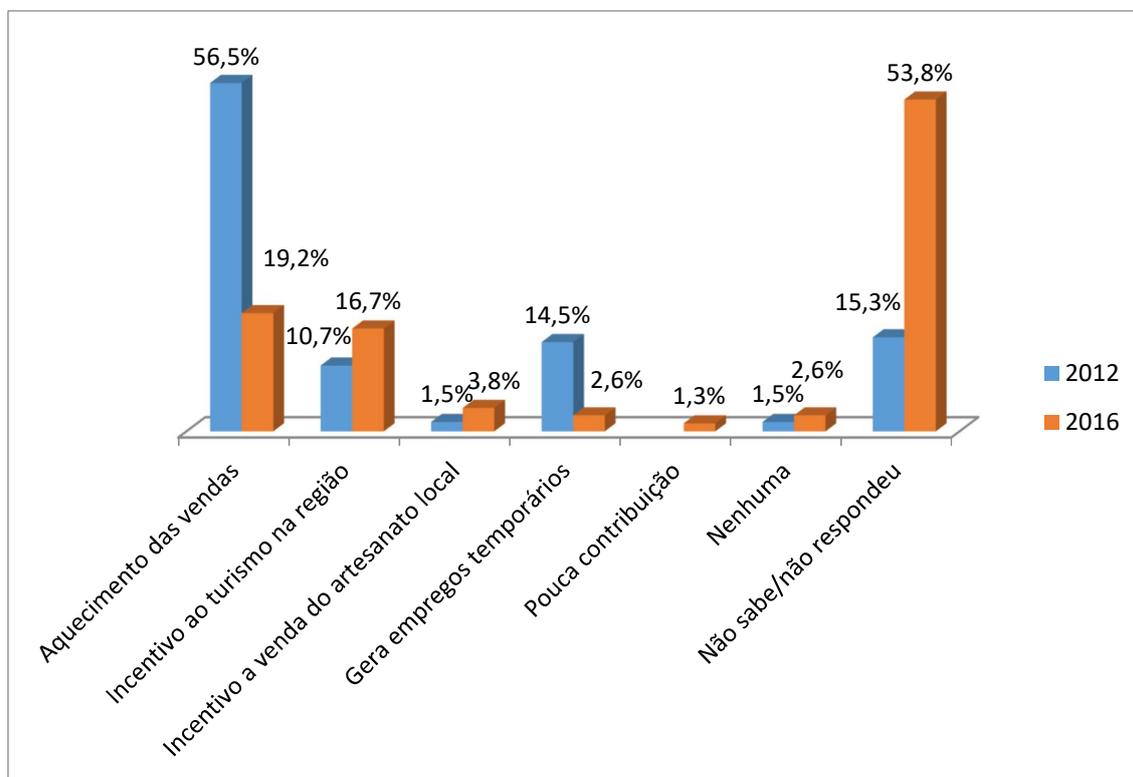
---

100,0%      99,8%

Fonte: Dados provenientes dos relatórios da pesquisa sobre a Mostra Cariri de Culturas, ano 2012 (página 99) e ano 2016 (página 33).

O gráfico nº 10 demonstra as frequências de respostas dos artistas e produtores, em 2012 e 2016, relativa à indicação da contribuição da Mostra Sesc Cariri de Culturas, no aspecto econômico. O referido gráfico demonstra que na pesquisa em 2016, também há grande índice de frequência de pessoas cuja resposta foi não sabe/não respondeu. No referido ano, os demais entrevistados destacaram como contribuição da mostra, aquecimento das vendas com 19,2% de frequência e incentivo ao turismo na região com 16,7%. Com relação ao resultado da pesquisa em 2012, o aquecimento das vendas foi de igual à indicação de contribuição da Mostra com maior frequência, correspondendo a 56,5% e outra indicação de contribuição significativa foi gera empregos temporários com 14,5%.

Gráfico 10 Contribuição da Mostra Sesc Cariri de Culturas para a região cearense, na opinião dos artistas e produtores, ano 2012 e 2016, no aspecto: Econômico



Fonte: Dados provenientes dos relatórios da pesquisa sobre a Mostra Cariri de Culturas, ano 2012 (página 100) e ano 2016 (página 34).

Em análise da percepção dos artistas a Mostra SESC Cariri de Cultura cearense numa perspectiva quantitativa dos eventos Culturais nas Dinâmicas de Desenvolvimento Regional comprova, sobretudo que no geral a percepção deles não existiu mudança significativa com referência aos dois anos avaliados de 2012 e 2016. Entretanto, tendo por base a média do conceito da soma de bom mais ótimo realçou a evidência da grande maioria (93,25%) para reconhecer a importância da Mostra na formação profissional destes interlocutores. Bem como 96,8% deles acreditam que a Mostra promove a divulgação da imagem da região do Cariri cearense. 88,35% deles afirmaram acreditarem na contribuição da Mostra para o comércio da Região do Cariri cearense e 93,25% deles creem no apoio da Mostra Sesc Cariri de Culturas para a divulgação do turismo na região do Cariri cearense. Esses dados quantitativos reafirma a teoria de Getz (2005; 2008) já vista no registro histórico

da Mostra, alinha-se com Marujo (2015) quando esta autora afirma que os eventos de turismo promovem o aumento do fluxo de turistas, criação de emprego, entre outros que impactam de forma positiva na melhoria da qualidade de vida dessas pessoas.

Diante disto, vale ressaltar nesse pensamento, Cardoso (2013) que afirma as cidades devem ser capazes de “superar os desafios e se afirmarem num contexto de globalização têm que ser capazes de gerar e acumular qualidade de vida e sustentabilidade, economia e geração de riqueza, conhecimento, inovação e criatividade” (Cardoso, p.24, 2013). Esta autora vai de encontro aos cuidados das ações da Mostra reconhecida pelos interlocutores de buscar promover um desenvolvimento sustentável no Cariri cearense.

Dá observar no cotidiano o diferencial da ação da Mostra envolvendo desde os seus próprios profissionais do SESC das diversas unidades em prol de dá vida a Mostra SESC Cariri de Cultura. Tudo isso promove uma energia muito mágica entre os profissionais do SESC com os artistas e o evento como um todo. Este é um momento único que tanto marca o técnico do SESC quanto a vida dos artistas que passam por esse evento. A Mostra aproxima o Cariri cearense com o Brasil e, talvez, como se observa para alguns deles a Mostra possibilita conhecer um novo mundo fora das expectativas de visão de mundo de muitos deles. Quem sabe ainda por isso que têm deles que estão presentes fieis a participação na Mostra desde 1999. É muito comum ouvir deles que voltam ano a ano porque, depois da Mostra eles têm um sentimento de pertence e de estarem mais fortalecidos e mais valorizados como pessoa humana e profissional. De modo que, essa vivência na Mostra influência na organização e competência dos seus espetáculos ano a ano seja folclórico ou teatral ou artístico ou artesanato.

4.3 - Percepção dos empresários sobre a Mostra SESC Cariri de Cultura cearense numa perspectiva quantitativa dos eventos Culturais nas Dinâmicas de Desenvolvimento Regional

Para identificação dessa percepção, vale reforçar que se utilizaram dados da pesquisa realizada pelo IPDC durante a 18ª Mostra SESC Cariri de Culturas, em 2016 e 2012, sobre o acompanhamento e a orientação técnica do pesquisador, Sávio Costa, como forma de acompanhar a evolução da opinião dos participantes da mostra à luz de Amarante (2009), Cardoso (2013) e dos objetivos desse estudo, aliás, mais particularidade desse processo poderá encontrar no Capítulo I que trata do detalhamento do percurso metodológico dessa Tese.

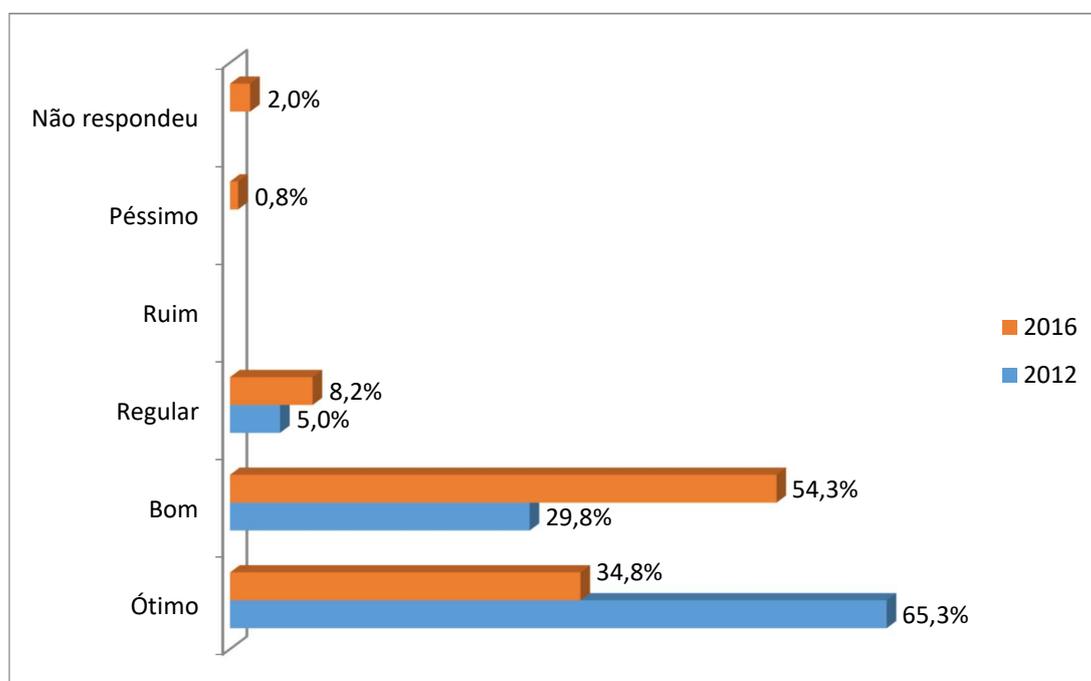
Em 2016, da estimativa de 12.653 (doze mil, seiscentos e cinquenta e três) empresários locais, 390 (trezentos e noventa) foram selecionadas por amostragem estratificada com domínio aleatório simples para compor a amostra (Relatório de pesquisa “Pesquisa sobre o nível satisfação do público, artistas e empresários das ações da 18ª Mostra Sesc Cariri de Culturas nos municípios do Crato e Juazeiro do Norte” Relatório final – Empresários, ano 2016, página 11). Em 2012 a amostra foi composta por 352 empresários com a área de abrangência restrita à “Região do Cariri e em empresários com empresas formalmente constituídas” (Relatório de pesquisa com os Empresários, texto da página 11). Nas pesquisas, foi avaliado o nível de satisfação dos empresários do ramo de comércio e serviços que tem negócio ativo nas principais cidades que receberam a Mostra Sesc Cariri de Culturas no estado do Ceará.

É possível identificar, tanto na pesquisa realizada em 2012 como na realizada em 2016, a percepção dos empresários relativa à contribuição da Mostra nos seguintes aspectos: a contribuição para a divulgação da imagem da região do Cariri cearense, a contribuição para o comércio do Cariri cearense e a contribuição para a divulgação do turismo. As respostas foram fornecidas classificando o nível de importância através dos conceitos, ótimo, bom, regular e ruim.

Em 2016, a contribuição da Mostra Sesc Cariri de Culturas para a divulgação da imagem da região do Cariri cearense, foi classificada com conceito bom por 54,3% dos empresários entrevistados e com conceito ótimo por 34,8%. Na soma desses dois conceitos, conforme pode ser visto no gráfico

n° 11, a frequência totaliza 89,1%. Ainda no gráfico 07, temos o resultado da pesquisa realizada em 2012, onde se depreende que 65,3% dos empresários entrevistados atribuíram conceito ótimo relativo à contribuição da mostra para a divulgação da imagem da região do Cariri cearense e 29,8% atribui conceito bom, acumulando 95,0% da frequência de respostas nos dois conceitos.

Gráfico 11 Nível de contribuição da Mostra Sesc Cariri de Culturas para a divulgação da Imagem na Região cearense, na opinião dos empresários, anos 2012 e 2016

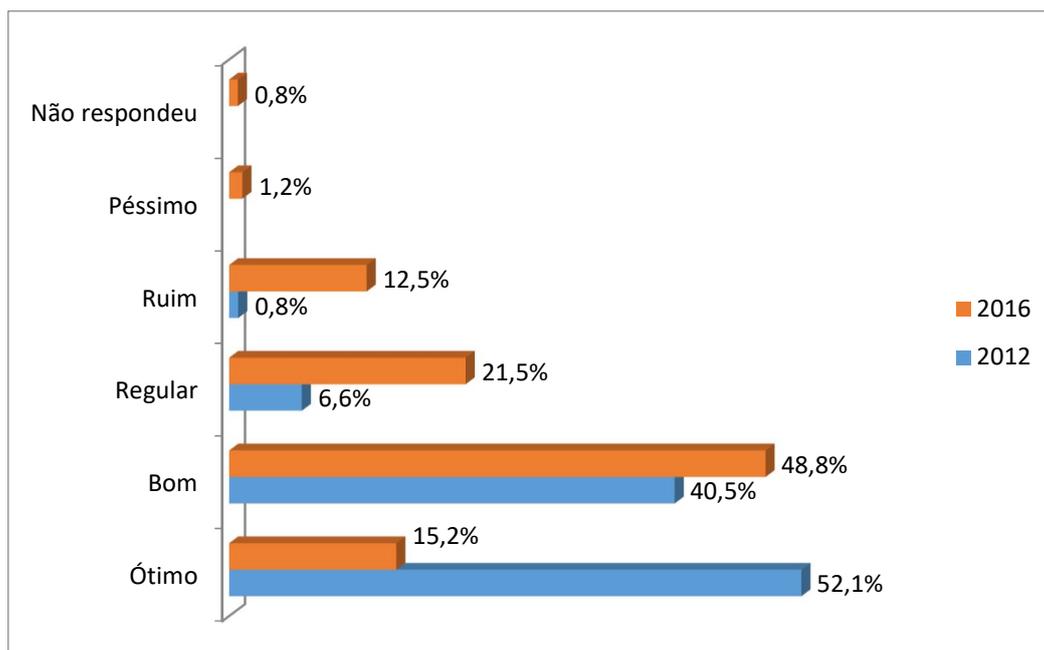


Fonte: Dados provenientes dos relatórios da pesquisa sobre a Mostra Cariri de Culturas, ano 2012 (página 128) e ano 2016 (página 27).

No que se refere ao comércio da região do Cariri cearense o gráfico n° 12, que expõe o resultado da consulta feita aos empresários, em 2012 e 2016, a respeito do nível de importância da mostra para este ramo de negócio, temos em evidencia, em 2016, o conceito bom informado por 48,8% dos empresários, o conceito regular atribuído por 21,5% e o conceito ótimo atribuído por 15,2%.

Acumulando-se os conceitos ótimo e bom tem-se a posição de 64,0% dos entrevistados. No resultado da pesquisa realizada em 2012, observa-se que os empresários foram mais otimistas em relação ao nível de contribuição da mostra para o comércio. O gráfico mostra que 52,1% dos empresários atribuíram conceito ótimo ao referido quesito e 40,5% atribuíram conceito bom, totalizando no acumulado de 92,6% nos dois conceitos. Comparando-se os resultados nos dois anos, observa-se que houve uma queda de 28,6 pontos percentuais em 2016 relativos a 2012. A avaliação de bom, regular e ótimo em quase 90% nos dois anos pesquisados, indica de forma positiva que o comércio é beneficiado quando o SESC efetiva o pagamento dos serviços de apresentação dos artistas na Mostra ou contrata toda infraestrutura, transportes, alimentação, hospedagem, segurança e pessoal de apoio, priorizando as empresas locais. Ao participar da mostra sempre em conversa com os donos de restaurantes, ouvia dos mesmos o quanto gostavam do período da mostra, pois viam seus restaurantes cheios mesmo no meio da semana, dias onde era normal a frequência ser baixa de clientes, isso faz entender os motivos da avaliação.

Gráfico 12 Nível de contribuição da Mostra Sesc Cariri de Culturas para o comércio na Região cearense, na opinião dos empresários, anos 2012 e 2016

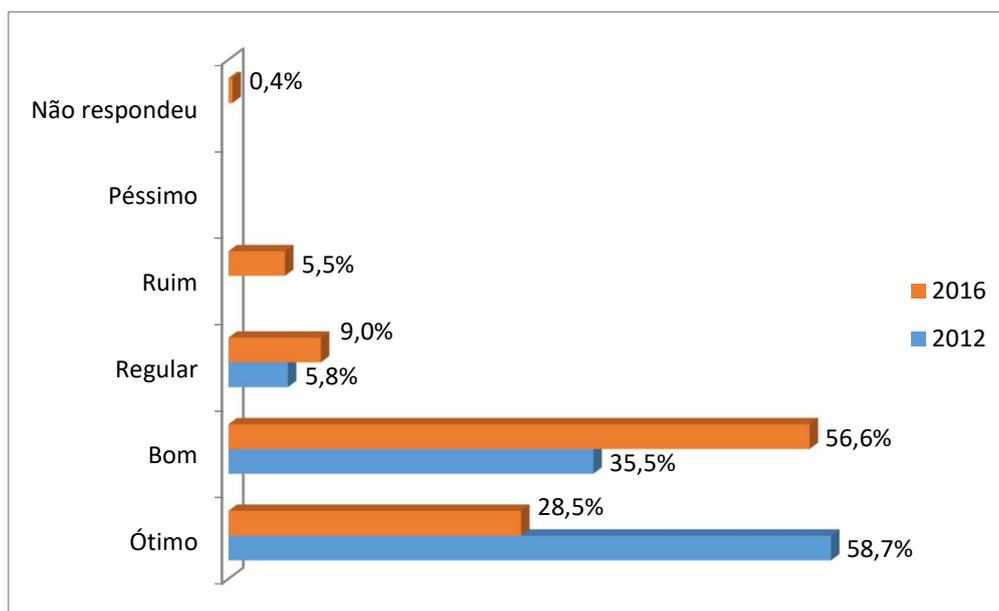


Fonte: Dados provenientes dos relatórios da pesquisa sobre a Mostra Sesc Cariri de Culturas, ano 2012 (página 130) e ano 2016 (página 28).

O nível de importância da Mostra SESC Cariri de Culturas para a divulgação do turismo na região do Cariri cearense, conforme exposto através do gráfico nº 13, indica que em 2016, na opinião de 56,6% dos empresários, a contribuição tem sido boa e para 28,5% tem sido ótima, e assim, os dois conceitos concentram 85,1% das opiniões. A mesma pesquisa realizada em 2012 apontou situação melhor na atribuição de conceitos pelos empresários, ao registrar a frequência de 58,7% de conceito ótimo e 35,5% de conceito bom, concentrando 94,2% das respostas nos dois conceitos. Essa contribuição reconhecida por quase toda a população dos empresários se dar porque no período da Mostra a ocupação dos hotéis aumenta muito e além disso o SESC movimentava o comércio do Cariri cearense, por meio, sobretudo, da Mostra tanto porque oferece possibilidades do turismo quando trabalha com profundidade para dar subsídios e condições de concretude a comunidade na melhoria dos seus produtos por meio dos cursos, oficinas e palestras dentro da proposta do Mostra para atingir esse objetivo. Ou quando na compra de alguns produtos fundamentais ao desenvolvimento dos participantes e artistas para melhor se organizarem e se apresentarem na Mostra. Ou ainda como toda a sua estrutura e excelência de seus serviços que atraem diversos turistas de

toda parte para assistir a Mostra e tudo isso mobiliza de forma visível o comércio do Cariri cearense, daí todo esse reconhecimento.

Gráfico 13 Nível de contribuição da Mostra Sesc Cariri de Culturas para a divulgação do turismo na Região do Cariri cearense, na opinião dos empresários, anos 2012 e 2016



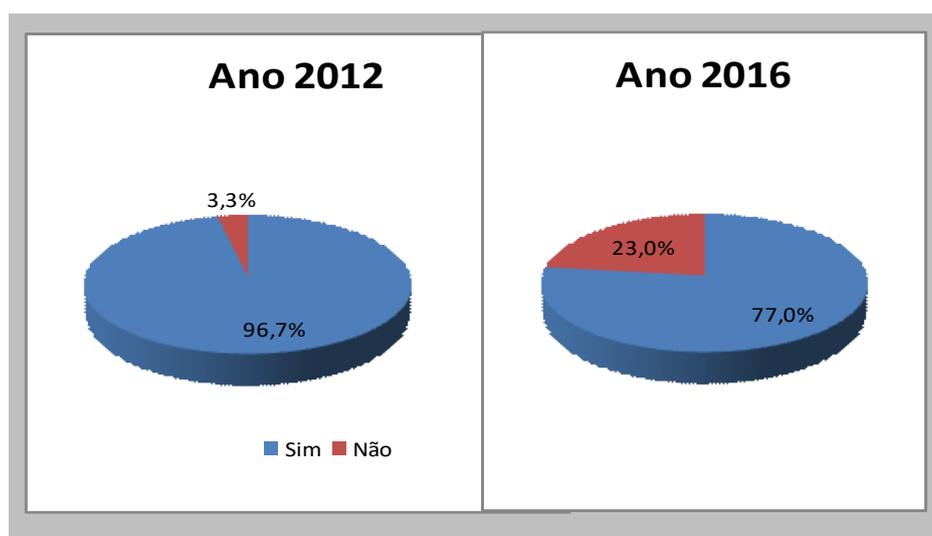
Fonte: Dados provenientes dos relatórios da pesquisa sobre a Mostra Sesc Cariri de Culturas, ano 2012 (página 129) e ano 2016 (página 27).

Nas pesquisas, outras abordagens foram feitas acerca da opinião dos empresários relativa às dinâmicas de desenvolvimento regional, proporcionadas pela realização da mostra, as quais são descritas nos tópicos a seguir.

O gráfico nº 14 mostra a opinião dos empresários entrevistados relativos à contribuição da mostra para o desenvolvimento da economia dos municípios da região do Cariri cearense. Em 2016, conforme o gráfico nº 77,0% dos entrevistados afirmaram haver contribuição da mostra, enquanto que, em 2012 o percentual foi de 96,7%. Foram vários os motivos que levaram os entrevistados a afirmar a existência de contribuição da mostra para o desenvolvimento da economia dos municípios da região do Cariri cearense,

conforme pode ser visto na tabela nº 02. Em 2016, o aumento do fluxo de pessoas e turistas na cidade foi apontado por 43,8% dos entrevistados e aumento das vendas por 15,6%. Em 2012, o aumento das vendas ficou em 1º lugar como motivo apontado pelos empresários como contribuição da mostra para o desenvolvimento da economia dos municípios da região do Cariri cearense, correspondendo a 46,3% do total de entrevistados. Em 2º lugar, com 37,2%, foi indicado como motivo o aumento do turismo regional. E importante destacar 9,1% como geração de emprego e renda. Em resumo, nos dois anos, foi importante o aumento do fluxo de pessoas, inclusive turistas, e o aumento das vendas possibilitando um aquecimento do comércio da região durante o período da Mostra e isso tem sido considerado pelos empresários como uma contribuição da mostra para o desenvolvimento econômico da região do Cariri cearense. Empresas como restaurantes, lanchonetes, hotéis, pousadas, vendedores ambulantes, aumentam seus estoques e contratam pessoal extra para atender ao aumento do fluxo de pessoas durante o período da mostra.

Gráfico 14 Opinião dos empresários sobre a contribuição da Mostra Sesc Cariri de Culturas para o Desenvolvimento econômico dos municípios da Região do Cariri Cearense



Fonte: Dados provenientes dos relatórios da pesquisa sobre a Mostra Sesc Cariri de Culturas, ano 2012 (página 116) e ano 2016 (página 20).

Tabela 2 Motivos que levaram os empresários a afirmar que a Mostra Sesc Cariri de Culturas contribui para o desenvolvimento dos municípios da Região do Cariri cearense

Repostas	Ano 2012	Repostas	Ano 2016
Aumenta as vendas	46,3%	Aumento do fluxo de pessoas e turistas na cidade	43,8%
Aumenta o turismo regional	37,2%	Aumento das vendas	15,6%
Geração de emprego e renda	9,1%	Não influenciou no comércio	9,0%
Desenvolve a cultura regional	5,8%	Pouca duração da mostra	3,5%
Divulga a cultura regional	5,0%	Geração de empregos temporários	3,1%
Ajuda no desenvolvimento do município	4,1%	Melhora o aspecto cultural	2,3%
Entretenimento para a cidade	1,7%	Falta divulgação	2,0%
Não houve aumento nas vendas	0,8%	Aumento das ocupações nos hotéis	1,6%
Gera custos para o governo	0,8%	Traz novos produtos para o comércio	1,6%
Não sabe/Não respondeu	9,1%	Entretenimento para a cidade	1,6%
		Fomenta o comércio informal	1,2%
		Período favorável	0,4%
		Falta parceria	0,4%
		Incentiva novas ideias	0,4%
		Aumento do capital circulante	0,4%
		Nenhum	5,9%
		Não sabe/Não respondeu	7,4%

Fonte: Dados provenientes dos relatórios da pesquisa sobre a Mostra Sesc Cariri de Culturas, ano 2012 (página 117) e ano 2016 (página 21). O entrevistado poderia informar mais de um motivo.

Solicitados a citar os impactos positivos na rotina das cidades com a realização da mostra (tabela nº 03), os empresários destacaram, em 2016, a divulgação da cultura local (21,5%), aumento das vendas (16,4%), diversidade de pessoas (16,4%), diversidade de atrações culturais (14,8%) e fortalece o turismo na região (12,9%). Em 2012, fortalece o turismo na região foi a

indicação de 28,9% dos empresários, seguindo-se o aumento das vendas com 17,4% do total de entrevistados. Assim se percebe indicativo que a Mostra tem importância e é positivo o impacto nas cidades em vários aspectos e isso é percebido pelos empresários, além de perceberem um aumento nas suas vendas, percebem também que o turismo se fortalece com eventos dessa natureza.

Tabela 3 Impactos positivos na rotina das cidades com a realização da Mostra Sesc Cariri de Culturas, na opinião dos empresários

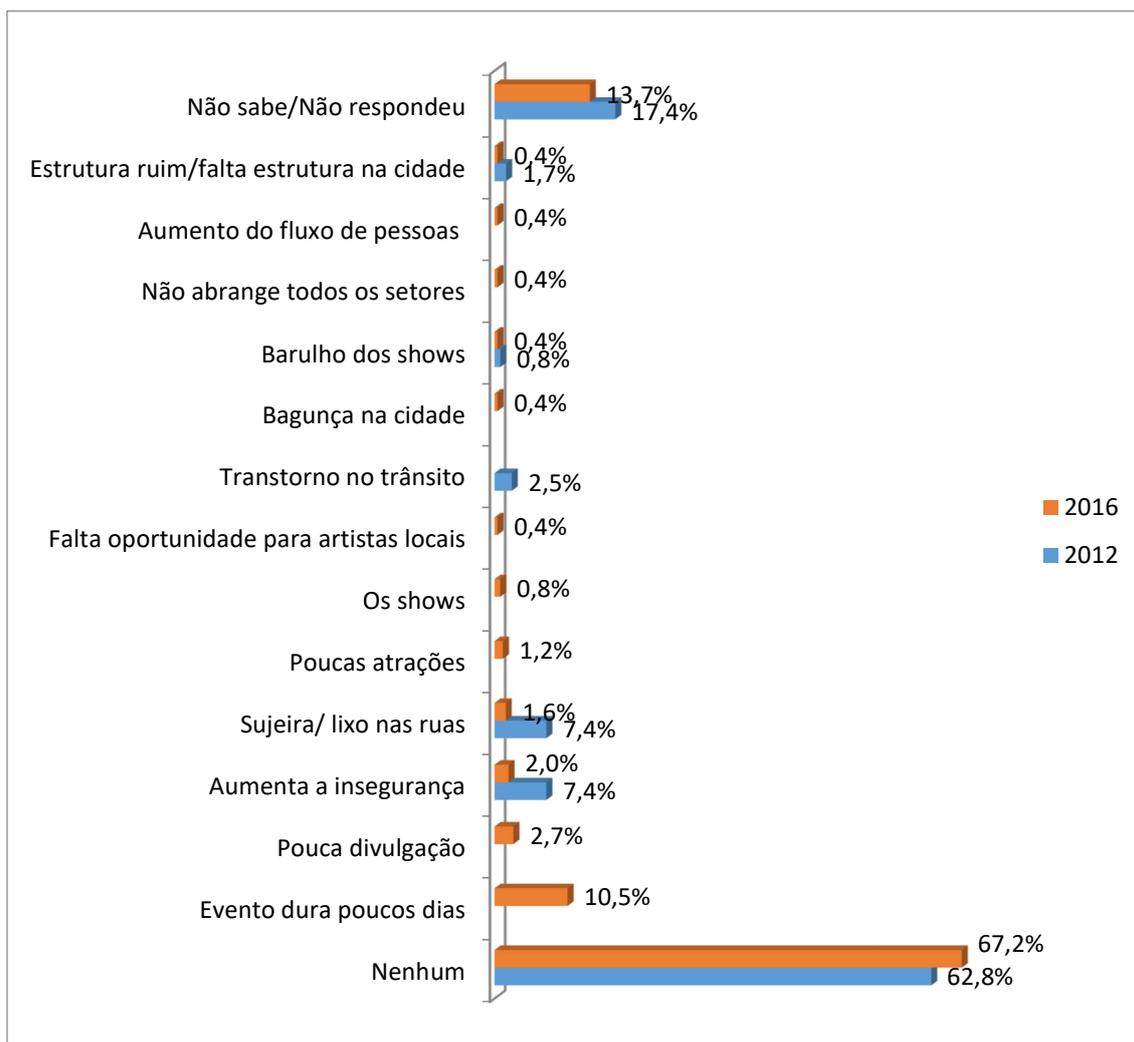
Impactos positivos	Ano	
	2012	2016
Fortalece o turismo na região	28,9%	12,9%
Aumento das vendas	17,4%	16,4%
Aumenta a movimentação cultural	9,9%	6,6%
Diversidade de pessoas	5,0%	16,4%
Divulgação/apresentação do artesanato	4,1%	
Melhoria na qualidade de lazer dos jovens	3,3%	2,0%
Embeleza a cidade	2,5%	
Divulgação da cultura local	2,5%	21,5%
Divulgação da arte	2,5%	0,4%
Festa voltada para a sociedade	1,7%	
Gera empregos temporários	1,7%	0,8%
Diversidade de atrações culturais	1,7%	14,8%
Melhora a qualidade artística	1,7%	
Atrações culturais simultâneas em diversas localidades	1,7%	1,2%
Shows gratuitos		0,8%
Visibilidade da região do Cariri cearense		0,8%
Nenhum	14,1%	5,5%
Não sabe/Não respondeu	13,2%	19,1%

Fonte: Dados provenientes dos relatórios da pesquisa sobre a Mostra Sesc Cariri de Culturas, ano 2012 (página 125) e ano 2016 (página 25). O entrevistado poderia informar mais de uma resposta.

Em toda ação que se realiza é importante avaliar os impactos negativos. Como exemplo Marujo e Cravidão (2012) apontam dois lados da globalização,

o primeiro que pode ameaçar a nivelar os lugares e a sociedade para atender aos turistas e, em segundo, também pode ser possibilidade de reafirmarem estes lugares como patrimônio. Isso se acredita que vá afetar direto ou indireto tanto ao comércio quanto a comunidade local seja na forma positiva ou negativa, entretanto, na realização da Mostra, o Sesc teve a preocupação de saber se os empresários percebiam algum impacto negativo na rotina da cidade, por ocasião do evento. Nessa avaliação, o gráfico nº 15 destaca que, em 2016, para 67,2% dos empresários não há impacto negativo e em 2012 com essa opinião foram 62,8% das respostas, importante essa percepção pela grande maioria dos empresários. Não sabe/não respondeu foi outra informação predominante, concentrando 13,7% das respostas em 2016 e 17,4% em 2012. Com percentual nem tão significativa, mas aparecendo como terceira resposta em ordem de frequência, a indicação de que o evento dura poucos dias foi à resposta que concentrou 10,5% dos entrevistados em 2016 e 4,1% em 2012, ou seja, na opinião dos empresários o evento deveria ter um período de duração maior. Em 2012, em terceiro lugar de frequência, foi informado como impacto negativo aumenta a insegurança com 7,4% e sujeira/lixo nas ruas com 7,4% das respostas. Percebe-se no gráfico que barulho dos shows, bagunça na cidade, transtorno no trânsito tem percentuais de impacto muito pequenos durante o período de realização do evento.

Gráfico 15 Impactos negativos na rotina das cidades com a realização da Mostra Sesc Cariri de Culturas, na opinião dos empresários



Fonte: Dados provenientes dos relatórios da pesquisa sobre a Mostra Sesc Cariri de Culturas, ano 2012 (página 126) e ano 2016 (página 25). O entrevistado poderia informar mais de uma resposta.

A percepção dos empresários sobre a Mostra SESC Cariri de Cultura cearense numa perspectiva quantitativa dos eventos Culturais nas Dinâmicas de Desenvolvimento Regional demonstrou como os artistas não existiram mudança significativa também nos dois anos avaliados de 2012 e 2016. No entanto, analisando a média do conceito da soma de bom mais ótimo destaca-se a grande maioria (92,1%) admitir a contribuição da Mostra Sesc Cariri de Culturas para a divulgação da Imagem na Região cearense. A maioria (78,3%) deles crê que a Mostra contribui para o comércio na Região cearense. De novo a maioria 89,65% deles declara que há contribuição da Mostra para a divulgação do turismo na Região cearense, existindo assim uma percepção muito positiva em relação a Mostra. Esses dados quantitativos evidenciam a

afirmação de Marujo (2015) quando coloca que o turismo de eventos promove impactos positivos no destino do evento, aumenta o fluxo de turistas, possibilita criação de empregos, maior lucro para o comércio envolvido entre outros (Marujo, p.12, 2015).

#### 4.4 - Percepção do público sobre a Mostra SESC Cariri de Cultura cearense numa perspectiva quantitativa dos eventos Culturais nas Dinâmicas de Desenvolvimento Regional

Para identificação dessa percepção utiliza-se dos dados da pesquisa realizada pelo SESC<sup>74</sup>, com o público, durante a Mostra SESC Cariri de Culturas, em 2012 e 2016 sobre o acompanhamento e a orientação técnica do pesquisador, Sávio Costa, como forma de estar acompanhando toda a evolução da opinião dos participantes da mostra à luz de Amarante (2009), Cardoso (2013) e dos objetivos desse estudo, contudo, em caso de mais delineamentos desse processo poderá encontrar no Capítulo I que trata do detalhamento do percurso metodológico dessa tese.

Na pesquisa realizada em 2016, de um público estimado em 380.248 pessoas, foram selecionadas 510 por amostragem estratificada com domínio aleatório simples, distribuídas na região do Cariri (Relatório de pesquisa “Pesquisa sobre o nível satisfação do público, artistas e empresários das ações da 18ª Mostra Sesc Cariri de Culturas nos municípios do Crato e Juazeiro do Norte” Relatório final – Público, ano 2016, página 11). Em 2012, de um público estimado e aproximado de 205.320 pessoas conforme a comissão organizadora foi entrevistada 531 (Relatório de pesquisa -“Pesquisa de avaliação da XIV Mostra SESC Cariri de Culturas”, Relatório final – Público, ano 2012, páginas 2 e 4). De modo que as “informações sistematizadas e

---

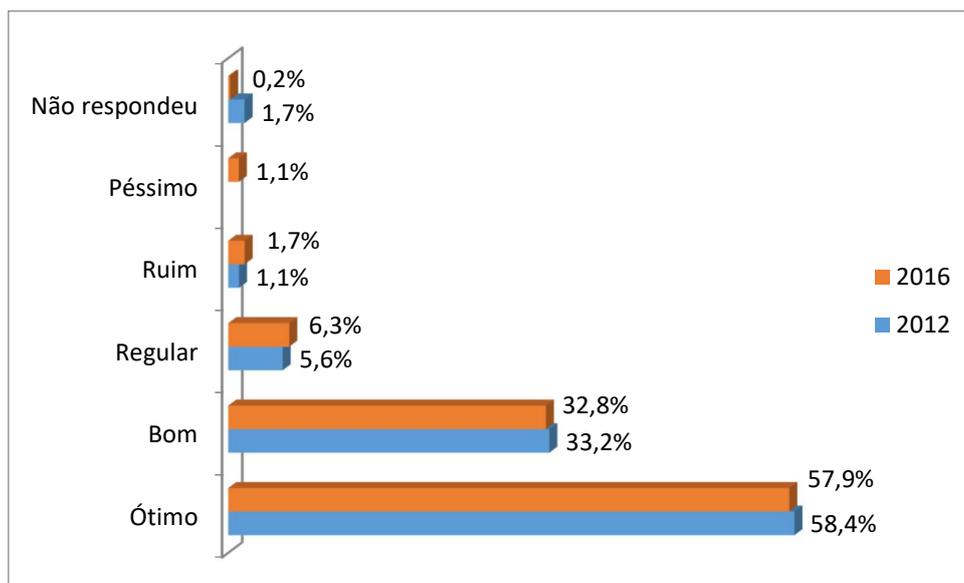
<sup>74</sup> Dados provenientes dos relatórios de pesquisa sobre a Mostra. Este é um documento como está explicado no Capítulo I com todo aparato o SESC apoiou de imediato a essa ideia de estudo sobre Mostra com isso houve a elaboração desde documento. Reforça-se de que o surgimento originou-se da necessidade de atender aos objetivos da Tese foi acompanhado e solicitado nessa forma pelo autor, Sávio Costa diretor do SESC. Portanto, tanto a solicitação nessa forma de documento ao IPDC quanto em todo o seu acompanhamento do processo foi ativo o papel do pesquisador desse estudo.

discutidas neste relatório têm como fonte primária a coleta de opiniões realizada junto ao público que compareceu aos eventos da Mostra” (Relatório de pesquisa 2016 - Público, texto da página 8).

Na referida pesquisa é possível identificar a percepção do público relativa a contribuição da Mostra nos seguintes aspectos: a contribuição para a formação dos artistas, a contribuição para a divulgação da imagem da região, a contribuição para o comércio do Cariri cearense e a contribuição para a divulgação do turismo. As respostas foram fornecidas classificando o nível de contribuição nos conceitos, ótimo, bom, regular e ruim.

O nível de contribuição da Mostra Sesc Cariri de Culturas, em 2012 e 2016, para formação dos artistas, conforme pode ser visto no gráfico nº 16, foi muito bem-conceituado pelo público do evento participante da pesquisa. Em 2016, observa-se no somatório das respostas ótimo e bom um total de 90,7% das respostas, sendo com conceitos ótimo (57,9%) e bom (32,8%). Esse reconhecimento do público sobre a mostra já era percebido em 2012. E naquele ano a pesquisa registrou 58,4% das respostas com conceito ótimo e 33,2% com conceito bom, totalizando nos dois conceitos 91,6% das respostas. Assim percebemos que a grande maioria do público tem a percepção que a mostra contribui para a formação dos artistas.

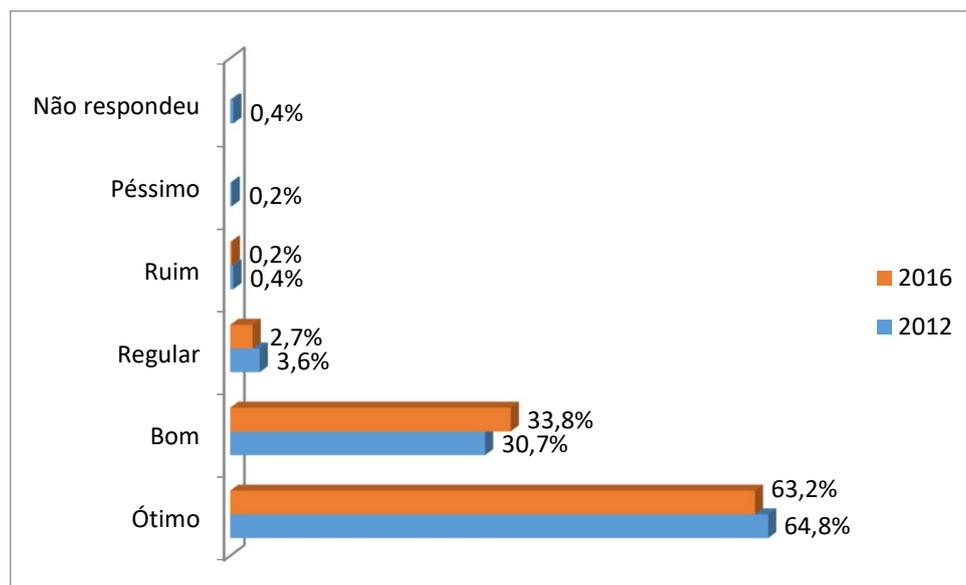
Gráfico 16 Nível de contribuição da Mostra Sesc Cariri de Culturas para a formação dos artistas da Região do Cariri cearense, na opinião do público, anos 2012 e 2016



Fonte: Dados provenientes dos relatórios da pesquisa sobre a Mostra Sesc Cariri de Culturas, ano 2012 (página 52) e ano 2016 (página 39).

O gráfico nº 17, que expõe a frequência de respostas a pergunta: “Na sua opinião qual o nível de importância da Mostra Sesc Cariri de Culturas para a divulgação da imagem da região?”, evidencia de forma positiva o reconhecimento do público dessa importância. Em 2016, o resultado aponta que 63,2% do público atribuiu conceito ótimo e 33,8% conceito bom, acumulando 97,0% das respostas dos participantes da pesquisa. Idêntica situação já se observava em 2012, quando nos conceitos ótimo (63,2%) e bom (33,8%) acumulou-se 97,0% das respostas dos entrevistados.

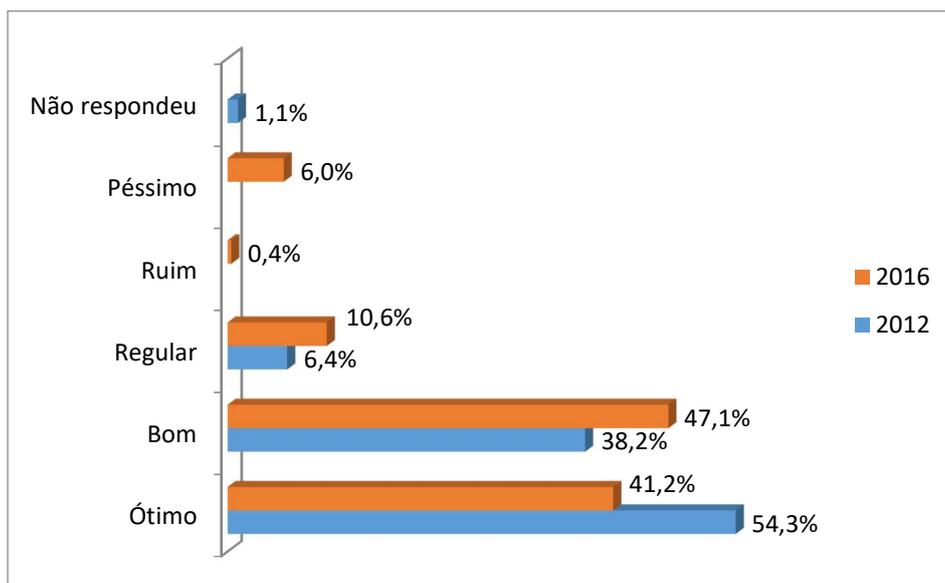
Gráfico 17 Nível de contribuição da Mostra Sesc Cariri de Culturas para a divulgação da imagem da Região do Cariri cearense, na opinião do público, anos 2012 e 2016



Fonte: Dados provenientes dos relatórios da pesquisa sobre a Mostra Sesc Cariri de Culturas, ano 2012 (página 53) e ano 2016 (página 39).

Conforme pode ser visto no gráfico nº 18 o nível de contribuição da Mostra Sesc Cariri de Culturas para o comércio da região do Cariri cearense, tem sido muito significativo. Essa afirmativa procede da indicação do público participante da pesquisa, que em 2016, destacou como ótimo (41,2%) e bom (47,1%) o nível de influência da mostra no comércio da região do Cariri cearense, observando-se concentração de 88,3% das respostas nos dois conceitos. Situação não muito diferente ocorreu em 2012, quando 54,3% dos entrevistados atribuíram ao conceito ótimo e 38,2% conceito bom, totalizando 92,5% nesses dois conceitos. Mesmo assim percebemos que quase na totalidade o público acredita que a mostra contribui para o comércio da região do cariri cearense.

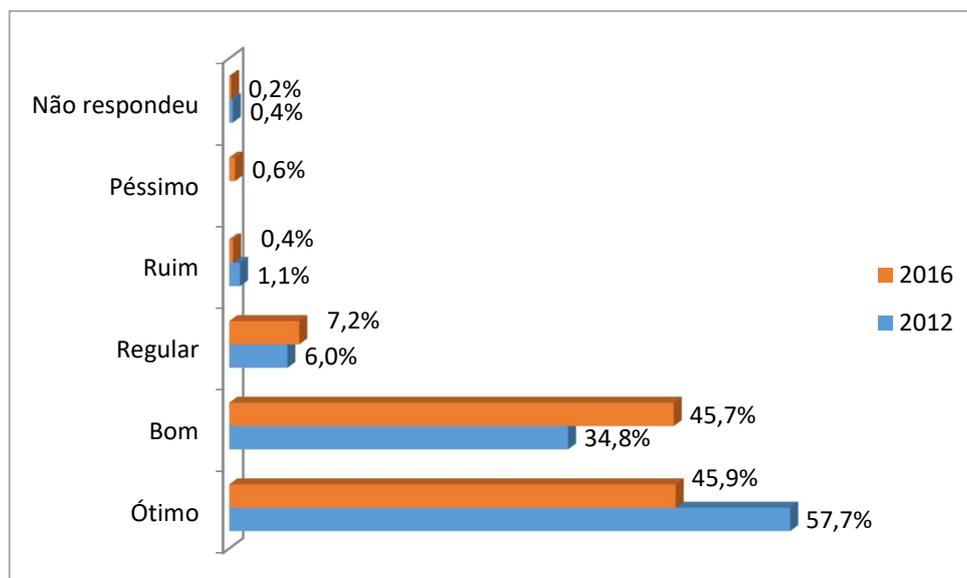
Gráfico 18 Nível de contribuição da Mostra Sesc Cariri de Culturas para o comércio da Região do Cariri cearense, na opinião do público, anos 2012 e 2016



Fonte: Dados provenientes dos relatórios da pesquisa sobre a Mostra Sesc Cariri de Culturas, ano 2012 (página 55) e ano 2016 (página 41).

No que se refere ao nível de importância da Mostra para a divulgação do turismo da região do Cariri cearense, o resultado da pesquisa aponta que, em 2016, do público entrevistado 91,6% atribuíram conceito ótimo ou bom, sendo respectivo, 45,9% e 45,7% os índices em cada um desses conceitos. Em 2012, a importância da Mostra para divulgação do turismo já chamava atenção do público, e na pesquisa esse reconhecimento foi manifestado por 57,7% com conceito ótimo e 34,8% com conceito bom, totalizando 92,5% nos dois conceitos (ver gráfico nº 19). Assim verificamos uma percepção importante do público, que acredita na divulgação do turismo da região do cariri cearense através da mostra.

Gráfico 19 Nível de contribuição da Mostra Sesc Cariri de Culturas para a divulgação do turismo da Região do Cariri cearense, na opinião do público, anos 2012 e 2016



Fonte: Dados provenientes dos relatórios da pesquisa sobre a Mostra Sesc Cariri de Culturas, ano 2012 (página 54) e ano 2016 (página 40).

Ainda através do resultado da pesquisa com o público, podemos perceber ou identificar o envolvimento da Mostra Sesc Cariri de Culturas com as dinâmicas de desenvolvimento da região do Cariri cearense, na leitura das respostas sobre a contribuição para a Região do Cariri com a realização do evento, nos aspectos: cultural, econômico e social.

A Tabela nº 04, contendo dados extraídos da referida pesquisa, expõe o resultado da contribuição da realização da mostra para a Região no aspecto Cultural, em 2012 e 2016. Em 2016, foi indicado como contribuição por 32,3% do público participante do evento, o estimular/divulgar/promover a cultura carirense. Este foi o item de maior concentração de respostas, entretanto, se somarmos os itens correlacionados, 80% dos participantes da pesquisa, em 2016, afirmaram que a Mostra Cariri contribui em diversos aspectos da cultura. Em 2012, o público já tinha opinião formada a esse respeito e a indicação foi a mesma de 2016, variando apenas em valor percentual, ou seja, 26,8% do público, na época, também indicou como contribuição da realização da mostra o estimular/divulgar/promover a cultura carirense. Naquele ano, 78,3% dos entrevistados afirmaram que a Mostra Cariri contribui em diversos aspectos da cultura.

Tabela 4 Contribuição da Mostra Sesc Cariri de Cultura para a região,  
na opinião do público, ano 2012 e 2016, no aspecto: Cultural

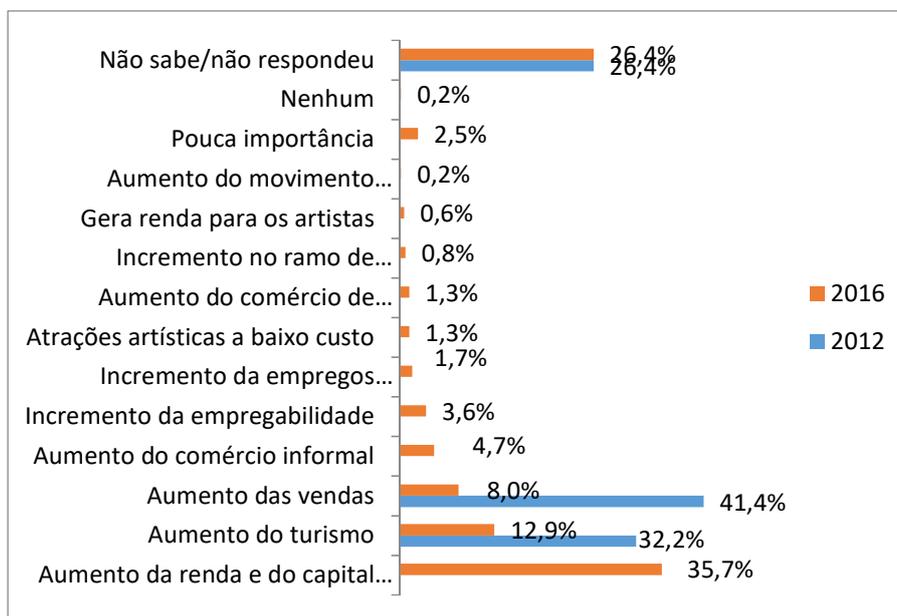
Resposta	Ano	
	2012	2016
Estimular/divulgar/promover a cultura carirense	26,8%	32,3%
Promover o encontro/Intercâmbio de diversas culturas	17,0%	11,2%
Aumentar o interesse das pessoas pela cultura	6,9%	6,6%
Dar espaço para os artistas locais	2,8%	6,3%
Resgatar a cultura regional/preservar a cultura do Cariri	5,8%	5,3%
Expandir/ampliar atividades culturais para outras cidades da região do Cariri cearense	0,5%	4,2%
Promover a interação entre os artistas	0,4%	3,8%
Engrandecimento/crescimento cultural	13,7%	3,2%
Proporcionar diversão e entretenimento	0,4%	2,3%
Trazer espetáculo de qualidade	1,5%	1,7%
Incentivar/oferecer cultura aos jovens	0,2%	1,1%
Inovar a cultura	0,4%	1,1%
Ser atração turística/polo turístico cultural	0,6%	0,8%
Traz atrações que a população não tem acesso		0,4%
Interação do público com artistas		0,2%
Fortalecer a música brasileira	0,4%	0,2%
Movimenta o comércio		0,2%
Incentivo a prática da leitura	0,6%	
Promover acessibilidade para deficientes na cultura	0,4%	
Divulgação dos trabalhos dos artesãos	0,2%	
Nenhum		0,2%
Não sabe/Não respondeu	21,5%	18,8%
	100%	100%

Fonte: Dados provenientes dos relatórios da pesquisa sobre a Mostra Sesc Cariri de Culturas, ano 2012 (página 34) e ano 2016 (página 25).

Com relação à contribuição da mostra no aspecto econômico da região do Cariri cearense, o gráfico nº 20, indica que, em 2016, o aumento da renda e do capital circulante foi a resposta mais frequente do público, correspondendo a 35,7% do total de entrevistados. O aumento do turismo foi

o segundo ponto de destaque concentrando 12,9% das repostas a pesquisa. A junção de outras indicações, ligadas ao aspecto econômico, somaram 22,2% do total de entrevistados. Em 2012, as indicações com maior número de frequência foram o aumento do turismo e o aumento das vendas, registrando em respectiva, 32,2% e 41,4% do total de entrevistados. Em resumo, em 2016, somando-se as indicações de contribuição, 70,8% do público que participou da pesquisa demonstrou que, de alguma forma, a realização da mostra contribui no aspecto econômico da região do Cariri cearense. Em 2012, 73,6% do público participante da pesquisa teve essa mesma opinião. Assim percebemos que o público acredita em um aumento muito importante das vendas, do turismo, da renda e do capital circulante propiciado pela realização da Mostra Sesc Cariri de Cultura.

Gráfico 20 Contribuição da Mostra Sesc Cariri de Cultura para a região do Cariri cearense, na opinião do público, ano 2012 e 2016, no aspecto: Econômico



Fonte: Dados provenientes dos relatórios da pesquisa sobre a Mostra Sesc Cariri de Culturas, ano 2012 (página 36) e ano 2016 (página 26).

No que se refere à contribuição da Mostra relativa ao aspecto social, conforme pode ser visto na tabela nº 5, em 2012 e 2016, o maior índice foi de pessoas que não souberam ou não responderam a nenhum quesito. Dos que

fizeram alguma indicação, a integração social entre todas as classes da sociedade teve maior índice de frequência, com 21,6% das respostas em 2016 e 22,3% em 2012. A proporção de entrevistados que informou haver contribuição da mostra no aspecto social foi de 70,0% em 2016 e de 68,9% em 2012. Ou seja, não houve mudança significativa na opinião dos entrevistados relativa à contribuição da mostra, nos dois anos avaliados, e se constatou que a interação social propiciada pela mostra que leva a troca de experiências e saberes é bastante percebida pelo público e assim como que o evento aproxima as pessoas.

Tabela 5 Contribuição da Mostra Sesc Cariri de Cultura para a região, na opinião do público, ano 2012 e 2016, no aspecto: Social

Tipo de Contribuição	Ano	
	2012	2016
Integração social entre todas as classes da sociedade	22,3%	21,6%
Integração entre pessoas de diferentes grupos sociais e culturais	1,5%	6,6%
Promove espetáculos a preços acessíveis	1,9%	6,3%
Proporciona o conhecimento da própria cultura	1,3%	5,3%
Conhecimento de culturas diferentes/integração social	9,0%	5,1%
Proporciona enriquecimento/conhecimento cultural	1,9%	4,7%
Propicia diversão/lazer	3,0%	4,0%
Integração entre os artistas da região do Cariri cearense	0,9%	3,4%
Propicia o convívio social/aproxima as pessoas	11,4%	3,0%
Desenvolvimento social local	2,4%	3,0%
Integração/Inclusão das comunidades da periferia	5,4%	1,5%
Promove a educação e o conhecimento	3,6%	1,3%
Arrecada doações	0,4%	1,3%
Dá visibilidade social à região	3,0%	1,1%
Abre oportunidade de empregos		0,8%
Desenvolve o turismo	0,4%	0,4%
Promove a qualidade de vida	0,2%	0,4%
Formação social para a cidadania	0,4%	0,2%

Não ver nenhuma contribuição		0,2%
Não sabe/não respondeu	31,1%	30,0%
<b>Total</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>

Fonte: Dados provenientes dos relatórios da pesquisa sobre a Mostra Sesc Cariri de Culturas, ano 2012 (página 35) e ano 2016 (página 27).

A percepção do público sobre a Mostra SESC Cariri de Culturas numa perspectiva quantitativa dos eventos culturais nas dinâmicas de desenvolvimento regional evidencia não existir mudança significativa nos dois anos avaliados de 2012 e 2016 como foi observado com os grupos dos artistas e empresários. Contudo, nota-se analisando a média do conceito da soma de bom mais ótimo sobressair a grande maioria (91,15%) para identificar a contribuição da Mostra Sesc Cariri de Culturas na formação dos artistas da região do Cariri cearense.

De novo a grande maioria 96,25% deles compreende que a Mostra contribui para a divulgação da imagem da Região do Cariri cearense. 90,4% deles apontam que há contribuição da Mostra para o comércio da Região do Cariri cearense. 92,05% deles assinalam que há contribuição da Mostra para a divulgação do turismo da Região do Cariri cearense. Esses dados quantitativos consolidam de novo Marujo (2015) no que expõe “os eventos podem contribuir para uma melhoria da imagem do local ou da região” impactando positivo no aumento da “participação da comunidade” (Marujo, p.12, 2015). Repete-se o pensamento de Cooper (2001) na probabilidade de venda como turismo criativo.

A percepção do público e do próprio artista em que o SESC por meio da Mostra faz a diferença na formação profissional dos artistas vai de encontro ao indicador do SESC para potencializar o reconhecimento do SESC na comunidade. Esse reconhecimento reflete o trabalho da Mostra SESC para oportunizar e dar voz ao público de maior vulnerabilidade social; como ainda, para potencializar a interação entre as gerações mais jovens com os mais velhos; para promover o intercâmbio entre os artistas, entre outros. O SESC é uma instituição que trabalha na linha de base na educação e na prevenção desde sua criação, por isso, que a Mostra SESC busca por meio dessa base

educativa e preventiva empoderar a comunidade do Cariri cearense para que fique mais coesa acreditando em seu potencial de cultura no intuito de contribuir e viabilizar o turismo criativo no Cariri cearense. Percebe-se no cotidiano que a Mostra oportuniza visibilidade aos artistas em geral, todavia em especial os que estão no início de suas carreiras artísticas para o mundo.

#### 4.5 - Percepção dos Mestres sobre a Mostra SESC Cariri de Cultura cearense numa perspectiva qualitativa dos eventos Culturais nas Dinâmicas de Desenvolvimento Regional

Antes de compreender se o intercâmbio cultural propiciado pela Mostra SESC Cariri de Cultura contribui para o desenvolvimento local das condições socioeconômicas do turismo e do território, sob a percepção dos mestres da cultura popular do Cariri, traçou-se uma breve biografia deles que se apresenta no próximo item 4.5.1. Assim, conhecer um pouco desses interlocutores para compreender o seu papel social e a sua importância dentro da cultura local e, em seguida, entrar no item 4.5.2 com o intuito de apresentar, analisar e discutir a percepção destes mestres, tendo como base as indagações que gerou este estudo de caso sobre a Mostra SESC Cariri de Cultura.

##### 4.5.1 - Breve biografia dos interlocutores do estudo qualitativo<sup>75</sup>

Compreender o papel social, a importância e o valor que cada mestre da cultura local investe e dedica à sociedade, passa pelo conhecimento básico de cada um deles em quanto interlocutores. É importante verificar o gênero, a naturalidade, a localidade, a faixa etária, a escolaridade, a ocupação ligada ao

---

<sup>75</sup>Vale salientar que os interlocutores desse estudo não deveriam ser identificados, prevendo o termo de consentimento de cada um. Todavia, todos autorizaram essa identificação, por este ser mais um meio de divulgação de sua arte e afirmação da sua identidade enquanto Tesouros Vivos da Cultura do Cariri.

turismo, o estado civil e a quantidade de filhos que cada um tem como sua responsabilidade.

A descrição do breve histórico de cada um deles segue a mesma sequência pela qual foram aceitando a participação neste estudo. Como o Mestre Espedito ou Espedito Seleiro foi o primeiro entrevistado, será também o primeiro a ser descrito, estando os restantes na mesma sequência de aceito.

O Mestre Espedito nasceu em 29 de outubro de 1939 na cidade de Arneirós. Não teve oportunidade de estudar, mas consegue escrever o próprio nome e ler algumas palavras. Tornou-se reconhecido pelo seu trabalho na confecção de artigos de couro, como sela para cavalos, sapatos, bancos e outros. É casado e possui 5 filhos. Não informou a renda.

Agora é mestre da cultura tradicional popular porque nele origina a sua arte a partir dos traços da memória e da história do couro. Ainda, jovem, iniciou a sua atividade na originalidade das vestimentas do vaqueiro e do cangaço, produzindo sela para cavalos, sapatos e botas para os homens da caatinga, bancos e outros.

No presente foi desenhado e concretizado pelo SESC com apoio da Fundação Casa Grande, um museu em sua homenagem, de frente a sua loja situada na Rua Monsenhor Tavares, 190 – Nova Olinda-CE, conforme pode-se visualizar os utensílios da loja como o artesanato de couro: sela, sandália, mesa de couro, mochilas de couro e peças do museu, nas figuras de nº 38 e de nº 39:

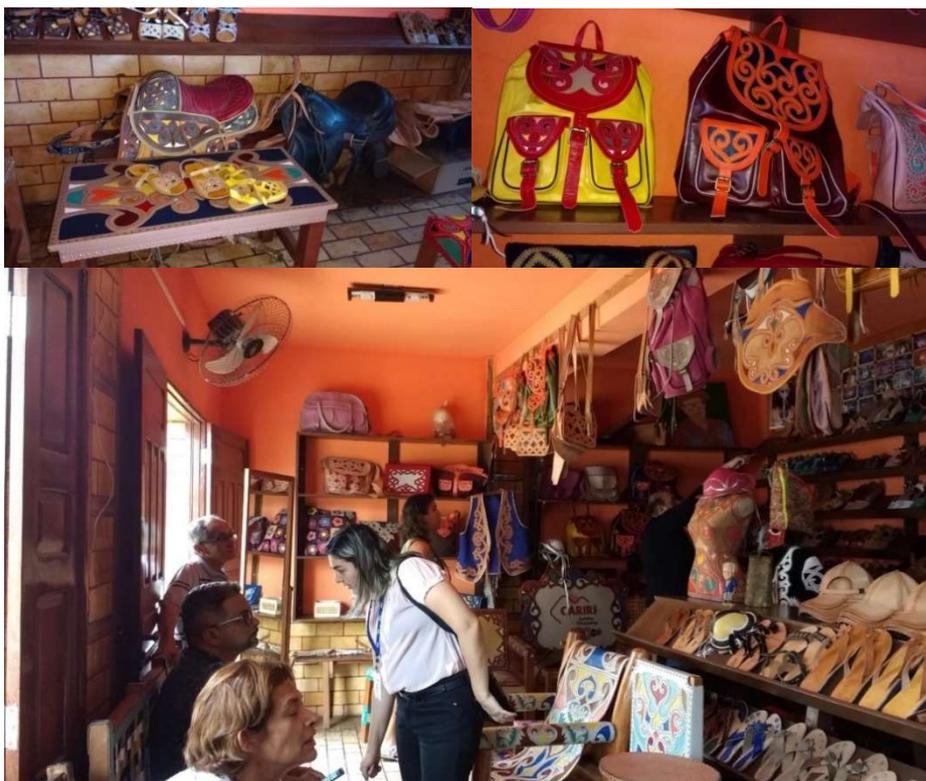


Figura 38 Loja do Mestre Espedito na Rua Monsenhor Tavares, 190 – Nova Olinda-CE.  
Fonte/data: Registro fotográfico de autoria própria / 30/06/2017.



Figura 39 Peça do Museu de couro sobre a história do Mestre Espedito na Rua Monsenhor Tavares, 190 – Nova Olinda-CE.  
Fonte/data: Registro fotográfico de autoria própria / 30/06/2017.

O segundo foi o Mestre Antônio, famoso por seu Reisado de Caretas e se ter tornado uma referência regional. Ele nasceu em 21 de setembro de 1957, em Assaré, distrito de Potengi, Ceará, onde reside até hoje. Coursou o antigo Mobral – Movimento Brasileiro de Alfabetização. É casado, mas não possui filhos. Trabalha como agricultor e é mestre da tradição do reisado.

Recebe um salário mínimo do Governo do Estado pelo reconhecimento do seu estatuto como Tesouro Vivo da Cultura.

Vale salientar que, em 1980, tornou-se brincante do Reisado de Caretas. Quando percebeu que esta manifestação popular estava em vias de terminar, foi quando resolveu organizar, em sua casa, o Reisado Potengi-CE. O SESC planejou e construiu como parte dos desdobramentos das ações da Mostra para incentivo ao turismo criativo um museu orgânico, em sua casa no Sítio Sassaré, 23 - Potengi-CE, para divulgar e incentivar o fortalecimento da cultura local, que se pode conferir os seus títulos na figura de nº 40 e o seu trabalho nas figuras de nº 41 e de nº 42:



Figura 40 Certificado do Mestre Antonio no Sítio Sassaré, 23 - Potengi-CE / Certificado do Tesouro Vivo da Cultura..

Fonte/data: Registro fotográfico de autoria própria / 30/06/2017.



Figura 41 Máscaras do Reisado de Caretas sobre a história do Mestre Antônio, no Sítio Sassaré, 23 - Potengi-CE.

Fonte/data: Registro fotográfico de autoria própria / 30/06/2017.



Figura 42 Máscaras do Reisado de Caretas em miniatura / Casa do Mestre Antonio no Sítio Sassaré, 23 - Potengi-CE.

Fonte/data: Registro fotográfico de autoria própria / 30/06/2017.

O terceiro foi o Mestre Cirilo, “um dos ícones da cultura tradicional popular cearense”. Nasceu em 13 de agosto de 1953 na cidade do Crato onde hoje também reside. Na antiga Vila Padre Cícero, “brincou reisado, dançou coco, a dança de São Gonçalo e Maneiro-Pau da Bela Vista”. E além disso, é membro do grupo de Maneiro-Pau que é formado só por pessoas adultas no qual este é referência no Estado (Silva, 2017, s/p).

Além disso, Mestre Cirilo, “mantém um grupo infantil, o que demonstra o seu espírito de preservação e transmissão dos conhecimentos às novas gerações” (Silva, 2017, s/p). Ressalta-se o talento e o reconhecimento popular do Mestre Cirilo na figura de nº 43:



Figura 43 Entrega do Título de Mestre Popular em 2005 / Carteira do Estado do Ceará de Mestre Popular / Certificado de participação do VII Encontro Mestre do Mundo - Mestre Cirilo.  
Fonte/data: Registro fotográfico de autoria própria / 01/07/2017

O quarto foi o Mestre Aldemir, “ícone da preservação da cultura do reisado, tanto que em 1997 foi agraciado com a placa e o título honorífico de

Mestre do saber e das artes do povo do Cariri pela Secretaria de Cultura do Município do Crato”. Nasceu a 20 de agosto de 1933, na cidade do Crato, onde reside até hoje. Não teve oportunidade de estudo. É viúvo e possui 9 filhos. É mestre da tradição do Reisado.

Hoje, viúvo, recebe uma pensão por conta do falecimento de sua esposa, além de um salário mínimo do Governo do Estado, pelo reconhecimento do seu estatuto como Tesouro Vivo da Cultura. “Mestre Aldenir mantém três grupos folclóricos em funcionamento, um masculino, um feminino e um infantil, envolvendo mais de 60 pessoas” (Silva, 2017, s/p). É notório o talento do Mestre Aldenir, como se verifica na figura de nº 44:



Figura 44 Boi do Mestre Popular./ Quadro do Mestre Popular / Religiosidade do Mestre Popular  
Fonte/data: Registro fotográfico de autoria própria / 01/07/2017.

A quinta foi a Mestra Zulene, “membro-fundadora da Fundação do Folclore Mestre Eloi”. Nasceu em 2 de março de 1949, em Barbalha. Desde “a infância, já dançava quadrilha junina. Criou, no Crato, dois grupos: um de crianças e outro de jovens”. As atividades que desenvolvem no Crato são: pastoril, dança do coco e maneiro-pau (Silva, 2017, s/p). Casada, não teve filhos, mas ama brincar com as crianças da comunidade.

Nota-se tal a importância do trabalho da Mestra Zulene que o Sesc também está planejando organizar um museu em sua homenagem, na sua própria propriedade, para divulgar ainda mais as suas atividades, peças, troféus entre outros. Pode-se verificar a sua habilidade nas figuras de nº 45 ao nº 48:



Figura 45 Certificado da Mestra Popular / Guardiã dos Direitos da Criança e do Adolescente / Governo do Estado do Ceará - Lei n. 13.361 de 22 de agosto de 2003 / Universidade Estadual Ceará - Título de notório saber popular.

Fonte/data: Registro fotográfico de autoria própria / 01/07/2017



Figura 46 Certificado de participação no VII Encontro Mestres do Mundo / Certificados em gerais da Mestra Zulene / Carteira do Estado do Ceará de Mestre Popular / Prêmios da Mestra Zulene

Fonte/data: Registro fotográfico de autoria própria / 01/07/2017



Figura 47 Local das apresentações e ensaio da Mestra Zulene / Biblioteca da Mestra Zulene.

Fonte/data: Registro fotográfico de autoria própria / 01/07/2017



Figura 48 Apresentação com criança da Mestra Zulene<sup>76</sup> / Apresentação no Centro do Crato da lapinha da Mestra Zulene<sup>77</sup>.

Fonte/data: You Tube – 480x360

E o sexto e último entrevistado foi o Mestre Tarcísio, responsável por um dos Reisados mais tradicional de Juazeiro do Norte (Silva, 2017, s/p). Ele nasceu em 2 de março de 1968 na Paraíba. Reside em Juazeiro do Norte há 43 anos. Não teve oportunidade de estudo. É casado e possui 5 filhos. Trabalhou, ao longo da vida, como sapateiro, mas hoje em dia presta serviço na Secretaria Municipal de Cultura, como assessor de grupos. É mestre da tradição do reisado e banda cabaçal. Não informou a renda. Observe-se a arte do Mestre Tarcísio nas figuras de nº 49 e nº 50; como ainda, nos registros no Livro Territórios Criativos – Prospecção e Capacitação em Territórios Criativos – Cariri, 2017 / Mestre Tarcísio.

<sup>76</sup>Disponível em: <[https://i.ytimg.com/vi/0-rPM\\_vKzao/hqdefault.jpg](https://i.ytimg.com/vi/0-rPM_vKzao/hqdefault.jpg)>. Acessado em: 04/07/2017

<sup>77</sup>Disponível em: <[https://lh3.googleusercontent.com/-bdJevzUL828/WHEPxE3nNgl/AAAAAAAAAknk/k2X6dEL4n80/s1600/FB\\_IMG\\_1483804325662.jpg](https://lh3.googleusercontent.com/-bdJevzUL828/WHEPxE3nNgl/AAAAAAAAAknk/k2X6dEL4n80/s1600/FB_IMG_1483804325662.jpg)>. Acessado em: 04/07/2017



Figura 49 Material produzido pelo Mestre para venda nos eventos Populares / Residência / Local de espiritualidade do Mestre Tarcísio / Livro Territórios Criativos – Prospecção e Capacitação em Territórios Criativos – Cariri, 2017/ Mestre Tarcísio.  
Fonte/data: Registro fotográfico de autoria própria / 01/07/2017



Figura 50 Apresentação do grupo do Mestre Tarcísio.  
Fonte/data: site Kariri da Tradição/ 2017

Em síntese, a respeito do perfil percebe-se uma particularidade, uma história de garra, de valor e de reconhecimento popular em suas comunidades. Nessa direção, destaca-se a mulher Mestre Zulene entre os demais mestres, pois todos são homens. Destaque para a maturidade e a experiência deles, pois estes estão na faixa etária entre 49 anos (Mestre Tarcísio) aos 84 anos (Mestre Aldenir). Dos seis mestres, apenas dois cursaram o antigo Mobral (Mestre Cirilo e Mestre Antônio) e os demais não tiveram oportunidade de estudo. Entre os que informaram a renda familiar e não referiram que pelo menos todos recebem, pelo menos, um salário mínimo, porque todos são reconhecidos como **Tesouro Vivo da Cultura** pelo Governo do Estado do Ceará. Todo esse material bibliográfico dos Mestres de culturas percebe-se ainda que se possa considerar um excelente equipamento para o desenvolvimento do turismo criativo no Cariri cearense, sobretudo, por sua característica particular de Tesouro Vivo da Cultura cearense.

#### 4.5.2 - O estudo de caso da Mostra SESC Cariri de Cultura na perspectiva dos Mestres da Cultura do Cariri cearense

Este item tem como finalidade apresentar, identificar, descrever, analisar e compreender na perspectiva qualitativa os discursos dos mestres da cultura do Cariri consoante os objetivos e as indagações traçados nesse estudo, que foram mencionados na introdução dessa tese. Numa primeira fase, oportuniza-se o estudo de caso envolvendo a observação direta intensiva e participativa realizada durante a entrevista. Enfim, em função das variáveis selecionadas, efetuaram-se análises correlacionadas, identificando os pensamentos, os valores e as perspectivas semelhantes, diferentes e/ou que se complementam entre eles.

Assim, quando os interlocutores foram indagados sobre a **opinião sobre se a “Mostra SESC Cariri de Cultura” é um fator motivador para a criação, preservação e divulgação de equipamentos de cultura na região, ligada ou não aos artistas locais** apenas um (01) dos entrevistados acredita que a Mostra Sesc motivou a criação, preservação e divulgação de equipamentos de cultura na região. Os demais não conseguiram nem apontar investimentos por parte do governo nesse sentido. No entanto, os quatro concordavam entre si que, se não fosse, o Sesc, a cultura local já teria desaparecido:

“Depois da ‘amostra’ tem o museu Casa Grande que é a chama geral de todos os eventos, tem o Museu do Couro Espedito Seleiro e outros museus que estão em casarios antigos e que foram preservados. As pessoas vêm até de fora pra conhecer e copiar. Outra coisa que melhorou foi a procura pelos pontos turísticos que aumentou. Algumas coisas que merecia ser preservado e zelado vivia escondido, depois da mostra se tornaram conhecidos”[Mestre Espedito].

Quando o pesquisador perguntava para eles **percebiam a ligação da atividade profissional deles como artista da cultura local**, todos percebiam ligação com a arte e a cultura e, inclusive, afirmaram de que dependiam de maneira econômica dessas atividades para complementar o orçamento familiar. Contudo, quatro (04) trabalham ou trabalharam como agricultores para a sua sobrevivência.

Nesse pensamento, apenas dois (02) dos entrevistados conseguem sobreviver com recebimento de recursos ligados à sua atividade profissional da cultura local, como é o caso do Mestre Espedito, que é internacionalmente reconhecido pelos seus produtos de couro e o mestre Tarcísio, que presta serviço à Secretaria Municipal de Cultura, assessorando os grupos de tradição.

Todos, porém, recebem um salário mínimo do governo do Estado como reconhecimento por serem considerados Tesouros Vivos da Cultura, e essa ação é direta na influência de sua condição financeira, de forma que eles dependam desse benefício, para além dos cachês que recebem por apresentações requisitadas por instituições e organizações diversas, como o Sesc:

*“O Sesc é a melhor empresa para a cultura popular, pois faz os eventos e paga ‘bem direitinho’. Quando a gente fala para os brincantes que a apresentação é no Sesc, todo mundo quer ir! A gente se apresenta num dia e recebe o cachê no outro. Nessa Mostra Sesc o camarada reza pra participar” [Mestre Aldenir].*

Ao indagar sobre **o principal ponto positivo da “Mostra SESC Cariri de Cultura” para os artistas**, alguns citavam mais de um ponto, a saber, quatro (04) concordam que houve melhoria na economia dos artistas por conta dos cachês pagos pelas apresentações e reconhecimento por parte do governo que paga um benefício mensal para eles. Dois (02) citaram a interação com outros artistas locais como ponto positivo. Todos concordavam, ou melhor, os seis (06) entrevistados citavam que foi a divulgação dos artistas regionais o principal ponto positivo. A esse respeito, eles acrescentam ainda que:

*“A Mostra traz o pessoal que tanto me ajuda como ajuda o pessoal da cidade, porque vem gente de fora e eles tem gastar. A divulgação do artista é algo muito bom, pois quando um artista famoso vem comprar um objeto nosso e usa, no outro dia todo mundo quer comprar também. Isso me ajudou bastante” [Mestre Espedito].*

*“Para nós a Mostra Sesc é um momento de festa da cultura. Eu não nego nada para o Sesc. Se não fosse o Sesc a cultura do Crato já teria morrido” [Mestre Cirilo].*

Perguntando se eles **veem impactos no desenvolvimento artístico com referência ao processo de geração de renda para quem participa da**

**“Mostra SESC Cariri de Cultura”**, os resultados foram todos positivos e inclusive o principal impacto apontado, unânime pelos seis (06) entrevistados, foi o aumento de solicitações de apresentações. Além disso, destaca-se para um deles ter apontado o aumento de participações em eventos em gerais e o outro colocado um aumento da divulgação da cultura local. Ouvimos de muitos mestres da tradição grandes elogios a Mostra e também ao Sesc, pois sempre afirmavam que durante todo o ano o Sesc realizava programação com pessoal da tradição popular contratando apresentações, promovendo encontros com outros mestres, inclusive fora do cariri, para troca de experiências e ainda realizava a Mostra onde essa troca de ensinamentos acontecia para além do cariri cearense.

*“Começamos a ser mais reconhecidos na nossa localidade e em outras cidades. Nosso trabalho foi muito mais divulgado. O Sesc já me levou para Quixadá, Quixeramobim, Assaré e Fortaleza”* [Mestre Cirilo].

*“Ganhamos mais valor. Eu agradeço à Mostra Sesc e à Casa Grande, porque eles me convidam para os eventos e até de um filme eu já participei”* [Mestre Antônio].

Partindo da indagação: será que a cultura é um fator de desenvolvimento em áreas mais deprimidas e remotas? Foi feita a pergunta para os mestres, se **acreditam que a cultura poderia ser um fator de desenvolvimento em áreas de maior vulnerabilidade social da região do Cariri cearense**. Desta indagação resultou que, dos seis (06) mestres entrevistados, apenas um disse que não acreditava. No entanto, cinco (05) acreditam que sim, a cultura pode ser um fator de desenvolvimento em áreas de maior vulnerabilidade social na região:

*“Se não fosse a nossa cultura o nosso Brasil estava morto. Se você for escapar indo atrás de serviço de prefeitura você morre. E aqui em Nova Olinda tem pessoas que vivem da cultura, e todo mundo tá vivendo sem tá precisando correr atrás de outros meios. Temos que valorizar a nossa cultura, agradecer a Deus e manter ela viva”* [Mestre Espedito].

*“A tradição do reisado além de trazer quem é ‘ruim’, provoca felicidade na vida de quem participa, também provoca na mãe de família que é prejudicada com aquele filho que vive no ‘mau caminho’.*

*Porque no Reisado a pessoa tem o aconselhamento do mestre e se envolve com pessoas que não fazem as ‘coisas erradas’, e isso influencia na transformação das pessoas. Sempre digo para os brincantes para aprender a ler, porque hoje em dia, sem a leitura nós não somos nada” [Mestre Aldenir].*

*“Eu tenho 2 grupos de danças com crianças para repassar as tradições. Para nós a cultura é muito valorizada. Inclusive, fui chamado para montar um grupo chamado Verde Vida, toda quarta-feira nos reunimos. Sempre sou chamado para dar oficinas nas escolas. Meu desejo é formar esses grupos para tirar menino de rua, da criminalidade, tirar as meninas do mau caminho” [Mestre Cirilo].*

*“Já fui monitor do projeto Romeirão e Casa do Menor, só tinham meninos de rua, que cheiravam cola e usavam outras drogas. Hoje em dia, alguns desses meninos que participaram conseguiram mudar de vida. Estão participando dos grupos de tradição e outros estão trabalhando” [Mestre Tarcísio].*

Indagou-se aos mestres se **pode um evento como a “Mostra SESC Cariri de Cultura” modificar a imagem do artista e de um território de baixa densidade, conferindo-lhe uma percepção mais positiva.** Estes foram unânimes em concordar que a Mostra Sesc Cariri consegue modificar a imagem do artista ou da cidade. Com destaque: *“Ganhamos mais valor. Eu agradeço à Mostra Sesc e à Casa Grande, porque eles me convidam para os eventos e até de um filme eu já participei” [Mestre Antônio]. “A gente fica mais conhecido. Dá vida pra gente! A Mostra é o único evento que consegue envolver todos os mestres da região” [Mestre Tarcísio] do Cariri cearense.* Ainda, mais, nesse sentido ressalta-se:

*“Eu acho que a cidade ganhou mais que os artistas, porque Nova Olinda antes da Mostra não era conhecida, não tinha quem conhecesse, e hoje onde você chega as pessoas sabem sobre a cidade. Trouxe felicidade para as pessoas e reconhecimento para a cidade [Mestre Espedito].*

*“Eu me sinto mais valorizada e respeitada pelos outros depois da minha participação na Mostra Sesc, por isso eu levo o nome do Sesc, pois na hora que eu preciso do pessoal do Sesc eles me ajudam” [Mestre Zulene].*

Abriu-se para que os mestres **complementarem a entrevista no sentido de mais alguma contribuição que gostariam de destacar com referência as condições socioeconômicas dos artistas locais.** Num

entanto, os mestres apenas ressaltaram a importância da Mostra e a visibilidade que ganharam com o evento. Nenhum fez maiores contribuições.

Prepondera-se que os Mestres percebem a participação deles na “Mostra SESC Cariri de Cultura” como um ponto muito positivo para a imagem e o desenvolvimento enquanto artistas. Acreditam que o trabalho do Sesc contribui para garantir a sobrevivência da cultura local como igual para o desenvolvimento econômico, social e cultural da região do Cariri cearense. É reconhecido pelos interlocutores que a Mostra oferece uma ampla programação buscando promover a interação do visitante ao destino turístico oferecendo espetáculos, palestras, vivências entre outras ações educativas com foco na valorização e divulgação da cultura local compactuando deste modo como ferramenta para desenvolver um turismo criativo.

A cerca dessa discussão, é importante se lembrar de que na atual conjuntura em vários aspectos a mudança é muito comum e rápida “na nossa sociedade, quer a nível sociocultural, político e econômico. Assim, a concorrência e a tentativa de diferenciação tornam-se, duas palavras obrigatórias dentro das indústrias criativas” (Serreira 2014, p. 61) e do desenvolvimento territorial por meio do turismo local.

Isso exhibe o valor da ação protagonista e do trabalho social do Sesc no interior do Brasil como missão já igual mencionado no capítulo II. Demonstra por meio do histórico da Mostra e do consenso observado nas falas dos interlocutores (artistas, empresários e público) quando foi analisada a média dos conceitos de bom e ótimo da pesquisa quantitativo que apresentam um comum acordo nos pensamentos desses interlocutores com os da qualitativa (Mestres de cultura), sobretudo referente ao impacto positivo no comércio e na divulgação da imagem do artista, do turismo local e da região do Cariri cearense. De modo que isso leva a crê nas ações da Mostra está desenvolvendo na região do Cariri as condições básicas para um turismo criativo.

Por fim, evidência à Mostra ter igual reconhecimento por parte dos interlocutores sobre a continuidade da linha educativa do Sesc, inclusive, vale reforçar que o Sesc sempre caminhou nessa direção as suas ações finalísticas desde sua criação pelo Decreto-lei nº 9.853 (Anexo 2). Por vez as suas ações

exibem o quão corrobora com os autores do capítulo II exemplificando nesse caso Dias (2006), em especial, porque este autor afirma que o turismo cultural pode assumir em suas ações uma dimensão educativa da cultural e o Sesc por meio da Mostra realiza essa dimensão.

#### 4.6 - Validação das hipóteses a partir da pesquisa quantitativa e qualitativa do estudo de caso da Mostra SESC Cariri de Cultura cearense

No que concerne à validação das hipóteses vale iniciar o assunto registrando que o Museu de Couro sobre a História do Mestre Espedito que fica situado na rua Monsenhor Tavares – Nova Olinda-CE (citadas no item 4.5.1 nas figuras de nº 41 e nº 42), a realização deste museu, como já dito, foi produção da ação da Mostra Sesc Cariri de Culturas pelo Sesc Ceará com apoio da Fundação Casa Grande que fica na cidade de Nova Olinda.

Nessa perspectiva, o Sesc planejou a produção de mais 16 museus nos moldes do Museu de Couro, são os chamados Museus Orgânicos ou Museus Vivos. Assim encontrar-se em estudo a casa e os materiais do Mestre Antônio registrado que poderá ver nas figuras de nº 43 a nº 48. A casa e os materiais do Mestre Cirilo nas figuras de nº 49 ao nº 51. A casa e os materiais do Mestre Aldenir nas figuras de nº 52 ao nº 54. A casa e os materiais da Mestra Zulene nas figuras de nº 55 ao nº 66. A casa e os materiais do Mestre Tarcísio nas figuras de nº 67 ao nº 70.

Diante desse equipamento, urge à conexão a alguns tópicos das hipóteses tratada na introdução desse estudo. Sobretudo porque o museu produz renda, visibilidade aos Mestres de Cultura e ao local de modo que essa ação da Mostra pelo Sesc Ceará valida:

]

- A Mostra SESC Cariri de Culturas promove um incentivo ao desenvolvimento do turismo na região, assim como, do processo de geração de renda para as comunidades que participam da mostra, em particular, os artistas;
- São percebidos numa escala mensurável, impactos no

desenvolvimento do turismo e no processo de geração de renda para as comunidades que participam da mostra;

- A Mostra SESC Cariri de Culturas é um evento que modifica a imagem de um território de baixa densidade, conferindo-lhe uma percepção mais positiva através de sua cultura.

Com base nos dados da pesquisa quantitativa de valores percentuais colhidos nas ilustrações contidas nos relatórios da pesquisa, foram construídas as tabelas de nº 6, nº 7 e nº 8, onde foi acrescentada a média aritmética dos conceitos (ótimo, bom, ruim e péssimo), com a finalidade de ter uma medida que agrupe em um índice o resultado por grupo amostral. Dessa forma pode-se dizer que, em 2016 (tabelas 06 e 08), em média, 91,3% dos artistas atribuíram conceito ótimo (55,1%) ou bom (36,2%) para a contribuição da Mostra Cariri de Culturas, nos aspectos: formação dos artistas, comércio, divulgação da imagem e do turismo na região. Excetuando-se formação dos artistas (não existente na pesquisa), nos três outros aspectos, 79,4% dos empresários, em média, atribuíram conceito ótimo (26,2%) ou bom (53,2%) para a contribuição da mostra para a região. Considerando os quatro aspectos, em média, 92,0% do público participante da pesquisa, conferiram o conceito ótimo (52,1%) ou conceito bom (39,9%) à contribuição da mostra para a região do Cariri.

Com relação aos resultados da investigação realizada em 2012 (tabela nº 07 e nº 08), os dados apontam percentuais ligeiramente superiores aos registrados em 2016. Entretanto, nesse sentido, deve ser levado em conta o cenário político e econômico do Brasil como um todo, nos dois anos. Em 2012, a situação ainda era de estabilidade. Em 2016, a situação foi de instabilidade e de incertezas, tanto no campo político como no econômico. Na tabela 08 mostra esse reflexo na visão dos entrevistados, em especial dos empresários. Na referida tabela, a soma da proporção (%) dos conceitos ótimo e bom atribuídos pelos empresários, em 2016, foi 14,6 %, pontos percentuais inferiores (valor médio) a que se registrou em 2012. Na mesma tabela essa diferença comparativa dos resultados de 2016 e 2012, para o grupo dos artistas foi 3,2 %, em inferior ponto percentual, e para o público foi 1,1 %, em inferior ponto percentual.

Os comentários acima dão base quantitativa para dizer da contribuição e da elevação do nível de importância da Mostra Sesc Cariri de Culturas para o desenvolvimento da região. O Gráfico nº 21, no final dessa conclusão, ilustra melhor essa afirmativa. Nele pode-se perceber, de forma acumulativa através do preenchimento das áreas coloridas de azul (ótimo) e vermelho (bom), que na opinião dos entrevistados (artistas e produtores, empresários e público) é bastante considerável a importância da realização da mostra para o desenvolvimento da região do Cariri.

Com relação à contribuição da Mostra para o desenvolvimento da região do Cariri nos aspectos, cultural, econômico e social, a tabela nº 09, expõe os dados quantitativos relativos ao envolvimento da mostra com o território e o turismo local (resumo dos tipos de contribuição). Através dos referidos dados e dos dados da tabela nº 08, antes comentada, torna-se possível Identificar o envolvimento da 'Mostra SESC Cariri de Cultura' com o território e com o turismo local sobre a percepção dos artistas, público, empresários, um dos objetivos específicos desse trabalho. A tabela nº 08 e a tabela nº 09 apresentam resumos de dados provenientes da pesquisa e a leitura dessas tabelas torna possível fazer afirmativas sobre o referido objetivo.

Com relação ao envolvimento da Mostra com o território, na tabela nº 08 tem-se que na percepção dos artistas, em 2016, a atribuição de conceito ótimo ou bom variou entre 85,9% e 97,4%. Na percepção dos empresários a variação ficou entre 64,0% e 89,1%; E na percepção do público a variação ficou entre 88,3% e 97,0%. Ainda no que se refere ao envolvimento da Mostra com o território a tabela nº 09, informa que, em média 79,1% dos artistas indicou algum tipo de contribuição da mostra para o desenvolvimento da região; 71,9% dos empresários fez indicação; e, em média 62,6% do público também fez indicação.

No que se refere ao envolvimento da Mostra com o turismo local, na tabela nº 08 tem-se que, na percepção dos artistas, em 2016, a atribuição de conceito ótimo ou bom correspondeu a 91,0% dos entrevistados. Na percepção dos empresários 85,1% deles atribuiu conceito ótimo ou bom; e 91,6% do público atribuíram os referidos conceitos com relação ao envolvimento da mostra com o turismo local.

Na tabela nº 09, ainda sobre o envolvimento da Mostra com o turismo local, os dados relativos aos aspectos cultural, social e econômico, apontam que na visão dos artistas, o envolvimento da mostra com o turismo local ainda não é significativo, visto que, em 2016, em média, 4,6% dos entrevistados opinaram a esse respeito. Com relação aos empresários, o reconhecimento do envolvimento da mostra com o turismo local apresenta-se mais expressivo, quando 37,2% dos entrevistados confirmaram esse reconhecimento. Do público entrevista, em média 11,1% apontou o envolvimento da mostra com o turismo local. Vale salienta que, avaliando o envolvimento da mostra com o turismo local, por aspecto estudado (cultural, social e econômico), na opinião dos entrevistados, esse envolvimento fica evidente no aspecto econômico, onde o percentual de entrevistados que percebem esse envolvimento é de 10,7% dos artistas, 37,2% dos empresários e 32,2% do público.

Fundamentado nessa percepção do que foi afirmado acima é possível identificar os impactos da Mostra Sesc Cariri de Culturas no desenvolvimento da região do Cariri cearense, na percepção dos artistas, público e empresários. Mas é na tabela nº 3 e no gráfico nº 15 que esse impacto se torna mais evidente e melhor dimensionada por ser originário de pergunta direta, feita na pesquisa aos empresários. Conforme pode ser visto na tabela nº 3, foram enumerados pelos empresários vários impactos positivos na rotina da cidade com a realização da mostra, destacando-se pela quantidade de frequência, em 2016: divulgação da cultura local, indicado por 21,5% dos empresários entrevistados; aumento das vendas, indicado por 16,4%; diversidade de pessoas, manifestado por 16,4%; e diversidade de atrações culturais indicado por 14,8% dos empresários entrevistados. Em 2012, foram indicados como impactos de maiores frequências, por 28,9% dos empresários, o fortalecimento do turismo da região e aumento das vendas por 17,4%. No gráfico nº 15, onde foi ilustrado os impactos negativos apontados pelos empresários, a maior frequência foi de indicação de que não há nenhum impacto negativo, segundo opinião de 67,2% dos entrevistados em 2016 e de 62,8% em 2012.

Buscando responder à pergunta de “Que impactos foram vivenciados no desenvolvimento dos artistas e no processo de geração de renda dos que participam da Mostra?”, percebe-se que através das tabelas nº 06 e nº 08;

pode ser visto que na opinião de artistas, empresários e público a mostra tem importante contribuição na formação de artistas, conceituado com ótimo ou bom por 91,0% dos artistas, 89,1% dos empresários e por 90,7% do público. O comércio do Cariri, gera 19.856 postos de empregos formais, segundo dados do CAGED – Cadastro Geral de Empregados e Desempregados<sup>78</sup>, 1º de janeiro de 2017. Na pesquisa (tabela nº 08), a contribuição da mostra para o comércio foi indicada com conceito ótimo ou bom por 85,9% dos artistas, 64,0% dos empresários e 88,3% do público. Esses dados podem ser vistos como impactantes na rotina da região, para os artistas e participantes em geral da mostra.

Assim com base no que foi abordado na análise acima a partir das tabelas e dos gráficos citados e que parte deles estão abaixo, apresentam-se informações e dados para que se leve a crer nas seguintes hipóteses podem ser confirmadas pela pesquisa quantitativa:

- A Mostra SESC Cariri de Culturas promove um incentivo ao desenvolvimento do turismo na região, assim como, do processo de geração de renda para as comunidades que participam da mostra, em particular, os artistas;
- São percebidos numa escala mensurável, impactos no desenvolvimento do turismo e no processo de geração de renda para as comunidades que participam da mostra;
- A Mostra SESC Cariri de Cultura é um evento que modifica a imagem de um território de baixa densidade, conferindo-lhe uma percepção mais positiva através de sua cultura.

Tabela 06 Nível de contribuição da 18ª Mostra Sesc Cariri de Culturas, em 2016, na opinião de artistas, empresários e público

Entrevistados	Aspecto	Nível de Importância (%)					Não respondeu
		Ótimo	Bom	Regular	Ruim	Péssimo	

<sup>78</sup> Ministério do Trabalho. Disponível: <[www.mte.gov.br/index.php/trabalhador](http://www.mte.gov.br/index.php/trabalhador)>. Acessado em: 05/09/2017.

Aristas	Formação dos artistas	62,8	28,2	5,1	2,6		1,3
	Divulgação da imagem da região	67,9	29,5	1,3		1,3	
	Comércio do Cariri	41,0	44,9	2,6			11,5
	Divulgação do turismo	48,7	42,3	6,4			2,6
	Média	55,1	36,2	3,9	0,7	0,3	3,9
Empresários	Divulgação da imagem da região	34,8	54,3	8,2		0,8	2,0
	Comércio do Cariri	15,2	48,8	21,5	12,5	1,2	0,8
	Divulgação do turismo	28,5	56,6	9,0	5,5		0,4
	Média	26,2	53,2	12,9	6,0	0,7	1,1
Público	Formação dos artistas	57,9	32,8	6,3	1,7	1,1	0,2
	Divulgação da imagem da região	63,2	33,8	2,7	0,2		
	Comércio do Cariri	41,2	47,1	10,6	0,4	0,6	
	Divulgação do turismo	45,9	45,7	7,2	0,4	0,6	0,2
	Média	52,1	39,9	6,7	0,7	0,6	0,1
Média Geral		46,1	42,2	7,4	2,1	0,5	1,7

Fonte /data: Criado por mim a partir de dados do Relatório da Pesquisa realizada pelo Sesc durante a Mostra Cariri de Culturas, ano 2016

Tabela 07 Nível de contribuição da 14ª Mostra Sesc Cariri de Culturas, em 2012, na opinião de artistas, empresários e público

Entrevistado	Aspecto	Nível de Importância (%)					
		Ótimo	Bom	Regular	Ruim	Péssimo	Não respondeu
Aristas	Formação dos artistas	69,5	26,0	3,8			0,8
	Divulgação da imagem da região	75,6	20,6	2,3			1,5
	Comércio do Cariri	60,3	30,5	6,9			2,3
	Divulgação do turismo	55,0	40,5	3,1			1,5
	Média	65,1	29,4	4,0	0,0	0,0	1,5

Empresários	Divulgação da imagem da região	65,3	29,8	5			
	Comércio do Cariri	52,1	40,5	6,6	0,8		
	Divulgação do turismo	58,7	35,5	5,8			
	Média	58,7	35,3	5,8	0,3	0,0	0,0
Público	Formação dos artistas	58,4	33,2	5,6	1,1		1,7
	Divulgação da imagem da região	64,8	30,7	3,6	0,4	0,2	0,4
	Comércio do Cariri	54,3	38,2	6,4			1,1
	Divulgação do turismo	57,7	34,8	6	1,1		4
	Média	58,8	34,2	5,4	0,7	0,1	1,8
Média Geral		61,1	32,8	5,0	0,3	0,0	1,2

Fonte /data: Criado por mim a partir de dados do Relatório da Pesquisa realizada pelo Sesc durante a Mostra Cariri de Culturas, ano 2012.

Tabela 08 Evolução da contribuição da Mostra Sesc Cariri de Culturas segundo os entrevistados na pesquisa

Entrevistado	Aspecto	Ótimo+bom (%)		Diferença em pontos Percentuais (Ano 2016 - Ano 2012)
		Ano	Ano	
		2016	2012	
Artistas	Formação dos artistas	91,0	95,5	-4,5
	Divulgação da imagem da região	97,4	96,2	1,2
	Comércio do Cariri	85,9	90,8	-4,9
	Divulgação do turismo	91,0	95,5	-4,5
	Média	91,3	94,5	-3,2
Empresários	Divulgação da imagem da região	89,1	95,1	-6,0
	Comércio do Cariri	64,0	92,6	-28,6
	Divulgação do turismo	85,1	94,2	-9,1

	Média	79,4	94,0	-14,6
Público	Formação dos artistas	90,7	91,6	-0,9
	Divulgação da imagem da região	97,0	95,5	1,5
	Comércio do Cariri	88,3	92,5	-4,2
	Divulgação do turismo	91,6	92,5	-0,9
	Média	91,9	93,0	-1,1

Fonte /data: Criado por mim a partir de dados do Relatório da Pesquisa realizada pelo Sesc durante a Mostra Cariri de Culturas, ano 2012 / 2016.

Tabela 09 Contribuição da Mostra Cariri de Culturas, ano 2012 e 2016

nos aspectos: Cultural, Social e Econômico

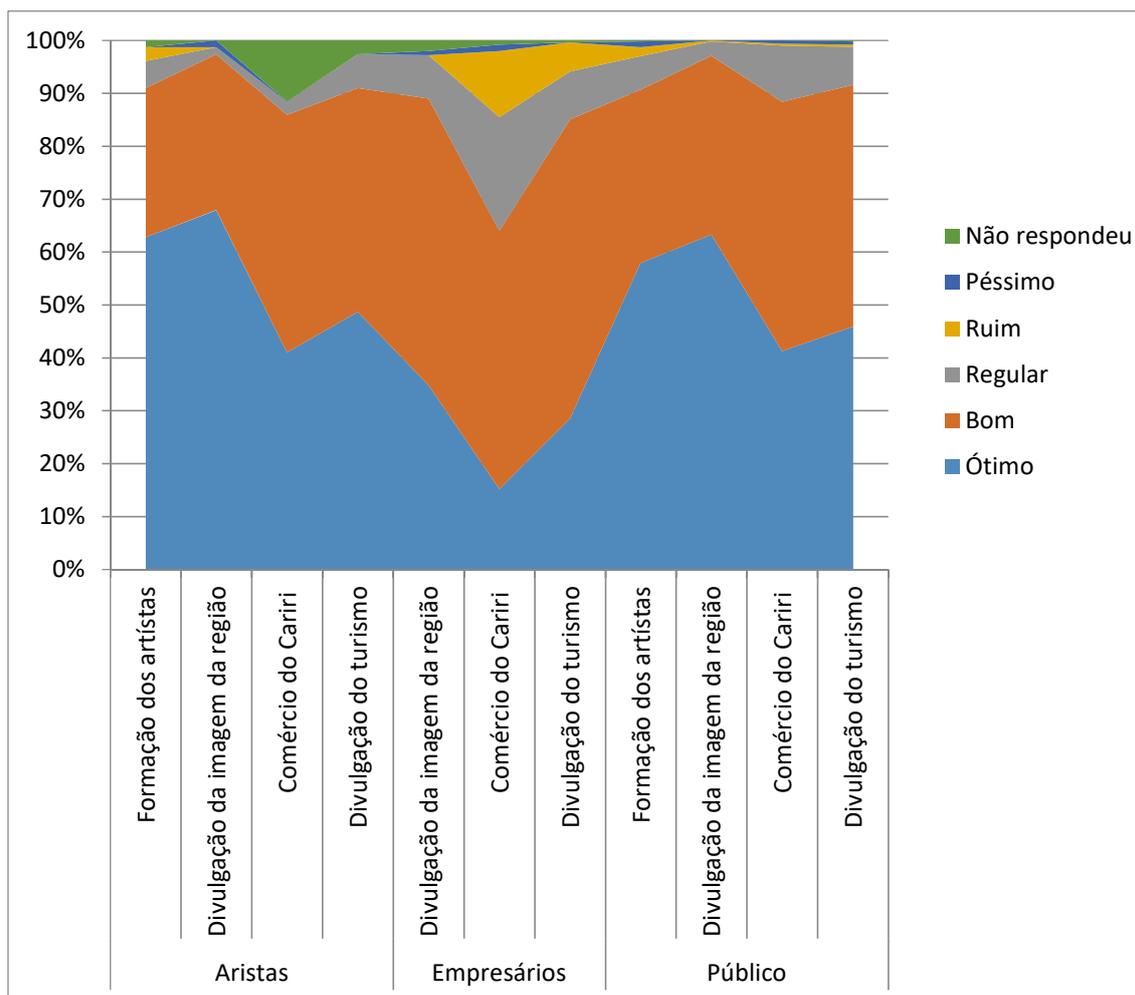
Entrevistado	Aspecto	Tipo de envolvimento	Ano 2012 (%)	Ano 2016 (%)
Artistas	Cultural	Envolvimento com o território	87,0	61,5
		Envolvimento com turismo local		
		Outros		
		Não sabe/Não respondeu	13,0	38,5
	Social	Envolvimento com o território	77,8	41,1
		Envolvimento com turismo local	3,1	3,8
		Outros		
		Não sabe/Não respondeu	19,1	55,1
	Econômico	Envolvimento com o território	72,5	21,1
		Envolvimento com turismo local	10,7	16,7
		Outros	1,5	3,9
		Não sabe/Não respondeu	15,3	58,3
<b>Média</b>	Envolvimento com o território	<b>79,1</b>	<b>41,2</b>	
	Envolvimento com turismo local	<b>4,6</b>	<b>6,8</b>	
	Outros	<b>0,5</b>	<b>1,3</b>	
	Não sabe/Não respondeu	<b>15,8</b>	<b>50,6</b>	
Empresários (+)	Econômico	Envolvimento com o território	71,9	28,2
		Envolvimento com turismo local	37,2	43,8
		Outros	1,7	20,8
		Não sabe/Não respondeu	9,1	7,4
Cultural	Envolvimento com o território	77,9	80,1	
	Envolvimento com turismo local	0,6	0,8	
	Outros	0,0	0,2	
	Não sabe/Não respondeu	21,5	18,8	

Público	Social	Envolvimento com o território	68,5	69,6
		Envolvimento com turismo local	0,4	0,4
		Outros	0,0	0,2
		Não sabe/Não respondeu	31,1	30,0
	Econômico	Envolvimento com o território	41,4	57,9
		Envolvimento com turismo local	32,2	12,9
		Outros	0,0	2,7
		Não sabe/Não respondeu	26,4	26,4
	Média	Envolvimento com o território	<b>62,6</b>	<b>69,2</b>
		Envolvimento com turismo local	<b>11,1</b>	<b>4,7</b>
		Outros	<b>0,0</b>	<b>1,0</b>
		Não sabe/Não respondeu	<b>26,3</b>	<b>25,1</b>

(+) Dados provenientes de questões com mais de uma resposta.

Fonte /data: Criado por mim a partir de dados do Relatório da Pesquisa realizada pelo Sesc durante a Mostra Cariri de Culturas, ano 2012 / 2016.

Gráfico 21 Nível de contribuição da 18ª Mostra Sesc Cariri de Culturas, em 2016, na opinião de artistas e produtores, empresários e público



Fonte /data: Autoria própria a partir de dados do Relatório da Pesquisa realizada pelo Sesc durante a Mostra Cariri de Culturas, ano 2016

Complementando a investigação quantitativa a qualitativa apresentou dados para responder as seguintes indagações: a Mostra SESC Cariri de Culturas é fator motivador para a criação de equipamentos de cultura e de turismo na região? Nesse sentido, apenas um dos seis interlocutores soube responder sobre o tema e, assim, afirmou que a Mostra Sesc motivou a criação, preservação e divulgação de equipamentos de cultura na região. Todavia quatro deles concordavam que o Sesc contribuía para a sobrevivência da cultura local. Exemplificando, consoante Mestre Espedito, *tem o Museu do Couro Espedito Seleiro e outros museus que estão em casarios antigos e que foram preservados por meio da ação e intervenção do Sesc.*

Quanto à pergunta sobre “que impactos foram vivenciados no desenvolvimento dos artistas e no processo de geração de renda dos que

participam da Mostra?”, apreende-se que tanto a pesquisa quantitativa quanto a qualitativa reconhecem esses impactos. No caso da qualitativa apreendeu que os seis concordam na melhoria econômica na medida em que os interlocutores afirmam receberem cachês por apresentações requisitadas por instituições e organizações diversas e pelo próprio Sesc. Deste modo, o Sesc é visto por eles como o principal entre estes tanto para receber dele os cachês quanto a partir da divulgação que o Sesc promove neles. Portanto, acreditam que a Mostra para eles promove um aumento de solicitações de apresentações em eventos e na venda dos seus produtos.

Referente à pergunta sobre se “pode um evento como a Mostra SESC Cariri de Culturas modificar a imagem de um artista e de um território de baixa densidade, conferindo-lhe uma percepção mais positiva?”, apreende-se que tanto a pesquisa quantitativa quanto a qualitativa reconhecem essas modificação de imagem positiva para ambos, pois “foram unânimes em concordar que a Mostra Sesc Cariri de Culturas consegue modificar a imagem do artista ou da cidade”. Todos os seis interlocutores apontaram a divulgação dos artistas regionais e de seus produtos culturais como principal ponto positivo que a Mostra promove para eles. Em consequência disso um aumento no número de eventos e de pedidos de apresentações nestes eventos.

A última pergunta é sobre “a cultura e o turismo podem promover o desenvolvimento em áreas mais deprimidas e remotas?”, nessa a pesquisa quantitativa é complementada pela qualitativa, pois “(06) mestres entrevistados, apenas um disse que não acreditava. No entanto, cinco (05) acreditam que sim, a cultura pode ser um fator de desenvolvimento em áreas de maior vulnerabilidade social na região”.

Em suma, as hipóteses desse estudo foram validadas na medida em que o SESC através da Mostra, para os interlocutores, é um fator motivador para a criação, preservação e divulgação de equipamentos de cultura na região ligada, ou não, aos artistas carirenses. Eles percebem a ligação da atividade profissional deles como artista da cultura local. Igual, veem impactos no desenvolvimento artístico, com referência à imagem e à divulgação, tanto deles quanto do território de baixa densidade no processo de geração de renda para quem participa da Mostra SESC Cariri de Culturas.

Corroborando e afirmando as falas desses interlocutores, Marujo (2015) assegura que cada vez mais, o turismo de eventos vem se apresentando assumindo um papel fundamental no desenvolvimento socioeconômico de um país, de uma região ou de uma localidade – instituem empregos diretos ou indiretos; promove uma melhoria da infraestrutura básica e turística do local; geram o aumento na comercialização de produtos; promovem o intercâmbio entre os turistas e a comunidade local, entre outros.

Nessa direção, realça-se igual a fala de Ribeiro; Vareiro; Fabeiro (2005) quando colocam que em todas as sociedades promovem diferentes eventos culturais, sobretudo porque são vistos além do econômico como fatores renovadores dos lugares e das regiões, “mas também a nível paisagístico, de preservação do património cultural e histórico. São eventos igualmente vistos como susceptíveis de influenciar positivamente a imagem externa e interna de um território” (Ribeiro; Vareiro; Fabeiro, 2005, p.63).

Diante disso, analisando com base nos interlocutores e teóricos pode-se crer inclusive que a cultura pode sim ser um fator de desenvolvimento em áreas de maior vulnerabilidade social de uma região, como também, de fortalecimento da cultura local com foco no turismo criativo. O SESC acredita nessa possibilidade e por isso que busca promover por meio da Mostra essa ampliação para atingir em especial a esses locais mais vulneráveis construindo pontes entre a tradição e a contemporaneidade e ainda conectando o Cariri cearense com o mundo. Por sua vez, válida, por fim, a todas as hipóteses já citadas e isso sublinha a reflexão de que a Mostra é importante tanto para o turista quanto para a população local. Isto porque ambos se beneficiam e tiram dividendos nos dois modos, um direto (beneficiado pela própria Mostra) outro indireto (beneficiado pelo turismo que a Mostra promove).

## **CAPÍTULO QUINTO**

### **5 – MOSTRA SESC CARIRI DE CULTURA: considerações finais, conclusões e recomendações numa perspectiva científica de incentivo ao turismo criativo, desenvolvimento conectados à preservação do patrimônio cultural**

Resultar à reflexão sobre as conclusões, considerações e recomendações acarretadas desta pesquisa, tornou-se necessário um regresso à escolha da presente temática que decorreu da necessidade profissional do investigador na época Diretor de Administração e Finanças do SESC Ceará com pouco mais de 15 anos de atuação direta desde o planejamento à execução dos principais projetos da entidade. Em sintonia a essa questão evidenciou o investimento no evento Mostra Sesc Cariri de Cultura, em especial, a fim de preservar o patrimônio cultural conectado ao turismo criativo voltada como ação de desenvolvimento local, sob o ponto de vista da sustentabilidade. Isso fez surgir no autor desta tese à pretensão de respostar dados do trabalho social, cultural e político por meio da Mostra. Por isso que esta investigação buscou analisar o impacto cultural, econômico e social da Mostra SESC Cariri de Cultura como evento cultural e turístico, desenvolvido na região do Cariri cearense sob a percepção dos artistas e produtores, público e empresários.

Verificou-se através da revisão bibliográfica que na maioria dos estudos coletados, os autores acreditam e apontam para o desenvolvimento local e territorial por meio do turismo. Isto porque para a maioria destes o turismo é uma tendência promissora de crescimento para as próximas décadas de maior opção. Nesse contexto, no aspeto global da economia mundial consideram que hoje é o maior empregador de mão-de-obra no mundo e se manifestam para o turismo criativo utilizando o marketing positivo para atração ao território.

Sob esse viés, instituíram-se norteadores como parâmetros teóricos e metodológicos de ponderações e de fios condutores a interpretação de cada significado da vivência educativa sob a percepção dos interlocutores. Realçou-se esta visão voltada à criação das condições favoráveis ao turismo criativo focando ao desenvolvimento em conexão principal à preservação do patrimônio cultural da região do Cariri cearense por meio da participação destes na mostra de cultura a luz desses autores.

Com o “estado da arte” da temática clareou mais ainda para um estudo de caso da Mostra SESC Cariri de Culturas em que coube discutir sobre eventos que ocorreram, sobretudo no Brasil. Assim, não se pode deixar de falar do *Rock in Rio* como ferramenta teórica por dois motivos, o primeiro porque é um evento de menção local, nacional e internacional que acontece no Brasil e segundo porque, sobretudo, o *Rock in Rio* foi referência de estudo para os idealizadores da Mostra que se motivaram ao desenvolvimento da Mostra com os *shows* musicais que possuem.

É fato que talvez o *Rock in Rio* esteja no extremo oposto da Mostra SESC que se propõe desenvolver a sua intervenção social por meio do estímulo ao turismo criativo e seja aqui um grande risco para a compreensão dos leitores sobre opção dessa escolha como evento de referência. Isso levou ao pesquisador desse estudo pensar por diversas vezes em retirá-lo dessa tese. Entretanto, retirá-lo seria não contar toda a história como ela ocorreu. Até porque os dois são eventos, independente que se pontue que este foi um ato equivocado que queria um evento com *shows* musicais de grandes dimensões e na verdade para os técnicos da área isso seria afirmar incomparáveis visto que são mundos tão diferentes em relação ao desenvolvimento de um turismo criativo. Mas esse pensamento foi mais forte para optar no rigor científico de trazer a história tal como ocorreu dando a possibilidade de se aproximar o máximo do real.

Nesse sentido, vale ressaltar rápida parte da história do SESC que é uma empresa privada sem fins lucrativos referência nacional e quando almeja realizar um projeto investe em seus profissionais estudarem nos melhores locais de referência no assunto para construir e executar projetos com excelência e, assim, também foi a referida mostra de cultura estudada que inclusive o seu Diretor de Administração e Finanças, autor dessa tese, a partir de 2004 se inseriu no projeto desde elaboração, programação e execução das principais etapas do processo tomando como base estudos na área inclusive a luz do *Rock in Rio* e o Festival de Jazz e Blues que estudou, daí o cuidado nas suas programações musicais no processo de planejamento das estruturas para receber grandes públicos e outros cuidados a luz desse evento. Uma vez que

existem shows na Mostra SESC Cariri de Culturas que contam com a participação de dezenas de milhares de pessoas.

Além do que o *Rock in Rio*, bem como a Mostra SESC Cariri de Culturas, ambos começaram pequenos, e se tornaram grandes com o sucesso, claro que em proporções diferentes. Isso também é referência porque o SESC almeja em seus projetos sociais locais se tornarem referência nacional. Deste modo, o evento: *Rock in Rio* e depois veio o Festival de Jazz e Blues de Guaramiranga que já dito no interior do estado do Ceará como evento cultural comparativo de superação que influenciou no desenvolvimento local em que o mesmo tem participação de muitos artistas locais.

Portanto, negá-los a existência e importância nessa tese seria talvez como negar a importância dos dedos de uma mão humana na dinâmica de produção dela porque todos os dedos têm tamanhos diferentes e, pelo contrário observa-se que na prática compreender os diferentes tamanhos dos dedos significa abranger a existência de cada um na forma que são como parte da mão humana.

Outro realce seria no como a Mostra SESC tem a pretensão de meta atrair pessoas interessadas de toda parte do mundo tal como faz o *Rock in Rio*, com isso enfatiza entre eles a utilização do turismo cultural local de massa para o seu desenvolvimento. Muito embora o *Rock in Rio*, seja um espaço para as manifestações da nova geração do *Rock* no Rio de Janeiro e a Mostra SESC Cariri de Culturas, um espaço para as manifestações populares culturais locais, no Cariri cearense. Estas podem se complementar na visão científica por meio da compreensão do desafio específico de cada um e das pretensões similares que podem por meio disso ajudar no processo de concretude.

O *Rock in Rio* evoluiu por meio da aprendizagem com seus próprios erros conseguiram materializar como uma marca global que gerou edições internacionais. Talvez fosse mais correto, então, comparar os aspectos do *Rock in Rio* com a Mostra SESC Cariri de Culturas como superação dos possíveis erros cometidos em festivais. A Mostra realizada pelo Serviço Social do Comércio quer seguir esse caminho como mecanismo de referência por acreditar que entendendo melhor os erros nesse percurso do *Rock in Rio* irá cooperar no planejamento para atingir o impacto que a Mostra SESC almeja

com os seus espetáculos musicais, uns dos desenho programático da referida mostra estudada, bem como divulgando os seus artistas local e/ou nacional para o mundo, dinamizando a conexão local-global.

Entretanto, é bom se lembrar do que a sua forma de oferecer festival de música, teatro, artesanatos, folclore do Cariri cearense, entre outras apresentações torna-se essa Mostra única e claro muito diferente do *Rock in Rio* que apresenta um grande festival de música internacional. É notório que não se pode negar essas diferenças entre estes eventos, contudo, também, não se pode negar que os técnicos operacionais do SESC responsáveis pelo o projecto Mostra SESC Cariri de Culturas ao longo de sua história se espelharam em eventos similares para dar a forma e atualizar-se com tendência de trabalhar o turismo criativo no Cariri cearense.

Ressalta-se que a Mostra ter o *Rock in Rio* como referência não significa dizer que a Mostra no estado do Ceará quer ser um *Rock in Rio*, isso não é o objetivo do promotor SESC e nem da natureza conteudística do projecto Mostra SESC Cariri de Culturas. Nesse caso, apercebeu-se que a referência aqui é pela aprendizagem e ser consoante seu próprio desenho de Mostra uma referência nacional com possibilidade de abrir caminhos para os seus artistas participantes trocarem experiências e vivências e ampliar horizontes geográficos e territoriais.

A esse respeito e exemplificando tem-se o caso da Mostra SESC Luso brasileiro em 2011 e 2012, em que através de uma parceria com a Universidade de Coimbra, houve oportunidade de apresentar a tradição do folclore do Cariri cearense em Portugal, com igual, troca de experiência entre os grupos de raízes locais do Cariri cearense com os grupos tradicionais e locais da região alentejana de Portugal. Destaque para um deles que é do berço da cultura do Cariri cearense, a banda cabaçal dos Irmãos Aniceto que estiveram em Portugal e França, assim como em outros estados do Brasil e participaram de todas as edições da Mostra SESC Cariri no Ceará.

Realça nesta ocasião outro exemplo como até recomendação para o SESC multiplicar o caso do Mestre Espedito Seleiro que a partir da referida Mostra conseguiu exportar os seus produtos de couro para outros territórios. Isso ocorreu devido à qualidade dos seus produtos, e ao longo de sua história

participante desde a primeira edição da Mostra SESC, o evento foi proporcionando visibilidade ao produto singular do couro do Mestre Espedito Seleiro. Também foi organizado uma produção em museu em homenagem ao talento de Mestre Espedito Seleiro pelo SESC passando pela mídia que este evento a possibilidade de promover capitais criativos e intelectuais locais e globaliza artistas e produtos existentes na região do Cariri. Revela por igual à probabilidade de sucesso na produção de 16 Museus Orgânicos que estão previstos a construção pelo SESC (2 foram já foram inaugurados) como parte dos desdobramentos da ação do SESC solicitado pela mostra em questão para o desenvolvimento local e de produto turístico criativo no Cariri cearense.

Vale salientar que apesar deste estudo não ter sido possível o aprofundamento de algumas abordagens citadas dessas ferramentas. Exemplificando, os erros citados que fizeram história no *Rock in Rio* na pesquisa quantitativa e a qualitativa sobre a Mostra SESC Cariri de Culturas para realizar um paralelo entre estes em eventos. Entretanto, como mecanismo de compreensão para atingir as particularidades de eventos no caso da Mostra Sesc Cariri de Culturas por meio desta abordagem histórica clareou as discussões sobre erros em eventos. Estas se conectaram ao valor do desenvolvimento local que se recomenda como tal até como igual mecanismo as futuras pesquisas sobre eventos turísticos no Brasil e/ou no mundo.

Consoante à ação do Festival de Jazz e Blues de Guaramiranga como a Mostra SESC Cariri de Culturas, os dois ocorrem ano a ano no interior do Ceará que fica no nordeste do Brasil, atingindo cidades com população muito pequena e pouca infraestrutura. Além das semelhanças citadas nos capítulos II, realça-se possuírem semelhanças na região com referência a vários recursos naturais específicos da região que favorece ao turismo criativo, a maioria das suas populações têm baixo nível de renda e escolaridade, ambas têm como primazia a valorização e desenvolvimento do artista local, bem como a identificação com a valorização do trabalho do músico instrumental e a preocupação com a qualidade técnica e divulgação da música.

Diante disso, urge que os grandes eventos culturais e criativos como o *Rock in Rio* que se internacionalizou e o Festival de Jazz e Blues de Guaramiranga no interior do estado do Ceará para possibilidades de

visibilidade de forma positiva do território. Eventos que vale reforçar foram motivadores entre outros para a concretização deste presente estudo de caso e por estes terem algumas características muito similares as da Mostra Sesc Cariri de Culturas que acontece na região do Cariri cearense e, além disso, por eles contribuírem no desenvolvimento territorial por meio da visibilidade turística que promovem.

Sob esse viés, recomenda-se ao SESC que sejam produzidos instrumentais de entrevistas para coletar dados no acompanhamento do processo de desenvolvimento da Mostra que trata dos festivais musicais nos próximos eventos alinhados aos eventos do *Rock in Rio* e do Festival de Jazz e Blues de Guaramiranga por meio das pesquisas do IPDC. Sugere nos instrumentais que nestes sejam realizados um aprofundamento que promova na coleta dados de semelhanças e diferenças entre eles para o processo de compreensão destes. Colete dados de como são feitos e por meio de quais mecanismos cada um seguiu para ser compreendido e analisado um comparativo detalhado desses dados nas futuras pesquisas.

Diante dessas considerações, este desenho sobressaiu à opção pela investigação sob o olhar quantitativo por meio dos artistas e produtores, público e empresários locais e qualitativo através dos mestres de cultura, mas ambos sempre caminhando com o foco nos objetivos, indagações e hipóteses. A fim de compreender se o intercâmbio propiciado pela Mostra SESC Cariri de Culturas contribui para o desenvolvimento das condições socioeconômicas do turismo local e do território conectado à preservação do patrimônio cultural.

Destacou-se que por meio da inserção quantitativa de base em 2012 e 2016 conectadas a qualitativa de 2017 concluiu-se que esse processo reforçou e complementou uma a outra no que se refere para a chegada dos resultados interligados a atingir com facilidade aos objetivos. Isso fez o diferencial para conseguir validar todas as hipóteses, assim como conseguiram responder as indagações deste estudo.

Afinal, exemplificando essas considerações por meio da análise descritiva da investigação quantitativa exposta nos item: 4.2 - Percepção dos artistas e produtores sobre a Mostra SESC Cariri de Cultura numa perspectiva quantitativa dos eventos Culturais nas Dinâmicas de Desenvolvimento

Regional, 4.3 - Percepção dos empresários sobre a Mostra SESC Cariri de Cultura cearense numa perspectiva quantitativa dos eventos Culturais nas Dinâmicas de Desenvolvimento Regional e 4.4 - Percepção do público sobre a Mostra SESC Cariri de Cultura numa perspectiva quantitativa dos eventos Culturais nas Dinâmicas de Desenvolvimento Regional, concluiu-se que tornaram possível sintetizar um entendimento que possibilite uma visão da percepção dos artistas e produtores, dos empresários e do público sobre a contribuição da Mostra Sesc Cariri de Culturas nas dinâmicas de desenvolvimento Regional.

Deste modo, fazendo uso de pesquisa realizada por meio do IPDC sob a orientação e coordenação do investigador, Savio Costa, na ocasião do evento, em 2016, que procurou nas perguntas, em meio aos enfoques objetivados pela instituição, construir base quantitativa direcionada aos objetivos desse trabalho. Para acompanhar a evolução da opinião dos entrevistados a respeito da mostra, procurou-se fazer paralelo das informações colhidas também na pesquisa realizada em 2012, o que forneceu suporte para delinear a maturidade das conclusões aqui indicadas e detalhadas no capítulo anterior.

Percebeu-se por meio deste caso que o estudo realizado em 2016, bem como a de 2012, foram aplicados e tabulados contemplando três amostras distintas, a dos artistas e produtores, a dos empresários locais e a do público. Isso possibilitou sintetizar informações e processar dados comuns em aspectos que evidenciam a contribuição da mostra cultural estudada nas dinâmicas de desenvolvimento regional, em especial nessas amostras pesquisadas em cada ano.

Neste sentido, para a construção de medidas comuns aos grupos amostrais, buscou-se sintetizar a opinião dos entrevistados relativa ao nível de contribuição e importância da Mostra Sesc Cariri de Culturas para o desenvolvimento da região, no que se refere, a formação dos artistas, comércio, divulgação da imagem e do turismo na região. O mesmo procedimento foi adotado com relação à contribuição dita Mostra para o desenvolvimento da região nos aspectos: cultural, econômico e social.

Conforme já confirmado e muito discutido no capítulo anterior igual às hipóteses desse estudo e respondado as indagações. Todavia, acerca dessa

discussão se avigorou em percentagem com base na conclusão sobre a média do conceito da soma de bom mais ótimo da pesquisa quantitativa para alguns impactos positivos. Como exemplo, os próprios artistas (93,25%) que são os mais afetados de imediato e o público que os assistem (91,15%) a grande maioria destes interlocutores identifica a contribuição da Mostra Sesc Cariri de Culturas **na formação dos artistas da região do Cariri cearense**. Os interlocutores com uma porcentagem bem equilibrada acreditam que a Mostra contribui **na divulgação da imagem da região do Cariri cearense**, ou seja, os artistas com 96,8%, o público com 96,25% e os empresários com 92,1%.

São unânime em reconhecer a contribuição da Mostra para o **comércio da região do Cariri cearense**. Entretanto, o público (90,04%) a grande maioria acredita bem mais do que os próprios empresários (78,3%) e pouco mais que os artistas (88,35%). Foram também unânime em identificar a contribuição da Mostra **na divulgação do turismo na região do Cariri cearense**. Todavia, o artista (93,25%) e o público (92,05%) a grande maioria deles acreditam um pouco mais do que os próprios empresários (89,65%).

A essa consideração, é clara a percepção que a investigação qualitativa conecta e complementa os dados recolhidos na investigação quantitativa. De modo que a particularidade do perfil de cada um destes interlocutores investigados qualitativamente influenciou com significado valor e reconhecimento que estes têm conquistado com relação à dedicação, ao trabalho deles e ao resultado destas ações na comunidade em que estão inseridos estes mestres da cultura local.

Constatou-se através das Investigações qualitativas técnicas e da sensibilidade dos técnicos do SESC que estão à frente citada mostra cultural por coincidência estes são reconhecidos por igual pelo próprio SESC e pelos mestres a concretude do projeto museu-vivo ou museus orgânicos. Esta ação faz parte dos desdobramentos do processo de acompanhamento técnico e operacional da Mostra SESC Cariri de Culturas durante a sua preparação que a partir desse se criou o primeiro o Museu do Couro do Mestre Espedito Seleiro na cidade de Nova Olinda. Em seguida, com o sucesso na Mostra despertou para o estudo da sua ampliação e possibilidade em cada comunidade destes mestres serem feitos museus-vivos sobre a história cultural que cada um

desenvolve ao longo de suas vidas nessas comunidades, preservando e divulgando o patrimônio existente. Destaca-se nessa ação do SESC como um dos mecanismos efetivo em prol à criação das condições favoráveis ao turismo criativo conectado à preservação do patrimônio cultural e esta tem a relação direta com as recomendações ao Serviço Social do Comércio por esta investigação.

As particularidades dos perfis de cada mestre de cultura e a forma como são disponibilizados esses serviços ligados à cultura aplicada pelos mestres em suas comunidades **aos turistas**, a partir da **Mostra SESC Cariri de Culturas** percebeu-se uma influência positiva econômica na comunidade local destes mestres que está inserido na Mostra. Verificou-se no trabalho de campo que as motivações dos mestres são diferenciadas por categorias na cultura, sendo assim, cada um deles tem os seus próprios focos de interesse dependendo das suas experiências culturais de vida e com isso uma diversidade de categorias que promove um enriquecimento cultural local.

Entendeu-se que a mostra de cultural estudada se classifica como evento de dimensão megaevento, periódicos, com abrangência regional; tendo como natureza/finalidade em essência cultural; de zona de ação externa à instituição com o público-alvo para todos os clientes seja: corporativos, fornecedores, crianças, jovens, famílias e mulheres/homens. Deste modo, a Mostra Sesc Cariri de Culturas como evento de cultura nessas proporções tem competência e as principais ferramentas para contribuir no desenvolvimento social, econômico e na preservação do patrimônio local.

Com a globalização desses eventos, os autores alertam para os riscos de perdas ou ganhos da identidade cultural através da forma como se lidam com esse novo fenômeno. Com base nesse risco recomenda-se para a importância de se realizar um desenho conteudístico e programático trazendo ao foco de debate a responsabilidade para um turismo envolvendo a comunidade local e a atuação deste em equilíbrio com o desenvolvimento sustentável do território conectado à preservação deste patrimônio seja cultural e/ou social. Como ainda, para a priorização do SESC com o Poder Público na concretude e divulgação dos museus vivos ou orgânicos.

Diante disso, sugere-se como possível ferramenta nessa direção os planejamentos estratégicos sistêmicos de promoção através do IPDC para o SESC no estado do Ceará com os seus departamentos internos ASPLAN, ASCOM, GEFIN, Gerências das Unidades Operacionais e o sector do Programa Cultura mais diálogo entre os campos públicos e privados em prol de fertilização ao desenvolvimento do local somando responsabilidade social deste ligado à preservação do patrimônio cultural entre eles. Aconselha-se como mecanismos que convide a essa ação os sectores ligados para uma atualização profissional nessa visão de desenvolvimento sustentável conectado à preservação do patrimônio cultural, a fim de aumentar a competitividade com responsabilidade ao turismo em questões social, cultural e políticas.

Conclui-se que o Serviço Social do Comércio está na direção certa de sua missão, visão e valores de excelência nas mudanças globais, qualidade dos serviços ofertados, ética na busca do equilíbrio e justiça social, entre outros. Cabe sim ao Sesc uma parcela dessa responsabilidade social, cultural, econômico e política, entretanto, sobressai-se como responsabilidade nesses comandos a gestão do Estado do Ceará de tal modo que deve ser maior do que a do SESC. Torna-se imprescindível adotar mais políticas de revitalização cultural numa ampliação em que seja possível retratar o turismo voltado às heranças culturais, desenvolvido em locais históricos, como acontece no Cariri, pela via de Mostras Culturais, realizadas sistemáticas, cuja demanda é incentivada por vários factores como a presença de artistas locais, regionais, nacionais e estrangeiros, o artesanato diversificado, as comidas típicas da região, dentre outros que representam uma resposta comunitária local à pressão do turismo, que contribui com o crescimento e o desenvolvimento cultural da região.

Em síntese, o estudo de caso sobre a Mostra SESC Cariri de Culturas confirma e reforça que este evento na percepção dos interlocutores ajuda na criação e preservação de equipamentos de cultura e de turismo na região. Que o SESC serve de ponte fazendo a ligação entre os artistas locais, a tradição e a contemporaneidade, bem como possibilitando o contacto e a troca de experiências com os artistas de outras zonas e outros territórios e com a sua ação social modifica de modo positivo a imagem dos artistas e do território de

baixa densidade promovendo desenvolvimento econômico e social e ainda preservando suas tradições, isso contribuiu para a evolução da Mostra tornando-se um evento plural, multicultural e inclusivo. Nessa perspectiva científica de contribuir com mais efetividade e propriedade cabe ao SESC como instituição que trabalha com seriedade e que possui grande capilaridade, como recomendação, aproximar e compartilhar responsabilidades social, cultural e política por meio dos contatos e parcerias com a própria comunidade, outras instituições e autoridades governamentais ligadas a esse fim, possibilitando o envolvimento de todos, no sentido de ampliar o desenvolvimento de forma positiva. Salienta-se em especial que os dados exibidos no presente estudo não se esgotam, contudo abrem caminhos para novas reflexões dentro do olhar comparativo entre eventos culturais conectados ao turismo criativo interligado à preservação do patrimônio cultural e da autoestima do Cariri para o desenvolvimento territorial, ou mesmo, futuros desdobramentos como pesquisas complementares com o escopo de mergulhar e delinear mais o assunto.

## REFERÊNCIAS

Albagli, S. & Maciel, M.L. (2003). *Pequena empresa: cooperação e desenvolvimento local*. Rio de Janeiro: Relume Dumará, UFRJ, Instituto de Economia.

Amarante, P. D. de C. (2009). Reforma Psiquiátrica e Epistemologia. Cad Bras de Saúde Mental, vol 1, nº1, jan-abr. (CD-ROM). Recuperado a 04 de agosto de 2018 em: <<http://stat.ijkem.incubadora.ufsc.br/index.php/cbsm/article/view/998>>

Anjos, F. W. (2015). *Trajetórias musicais e caminhos de formação a constituição do habitus docente de três músicos educadores da região do Cariri e suas experiências no curso de música da UFCA*. (Tese de Doutorado). Universidade Federal do Cariri, Juazeiro do Norte, Ceará.

Avraham, E. & Ketter, E. (2008). *Media strategies for marketing places in crisis*: Butterworth-Heinemann. Amsterdam: Elsevier.

Baracho, M. A.P. & Félix, L. F. F. (2002). *Responsabilidade Social e Marketing Cultural*. Belo Horizonte: Fundação João Pinheiro (Cadernos do Cehc). Série Cultura, nº 8.

Batista, A. V. (2008). *Turismo de Eventos: Desafios prementes da cidade de João Pessoa*. Dissertação. Universidade de Aveiro. Departamento de Economia Gestão e Engenharia Industrial.

Barreto, S. A. M. (2004). *A história do cangaço enquanto atrativo turístico: o caso do produto Xingó - Canindé do São Francisco - Se.* (Dissertação de mestrado) Universidade Estadual de Santa Cruz, Ilhéus, Bahia.

Baudrillard, J. (1991). *Simulacros e Simulações*. Relógio d'Água.

Behring, E. R. (2011). *Política social: fundamentos e história*..(9ªed). São Paulo: Cortez

Beni, M.C. (2004). Turismo: da economia de serviços à economia da experiência. In: *Turismo: Visão e Ação*. v. 6. nº 3. set-dez, p. 295-306.

Beni, M.C. (2006). *Política e planejamento de turismo no Brasil*. São Paulo: Aleph.

Boullón, R. (1997). *Planificación del espacio turístico*. México: Trillas.

Boullón, R. (2002). *Planejamento do espaço turístico*. Bauru, São Paulo: EDUSC.

Bourdieu, P. (2013). A Essência do Neoliberalismo. Recuperado a 27 de setembro de 2018 em: <https://filosoficabiblioteca.files.wordpress.com/2013bourdieu-a-essencia-do-neoliberalismo.pdf>.

Brandão, C. (2007). *Território e Desenvolvimento: as múltiplas escalas entre o local e o global*. São Paulo: Unicamp.

Brasil. Ministério do Turismo [Mtur] (2003). *Plano Nacional do Turismo: diretrizes, metas e programas 2003-2007*. Brasília/DF: MTur, 2003d. 48 p.

Brito, S. Q. F. (1979). *A rebelião de Joaquim Pinto Madeira: Fatores Políticos e Sociais*. (Dissertação de Mestrado em História). Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis.

Buarque, S. C. (2002). *Construindo o desenvolvimento local sustentável*. Rio de Janeiro: Garamond, 2002.

Bulick, B., Coletta, C., Jackson, C., Taylor, A. & Wolf, S. (2003). *Cultural Development in Creative Communities*. (Monograph). Recuperado a 13 de novembro de 2005 em: <http://www.AmericansForTheArts.org>.

Calle, J. L.G. & Courreau, O. P. (2012). Desarrollo local y puesta en valor del territorio en la ruta Mutis. In Portuguez, A.P; Seabra, G de F & Queiroz, O.T.M.M, (org). *Turismo, espaço e estratégias de desenvolvimento local*. João Pessoa: Editora Universitária da UFPB. Recuperado em 17 de setembro de 2017 em: <http://www.geociencias.ufpb.br/~paulorosa/Documentos/DGEPT.pdf>.

Candiotto, C. (2008). Subjetividade e verdade no último Foucault. *Trans/Form/Ação*, São Paulo, 31(1): 87-103. Recuperado a 12 de agosto de 2018 em: <http://www.scielo.br/pdf/trans/v31n1/v31n1a05.pdf>.

Cardoso, M. L. (2013). *A Importância da Organização de Eventos no Turismo*. (Dissertação de mestrado em Turismo) Faculdade de Letras da Universidade do Porto, Porto, Portugal.

Cariri Revista (2012). *Cariri: O mundo para o Cariri. O Cariri para o Mundo*. Material de Arquivo Mostra SESC Cariri de Cultura da Assessoria de Comunicação e Marketing do SESC Ceará nº 19.

Cariri Revista (2016). *Cariri: O mundo para o Cariri. O Cariri para o Mundo*. Editora 309. Material de Arquivo Mostra SESC Cariri de Cultura da Assessoria de Comunicação e Marketing do SESC Ceará nº 20.

Carneiro, L.F. (2011). *Rock in Rio: a história do maior festival de música do mundo*. São Paulo: Globo.

Castro, R. B. de (2006). Eficácia, Eficiência e Efetividade na Administração Pública. 30º Encontro da ANPAD. Recuperado a 17 de setembro de 2018 em: <http://www.anpad.org.br/enanpad/2006/dwn/enanpad2006-apsa-1840.pdf>>.

Cenci, A. & Costas, F. A. T. (2011). Subjetividade social e subjetividade individual nas dificuldades de aprendizagem. Recuperado a 27 de setembro de 2018 em [http://educere.bruc.com.br/CD2011/pdf/5127\\_2476.pdf](http://educere.bruc.com.br/CD2011/pdf/5127_2476.pdf)>.

Cerqueira, W. (2012). Empresas Transnacionais. Recuperado a 21 de janeiro de 2012 em: [www.brasilecola.com/geografia/empresas-transnacionais.htm](http://www.brasilecola.com/geografia/empresas-transnacionais.htm).

Chae, M. & Hill, J. (2000). Determinants and Benefits of Global Strategic Marketing Planning Formality. *International Marketing Review*, 17(6), p. 538-553.

Clemente, A. & Higachi, H.Y. (2002). *Economia e desenvolvimento regional*. São Paulo: Atlas.

Cordeiro, D. S. A. (2008). *Caldeirão da Santa Cruz: memórias de uma utopia comunista no nordeste brasileiro*. VI Congresso Português de Sociologia. Número de série: 712.

Cooper, C. (2001). *Turismo: princípios e práticas*. 2. ed. Porto Alegre: Bookman.

Coriolano, L. N. (2006). *O turismo nos discursos, nas políticas e no combate à pobreza*. São Paulo: Annablume.

Coriolano, L. N. (2012). A contribuição do turismo ao desenvolvimento local. In: Portuguez, A. P; Seabra, G. de F & Queiroz, O.T.M.M (orgs) *Turismo, espaço e estratégias de desenvolvimento local*. João Pessoa: editora universitária da UFPB. Recuperado em 17 de setembro de 2017 em: <http://www.geociencias.ufpb.br/~paulorosa/Documentos/Divulgacao/livros/livro GEPTTE.pdf>>.

Corrêa, R. L. (2013). Sobre agentes sociais, escala e produção do espaço: um texto para discussão. Universidade do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro. In Carlos, A.F.A; Souza, M.L de & Sposito, M.E.B (orgs) *A produção do espaço: agentes e processos, escalas e desafios*. (1ª ed - 2ª reimpressão). São Paulo: Contexto.

Costa, I. F. da (2004). *Marketing cultural: o patrocínio de atividades culturais como ferramenta de construção de marca*. São Paulo: Atlas.

Cruz, R.C.A. (1996). Políticas de turismo e construção do espaço turístico-litorâneo no Nordeste do Brasil. In: Lemos, A. I. G de (org.). *Turismo: impactos socioambientais*. São Paulo: Hucitec, p.263-272.

Cruz,R.C.A. (2002). *Política de turismo e território*. (2ªed). São Paulo: Contexto.

Cruz, S.M. (2010). *Mostra SESC Cariri de Cultura: a aldeia como política para o desenvolvimento cultural*. (Dissertação de Mestrado).Fundação Getúlio Vargas, Rio de Janeiro.

Cuche, D. (1999), Hierarquias sociais e hierarquias culturais.In Cuche,D. *A noção de cultura nas ciências sociais*. Lisboa: Fim de Século Edições, p. 103-121.

Cunha Filho, F. H.(2000). *Direitos Culturais como direitos fundamentais no ordenamento jurídico brasileiro*. Brasília: Brasília Jurídica.

Cunha, L. (2013). *Economia e política do Turismo*. (3ª ed). Lisboa: Lidel.

Deslandes, S. F. (2012). *Pesquisa Social: teoria, método e criatividade*.In. Deslandes, S.F; Gomes, R & Minayo, M.C. de S (orgs). (31ª ed). Petrópolis, Rio de Janeiro: Vozes.

Deslauriers, J. & Kérisit, M. (2008). O delineamento de pesquisa qualitativa. In: Poupart, Jean et al. *A pesquisa qualitativa: enfoques epistemológicos e metodológicos*. Petrópolis, Rio de Janeiro: Vozes, p. 127-153.

Dias,R.(2003). *Planejamento do turismo: política e desenvolvimento do turismo no Brasil*. São Paulo: Atlas.

Dias, R. (2006). *Turismo e patrimônio Cultural: recursos que acompanham o crescimento das cidades*. São Paulo: Saraiva.

Diniz, D. (2008). Ética na pesquisa em ciências humanas - novos desafios. *Ciência & Saúde Coletiva*, 13(2):417-426. Recuperado a 04 de agosto de 2018 em: <http://www.scielo.br/pdf/csc/v13n2/a17v13n2.pdf>.

Dreher, M.A & Salini, T. (2008). Regionalização e políticas públicas no turismo: proposta bem (in)tencionada distante da práxis.In: *Seminário de Pesquisa em Turismo do Mercosul*. Caxias do Sul: URS.

Dumazedier, J. (1999). *Sociologia empírica do lazer*. São Paulo: Perspectiva.

Feger,J.E.et al (2008). Regionalização do turismo: uma análise espacial do arranjo produtivo local - Rota da Amizade. *Observatório de Inovação do Turismo* – Revista Acadêmica, v.3. nº4. Fundação Getúlio Vargas,Rio de Janeiro.

Fernandes,J.L.J. (2005). Indústrias culturais, representações de lugares e

marketing territorial: o caso particular do continente africano. In: Meirelles, F. O *Fiel Jardineiro*. Centro de Estudos Geográficos/Faculdade de Letras da Universidade de Coimbra, Coimbra, Portugal.

Fernandes, J.L.J. (2008). Artes visuais, representações e marketing territorial. In: Biblos, v. VI (2ª série). *Revista da Faculdade de Letras*. Coimbra: Universidade de Coimbra, p.339-366.

Ferreira, A.B.H. (1998). *Novo dicionário da Língua Portuguesa*. Rio de Janeiro: Forense.

Ferreira, A.B.H. (2010). *Mini Aurélio: dicionário da língua portuguesa*; coord ed Marina Baird Ferreira.(8º. Ed). Curitiba: Positivo.

Ferreira, N. S.de A. (2002, agosto). As pesquisas denominadas “estado da arte”. *Educação & Sociedade*, ano XXIII, nº 79. Recuperado a 05 de setembro de 2017 em: <http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S0101-733020020scrilng=pt>

Ferreirinha, I.M.N. & Raitz, T.R.(2010). As relações de poder em Michel Foucault: reflexões teóricas. *Rio de Janeiro* 44(2):367-83, mar./abr. Recuperado a 01 de novembro de 2018 em <http://www.scielo.br/pdf/rap/v44n2/08.pdf>.

Font, X. (2009). *Responsible tourism marketing*. Leeds: LMU-ICRT.

Foz do Iguaçu.(2010). Número visitantes 2010. Recuperado a 11 de fevereiro de 2012 em: [http://www.fozdoiguacu.pr.gov.br/Turismo/uploadFiles/Numero\\_total\\_visitantes.pdf](http://www.fozdoiguacu.pr.gov.br/Turismo/uploadFiles/Numero_total_visitantes.pdf).

Fremont, A.(1980). *A região: espaço vivido*. Trad. António Gonçalves. Coimbra: Almedina.

Furtado, C. (1992). *Brasil: a Construção Interrompida e Teoria e Política do Desenvolvimento Econômico*. (2º. ed). Rio de Janeiro: Paz e Terra.

Gadelha, R.(2014). Produção cultural e políticas públicas de cultura: percursos e desafios do festival jazz e blues de Guaramiranga. Recuperado a 18 de julho de 2017 em: <http://inspirebr.com.br/uploads/midiateca.pdf>.

Getz, D. (2005). *Event Management and Event Tourism*. (2ª ed). New York, EUA: Cognizant Communication Corporation

Getz, D.(2007). *Event tourism: Definition, evolution, and research*. Haskayne School of Business, University of Calgary, Alberta, Canada

Getz, D.(2008). *Event Tourism: Definition, evolution, and research*. Tourism Management, v. 29, nº.3, p. 403-42.

Getz, D. & Page,S.J.(2016).Tourism Management. ed.Elsevier. Recuperado a 01 de novembro de 2018 em: [https://ac.els-cdn.com/S0261517715000679/1-s2.0S0261517715000679main.pdf?\\_tid=5b15116d-a27c-48ff94cdbf7ccdbd4](https://ac.els-cdn.com/S0261517715000679/1-s2.0S0261517715000679main.pdf?_tid=5b15116d-a27c-48ff94cdbf7ccdbd4)

Godoy, A. S. (1995). Introdução à pesquisa qualitativa e suas possibilidades. In: *Revista de Administração de Empresas*. São Paulo: v.35, nº.2, p. 57-63.

Goldblatt,J.J.(1997). *Special events: best practices in modern event management*. (2º ed). New York: Van Nostrand Reinhold.

Gomes,P. C. da C.(1999). O conceito de região e sua discussão. In: Lencioni,S. *Região e geografia*. São Paulo: Editora USP.

Governo do Estado do Ceará (2006). Recuperado em 21 de janeiro de 2012 em:<http://www.netbabilions.com.br/magic/nagic.htm?http://www.netbabilions.com.br/magic/música/música-213.htm>.

Günther, H. (2006). *Pesquisa Qualitativa Versus Pesquisa Quantitativa: Esta É a Questão?* Psicologia: Teoria e Pesquisa. Universidade de Brasília. mai-ago 2006, v. 22 nº. 2, p. 201-210.

Haesbaert, R. (2004). *Dos Múltiplos Territórios à Multiterritorialidade*. Porto Alegre,

Haguette,T.M.F.(1997).*Metodologias qualitativas na Sociologia*. (5ºed). Petrópolis: Vozes.

História do Rock in Rio (2017). Rock in Rio 2017: 15 a 17 e 21 a 24 de setembro. Recuperado a 17 de julho de 2017 em <<http://rockinrio.com/rio/pt-BR/historia>>.

Höffe, O. (2005). *A democracia no mundo de hoje*. Trad Tito Lívio Cruz Romão, São Paulo: Martins Fontes.

Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística [IBGE] (2016). Recuperado a 19 de julho de 2017 em: <http://cidades.ibge.gov.br>.

Instituto de Pesquisa e Desenvolvimento do Comércio [IPDC/ Fecomércio/Ceará] (2016). *Relatório final - artistas*. Relatório de pesquisa. "Pesquisa sobre o nível satisfação do público, artistas e empresários das ações da 18ª Mostra SESC Cariri de Culturas nos municípios do Crato e Juazeiro do Norte". Fortaleza, Ceará.

Instituto de Pesquisa e Desenvolvimento Econômico do Ceará [IPECE] (2011). Recuperado a 02 de maio de 2011 em <[www.ipece.ce.gov.br](http://www.ipece.ce.gov.br)>.

Instituto de Pesquisa e Desenvolvimento Econômico do Ceará [IPECE] (2013). Recuperado a 02 de julho de 2013 em: <[www.ipece.ce.gov.br](http://www.ipece.ce.gov.br)>.

Jackson, J; Houghton, M; Russel, R. & Triandos, P. (2005). Innovations in measuring economic impacts of regional festivals. A Do IT-Yourself-Kit. *Journal of Travel Research*. v. 43, may, p. 360-367.

Jornal O Povo (2014). *O Povo: Cariri*. N° 3. Material de Arquivo Mostra SESC Cariri de Cultura da Assessoria de Comunicação e Marketing do SESC Ceará n° 21.

Kotler, P. (2000). *Administração de Marketing*. (10°ed) São Paulo: Prentice Hall.

Kotler, P & Armstrong, G.(1993). *Princípios de marketing*. (5° ed). Rio de Janeiro: Prentice-Hall

Kotler, P.; Gertner, D; Rein, I. & Haider, D. (2006). *Marketing de lugares: como conquistar crescimento de longo prazo na América Latina e no Caribe*. São Paulo: Pearson Prentice Hall.

Kunzmann, K.R. (2006). *The Creative Metropolis*. La città di città: un progetto strategico per la regione urbana Milanese Dipartimento di Architettura e Pianificazione, Politecnico di Milano. Instituto dei Ciechi di Milano, Milano, Italia

Lacerda,L.S.(2009).A produção do espaço turístico no Cariri cearense: sociedade,cultura e natureza.(Dissertação de mestrado).Departamento de Geografia da Universidade Federal do Ceará. Recuperado a 30 de agosto de 2017 em: [file:///C:/Users/Administrador/Downloads/2009\\_dis\\_Islacerda.pdf](file:///C:/Users/Administrador/Downloads/2009_dis_Islacerda.pdf).

Lakatos, E.M & Marconi, M.A. (1996). *Técnicas de pesquisa*. (3°ed). São Paulo: Atlas.

Lencioni, S. (1999). *Região e geografia*. São Paulo: USP.

Lima, L. C. (2000) *Mímesis: desafio ao pensamento*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira.

Luna, S.V. (1999). *Planejamento de pesquisa: uma introdução*. (2°ed). São Paulo: EDUC.

Machado, G. & Souza, B. L. M. M. (2012) As potencialidades turísticas das

cachoeiras e corredeiras de Ituiutaba/MG como subsídios ao desenvolvimento local. In:Portuguez,A.P; Seabra,G. de F.; Queiroz, O.T.M.M (orgs) Turismo, espaço e estratégias de desenvolvimento local. João Pessoa: Editora Universitária da UFPB. Recuperado a 17 de setembro de 2017 em: <http://www.geociencias.ufpb.br/~paulorosa/Documentos/Divulgacao/livros/livro GEPTTEEDL.pdf>>.

Maitland, R. (1998). *Planning the management of turismo for the future*. (Trabalho apresentado no Simpósio sobre Planejamento do Gerenciamento turístico para o futuro). Universidade de Westminster, Londres, Inglaterra.

Martins, Í. (2015). Do Gshow Rio. 11 de setembro de 2015 08h04. Atualizado em 15 de setembro de 2015 17h22. Recuperado a 12 de julho de 2017 em: <http://gshow.globo.com/Música/Rock-in-Rio/2015/noticia/2015/09/carlinhos-brown-lembra-vaia-e-garrafadas-no-rock-rio-foi-bom-para-mim.html>>.

Matias, M. (2013). *Organização de Eventos: procedimentos e técnicas*. (6ª.ed) Barueri: Manole.

Marujo, M. N. (2014). *Turismo e eventos culturais: a Festa da Flor na Ilha da Madeira e as motivações dos turistas*. Departamento de Sociologia da Escola de Ciências Sociais da Universidade de Evora. Evora, Portugal.

Marujo,M.N.(2015). O contributo do turismo de eventos para o desenvolvimento turístico de uma região. Revista DELOS Desarrollo Local Sostenible. ISSN: 1988-5245. Grupo eumed.net / Universidad de Málaga y Red Académica Iberoamericana Local-Global Indexada en IN-Recs; LATINDEX; DICE; ANECA; ISOC; RePEc y DIALNET. V.8. nº 23, Junio 2015. Recuperado de [www.eumed.net/rev/delos/23](http://www.eumed.net/rev/delos/23).

Marujo, M. N. & Cravidão, F. (2012). Turismo e Lugares: uma visão geográfica. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural, 10(3). v10, nº 3, p. 281-288.

Menezes, E. O. (2007). O Cariri Cearense. In: Silva, J. B da. et al. *Ceará: um novo olhar geográfico*. Fortaleza: Ed. Demócrito Rocha.

Middlenton, V.T.C. (2002). *Marketing de turismo: teoria e prática*. Rio de Janeiro: Campus.

Minayo, M.C.S. (1996). *Pesquisa Social: Teoria, Método e Criatividade*. (6ªed). Petrópolis: Vozes.

Molina, F.S. (2007). *A produção do espaço pelo e para o turismo: o caso da praia de Jericoacoara, Ceará, Brasil*. (Dissertação de mestrado em Geografia Humana). Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas, Universidade de São Paulo, São Paulo.

Moreira.C.C.O.(2013).*Turismo, território e desenvolvimento: competitividade e gestão estratégica de destinos*. (Tese de Doutorado em Turismo e Lazer), Universidade de Coimbra, Coimbra, Portugal.

Mostra Sesc Cariri de Cultura (2010). *Mostra Sesc Cariri de Cultura: Cultura e Arte em Toda Efervescência*. Revista n° 1, novembro, Sistema Fecomércio – SESC Ceará. Material de Arquivo Mostra SESC Cariri de Cultura da Assessoria de Comunicação e Marketing do SESC Ceará n° 12.

Mostra Sesc Cariri de Cultura (2011). *Mostra Sesc Cariri de Culturas: Conexões Poéticas – Literatura, Artes Cênicas, Artes Visuais, Audiovisual, Música, Tradição*. Revista n° 2, novembro, Sistema Fecomércio – SESC Ceará. Material de Arquivo Mostra SESC Cariri de Cultura da Assessoria de Comunicação e Marketing do SESC Ceará n° 13.

Mostra Sesc Cariri de Cultura (2012). *Mostra Sesc Cariri de Culturas: Cariri – Cultura do Ceará para o mundo e o reflexo na economia local*. Revista n° 3, novembro, Sistema Fecomércio – SESC Ceará. Material de Arquivo Mostra SESC Cariri de Cultura da Assessoria de Comunicação e Marketing do SESC Ceará n° 14.

Mostra Sesc Cariri de Cultura (2013). *Mostra Sesc Cariri de Culturas: 15 anos*. Revista n° 4, novembro, Sistema Fecomércio – SESC Ceará. Material de Arquivo Mostra SESC Cariri de Cultura da Assessoria de Comunicação e Marketing do SESC Ceará n° 15.

Mostra Sesc Cariri de Cultura (2014). *Mostra Sesc Cariri de Culturas*. Revista n° 5, novembro, Sistema Fecomércio – SESC Ceará. Material de Arquivo Mostra SESC Cariri de Cultura da Assessoria de Comunicação e Marketing do SESC Ceará n° 16.

Mostra Sesc Cariri de Cultura (2015). *Mostra Sesc Cariri de Cultura: e mais efervescência cultural nos 17 anos da Mostra – Seminário Arte e Pensamento as cores do imaginário caririense*. Revista n° 6, novembro, Sistema Fecomércio – SESC Ceará. Material de Arquivo Mostra SESC Cariri de Cultura da Assessoria de Comunicação e Marketing do SESC Ceará n° 17.

Muylaert, R. (1995). *Marketing cultural e comunicação dirigida*. São Paulo: Globo.

Nascimento, F. J. P. (2017). Potencialidades e contribuições de um WEBSIG aplicado à gestão, divulgação e preservação do patrimônio cultural no município de Viçosa/MG. (Dissertação de mestrado). Universidade Federal de Viçosa, Minas Gerais. Recuperado a 18 de setembro de 2017 em: < <http://www.locus.ufv.br/bitstream/handle/123456789/11624/texto%20completo.pdf?sequence=1&isAllowed=y> >.

Neto, M. M. M. (2002); *Marketing Cultural: das práticas à teoria*. Rio de Janeiro: Editora Ciência Moderna Ltda.

Novaes, M. H. (2012). A gestão ambiental nos meios de hospedagem do espaço rural de Santa Catarina, Região Sul, Brasil. In:Portuguez, A.P; Seabra, G. de F.& Queiroz, O.T.M.M.(orgs) Turismo, espaço e estratégias de desenvolvimento local.. João Pessoa: Editora Universitária da Universidade Federal do Paraíba. Recuperado a 17 de setembro de 2017 em: <<http://www.geociencias.ufpb.br/~paulorosa/Documentos/Divulgacao/livros/livro GEPTTEEDL.pdf>>.

Oliveira, Â. S. (2011). A Cultura Popular do Maracatu e sua História na Cidade de São Paulo. Anais do XXVI Simpósio Nacional de História – ANPUH. São Paulo. Recuperado a 17 de setembro em: [http://www.snh2011.anpuh.org/resources/anais/14/1300654068\\_ARQUIVO\\_texto.pdf](http://www.snh2011.anpuh.org/resources/anais/14/1300654068_ARQUIVO_texto.pdf)

Oklobdžija, S. (2015). *The role of events in tourism development*. Recuperado a 01 de agosto de 2018 em: [https://www.researchgate.net/publication/2\\_The\\_role\\_of\\_events\\_in\\_tourism\\_development](https://www.researchgate.net/publication/2_The_role_of_events_in_tourism_development).

Oliveira,H.A.(2006). *Política internacional contemporânea: mundo em transformação*. São Paulo: Saraiva.

Oliveira, K. V. R. (2014). Planejamento e Organização de Eventos. Brasília: NT editora. Recuperado a dezessete de outubro de 2018 em: <<https://avant.grupont.com.br/dirVirtualLMS/arquivos/arquivosPorRange/000000447/texto/570b1f67b995cd51da1e6f70911578bc.pdf>>.

Oliveira, L. A. (2016). *O Rock in Rio e a Cidade do Rock: sentidos emergentes das experiências dos sujeitos*. Pontifícia Universidade Católica de São Paulo. Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação XXXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, São Paulo, São Paulo.

Pereira, V. M. (2011). *A superação do conceito moderno de subjetividade: Gadamer e a verdade da história*. VII Semana Acadêmica do Programa de Pós-Graduação em Filosofia da PUCRS. Recuperado a 12 de agosto de 2018 em: <[http://ebooks.pucrs.br/edipucrs/anais/semanadefilosofia/edicao7/Viviane\\_Magalhaes.pdf](http://ebooks.pucrs.br/edipucrs/anais/semanadefilosofia/edicao7/Viviane_Magalhaes.pdf)>.

Pérez, X. P. (2009). Turismo Cultural. Uma visão antropológica.Tenerife. España: ACA y PASOS, RTPC.Recuperado em seis de setembro de 2017 em: <<https://repositorio.utad.pt/bitstream/10348/4613/1/livro%20tc%20xerardo.pdf>>.

Peroni, V. M. V. (2010). Políticas sociais em tempos de redefinições no papel do Estado. In: Guimarães, G.T.D & Eidelwein, K. (orgs) *As políticas sociais brasileiras e as organizações financeiras internacionais*. Porto Alegre: Edipucrs.

Petrocchi, M. (2004). *Marketing para destinos turísticos*. São Paulo: Futura.

Pimentel, A. B. (2009). Dádiva e hospitalidade no sistema de hospedagem domiciliar. In: Bartholo, R; Sansolo, D.G & Bursztyn, I (orgs.). *Turismo de base comunitária: diversidade de olhares e experiências brasileiras*. Rio de Janeiro: Letra e Imagem.

Poças Santos, M. G. M. (2014). *Da Expo 98 a Euro 2004: notas para o estudo do impacto de grandes eventos no turismo regional*. Educação & Comunicação, nº 04, p.22-47. Recuperado a dezenove de setembro de 2017 em: <[https://www.iconline.ipliria.pt/bitstream/10400.8/289/1/n4\\_art2.pdf](https://www.iconline.ipliria.pt/bitstream/10400.8/289/1/n4_art2.pdf)>.

Projeto Mostra Sesc Cariri de Cultura (2006). *8º Mostra Sesc Cariri de Culturas*. Fecomércio Ceará. Administração Regional do Sesc Ceará. Material de Arquivo Mostra SESC Cariri de Cultura da Assessoria de Comunicação e Marketing do SESC Ceará nº 08.

Projeto Mostra Sesc Cariri de Cultura (2013). *Mostra Sesc Cariri de Culturas: 15 anos*. Fecomércio Ceará. Administração Regional do Sesc Ceará. Material de Arquivo Mostra SESC Cariri de Cultura da Assessoria de Comunicação e Marketing do SESC Ceará nº 10.

Projeto Mostra Sesc Cariri de Cultura (2016). *Mostra Sesc Cariri de Culturas*. Fecomércio Ceará. Administração Regional do Sesc Ceará. Material de Arquivo Mostra SESC Cariri de Cultura da Assessoria de Comunicação e Marketing do SESC Ceará nº 11.

Quinn, B. (2009). Festivals, events and tourism in the SAGE Handbook of Tourism Studies. London: Sage. Recuperado a vinte e dois de junho de 2018 em <<https://arrow.dit.ie/cgi/viewcontent.cgi?article=1000&context=fpschhmtbook>>.

Ribeiro, J.C.; Vareiro, L.C.; Fabeiro, C.P. & Blas, X.P.de. (2005, setembro). *Importância da celebração de eventos culturais para o turismo do minho-lima: um estudo de caso*. (Trabalho apresentado no XI Congresso da APDR). Faro, Portugal.

Ribeiro, W. O.; Costa, M. A. F. & Tavares, M. G. C. (2012). As práticas turísticas na orla oeste da ilha de Mosqueiro, região metropolitana de Belém – Pará. In: Portuquez, A.P; Seabra, G. de F & Queiroz, O.T.M.M. *Turismo, espaço e estratégias de desenvolvimento local*. (orgs). João Pessoa: Editora Universitária da Universidade Federal da Paraíba. Recuperado a 17 de setembro de 2017.

<[http://www.geociencias.ufpb.br/~paulorosa/Documentos/Divulgacao/livros/livro\\_GEPTEEDL.pdf](http://www.geociencias.ufpb.br/~paulorosa/Documentos/Divulgacao/livros/livro_GEPTEEDL.pdf)>

Ricardo, D. (1983). *Princípios de Economia Política e Tributação*. São Paulo: Abril Cultural, Coleção Os Economistas.

Richards, G. (1996). *Cultural Tourism in Europe*. CAB International, Wallingford.

Richards, G.& Wilson J. (2006). Developing Creativity in Tourist Experiences: a Solution to the Serial Reproduction of Culture? *Tourism Management*, nº. 27, p. 1209-1223.

Richards, G.& Wilson, J. (2007). *Tourism, Creativity and Development*. Oxon, Routledge.

Richter, L. K. (2002). A política do desenvolvimento do turismo histórico: temas emergentes para o novo milênio. In. Pearce, D & Butler, R (Orgs.). *Desenvolvimento em turismo: temas contemporâneos*. Tradução de Edite Sciulli. São Paulo: Contexto, p. 135-155.

Ricco, A. S. (2012). O turismo como fenômeno social e antropológico. In. Portuguese, A.P.; Seabra, G. de F. & Queiroz, O.T.M.M (org). *Turismo, espaço e estratégias de desenvolvimento local*. João Pessoa: Editora Universitária da Universidade Federal da Paraíba. Recuperado a 17 de setembro de 2017 em <[http://www.geociencias.ufpb.br/~paulorosa/Documentos/Divulgacao/livros/livro\\_GEPTEEDL.pdf](http://www.geociencias.ufpb.br/~paulorosa/Documentos/Divulgacao/livros/livro_GEPTEEDL.pdf)>.

Rock in Rio USA (2014). Rock in Rio USA (2014) 30 years of making history. Recuperado a 12 de julho de 2017 em: <[tps://rockinrio.com/usa/wp-content/uploads/sites/8/2014/09/RiR\\_Times-Square-Media-Dossier.pdf](https://rockinrio.com/usa/wp-content/uploads/sites/8/2014/09/RiR_Times-Square-Media-Dossier.pdf)>.

Rodrigues, A.B. (1999). *Turismo e espaço*. São Paulo: Hucitec.

Rodrigues, C. S.M. (2012). O turismo de eventos culturais em Lisboa. (Dissertação de Mestrado). Escola Superior de Hotelaria e Turismo do Estoril. Recuperado a 21 de julho de 2014: <<http://comum.rcaap.pt/bitstream/1040.pdf>>

Santana, I. M. M. B. (2016). *O Enoturismo na Região Demarcada do Douro: a Festa das Vindimas como produto turístico*. (Tese de Doutorado em Turismo, Lazer e Cultura, Ramo de Turismo e Desenvolvimento). Universidade de Coimbra, Coimbra, Portugal.

Santos, M.(1978). *Por uma Geografia Nova*. São Paulo. Hucitec.

Santos, M. (2005). *Espaço e Sociedade*. Petrópolis: Vozes.

Santos, M.; Silveira, M.L. (2001). *O Brasil: território e sociedade no início do século XXI*. Rio de Janeiro: Record.

Santos, M. (2008). *Por uma outra globalização: do pensamento único à consciência universal*. (13ª ed). Rio de Janeiro: Editora Record.

Scarpato, H. B. K. & Hernandez, A. R. C. (2010). Políticas sociais no Brasil: das relações de dominação às minorias ativas. In Guimarães, G.T.D & Karen Eidelwein, K. (orgs). *As políticas sociais brasileiras e as organizações financeiras internacionais*. Porto Alegre: Edipucrs.

Sen, A.K. (2000). *Desenvolvimento como liberdade*. Tradução Laura Teixeira Motta. São Paulo: Companhia das Letras.

Sérgio, A. M. (2004). *A história do cangaço enquanto atrativo turístico: o caso do produto Xingó (Canindé do São Francisco–Se)*. (Dissertação de mestrado em Cultura & Turismo, área de concentração: turismo). Universidade de Santa Cruz, Sergipe, Brasil.

Sennett, R. (2010). *A corrosão do caráter: as consequências pessoais do trabalho no novo capitalismo*. Rio de Janeiro: Record.

Serreira, T. S. B. (2014). *Eventos como promotores culturais de um destino turístico: O caso das Capitais Europeias da Cultura*. (Dissertação de mestrado em Marketing e Promoção Turística. Recuperado em 21 de outubro de 2018 em: <<https://iconline.ipleiria.pt/bitstream/10400.8/2031/1/Disserta%C3%A7%C3%A3o%20T%C3%A2nia%20Serreira%20%28n.4120530%29.pdf>>.

Serviço Social do Comércio (2012). *Relatório de Pesquisa de avaliação da XIV Mostra SESC Cariri de Culturas*. Fortaleza: IPDC/FECOMERCIO.

Serviço Social do Comércio [SESC] (2016). *Pesquisa sobre o nível satisfação do público, artistas e empresários das ações da 18ª Mostra Sesc Cariri de culturas nos municípios do Crato e Juazeiro do Norte. Relatório Final – empresários*. Fortaleza: IPDC/FECOMERCIO.

Serviço Social do Comércio [SESC] (2016). *Pesquisa sobre o nível satisfação do público, artistas e empresários das ações da 18ª Mostra Sesc Cariri de culturas nos municípios do Crato e Juazeiro do Norte. Relatório Final – artistas*. Fortaleza: IPDC/FECOMERCIO.

Serviço Social do Comércio [SESC] (2016). *Pesquisa sobre o nível satisfação do público, artistas e empresários das ações da 18ª Mostra Sesc Cariri de culturas nos municípios do Crato e Juazeiro do Norte. Relatório Final – público*. Fortaleza: IPDC/FECOMERCIO.

Serviço Social do Comércio. Departamento Nacional [SESC/DN] (2004). Diretrizes gerais de ação do SESC. Rio de Janeiro, Rio de Janeiro: Departamento Nacional do SESC.

Serviço Social do Comércio. Departamento Nacional [SESC/DN] (2010). Diretrizes SESC para o quinquênio 2011-2015. Rio de Janeiro, Rio de Janeiro: Departamento Nacional do SESC.

Serviço Social do Comércio. Departamento Nacional [SESC/DN] (2012a). Diretrizes Gerais de ação do SESC. (8º ed). Rio de Janeiro, Rio de Janeiro: Departamento Nacional do SESC.

Serviço Social do Comércio. Departamento Nacional [SESC/DN] (2012b). Legislação do SESC. (3º ed). Rio de Janeiro, Rio de Janeiro: Departamento Nacional do SESC.

Serviço Social do Comércio. Departamento Regional Ceará [SESC/DR Ceará] (2016). Plano estratégico SESC Ceará 2016-2020. Fortaleza, Ceará: SESC Departamento Regional.

Serviço Social do Comércio. Departamento Regional Ceará [SESC/DR Ceará] (2017). Programa de trabalho SESC Ceará 2017. Fortaleza, Ceará: SESC Departamento Regional.

Silva, J. B. (2017). Kariri da tradição. Recuperado a 30 de junho de 2017 em: <<http://www.kariridatradicao.com.br/grupos/mestresdiplomadosdocariri/josedemetriodearaujo>>.

Silveira, D. T. & Córdova, F. P. (2009). A pesquisa científica. In Gerhardt, T.E & Silveira, D.T. (orgs), Coordenado pela Universidade Aberta do Brasil (UAB/UFRGS) e pelo Curso de Graduação Tecnológica (SEAD/UFRGS). Métodos de pesquisa. Porto Alegre: Editora da UFRGS. Recuperado a 28 de abril de 2009 em: <http://www.ufrgs.br/cursopgdr/downloads.pdf>.

Smith, V. L. (ed.) (1992). *Anfitriones e invitados*. Madrid: Endymion.

Sobrinho, F. L. A. (2012). Usos e possibilidades do turismo regional no eixo Brasília - Goiânia. In. Portuguez, A. P. ; Seabra, G de F. & Queiroz, O.T.M.M (orgs) Turismo, espaço e estratégias de desenvolvimento local. João Pessoa: Editora Universitária da UFPB. Recuperado a 17 de setembro de 2017 em <<http://www.geociencias.ufpb.br/~paulorosa/Documentos/Divulgacao/livros/livro GEPTEEDL.pdf>>.

Stake, R. E. (2011). Pesquisa qualitativa: estudando como coisas funcionam. Porto Alegre, RS: Penso.

Suano, M. J. F. (2010). Bem-vindos à governança global (novos atores, novos profissionais e um novo mundo). In Guimarães, G. T. D & Eidelwein, K. (orgs). *As políticas sociais brasileiras e as organizações financeiras internacionais*. Porto Alegre:Edipucrs.

Teixeira, E. B. (2003). *A Análise de Dados na Pesquisa Científica importância e desafios em estudos organizacionais*. Editora Unijuí. Ano 01 • n. 2 • jul./dez. • 2003

Thiollent, M. (1997). *Pesquisa-ação nas organizações*. São Paulo: Atlas.

Tomazzoni, E. L. (2009). *Turismo e Desenvolvimento regional: dimensões, elementos e indicadores*. Caxias do Sul, EDUCS.

Torres, R. R. (2006). Festival de jazz e blues de Guaramiranga. Fortaleza: Editora Conviver.

Torres, T., Becker E.L.S & Silverio, J.L.S. (2009) Turismo e transformação do espaço. In *Encontro dos Geógrafos da América Latina*, 12, 2009. Montevideu., Montevideu: EGAL.

Urry, J. (1990). *The Tourist Gaze: Leisure and Travel in Contemporary Society*, Londres: Sage.

Ventura, M (2007, setembro/outubro). *O Estudo de caso como modalidade de pesquisa*. In: Rev SOCERJ. 20(5), p.383-386.

Viana, J. I. B. (2017). *As muitas artes do Cariri: relações entre turismo e patrimônio cultural no século XXI*. (Tese de Doutorado) Universidade Federal do Ceará, Fortaleza, Ceará. Recuperado a 15 de setembro de 2017 em <[http://www.repositorio.ufc.br/bitstream/riufc/22505/1/2017\\_tese\\_jibviana.pdf](http://www.repositorio.ufc.br/bitstream/riufc/22505/1/2017_tese_jibviana.pdf)>.

Vieira Filho, N. A. Q.; Duarte, G. & Souza, T. R. (2006). *Os impactos do turismo sobre a arte e o artesanato em Tiradentes, Minas Gerais*. Seminário de pesquisa em turismo do MERCOSUL. Universidade de Caxias do Sul, Rio Grande do Sul, Brasil.

Yanaze, M. H. (2007). *Gestão de marketing e comunicação*. São Paulo: Saraiva.

YIN, R. K. (2001). *Estudo de caso: planejamento e métodos*. (2ªed). Porto Alegre: Bookman.

Zanella, Liane Carly Hermes. (2009). *Metodologia de estudo e de pesquisa em administração*. (Pesquisa apresentada à CAPES) Florianópolis: Departamento de Ciências da Administração/ UFSC; [Brasília]: CAPES: UAB.

Zonin, G. (2008). *Plano estratégico de desenvolvimento turístico regional 2008 – 2011: Região turística Cataratas do Iguaçu e Caminhos do Lago de Itaipu*. Secretaria de Turismo [SETU] Foz do Iguaçu, Paraná, Brasil

## **APÊNDICES**

## APÊNDICES A – A Questionário Quantitativo Artistas

PESQUISA DE MERCADO – 18ª MOSTRA SESC CARIRI – QUESTIONÁRIOS COM OS ARTISTAS

<b>Cidade</b>	<b>1. Crato</b>	<b>2. Juazeiro do Norte</b>
<b>Quest. Nº</b> ____	<b>Pesquisador:</b> _____ <b>Nº</b> ____ <b>Data:</b> __/11/2016	

## APRESENTAÇÃO

**Bom dia/Tarde/Noite. Eu sou pesquisador do IPDC – Instituto de Pesquisa e Desenvolvimento do Comércio. Nós estamos fazendo uma pesquisa sobre a 18ª Mostra SESC Cariri de Culturas. Você poderia responder a algumas perguntas?**

**Q1.** Em que Cidade e estado você mora?

**1.** Cidade

\_\_\_\_\_

**2.** Estado

\_\_\_\_\_

**Q2.** Você já conhecia a região do cariri?

<b>1.</b> Sim	<b>2.</b> Não
---------------	---------------

<b>Q3.</b> Sexo	<b>1.</b> Feminino	<b>2.</b> Masculino
-----------------	--------------------	---------------------

**Q4.** Faixa Etária – Quantos anos você tem? [ \_\_\_\_\_ ]

<b>1.</b> 15 a 17	<b>4.</b> 25 a 29 anos	<b>7.</b> 50 a 59 anos
<b>2.</b> 18 a 20 anos	<b>5.</b> 30 a 39 anos	<b>8.</b> 60 anos ou+
<b>3.</b> 21 a 24 anos	<b>6.</b> 40 a 49 anos	

**Q5. Estado Civil**

1. Solteiro	3. Viúvo
2. Casado/Junto	4. Separado/Divorciado

**Q6 Qual o seu grau de Instrução?**

1. Sem instrução	5. E. Médio completo
2. E. Fundamental incompleto	6. Superior incompleto
3. E. Fundamental completo	7. Superior completo
4. E. Médio incompleto	8. Pós-graduação

**Q7. Você participa da 18ª Mostra SESC Cariri como?**

1. Ator(Atriz)	4. Compositor(a)	7. Artista Plástico
2. Músico	5. Técnico(a)	8. Convidado
3. Cantor(a)	6. Diretor(a)	9. Outros

**Q8. Você participou das edições anteriores da Mostra Cariri**

1. Sim	2. Não (Passe para a questão P1)
--------	----------------------------------

**Q9. O que ' aprendeu ou vivenciou nas mostras anteriores, que pôde aprimorar seu trabalho atual?**

[ ] \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

**Q10. Participar da mostra Cariri colaborou com seu trabalho em que aspecto?**

[ ] \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

**Q11. A região do Cariri te inspirou para alguma atividade criativa?**

1. Sim	2. Não
--------	--------

**P1. Como você tomou conhecimento da 18ª Mostra SESC Cariri de Culturas?**

1. Internet	8. Carro de Som
2. Jornal	9. Outros artistas
3. Rádios	10. Outros Festivais/Mostras e Eventos culturais
4. SESC-CE	11. SESC DN
5. Amigos	12. SESC de outros estados
6. Parentes	13. Outros
7. Edital	

**P2. Como você avalia a política de edital adotada pelo SESC?**

1. Ótimo	3. Regular	5. Péssimo
2. Bom	4. Ruim	6. Não respondeu

**P3. Por que? (Caso responda ruim e péssimo)**

[ ] \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_

**P4. Como você avalia a forma de divulgação do edital da 18ª Mostra SESC Cariri de Culturas?**

1. Ótimo	3. Regular	5. Péssimo
2. Bom	4. Ruim	6. Não respondeu

**P5. Por que? (Caso responda ruim e péssimo)**

[ ] \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_

**P6.** Como você avalia a forma de inscrição na **18ª Mostra SESC Cariri de Culturas?**

1. Ótimo	3. Regular	5. Péssimo
2. Bom	4. Ruim	6. Não respondeu

**P7.** Por que? (Caso responda ruim e péssimo)

[ ] \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

**P8.** Como você avalia a recepção da **18ª Mostra SESC Cariri de Culturas?**

1. Ótimo	3. Regular	5. Péssimo
2. Bom	4. Ruim	6. Não respondeu

**P9.** Por que? (Caso responda ruim e péssimo)

[ ] \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

**P10.** Como você avalia a organização da **18ª Mostra SESC Cariri de Culturas?**

1. Ótimo	3. Regular	5. Péssimo
2. Bom	4. Ruim	6. Não respondeu

**P11.** Por que? (Caso responda ruim e péssimo)

[ ] \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

**P12.** Como você avalia os equipamentos da **18ª Mostra SESC Cariri de Culturas?**

1. Ótimo	3. Regular	5. Péssimo
2. Bom	4. Ruim	6. Não respondeu

**P13.** Por que? (Caso responda ruim e péssimo)

[ ] \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

**P14.** Como você avalia a hospedagem da **18ª Mostra SESC Cariri de Culturas?**

1. Ótimo	3. Regular	5. Péssimo
2. Bom	4. Ruim	6. Não respondeu

**P15.** Por que? (Caso responda ruim e péssimo)

[ ] \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

**P16.** Como você avalia os meios de transportes da **18ª Mostra SESC Cariri de Culturas?**

1. Ótimo	3. Regular	5. Péssimo
2. Bom	4. Ruim	6. Não respondeu

**P17.** Por que? (caso responda ruim e péssimo)

[ ] \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

**P18.** Como você avalia a equipe técnica de apoio/coordenação da **18ª Mostra SESC Cariri de Culturas?**

1. Ótimo	3. Regular	5. Péssimo
2. Bom	4. Ruim	6. Não respondeu

**P19.** Por que? (caso responda ruim e péssimo)

[ ] \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

**P20.** Como você avalia a divulgação geral da **18ª Mostra SESC Cariri de Culturas**?

1. Ótimo	3. Regular	5. Péssimo
2. Bom	4. Ruim	6. Não respondeu

**P21.** Por que? (caso responda ruim e péssimo)

[ ] \_\_\_\_\_

**P22.** Como você avalia os locais onde está sendo realizada a **18ª Mostra SESC Cariri de Culturas**?

1. Ótimo	3. Regular	5. Péssimo
2. Bom	4. Ruim	6. Não respondeu

**P23.** Por que? (caso responda ruim e péssimo)

[ ] \_\_\_\_\_

**P24.** Na sua opinião qual o nível de contribuição da **18ª Mostra SESC Cariri de Culturas** para formação dos artistas da Região?

1. Ótimo	3. Regular	5. Péssimo
2. Bom	4. Ruim	6. Não respondeu

**P25.** Por que? (Caso responda ruim e péssimo)

[ ] \_\_\_\_\_

**P26.** Na sua opinião qual o nível de importância da **18ª Mostra SESC Cariri de Culturas** para divulgação da imagem da Região?

1. Ótimo	3. Regular	5. Péssimo
2. Bom	4. Ruim	6. Não respondeu

P27. Por que? (Caso responda ruim e péssimo)

[ ] \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_

P28. Na sua opinião qual o nível de importância da **18ª Mostra SESC Cariri de Culturas** para divulgação do turismo da Região?

1. Ótimo	3. Regular	5. Péssimo
2. Bom	4. Ruim	6. Não respondeu

P29. Por que? (Caso responda ruim e péssimo)

[ ] \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_

P30. Na sua opinião qual o nível de importância da **18ª Mostra SESC Cariri de Culturas** para o comércio da Região?

1. Ótimo	3. Regular	5. Péssimo
2. Bom	4. Ruim	6. Não respondeu

31. Por que? (Caso responda ruim e péssimo)

[ ] \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_

P32. Quais foram os principais problemas da **18ª Mostra SESC Cariri de Culturas**?

[ ] \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_

[ ] \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

P33. Quais foram os principais pontos positivos da **18ª Mostra SESC Cariri de Culturas?**

[ ] \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

## APÊNDICE B – Questionário Quantitativo Público

PESQUISA DE MERCADO – 18ª MOSTRA SESC CARIRI – QUESTIONÁRIOS COM O PÚBLICO

<b>Cidade</b>	<b>1. Crato</b>	<b>2. Juazeiro do Norte</b>
<b>Quest. Nº</b> ____	<b>Pesquisador:</b> _____ <b>Nº</b> ____ <b>Data:</b> __/11/2016	

## APRESENTAÇÃO

**Bom dia/Tarde/Noite. Eu sou pesquisador do IPDC – Instituto de Pesquisa e Desenvolvimento do Comércio. Nós estamos fazendo uma pesquisa sobre a 18ª Mostra SESC Cariri de Culturas. Você poderia responder a algumas perguntas?**

**A1.** Em que Cidade e estado você mora?

**(SE REGIÃO DO CARIRI IR PARA A9)**

**A.** Cidade [ ] \_\_\_\_\_

**B.** Estado

[ ] \_\_\_\_\_

**A2.** Você já conhecia a região do cariri?

<b>1. Sim</b>	<b>2. Não</b>
---------------	---------------

**A3.** Quanto tempo esta ou pretende ficar?

[ ] \_\_\_\_\_

**A4.** Após a mostra você vai para onde?

<b>1. Regressar para a cidade natal</b>	<b>2. Vai para outra cidade</b>
---	---------------------------------

**A5.** Qual Cidade?

[ ] \_\_\_\_\_

–

**A6.** Quanto você pretende gastar financeiramente durante sua estadia na região?

R\$: \_\_\_\_\_;00

**A7.** Com qual item você terá maior despesa?

1. Hospedagem	3. Passeios	5. Outros
2. Alimentação	4. Compras	

**A8.** Você está hospedado em que modalidade?

1. Hotel	3. Casa de amigos/parentes
2. Pousada	

**A9.** Fora o dia de hoje, você participou de algum outro dia da Mostra?

1. Sim	2. Não
--------	--------

**A11.** Quantos dias você participou da 18ª Mostra SESC Cariri de Culturas?

1. 1º Dia	3. 3º Dia	5. 5º Dia	7. Todos os dias
2. 2º Dia	4. 4º Dia	6. 6º Dia	

**A12.** Qual o espetáculo que mais gostou?

[ ] \_\_\_\_\_

**A13.** Você assistiu a 18ª Mostra SESC Cariri de Culturas em quais Cidades?

1. Crato	3. Nova Olinda	5. Outra
2. Juazeiro	4. Barbalha	

<b>Q1. Sexo</b>	<b>1. Feminino</b>	<b>2. Masculino</b>
-----------------	--------------------	---------------------

**Q2. Faixa Etária – Quantos anos você tem? [ \_\_\_\_\_ ]**

<b>1. 15 a 17</b>	<b>4. 25 a 29 anos</b>	<b>7. 50 a 59 anos</b>
<b>2. 18 a 20 anos</b>	<b>5. 30 a 39 anos</b>	<b>8. 60 anos ou+</b>
<b>3. 21 a 24 anos</b>	<b>6. 40 a 49 anos</b>	

**Q3. Qual o seu grau de Instrução?**

<b>1. Sem instrução</b>	<b>5. E. Médio completo</b>
<b>2. E. Fundamental incompleto</b>	<b>6. Superior incompleto</b>
<b>3. E. Fundamental completo</b>	<b>7. Superior completo</b>
<b>4. E. Médio incompleto</b>	<b>8. Pós-graduação</b>

**Q4. A empresa onde você trabalha é de que Segmento?**

<b>1. Comércio</b>	<b>4. Agropecuária</b>	<b>7. Não trabalha</b>
<b>2. Serviço</b>	<b>5. Serviço Público</b>	<b>8. Outros</b>
<b>3. Indústria</b>	<b>6. Desempregado</b>	

**Q5. Somando a sua renda com a renda das pessoas que moram com você, quanto foi aproximadamente a sua renda familiar no mês passado?**

<b>1. Até 2 SM</b>	<b>5. Mais de 20 até 50 SM</b>
<b>2. Mais de 2 até 5 SM</b>	<b>6. Mais de 50 SM</b>
<b>3. Mais de 5 até 10 SM</b>	<b>7. Não Sabe/Não Respondeu</b>
<b>4. Mais de 10 até 20 SM</b>	

**Q6.** Você conhece o SESC?

1. Sim	2. Não
--------	--------

**Q7.** Para você o que é o SESC?

[ ] \_\_\_\_\_

—

**Q8.** Você é cadastrado no SESC?

1. Sim ( <b>Faça a Q9</b> )	2. Não ( <b>Pule para Q10</b> )
-----------------------------	---------------------------------

**Q9.** Você é cadastrado no SESC como:

1. Comercário	3. Conveniado	5. Usuário
2. Dependente	4. Servidor do SESC	

**Q10.** Qual a contribuição para a Região do Cariri com a realização deste evento nos aspectos:

**1.** Cultural

[ ] \_\_\_\_\_

—

**2.** Social

[ ] \_\_\_\_\_

—

**3.** Econômica

[ ] \_\_\_\_\_

—

**Q11.** Você costuma sempre assistir espetáculos teatrais, de música, dança, cinema, etc ou somente durante a mostra Cariri?

1. Sempre	3. Outros
2. Somente durante a mostra Cariri	

**Q12.** (SE DURANTE A MOSTRA) Por quê?

[ ] \_\_\_\_\_

–

[ ] \_\_\_\_\_

–

**Q13.** Quais são as suas áreas de interesse na 18º Mostra Sesc Cariri de culturas?

1. Teatro	4. Dança	7. Literatura
2. Artes Plásticas	5. Legislação (cultura)	8. Artesanato
3. Música	6. Cinema/Vídeo	9. Outros

**Q14.** Você assistiu quais atividades da 18º Mostra SESC Cariri de Culturas?

1. Mostra de Teatro	4. Mostra de Dança
2. Mostra de Artes Plásticas	5. Mostra Infantil
3. Mostra de Música	6. Outros

**P1.** Como você tomou conhecimento da 18º Mostra SESC Cariri de Culturas?

1. Cartazes/Folders/Internet	4. SESC	7. Televisão
2. Jornal	5. Amigos	8. Carro de Som
3. Rádios	6. Parentes	9. Outros

**P2.** Como você avalia a organização da 18º Mostra SESC Cariri de Culturas?

1. Ótimo	3. Regular	5. Péssimo
2. Bom	4. Ruim	6. Não respondeu

**P3.** Como você avalia a divulgação da XVII Mostra SESC Cariri de Culturas?

1. Ótimo	3. Regular	5. Péssimo
2. Bom	4. Ruim	6. Não respondeu

**P4.** Como você avalia as instalações dos locais da 18ª Mostra SESC Cariri de Culturas?

1. Ótimo	3. Regular	5. Péssimo
2. Bom	4. Ruim	6. Não respondeu

**P5.** Como você avalia as atrações da 18ª Mostra Sesc Cariri de Culturas?

1. Ótimo	3. Regular	5. Péssimo
2. Bom	4. Ruim	6. Não respondeu

**P6.** Você prefere assistir as apresentações no local:

1. Fechado (Teatro)	3 Indiferente
2 Espaços abertos (praças)	

**P7.** O que você mais gostou na 18ª Mostra Cariri de Culturas?

[ ] \_\_\_\_\_

**P8.** Quais foram os principais problemas da 18ªMostra Cariri de Culturas?

[ ] \_\_\_\_\_

**P9.** Quais são as suas sugestões para a próxima Mostra Cariri de Culturas?

[ ] \_\_\_\_\_

**P10.** Você sabe quem são os **organizadores** oficiais da 18<sup>o</sup> Mostra SESC Cariri de culturas?

1. SESC	4. Outros
2. Fecomércio	5. Não Sabe
3. Governo do Estado/Secult	

**P11.** Na sua opinião qual o nível de contribuição da 18<sup>o</sup> Mostra SESC Cariri para formação dos artistas da Região?

1. Ótimo	3. Regular	5. Péssimo
2. Bom	4. Ruim	6. Não respondeu

**P12.** Na sua opinião qual o nível de importância da 18<sup>o</sup> Mostra SESC Cariri para divulgação da imagem da Região?

1. Ótimo	3. Regular	5. Péssimo
2. Bom	4. Ruim	6. Não respondeu

**P13.** Na sua opinião qual o nível de importância da 18<sup>o</sup> Mostra SESC Cariri para divulgação do turismo da Região?

1. Ótimo	3. Regular	5. Péssimo
2. Bom	4. Ruim	6. Não respondeu

**P14.** Na sua opinião qual o nível de importância da 18<sup>o</sup> Mostra SESC Cariri para o comércio da Região?

1. Ótimo	3. Regular	5. Péssimo
2. Bom	4. Ruim	6. Não respondeu

Entrevistado: \_\_\_\_\_

Telefone: \_\_\_\_\_

## APÊNDICE C

## Questionário Quantitativo – Empresários

PESQUISA DE MERCADO – 18ª MOSTRA SESC CARIRI – QUESTIONÁRIOS COM OS EMPRESÁRIOS

<b>Cidade</b>	<b>1. Crato</b>	<b>2. Juazeiro do Norte</b>
<b>Quest. Nº</b> ____	<b>Pesquisador: _____ Nº</b> ____ <b>Data: __/11/2016</b>	

## APRESENTAÇÃO

**Bom dia/Tarde/Noite. Eu sou pesquisador do IPDC – Instituto de Pesquisa e Desenvolvimento do Comércio. Nós estamos fazendo uma pesquisa sobre a 18ª Mostra SESC Cariri de Culturas. Você poderia responder a algumas perguntas?**

**A0. Ramo de Atividade da Empresa**

<b>HOTEIS E POUSADAS</b>	<b>LOJAS</b>
1. Hotel	12. Artesanato
2. Pousada	13. Vestuário
3. Flat/Apart	14. Calçados
4. Albergue	15. Armarinho
<b>RESTAURANTE, LANCHOENTE, BARZINHO</b>	16. Joalheria
5. Barraca	17. Perfumarias
6. Restaurante	18. Cine-Foto-Som
7. Fast Food	<b>OUTROS</b>
8. Parque Temático	19. Agência de viagem
9. Trailer	20. Outros
10. Barzinho	
11. Lanchonete	

**A1.Segmento:**

1. Comércio	2. Serviço	3. Comércio e Serviço
-------------	------------	-----------------------

**A2.**Qual é número de funcionários da sua empresa [ \_\_\_\_\_ ]

**A3.** O (A) senhor (a) conhece o SESC?

1. Sim	2. Não
--------	--------

**P1.**Você conhece a mostra SESC Cariri de Culturas?

1. Sim	2. Não
--------	--------

**P2.** Em relação às vendas do Comércio do Crato e Juazeiro para o período da mostra 2016, a sua expectativa é:

1. Otimista	3. Indiferente
2. Pessimista	4. Não sabe

**P3.** Esta havendo aumento das vendas durante o período da 18ª Mostra SESC Cariri de culturas?

1. Sim <b>(Continue)</b>	2. Não <b>(P/P/P5)</b>
--------------------------	------------------------

**P4.** (SE SIM) Em quanto por cento você acha que será o aumento nas vendas durante o evento? [ \_\_\_\_\_ %]

**P5.** A empresa se preparou para a 18ª Mostra SESC Cariri de culturas?

1. Sim <b>(Continue)</b>	2. Não <b>(P/P/P8)</b>
--------------------------	------------------------

**P6.(SE SIM)** De que forma a empresa se preparou?

1. Contrataram mais pessoas	4. Investiram publicidade
-----------------------------	---------------------------

2. Aumentaram o estoque	5. Outros
3. Investiram em infraestrutura	

**P7.(SE CONTRATARAM MAIS PESSOAS)** Quantas pessoas foram contratadas? [\_\_\_\_\_]

**P8.(SE HOTEL/POUSADA)**Qual é a sua taxa de ocupação?  
[\_\_\_\_\_ %]

**P9.** A empresa teve/tem alguma dificuldade para atender o público durante a 18ª Mostra SESC Cariri de Culturas

1. Sim ( <b>Continue</b> )	2. Não ( <b>P/P/P11</b> )
----------------------------	---------------------------

**P10 (SE SIM)** Quais foram as principais dificuldades enfrentadas pela a empresa para o período da 18ª Mostra Cariri de Culturas?

1. Falta de mão de obra qualificada	3. Falta de capital de giro para se preparar para o evento
2. Incapacidade de absorver a demanda	4. Outros

**P11.** Você acha que a Mostra SESC Cariri de Cultura contribui para o desenvolvimento da economia dos municípios do Cariri?

1. Sim	2. Não
--------	--------

**P12 \_A.** (SE SIM) Por que?

[\_\_\_\_\_] \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

**P12 \_B** (SE NÃO) Por que?

[\_\_\_\_\_] \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

**P13.** O que você acha que deveria acontecer para a melhoria das vendas na próxima Mostra SESC Cariri de Culturas?

[ ] \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

**P14.** Quais os impactos positivos do evento nas vendas?

[ ] \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

[ ] \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

**P15.** Quais os impactos negativos nas vendas?

[ ] \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

[ ] \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

**P16.** Você conhece o calendário da Mostra SESC Cariri de Culturas?

<b>1. Sim (Continue)</b>	<b>2. Não (P/P/P19)</b>
--------------------------	-------------------------

**P17.** O calendário da Mostra SESC Cariri de Culturas esta compatível com o calendário da região?

<b>1. Sim (P/P/P19)</b>	<b>2. Não (Continue)</b>
-------------------------	--------------------------

**P18.(SE NÃO)** Quando deveria ser a realização da Mostra SESC Cariri de Cultura?

[ ] \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

**P19.** Cite os impactos positivos na rotina das cidades com a realização da Mostra Cariri de Culturas?

[ ] \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

**P20.** Cite os impactos negativos na rotina das cidades com a realização dos eventos?

[ ] \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

**P21.** Quais são as suas sugestões para a próxima Mostra SESC Cariri de Culturas?

[ ] \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

**P22.** Na sua opinião qual o nível de importância da 18ª Mostra SESC Cariri de Culturas para divulgação da imagem da Região?

1. Ótimo	3. Regular	5. Péssimo
2. Bom	4. Ruim	6. Não respondeu

**P23.** Na sua opinião qual o nível de importância da 18ª Mostra SESC Cariri de Culturas para divulgação do turismo da Região?

1. Ótimo	3. Regular	5. Péssimo
2. Bom	4. Ruim	6. Não respondeu

**24.** Na sua opinião qual o nível de importância da 18ª Mostra SESC Cariri de Culturas para o comércio da Região?

1. Ótimo	3. Regular	5. Péssimo
2. Bom	4. Ruim	6. Não respondeu

#### APÊNDICE D – Termo de Consentimento Livre e Esclarecido para os Mestres de Cultura

Convidamos o Sr (a) a participar da pesquisa intitulada Eventos Culturais nas Dinâmicas de Desenvolvimento Regional: um estudo de caso da Mostra SESC Cariri de Cultura, sob a responsabilidade do pesquisador Domingos Sávio da Costa que tem como orientador o Professor Doutor João Luís Jesus Fernandes da Universidade de Coimbra. E esta tem por objetivo geral: compreender se o intercâmbio cultural propiciado pela Mostra SESC Cariri de Cultura contribui para o desenvolvimento local das condições socioeconômicas do turismo local e do território tendo como base outros eventos similares como o Festival de Jazz e Blues de Guaramiranga no Ceará. E objetivos específicos: identificar o envolvimento da ‘Mostra SESC Cariri de Cultura’ com o território e com o turismo local sobre a percepção dos artistas, público, empresários e produtores, como igualmente; os impactos da ‘Mostra SESC Cariri de Cultura’ no desenvolvimento da região Cariri cearense, tendo como base outros eventos similares como o Festival de Jazz e Blues de Guaramiranga no Ceará sobre a percepção dos artistas, público, empresários e produtores. Comparar os equipamentos de turismo, lazer e cultura existentes no período entre 1999 e 2016. Vale salientar que a sua participação é voluntária e se dará por meio de entrevista, com roteiro de perguntas pré-definidas e gravadas com uma duração de quinze a vinte minutos. Garante-se que os resultados desta pesquisa serão publicados em periódicos e apresentações nos meios científicos. Salienta-se igualmente que em nenhum momento o Sr (a) será identificado (a), inclusive se depois de aceitar em a sua participação o Sr (a) pode desistir de continuar participando a qualquer momento dela, de modo que será garantido o seu direito e a sua liberdade de retirar seu consentimento em qualquer fase da pesquisa, seja antes ou depois da coleta dos dados, independente do motivo e sem nenhum prejuízo a sua pessoa. Para qualquer outra informação, o Sr. (a) poderá entrar em contato com o pesquisador no telefone de (85) 99652-8100.

Eu, \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_, fui devidamente informado (a) sobre o conteúdo e a relevância da pesquisa. Assim sendo, concordo com minha participação, assinando as

duas vias de igual teor.

---

Assinatura do participante

---

Assinatura do Pesquisador

Data: \_\_\_/\_\_\_/\_\_\_

APÊNDICE E – Roteiro de Entrevista Semiestruturada para os Artistas do Cariri  
– Mestres da Cultura

**A – Dados Biográficos**

1. Nome (nome fantasia de atores): \_\_\_\_\_ Sexo: ( ) Fem. ( ) Masc.
2. Naturalidade/Data de Nascimento \_\_\_\_\_, \_\_\_\_/ \_\_\_\_/ \_\_\_\_\_.
3. Local/Localidade de Residência \_\_\_\_\_, \_\_\_\_/ \_\_\_\_/ \_\_\_\_\_  
3.1. Se há diferenças, então, quanto tempo vive nesta Localidade \_\_\_\_\_ anos.
4. Escolaridade \_\_\_\_\_
5. Atividade profissional \_\_\_\_\_  
5.1. Outra ocupação que seja ligada ao turismo / cultura \_\_\_\_\_
6. Estado Civil \_\_\_\_\_
7. Número de Filhos \_\_\_\_\_  
7.1. Quantidade por idades dos Filhos Dependentes \_\_\_\_\_
8. Renda da Família \_\_\_\_\_ Reais.

**B – Dados relacionados aos artistas e à “Mostra SESC Cariri de Cultura”:**

1. Você participou da “Mostra SESC Cariri de Cultura”? Não ( ). Sim ( )  
Quantas vezes? \_\_\_\_\_ Quais atividades?  
\_\_\_\_\_
2. Em sua opinião, a “Mostra SESC Cariri de Cultura” é um fator motivador para a criação, preservação e divulgação de equipamentos de cultura na região, ligada ou não aos artistas locais?  
Não ( ). Sim ( ) Cite três em ordem de importância:

- Implantação de Cinema ( ); Aumento no número de Teatro( );
- Implantação de Anfiteatro ( ); Preservação de casarios antigos ( );
- Implantação de Centro Cultural ( ); Divulgação de Parque Ecológico ( );
- );
- Preservação de praças ( ); Divulgação de locais turísticos e culturais ( );
- );
- Outro ( )
- Cite\_\_\_\_\_.

3. Na sua atividade profissional você percebe ligação como artista da cultura local?
- 3.1.1. Não ( ).
- 3.1.2. Sim, mas você não depende da atividade artística( );
- 3.1.3. Sim, está ligada a arte e cultura e depende economicamente dela( );
4. Principal ponto positivo da “Mostra SESC Cariri de Cultura” para os artistas?
- 4.1. Divulgação de artistas regionais ( ).
- 4.2. Melhoria na economia do artista ( );
- 4.3. Interação com os artistas locais( );
- 4.4. Outros ( ). Especifique \_\_\_\_\_
5. Você vê impactos no desenvolvimento dos artistas com referência ao processo de geração de renda dos que participam da “Mostra SESC Cariri de Cultura”?
- 5.1 Não ( ).
- 5.2 Sim ( ). Cite o principal impacto em sua opinião:
- 5.2.1 No aumento de solicitações de apresentações ( );
- 5.2.2 Na diminuição de cancelamento de apresentações ( );

5.2.4 No aumento de participações em eventos gerais ( );

5.2.5 Outros

---

- 6 Você acredita que a cultura pode ser um fator de desenvolvimento em áreas de maior vulnerabilidade social da região? Não( ). Sim( ).Então, explique como?
- 

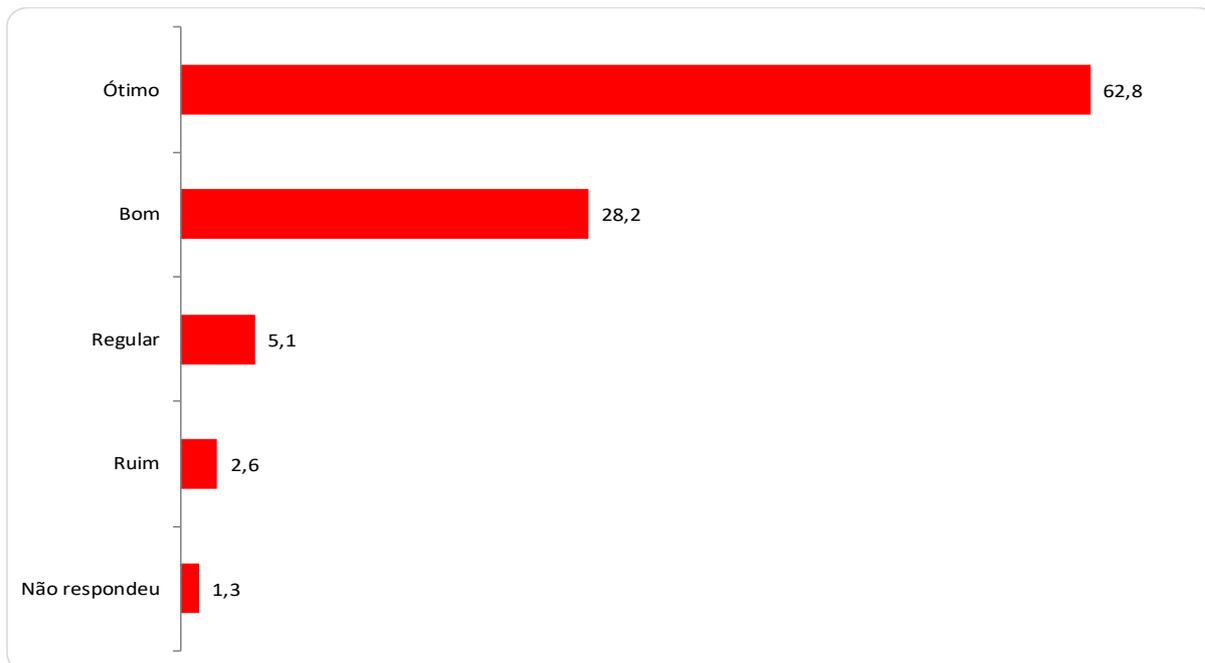
- 7 Em sua visão, pode um evento como a “Mostra SESC Cariri de Cultura” modificar a imagem do artista e de um território de baixa densidade, conferindo-lhe uma percepção mais positiva? Não( ) Sim( ).Então, como?
- 

- 8 Você tem mais alguma contribuição que gostaria de complementar e destacar nessa pesquisa com referência as condições socioeconômicas dos artistas locais, ou melhor, no sentido de responder se o intercâmbio cultural propiciado pela Mostra SESC Cariri de Cultura contribui, em sua opinião, para o desenvolvimento das condições socioeconômicas dos artistas locais?

APÊNDICE F – Ilustrações gráficas utilizadas na tese provenientes do relatório de pesquisa sobre a Mostra Sesc Cariri de Culturas - ano 2016.

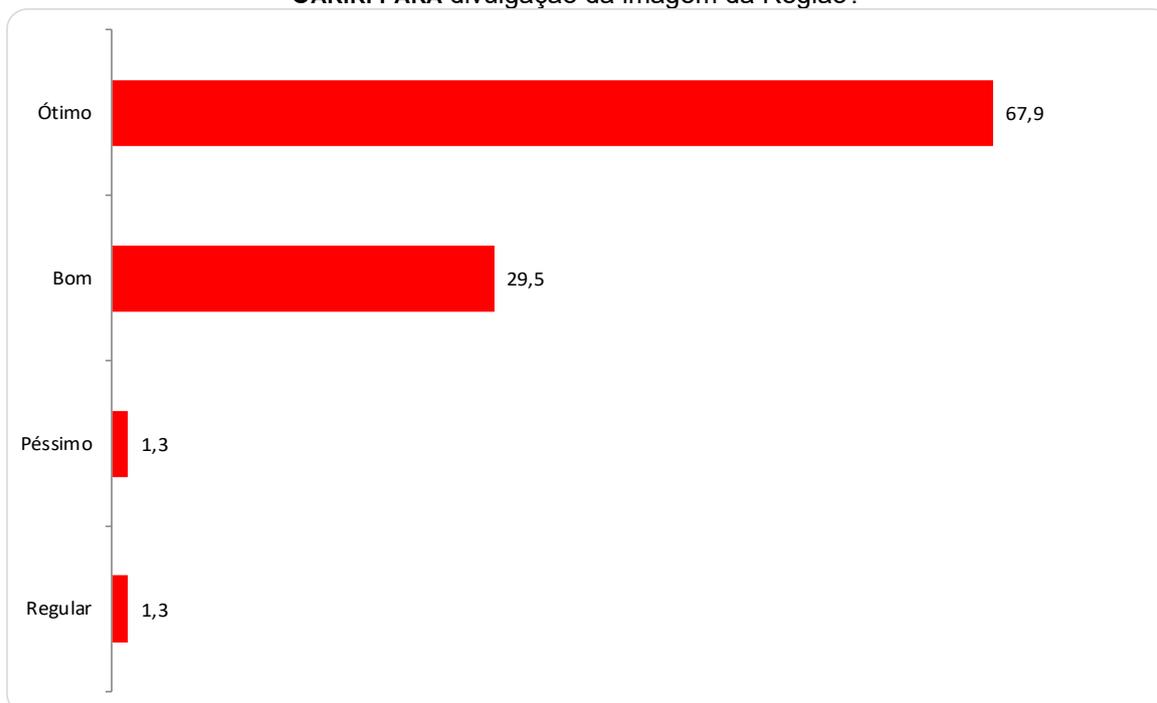
ARTISTAS

ILUSTRAÇÃO 23.A - NA SUA OPINIÃO QUAL O NÍVEL DE CONTRIBUIÇÃO DA 18ª Mostra SESC Cariri para formação dos artistas da Região?



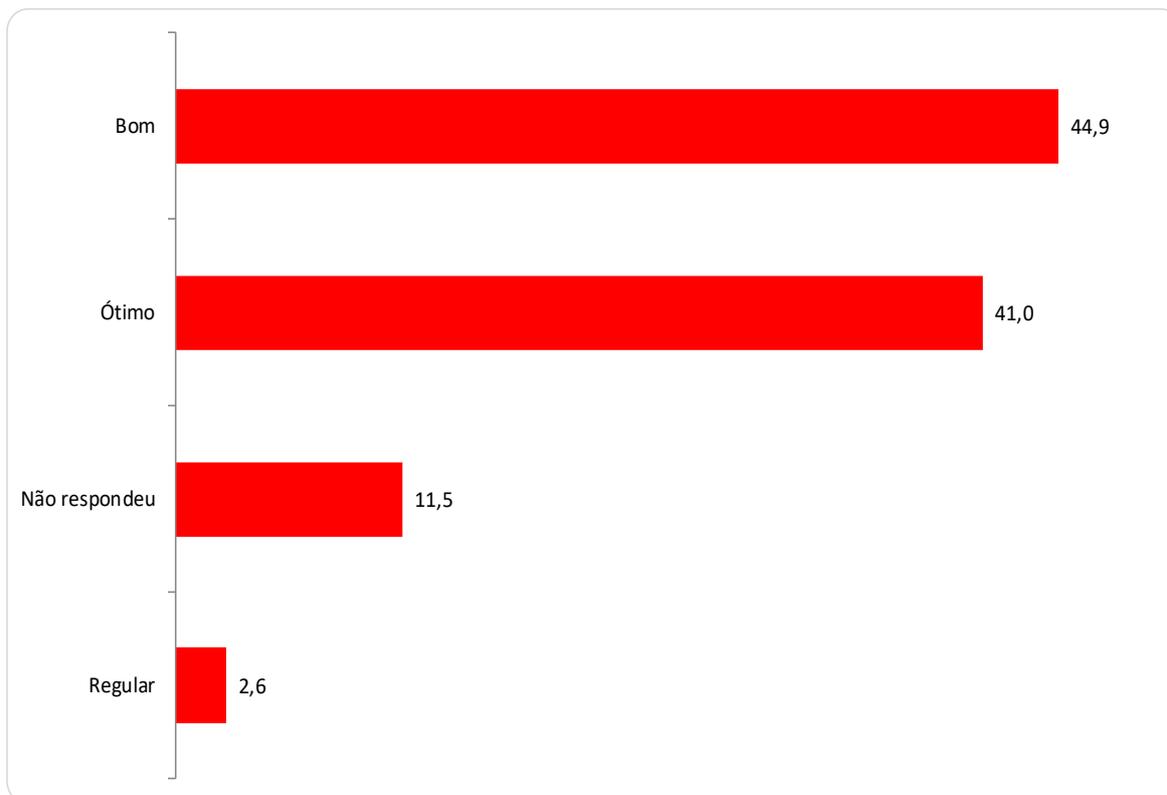
Fonte: Relatório da pesquisa realizada durante a 18ª Mostra Sesc Cariri de Culturas – Artista, página 28

**ILUSTRAÇÃO 25.A - NA SUA OPINIÃO QUAL O NÍVEL DE IMPORTÂNCIA DA 18ª MOSTRA SESC CARIRI PARA divulgação da imagem da Região?**



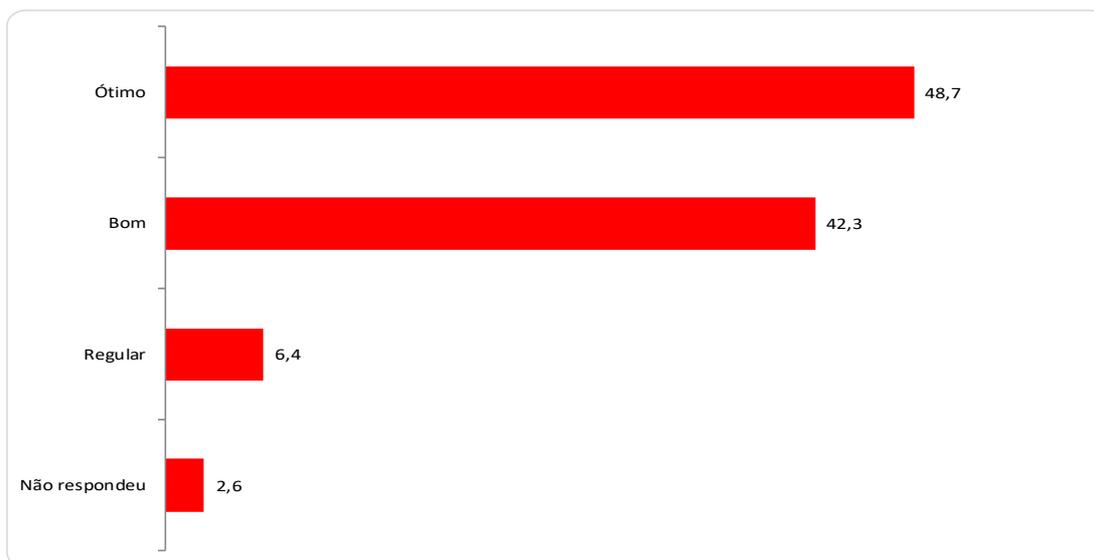
Fonte: Relatório da pesquisa realizada durante a 18ª Mostra Sesc Cariri de Culturas – Artista, página 29

**ILUSTRAÇÃO 27.A - NA SUA OPINIÃO QUAL O NÍVEL DE importância da 18ªMostra SESC Cariri para o comercio da Região?**



Fonte: Relatório da pesquisa realizada durante a 18ª Mostra Sesc Cariri de Culturas – Artista, página 30

**ILUSTRAÇÃO 26.A - NA SUA OPINIÃO QUAL O NÍVEL DE IMPORTÂNCIA DA 18ª MOSTRA SESC Cariri para divulgação do turismo da Região?**



Fonte: Relatório da pesquisa realizada durante a 18ª Mostra Sesc Cariri de Culturas – Artista, página 29

Ilustração 31.A - Qual a contribuição para a Região do Cariri com a realização deste evento nos aspectos: Cultural



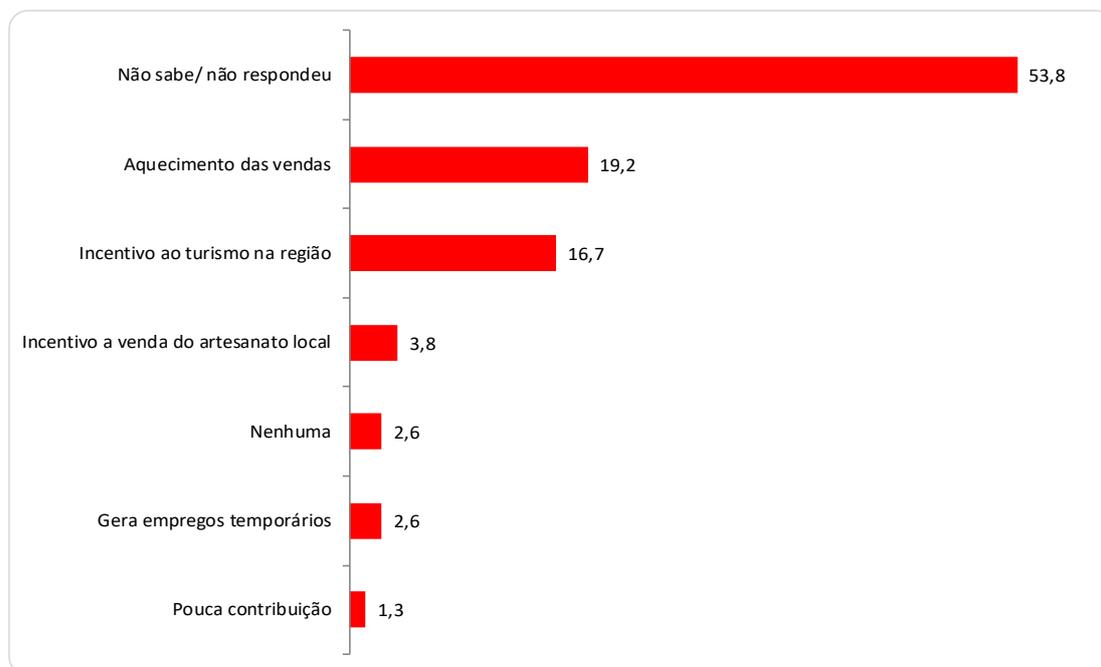
Fonte: Relatório da pesquisa realizada durante a 18ª Mostra Sesc Cariri de Culturas – Artista, página 33

Ilustração 32.A - Qual a contribuição para a Região do Cariri com a realização deste evento nos aspectos: Social

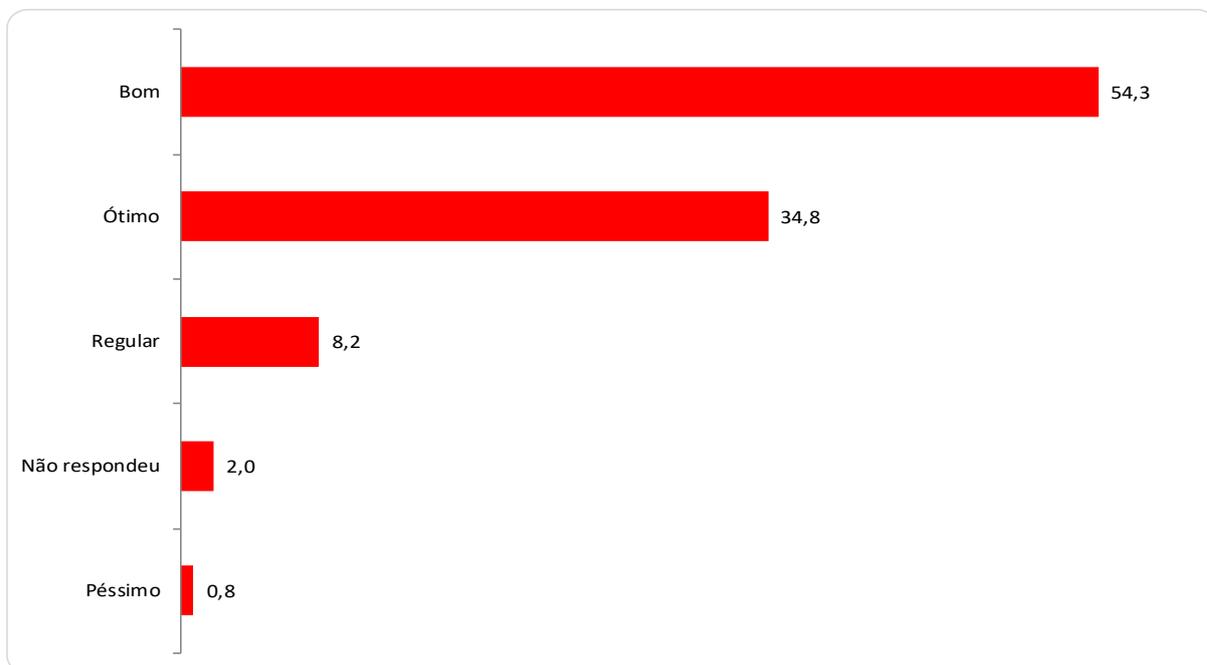


Fonte: Relatório da pesquisa realizada durante a 18ª Mostra Sesc Cariri de Culturas – Artista, página 33

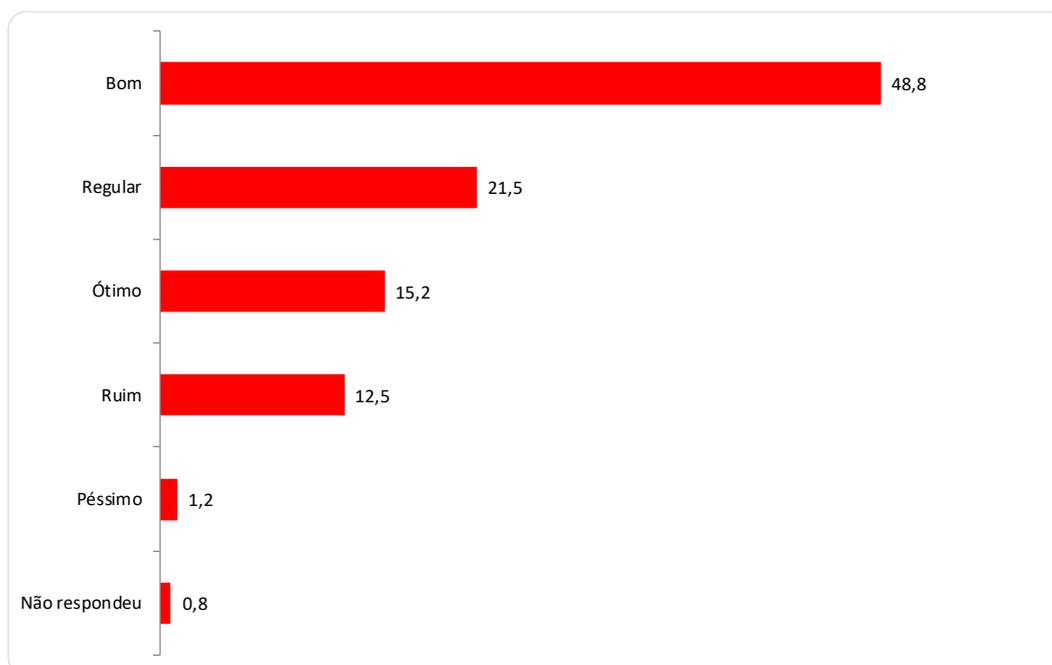
Ilustração 33.A - Qual a contribuição para a Região do Cariri com a realização deste evento nos aspectos: Econômica



Fonte: Relatório da pesquisa realizada durante a 18ª Mostra Sesc Cariri de Culturas – Artista, ano 2016, página 34

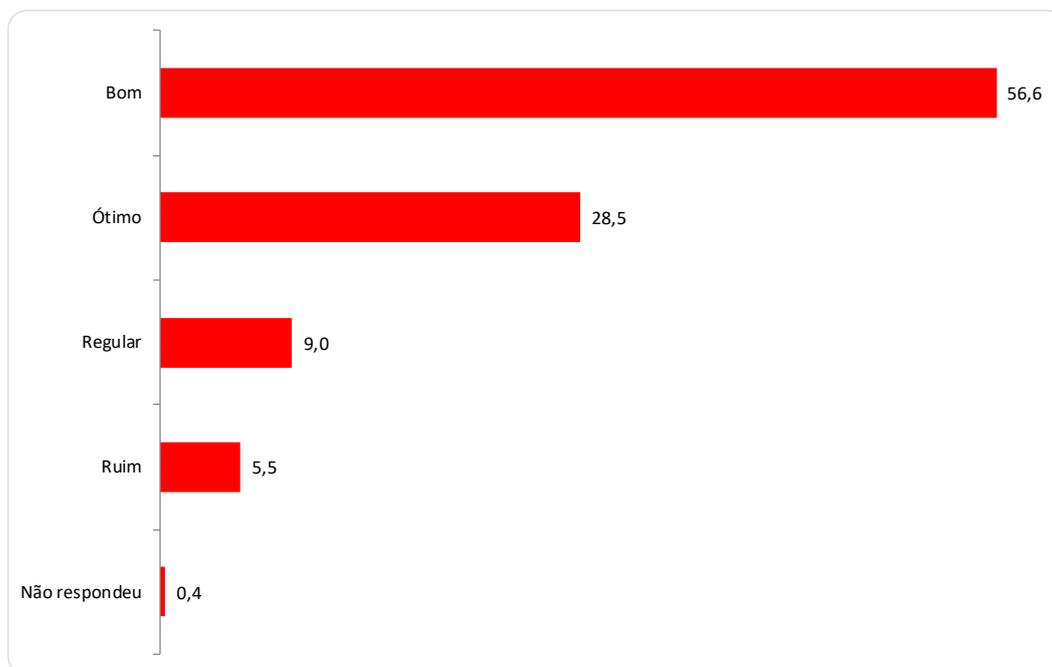
**EMPRESÁRIOS****ILUSTRAÇÃO 23.A - NA SUA OPINIÃO QUAL O NÍVEL DE IMPORTÂNCIA DA 18ª MOSTRA SESC CARIRI DE CULTURAS PARA DIVULGAÇÃO DA IMAGEM DA REGIÃO?**

Fonte: Relatório da pesquisa realizada durante a 18ª Mostra Sesc Cariri de Culturas – Empresários, ano 2016, página 27

**ILUSTRAÇÃO 25.A - NA SUA OPINIÃO QUAL O NÍVEL DE IMPORTÂNCIA DA 18ª MOSTRA SESC CARIRI DE CULTURAS PARA O COMÉRCIO DA REGIÃO?**

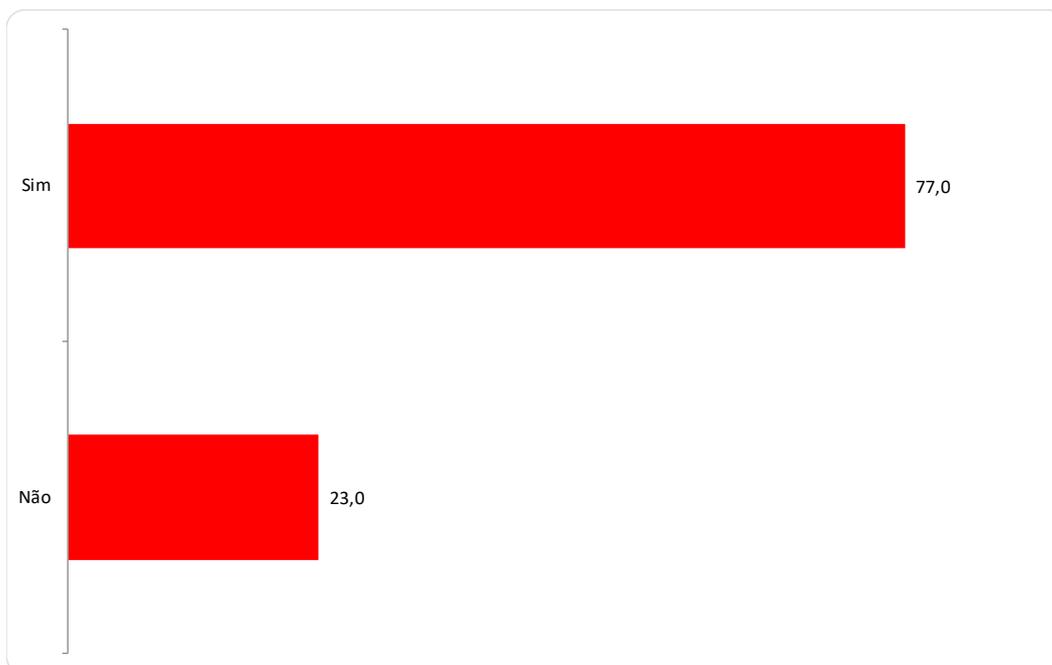
Fonte: Relatório da pesquisa realizada durante a 18ª Mostra Sesc Cariri de Culturas – Empresários, ano 2016, página 28

**ILUSTRAÇÃO 24.A - NA sua opinião qual o nível de importância da 18ª Mostra SESC Cariri de Culturas para divulgação do turismo da Região?**



Fonte: Relatório da pesquisa realizada durante a 18ª Mostra Sesc Cariri de Culturas – Empresários, ano 2016, página 27

**ILUSTRAÇÃO 12.A - VOCÊ ACHA QUE A MOSTRA SESC Cariri de Cultura contribui para o desenvolvimento da economia dos municípios do Cariri?**



Fonte: Relatório da pesquisa realizada durante a 18ª Mostra Sesc Cariri de Culturas – Empresários, ano 2016, página 20.

**ILUSTRAÇÃO 13.A - (SE SIM) POR QUE?**



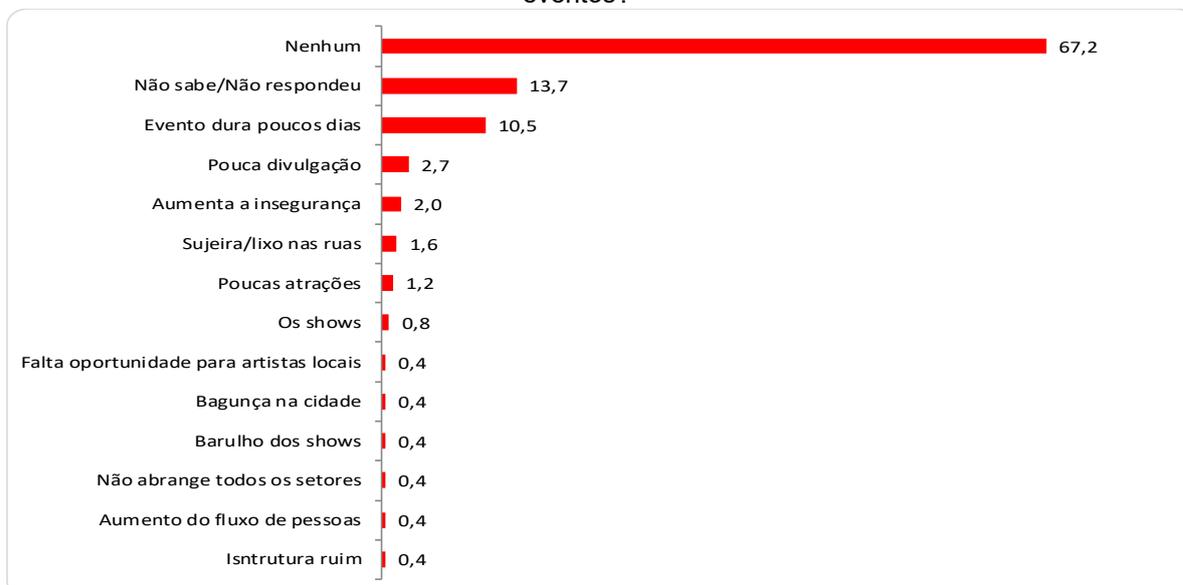
Fonte: Relatório da pesquisa realizada durante a 18ª Mostra Sesc Cariri de Culturas – Empresários, ano 2016, página 21

**ILUSTRAÇÃO 20.A - CITE OS IMPACTOS POSITIVOS NA rotina das cidades com a realização da Mostra Cariri de Culturas?**



Fonte: Relatório da pesquisa realizada durante a 18ª Mostra Sesc Cariri de Culturas – Empresários, ano 2016, página 25.

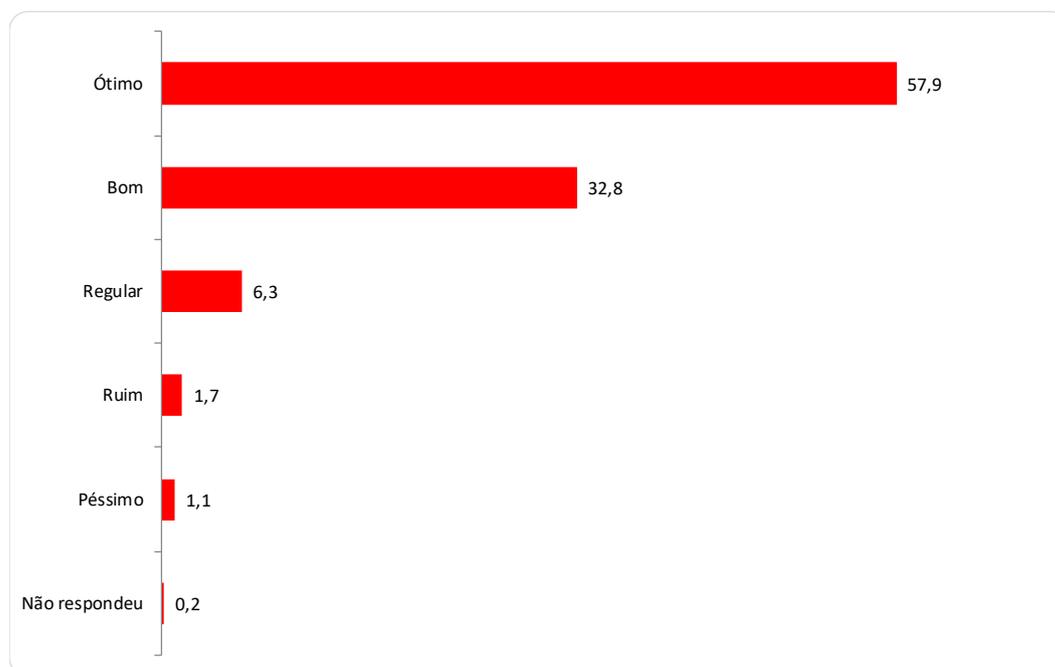
**ILUSTRAÇÃO 21.A - CITE OS IMPACTOS NEGATIVOS NA rotina das cidades com a realização dos eventos?**



Fonte: Relatório da pesquisa realizada durante a 18ª Mostra Sesc Cariri de Culturas – Empresários, ano 2016, página 25.

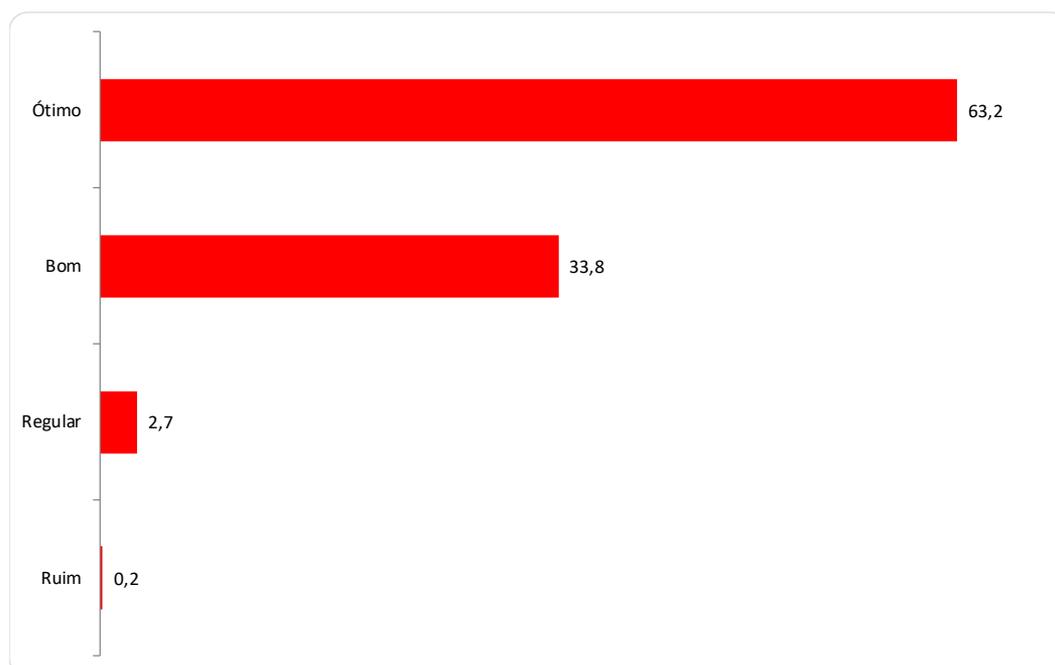
**PÚBLICO**

Ilustração 34.A - Na sua opinião qual o nível de contribuição da 18ª Mostra SESC Cariri para formação dos artistas da Região?



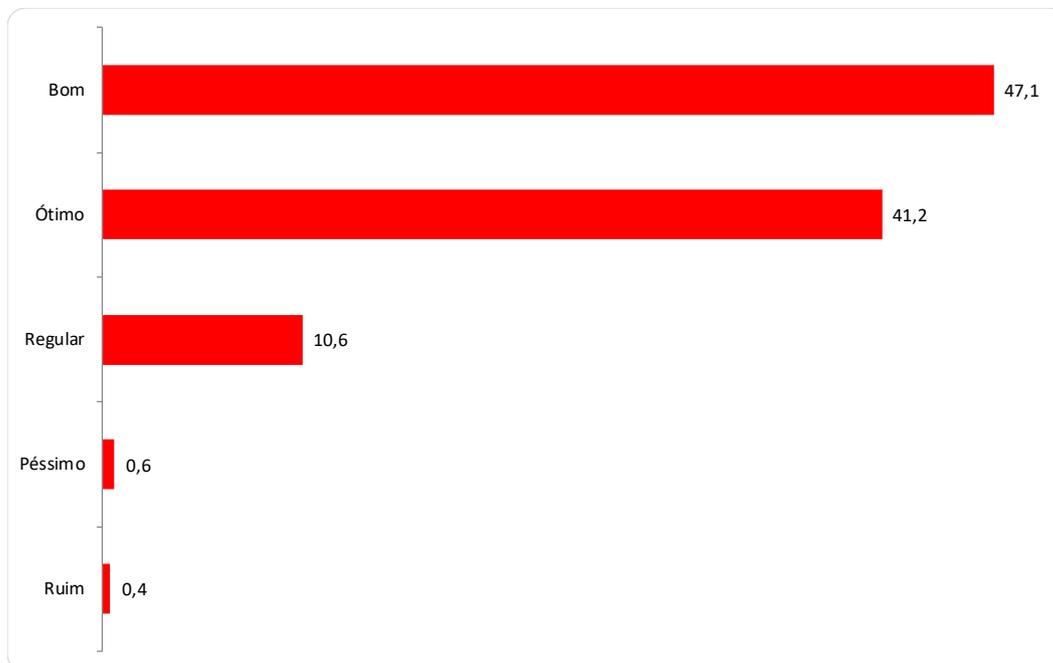
Fonte: Relatório da pesquisa realizada durante a 18ª Mostra Sesc Cariri de Culturas – Público, ano 2016, página 39

Ilustração 35.A - Na sua opinião qual o nível de importância da 18ª Mostra SESC Cariri para divulgação da imagem da Região?



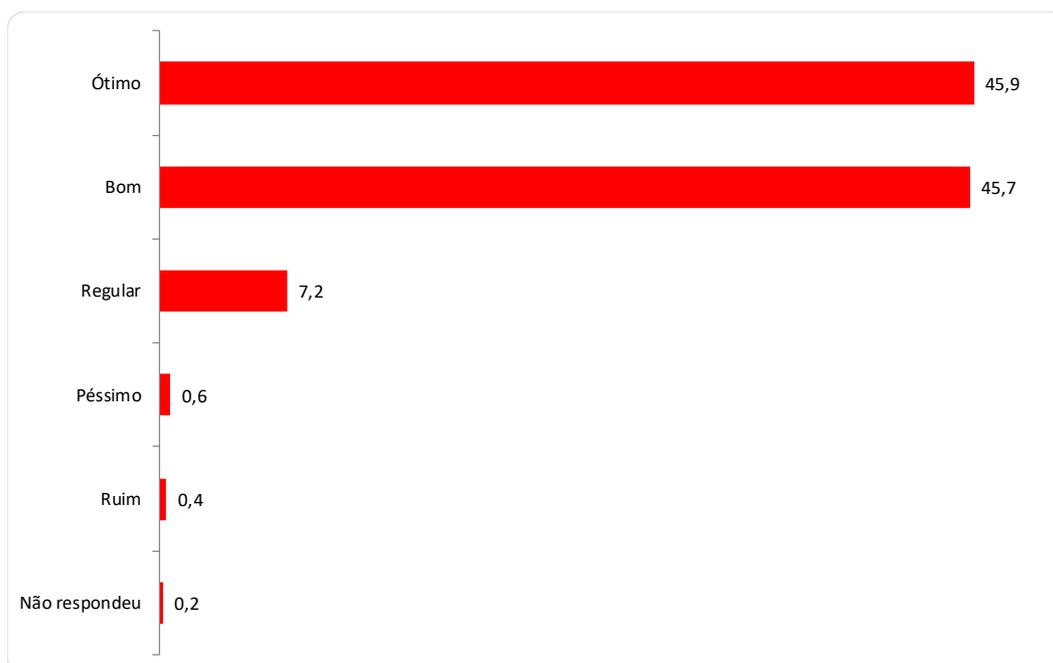
Fonte: Relatório da pesquisa realizada durante a 18ª Mostra Sesc Cariri de Culturas – Público, ano 2016, página 39

Ilustração 37.A - Na sua opinião qual o nível de importância da 18ª Mostra SESC Cariri para o comércio da Região?



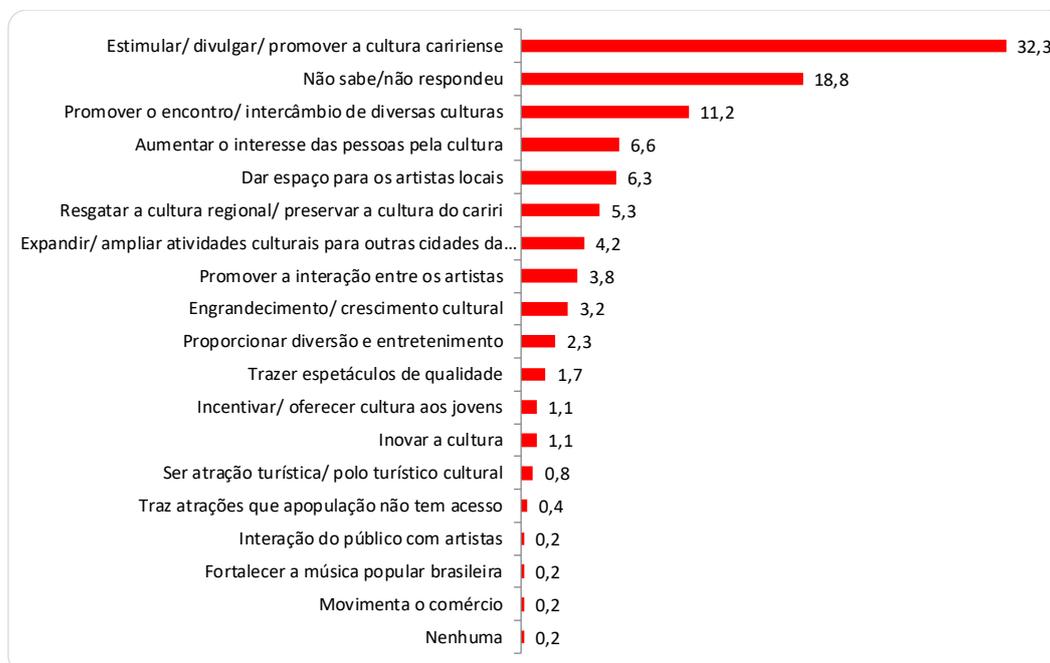
Fonte: Relatório da pesquisa realizada durante a 18ª Mostra Sesc Cariri de Culturas – Público, ano 2016, página 41

Ilustração 36.A - Na sua opinião qual o nível de importância da 18ª Mostra SESC Cariri para divulgação do turismo da Região?



Fonte: Relatório da pesquisa realizada durante a 18ª Mostra Sesc Cariri de Culturas – Público, ano 2016, página 40

**ILUSTRAÇÃO 17.A - Qual A CONTRIBUIÇÃO PARA A REGIÃO DO CARIRI COM A realização deste evento no aspecto: Cultural**



Fonte: Relatório da pesquisa realizada durante a 18ª Mostra Sesc Cariri de Culturas – Público, ano 2016, página 25

**ILUSTRAÇÃO 18.A - QUAL A CONTRIBUIÇÃO PARA A REGIÃO DO CARIRI COM a realização deste evento no aspecto: Econômico:**



Fonte: Relatório da pesquisa realizada durante a 18ª Mostra Sesc Cariri de Culturas – Público, ano 2016, página 26

Ilustração 19 - Qual a contribuição para a Região do Cariri com a realização deste evento no aspecto: Social



Fonte: Relatório da pesquisa realizada durante a 18ª Mostra Sesc Cariri de Culturas – Público, ano 2016, página 27

### **ILUSTRAÇÕES GRÁFICAS UTILIZADAS NA TESE PROVENIENTES DO RELATÓRIO DE PESQUISA SOBRE A MOSTRA SESC CARIRI DE CULTURAS - ANO 2012.**

#### **ARTISTAS**

P24 - Na sua opinião qual o nível de contribuição da XIV Mostra SESC Cariri para formação dos artistas da Região?

<i><b>Avaliação</b></i>	<i><b>%</b></i>
Ótimo	69,47
Bom	25,95
Regular	3,82
Ruim	0,00
Péssimo	0,00
Não respondeu	0,76
Total	100,00

Fonte: Pesquisa direta - IPDC

P26 - Na sua opinião qual o nível de importância da XIV Mostra SESC Cariri para divulgação da imagem da Região?

<i>Avaliação</i>	<i>%</i>
Ótimo	75,57
Bom	20,61
Regular	2,29
Ruim	0,00
Péssimo	0,00
Não respondeu	1,53
Total	100,00

Fonte: Pesquisa direta - IPDC

**Página 92**

P28 - Na sua opinião qual o nível de importância da XIV Mostra SESC Cariri para divulgação do turismo da Região?

<i>Avaliação</i>	<i>%</i>
Ótimo	54,96
Bom	40,46
Regular	3,05
Ruim	0,00
Péssimo	0,00
Não respondeu	1,53
Total	100,00

Fonte: Pesquisa direta - IPDC

**Página 93**

P30 - Na sua opinião qual o nível de importância da XIV Mostra SESC Cariri para o comercio da Região?

<i>Avaliação</i>	<i>%</i>
Ótimo	60,31
Bom	30,53
Regular	6,87
Ruim	0,00
Péssimo	0,00
Não respondeu	2,29
Total	100,00

Fonte: Pesquisa direta - IPDC

**Página 94**

P35\_1 - Qual a contribuição para a Região do Cariri com a realização deste evento nos aspectos: Cultural?

<i>Resposta</i>	<i>%</i>
Incentivo a arte e cultura	25,19
Divulgação de artistas regionais/valoriza a cultura regional	16,79
Divulgação da arte cultural	15,27
Não sabe/não respondeu	12,98
Intercâmbio cultural	12,98
Apresentações de cultura de diferentes locais	6,87
Diversidade de manifestações culturais	3,82
Formação de platéia	3,05
Intercâmbio entre artistas	3,05
Total	100,00

Fonte: Pesquisa direta - IPDC

**Página 98**

P35\_2 - Qual a contribuição para a Região do Cariri com a realização deste evento nos aspectos: Social?

<i>Resposta</i>	<i>%</i>
Interação entre pessoas de diversas classes sociais	27,48
Entretenimento para a sociedade	12,98
Integração entre artistas e público	7,63
Arte como instrumento de educação	6,87
Troca de experiência entre outros artistas	5,34
Formação de platéia	3,05
Valorização da história da região	3,05
Incentivo ao turismo	3,05
Arte gratuita	3,05
Descentralizou a arte	2,29
Doação de alimentos ajuda a população carente	2,29
Estimula futuros artistas	1,53
Apresentação de cultura de diversos locais	0,76
Integração entre o sesc e a sociedade	0,76
Atinge pessoas de faixa etárias diversas	0,76
Não sabe/não respondeu	19,08
Total	100,00

Fonte: Pesquisa direta - IPDC

**Página 99**

P35\_3 - Qual a contribuição para a Região do Cariri com a realização deste evento nos aspectos: Econômico?

<i>Resposta</i>	<i>%</i>
Aquecimento das vendas	56,49
Gera empregos temporários	14,50
Incentivo ao turismo na região	10,69
Incentivo a venda do artesanato local	1,53
Nenhuma	1,53
Não sabe/não respondeu	15,27
Total	100,00

Fonte: Pesquisa direta - IPDC

**Página 100**

## EMPRESÁRIOS

P22. Na sua opinião qual o nível de importância da XIV Mostra SESC Cariri para divulgação da imagem da Região?

<i>Resposta</i>	<i>%</i>
Ótimo	65,29
Bom	29,75
Regular	4,96
Total	100,00

Fonte: Pesquisa direta - IPDC

P.23 Na sua opinião qual o nível de importância da XIV Mostra SESC Cariri para divulgação do turismo da Região?

<i>Resposta</i>	<i>%</i>
Ótimo	58,68
Bom	35,54
Regular	5,79
Total	100,00

Fonte: Pesquisa direta - IPDC

P24. Na sua opinião qual o nível de importância da XIV Mostra SESC Cariri para o comércio da Região?

<i>Resposta</i>	<i>%</i>
Ótimo	52,07
Bom	40,50
Regular	6,61
Ruim	0,83
Total	100,00

Fonte: Pesquisa direta - IPDC

P11. Você acha que a Mostra SESC Cariri de Cultura contribui para o desenvolvimento da economia dos municípios do Cariri?

<i>Resposta</i>	<i>%</i>
Sim	96,69
Não	3,31
Total	100,00

Fonte: Pesquisa direta - IPDC

Página 116

P12. **(SE SIM)** Por que a Mostra SESC Cariri de Culturas contribui para o desenvolvimento econômico dos municípios do Cariri?

<i>Resposta</i>	<i>%</i>
Aumenta as vendas	46,28
Aumenta o turismo regional	37,19
Geração de emprego e renda	9,09
Desenvolve a cultura regional	5,79
Divulga a cultura regional	4,96
Ajuda no desenvolvimento do município	4,13
Entretenimento para a cidade	1,65
Não houve aumento nas vendas	0,83
Gera custos para o governo	0,83
Não sabe/não respondeu	9,09

Fonte: Pesquisa direta - IPDC

Página 117

P19. Cite os impacto positivo na rotina das cidades com a realização da Mostra Cariri de Culturas?

<i>Impactos Positivos</i>	<i>%</i>
Fortalece o turismo na região	28,93
Aumento das vendas	17,36
Aumenta a movimentação cultural	9,92
Diversidade de pessoas	4,96
Divulgação/apresentação do artesanato	4,13
Melhoria na qualidade de lazer dos jovens	3,31
Embeleza a cidade	2,48
Divulgação da cultura local	2,48
Divulgação da arte	2,48
Festa voltada para a sociedade	1,65
Gera empregos temporários	1,65
Diversidade de atrações culturais	1,65
Melhora a qualidade artística	1,65
Atrações culturais simultâneas em diversas localidades	1,65
Nenhum	14,05
Não sabe/não respondeu	13,22

Fonte: Pesquisa direta - IPDC

Página 125

P20. Cite os impactos negativos na rotina das cidades com a realização dos eventos?

<i>Impactos Negativos</i>	<i>%</i>
Falta de segurança	7,44
A cidade fica mais suja	7,44
Transtorno no trânsito	2,48
Falta de estrutura da cidade	1,65
Som alto	0,83
Nenhum	62,81
Não sabe/não respondeu	17,36

Fonte: Pesquisa direta - IPDC

**PÚBLICO**

P11. Na sua opinião qual o nível de contribuição da 14ª Mostra SESC Cariri para formação dos artistas da Região?

<b>Avaliação</b>	<b>%</b>
Ótimo	58,43
Bom	33,15
Regular	5,62
Ruim	1,12
Não respondeu	1,69
Total	100,00

Fonte: Pesquisa direta - IPDC

Página 52

P12. Na sua opinião qual o nível de importância da 14ª Mostra SESC Cariri para divulgação da imagem da Região?

<b>Avaliação</b>	<b>%</b>
Ótimo	64,79
Bom	30,71
Regular	3,56
Ruim	0,37
Péssimo	0,19
Não respondeu	0,37
Total	100,00

Fonte: Pesquisa direta - IPDC

Página 53

P13. Na sua opinião qual o nível de importância da 14ª Mostra SESC Cariri para divulgação do turismo da Região?

<b>Avaliação</b>	<b>%</b>
Ótimo	57,68
Bom	34,83
Regular	5,99
Ruim	1,12
Não respondeu	0,37
Total	100,00

Fonte: Pesquisa direta - IPDC

Página 54

P14. Na sua opinião qual o nível de importância da 14ª Mostra SESC Cariri para o comércio da Região?

<b>Avaliação</b>	<b>%</b>
Ótimo	54,31
Bom	38,20
Regular	6,37
Não respondeu	1,12
Total	100,00

Fonte: Pesquisa direta - IPDC

Página 55

Q10. Qual a contribuição para a Região do Cariri com a realização deste evento no aspecto:  
Cultural

<b>Resposta</b>	<b>%</b>
Estimular/divulgar/promover a cultura Caririense	26,78
Promover o encontro/intercâmbio de diversas culturas	17,04
Engrandecimento/crescimento cultural	13,67
Aumentar o interesse das pessoas pela cultura	6,93
Resgatar a cultura regional/preservar a cultura do Cariri	5,81
Dar espaço para os artistas locais	2,81
Trazer espetáculos de qualidade	1,50
Expandir/ampliar atividades culturais para outras cidades da região	0,56
Incentivo a prática da leitura	0,56
Ser atração turística/polo turístico cultural	0,56
Promover a acessibilidade para deficientes na cultura	0,37
Promover a interação entre os artistas	0,37
Proporcionar diversão e entretenimento	0,37
Fortalecer a música popular brasileira	0,37
Inovar a cultura	0,37
Incentivar/oferecer cultura aos jovens	0,19
Divulgação do trabalho dos artesãos	0,19
Não sabe/não respondeu	21,54
Total	100,00

Fonte: Pesquisa direta - IPDC

Página 34

Q10. Qual a contribuição para a Região do Cariri com a realização deste evento no aspecto:  
Econômico

<b>Resposta</b>	<b>%</b>
Não sabe/não respondeu	26,40
Aumento das vendas	41,39
Aumento do turismo	32,21
Total	100,00

Fonte: Pesquisa direta - IPDC

Página 36

Q10. Qual a contribuição para a Região do Cariri com a realização deste evento no aspecto:  
Social

<i>Resposta</i>	<i>%</i>
Integração social entre todas as classes da sociedade	22,28
Propicia o convívio social/aproxima as pessoas	11,42
Conhecimento de culturas diferentes/integração social	8,99
Integração/inclusão das comunidades da periferia	5,43
Promove a educação e o conhecimento	3,56
Dá visibilidade social à região	3,00
Propicia diversão/lazer	3,00
Desenvolvimento social local	2,43
Promove espetáculos a preços acessíveis	1,87
Proporciona enriquecimento/conhecimento cultural	1,87
Integração entre pessoas de diferentes grupos sociais e culturais	1,50
Proporciona o conhecimento da própria cultura	1,31
Integração entre os artistas da região	0,94
Formação social para a cidadania	0,37
Desenvolve o turismo	0,37
Arrecada doações	0,37
Promove a qualidade de vida	0,19
Não sabe/não respondeu	31,09
Total	100,00

Fonte: Pesquisa direta - IPDC

## **ANEXOS**

## ANEXO I - O Festival de Jazz e Blues de Guaramiranga

O resultado da realização do Festival se revela em quatro vertentes:

As exposições das bandas e artistas se traduzem diretamente no aumento da visibilidade na imprensa, na vendagem de CDs, além da exposição de suas obras como forma de influenciar, por meio de intercâmbios, o surgimento de novas parcerias e na criação de novas bandas.

De todas as ações propostas pelo evento, uma merece destaque especial: a inclusão cultural. Shows gratuitos, oficinas, workshops e ensaios abertos ao público consolidam o caráter social, o que contribui efetivamente para a difusão da proposta. A fusão de exposições entre artistas consagrados e novos nomes credencia o Festival como incentivador e propagador da cultura.

O incentivo à integração da comunidade, por meio da geração de emprego e renda, surge como o principal responsável pelo desenvolvimento turístico e conseqüentemente econômico. A implantação de programas, a exemplo da Rede Boas Vindas, que visa integrar a população ao movimento turístico, se mostra como um elemento fundamental de incentivo à economia local, junto com a qualificação de mão-de-obra, por meio de cursos, que contam com a parceria do Sebrae e da Prefeitura de Guaramiranga.

Ações de incentivo à prática do turismo responsável são realizadas com o objetivo de esclarecer quanto à importância da preservação do meio ambiente, tanto para o público visitante, quanto para a população local. São elas: Blitz da Conscientização, Replantando o Verde Nativo, Trilhas Ecológicas e Oficina do Reciclado. Em todas elas há preocupação recorrente com a preservação ambiental, seja na conservação da mata nativa ou no plantio de novas mudas, compondo a harmonia entre o turismo e o meio ambiente.

### A Primeira edição - Histórico 2000

Primeiro ano do Festival. Grande expectativa: jazz e blues no carnaval? As bandas cearenses acreditaram no evento e houve uma grande adesão. Doze grupos locais deram um show à parte e surpreendem o público que

também gostou da ideia. Estiveram presentes as bandas de Cristiano Pinho, Bedê, Márcio Rezende, Pádua Filho, Danilo, Elismário Pereira, Carlinhos Patriolino, Marcílio Homem e o Grupo Nó da Madeira. De outros estados vieram os talentosos Toninho Horta e o duo de Flávio Guimarães e André Cristóvam. Quem viu, gostou, gostou muito. A turma da Escola de Música de Guaramiranga também esteve lá, todos os dias, abrindo os shows. No hall do teatro, uma exposição contava um pouco da história do jazz. De tarde aconteciam os workshops. Nas jam sessions, apresentações inusitadas e inesquecíveis: Toninho Horta tocava bateria enquanto Arismar do Espírito Santo arrebatava no baixo.

#### BANDAS PARTICIPANTES

##### GUARAMIRANGA:

- Banda de pífaros
- Grupo de percussão e sopro
- Grupo de flauta
- Banda de Música

##### FORTALEZA:

- Cristiano Pinho e banda
- Bedê e banda
- Márcio Rezende e banda
- Pádua Filho Trio
- Danilo da gaita
- Elismário Pereira e banda
- Grupo Nó da Madeira
- Patriolino e banda
- Marcílio Homem Trio

#### BANDAS NACIONAIS CONVIDADAS:

- André Cristóvan (guitarra) e Flávio Guimarães (gaita)
- Toninho Horta (guitarra) e Júlio Barbosa (percussão)

#### **Histórico 2001**

A grande repercussão do evento fez chegar de todo canto do Brasil bandas para tocar. A organização do Festival convidou uma curadoria Alexandre Rocha, Antonio Lemenhe, Valdo Siqueira, Haroldo Ribeiro, Luciano Franco e Alencar Júnior - que teve muito trabalho para enfim selecionar as bandas cearenses Nó da Madeira, Adriano Azevedo Mimi Rocha, Nélio Costa, Lily Alcalay, Zé Antônio, Marimbanda, Fátima Santos, Dihelson Mendonça, Café & Cointreau, a paulista Swing It! Blues e a pernambucana Contrabanda. Foram convidados: o músico Nenê, acompanhado por Proveta e Silvia Góes, Arismar do Espírito Santo, a banda paranaense Mister Jack e Nuno Mindelis, considerado pela revista Guitar Play, um dos melhores guitarristas de blues do mundo. O público pediu e a organização atendeu: o Festival desceu a serra e fez mais um show do artista em Fortaleza. O Anfiteatro do Centro Dragão do Mar de Arte e Cultura, principal casa de shows da capital cearense ficou lotado.

### **BANDAS PARTICIPANTES**

#### **GUARAMIRANGA:**

- Bandas de pífaros
- Grupo de percussão e sopro
- Grupo de flauta

#### **BANDAS SELECIONADAS**

- Nó da Madeira (CE)
- Contrabanda (PE)
- Adriano Azevedo (CE)
- Mimi Rocha (CE)
- Nélio Costa (CE)
- Lily Alcalay (CE)
- Zé Antônio (CE)
- Maribanda (CE)
- Fátima Santos (CE)
- Dihelson Mendonça (CE)
- Café & Cointreau (CE)
- Swing It! Blues (SP)

#### **BANDAS NACIONAIS CONVIDADAS**

- Nenê Trio (MG)
- Mister Jack (PR)
- Arismar do Espírito Santo (SP)
- Nuno Mindelis (SP)

### **Histórico 2002**

A notícia de um festival de jazz e blues em pleno carnaval circulava no meio musical. Resultado: a curadoria teve mais trabalho para selecionar as atrações deste ano. As bandas selecionadas foram Aroldo Araújo, Elismário, Zé Antônio, Nefertiti, Luciano Franco Quarteto, Adriano Azevedo, Nélio Costa, Marimbanda, Brazuca, Última Hora, Consciência Musical e a pernambucana The Bluz.

De outras paragens, foram convidadas as bandas de Vitor Biglione - e o grande baixista Jorge Helder, cearense do bom, a veterana Cama de Gato - com o talento de Mauro Senise, Paschoal Meirelles, Jotinha, André Neiva e Mingo Araújo. O blues agradou o público nas apresentações de Pedro Quental, Big Joe Manfra e Jefferson Gonçalves do grupo carioca Blues e entre outras. Para fechar o evento, uma boa surpresa. Especialmente criada para o Festival, a banda Os Bluesmen, formada pelos talentosos Bocatto, Flávio Guimarães, Nasi, Marcos Ottaviano, Adriano Grinberg, Mario Fabre e Silvio Alémão. Uma composição inédita que mostrou o valor do blues brasileiro. Nesta altura, o palco do teatro Rachel de Queiroz já era pequeno: o público ocupou as praças de Guaramiranga, ao som do violão de Manasses e do grupo paulista Curupira.

Os workshops lotaram diariamente o teatro. Também teve a exposição "Jazz para os Olhos", do artista plástico Carlus - belas e contundentes caricaturas das grandes estrelas do jazz. Nas cidades vizinhas de Aratuba e Palmácia, a Big Band Show Case (CE) levou todos a dançar ao som do jazz tradicional e da releitura de sucessos brasileiros. Em Fortaleza, logo depois da quarta de cinzas, tudo de novo. Foram mais quatro dias com as bandas convidadas e outras eleitas por um júri popular em Guaramiranga.

Mais uma vez o público lotou o Anfiteatro do Centro Dragão do Mar. A programação na capital não parou aí. Além de uma mesa redonda sobre Jazz,

bandas inusitadas se formaram nas *jam sessions* em parcerias pra lá de afinadas.

#### BANDAS PARTICIPANTES

##### GUARAMIRANGA

- Coral Mina de Voz
- Grupo de Tambores de Guaramiranga
- Grupo de Violões
- Orquestra da Escola de Música

##### BANDAS SELECIONADAS

- Aroldo Araújo (CE)
- Elismário Pereira (CE)
- Zé Antônio (CE)
- Banda Nefertiti (CE)
- Luciano Franco Quarteto (CE)
- Adriano Azevedo (CE)
- Nélio Costa (CE)
- Maribanda (CE)
- Brazuca (CE)
- Banda Última Hora (CE)
- Consciência Musical (CE)
- The Bluz (PE)

##### BANDAS CONVIDADAS

- Blues Etc (RJ)
- Manassés (CE)
- Big Band Showkase (CE)
- Cama de Gato (RJ)
- Curupira (SP)
- Victor Biglione (RJ)
- Os Bluesmen (SP)

#### **Histórico 2003**

Tendo com tema “O Grande Encontro da Música com a Natureza”, o Festival de Jazz & Blues de Guaramiranga de 2003 misturou, harmonicamente, os acordes dos instrumentos musicais ao som da natureza. O repertório ofereceu atrações para todos os que apreciam a amplitude musical desse gênero e destacou a importância da cultura artística local, que se mostrou em pé de igualdade com as atrações nacionais. Um dos momentos mais esperados foi a apresentação de Hermeto Pascoal, conhecido como “o bruxo”, sendo um dos maiores gênios em atividade na música mundial. Este ano, o Festival contou com algumas novidades: os Tributos homenagens feitos por artistas locais a grandes nomes da música nacional e internacional e o Jazz ao Meio-Dia, com apresentações musicais na Cachoeira Talita, na cidade de Baturité. Outro palco do Festival foi a praça principal da cidade de Aratuba, em que foram realizados dois shows por noite, durante os quatro dias de carnaval. A programação do evento constou ainda de jam sessions, oficinas e workshops.



Show de Stanley Jordan em 2005 – Fonte: TORRES, 2006

Enquanto o som do jazz e blues foi o motivo principal para atrair o público, os organizadores do evento com a comunidade aproveitam os intervalos das atividades musicais para manter o entretenimento no ar durante os quatro dias de Festival. Foram desenvolvidas ações de conscientização e responsabilidade social para turistas e para a comunidade. Caminhadas

ecológicas em trechos ainda preservados da Mata Atlântica, blitz ecológicas, feira de artesanato, oficinas musicais e de reciclagem de lixo, replantio de plantas nativas compuseram o leque de atividades oferecidas em 2003.

Em Fortaleza, o Festival destacou os melhores momentos, no Anfiteatro do Centro Dragão do Mar de Arte e Cultura, logo após a Quarta-Feira de Cinzas. Por quatro dias, bandas nacionais e quatro selecionadas por júri popular, em Guaramiranga, deram um tom jazzístico à cidade. A periferia da capital também foi contemplada com o jazz de raiz da Traditional Jazz Band. Já a Banda Piamarta apresentou-se no palco ao ar livre, animando a tarde de domingo do Centro Dragão do Mar de Arte e Cultura. Estas apresentações abertas consolidam um dos principais objetivos do evento, que é a inclusão social e cultural. Ao todo, o Festival proporcionou ao público mais de 60 atividades com a apresentação das seguintes bandas:

#### **GRUPOS CONVIDADOS**

- Hermeto Pascoal (SP);
- Fernando Noronha & Black Soul (RS);
- Baseado em Blues (RJ);
- Traditional Jazz Band (SP);
- Duofel (SP);
- Alex Holanda e Banda Miscelânea (CE);
- Bitten Blues Band (CE);
- Moacir Bedê Quarteto (CE);
- Banda Juvenil Dona Luíza Távora (CE);
- Banda Piamarta (CE);
- Tambores de Guaramiranga (CE)
- Orquestra Sete Lagos (CE);
- Banda de Música de Guaramiranga (CE);
- Jam Europa (Áustria).

#### **BANDAS SELECIONADAS**

- Dino Rangel (RJ);
- Izy Gordon (SP);

- Tribo de Jazz (CE);
- Marajazz (CE);
- Vox Dei Blues Project (CE);
- Big Chico Blues Band (SP);
- Double Blues Band (CE);
- Overtrio (CE).

### **TRIBUTOS**

- Tributo a Ray Charles, com Lúcio Ricardo (CE);
- Tributo a Dominginhos, com Adelson Viana (CE);
- Tributo a Sarah Vaughan, com Fátima Santos (AL);
- Tributo a John Coltrane, com Márcio Resende (RJ).

### **Histórico 2004**

O Festival de Jazz e Blues de Guaramiranga - realizado entre 21 e 24 de fevereiro em Guaramiranga e de 26 a 28 em Fortaleza superou o simples conceito da consolidação. Hoje, afirmá-lo como uma "opção" no carnaval cearense é muito pouco, assim como também é modesto dizer que as sessões que se realizam na serra atraem somente aficionados de gêneros musicais que, no mais das vezes, acredita-se erroneamente serem consumidos apenas pela elite.

Prova disso são o crescimento e a diversificação das platéias - tanto nas apresentações, jam sessions, workshops, ensaios abertos e oficinas em Guaramiranga quanto em Fortaleza, nos shows e outras atividades realizadas no Centro Dragão do Mar de Arte e Cultura. As cidades de Aratuba e Mulungu também absorveram eventos do Festival. Atualmente 7 mil pessoas subiram a serra este ano, mais do que a população de Guaramiranga.

A quinta edição é um marco na história do Festival de Jazz e Blues de Guaramiranga. Algumas inovações foram oferecidas ao público em 2004 - a inclusão de atrações internacionais na programação. Nomes como o do guitarrista Stanley Jordan, virtuoso e aplaudido músico norte-americano, e o do grupo Without Words, trio feminino canadense que tem surpreendido as platéias dos Estados Unidos e da Europa em festivais de jazz, acrescentaram

novos sons. Já na serra, a Arena Sebrae serviu de ponto de encontro e intercâmbio de experiências de músicos, luthiers, artistas gráficos e fãs de jazz e blues, em memoráveis jam sessions e shows de bandas que integraram um animado circuito paralelo. Por fim, em Fortaleza, uma grande festa de encerramento do Festival na boate Órbita.

**As atrações do Festival de Jazz e Blues de Guaramiranga 2004 foram:**

#### **Convidados**

- Big Gilson & Blues Dinamite
- Gilson Peranzetta
- Heraldo do Monte
- Manassés & Waldonys
- Renato Borghetti
- Sérgio Duarte
- Without Words
- Bandas selecionadas
- Adriano Azevedo (CE)
- Banda Timbral - Lu de Souza (CE)
- Bitten Blues (CE)
- Blues Label (CE)
- Bossa Jazz - Romeu Castro (CE)
- Celso Salim e Banda (DF)
- Edu Negrão (SP)
- Mazinho Ventura (RJ)

#### **Tributos**

- Idilva Germano - Tributo a Billie Holiday
- Dhielson Mendonça e Eletrik Band - Tributo a Chick Corea
- Shows no fim da tarde - Arena Sebrae
- Banda dos Meninos da Casa Grande (Nova Olinda-CE)
- Banda Miscelânea (Guaramiranga-CE)
- Lúcio Ricardo (Fortaleza-CE)

- Realejo Jazz Quartet (Fortaleza-CE)
- Romildo Santos (Fortaleza-CE)
- Tambores de Guaramiranga (Guaramiranga-CE)
- R3 Blues (Fortaleza-CE)
- Violões de Guaramiranga (Guaramiranga-CE)



#### O crescimento - Histórico de 2005

Enquanto as nuvens se aproximam da terra, o som das guitarras, sax e baixos ecoam na pequena Guaramiranga. Em pleno verão, enquanto o Nordeste brasileiro arde ao ritmo do frevo e axé, naquela serra acontece o Festival de Jazz e Blues de Guaramiranga.

O clima é outro - agasalhos para o frio e o verde da Mata Atlântica a brilhar. Carnaval em Guaramiranga é assim. As estreitas ruas, os dois teatros e três praças abrigam talentosos músicos e inúmeros amantes da boa música. O Festival mostra a riqueza da cena no Ceará reunindo os variados sons do Brasil em shows memoráveis.

O evento mais inusitado do país no período momino faz acreditar que ainda é possível respirar, ou melhor, escutar outros sons que não aqueles impostos por uma indústria cultural que exclui da criação artística o improviso e a criatividade, o verdadeiro espírito da música.

O fato é que o Festival de Jazz e Blues de Guaramiranga está plenamente integrado ao calendário turístico e cultural do Ceará, obtendo repercussão e reconhecimento em todo o Brasil e além-fronteiras.

O que no ano de 2000 era apenas uma ideia ousada mostra agora que é de fato uma soma de boas soluções para demandas como geração de emprego e renda, qualificação profissional, intercâmbio de informações e educação – tudo isto baseado em projeções realistas e planejado para crescer racionalmente, respeitando aspectos sociais, econômicos e ambientais.

O Festival na quarta-feira de cinzas desce a serra até Fortaleza, onde repete o sucesso de público e crítica. Shows, *jam sessions*, ensaios abertos, workshops, oficinas de arte, ações paralelas de preservação ambiental - muito som e boa conversa; tudo isso em ambiente aconchegante, hospitaleiro e feliz.

### **A Programação da Edição de 2005:**

De 5 a 8 de fevereiro em Guaramiranga e 10 a 13 em Fortaleza, realizou-se a 6ª. Edição do *Festival de Jazz & Blues de Guaramiranga*. – Eis a programação completa: [www.jazzeblues.com.br](http://www.jazzeblues.com.br)

- GUARAMIRANGA

Teatro Municipal Rachel de Queiroz:

- 05.02.2005

14h - Ensaio Aberto - Lancaster

- 20h - Show *Em Torno do Tom* - Consiglia Latorre (SP/CE) / Victor Biglione & Ithamara Koorax (RJ)

- 22h - Show - Big Joe Manfra e Banda (RJ) / Lancaster & Flávio Naves (SP)

- 06.02.2005

14h - Conversando com Paulo Jobim

- 20h - Show - Jorge Helder Trio (CE/RJ) / Quarteto Jobim - Danilo Caymmi, Paulo Braga, Daniel e Paulo Jobim (SP)

- 22h - Show - *Tributo a Elvin Jones* - Denílson Lopes (CE) / Hélio Delmiro e Banda (RJ)

- 0h - Show (extra) - Quarteto Jobim

- 07.02.2005

14h - Ensaio Aberto - Nuno Mindelis

- 22h - Show - Blues Label (CE) / Nuno Mindelis e Banda (SP)

- 0h - Show - Carlinhos Patriolino e Banda (CE) / Stanley Jordan e Banda (EUA)

- 06.02.2005

14h - Workshop - Naná Vasconcelos (PE)

- 20h - Show *Briga de Foice* - Renno Saraiva & Ítalo Almeida (CE) / Pedro Aznar Trio (Argentina)

- 22h - Show - Meninos da Casa Grande (CE) e Naná Vasconcelos (PE)

Arena Sebrae

- :

05.02.2005

10h - Oficina 17h - Instrumental Maranhão/ Instrumental Pernambuco

- 0h - Lançamento de CD instrumental - Adriano Azevedo (CE)
- 06.02.2005

10h - Oficina

- 17h - Instrumental Rio Grande do Norte/ Instrumental Bahia
- 0h - Lançamento de CD instrumental - Luciano Franco (CE)
- 07.02.2005

10h - Oficina

- 17h - Instrumental Sergipe/ Instrumental Piauí
- 0h - Lançamento de CD - Double Blues Band (CE)
- 08.02.2005

10h - Oficina

- 17h - Instrumental Paraíba/ Instrumental Alagoas
- 0h - Lançamento de CD instrumental - Luís Miguel (CE)

### *FORTALEZA*

Locais: Workshops - Escola Viva Música Viva/ Shows - Teatro José de Alencar TJA/ Jam Session e festa - Buono Amicis

10.02.2005

- 10h - Workshop - Jorge Helder (baixo)
- 21h - Shows - Hélio Delmiro e Banda (RJ) / Pedro Aznar Trio (Argentina)

- 0h - Jam Session

11.02.2005

- 10h - Workshop - Lancaster & Flávio Naves (guitarra e teclado - blues)
- 21h - Shows - Victor Biglione & Ithamara Koorax (RJ) / Naná Vasconcelos (PE)

12.02.2005

- 10h - Workshop - Stanley Jordan (guitarra)
- 21h - Shows - Big Joe Manfra e Banda (RJ) / Nuno Mindelis (SP)
- 0h - Festa com Double Blues (CE) e Lancaster & Flávio Naves (SP)

13.02.2005

- 10h - Workshop - Big Joe Manfra (guitarra - blues)
- 21h - Shows - Jorge Helder Trio (CE/RJ) / Stanley Jordan (EUA)”

Do site da Via de Comunicação e Cultura, criadora e organizadora do evento, trás-se o histórico de 2006 até 2015:

## **EDIÇÃO 2006**

*Festival Jazz & Blues*



Fonte: <http://www.jazzeblues.com.br/portfolio/edicao-2006> acesso em

De grandes nomes o Festival Jazz & Blues já estava marcado, reconhecido e consolidado. O cabalístico sétimo ano foi mais um sucesso. Em 2006 homenageou **João Donato**, que lotou a plateia do Teatro Rachel de Queiroz no ensaio aberto à tarde e no show à noite, com público de todas as idades. Na mesma edição, o Festival recebeu a carioca **Leny Andrade**, a sueca **Lina Nyberg**, o saxofonista **Leo Gandelman**, o trompetista **Márcio Montarroyos**, e presenteou os amantes do blues com shows dos guitarristas **André Cristóvam** e o americano **Kenny Brown**. Após o Carnaval, o Festival desceu a serra e aportou em um belíssimo prédio histórico do centro de Fortaleza, local do antigo Cine São Luiz.

## EDIÇÃO 2007

Festival Jazz & Blues



Fonte: <http://www.jazzeblues.com.br/portfolio/edicao-2007>

Consolidado como um programa de alto nível para os amantes da música de qualidade, o Festival dá continuidade à proposta de oferecer a cada ano uma rica programação que une boa música, formação e lazer, com respeito à natureza que garante a beleza do Maciço de Baturité. Na oitava edição o Festival receberia um dos acordeonistas mais respeitados no Brasil e no mundo. Não deu tempo. A saúde de **Sivuca** foi vencida, mas o artista recebeu

homenagens do Festival com um emocionante cortejo de sanfonas, show de sanfoneiros e uma exposição organizada por sua esposa, **Glorinha Gadelha**. Grandes nomes do jazz e do blues abrilhantaram a edição. A começar por **Egberto Gismonti**, o renomado guitarrista **Scott Henderson**, a voz exuberante de **Eileina Williams**, o piano o violão e a voz de **Badi Assad** e o talento de **Derico & Sindicato do Jazz**. Do blues, o festival recebeu a simpatia e vozeirão de **Big Time Sarah**, **JJ Jackson** e **Blue Jeans**.

## EDIÇÃO 2008

Festival Jazz & Blues



Fonte: <http://www.jazzeblues.com.br/portfolio/edicao-2008>

Eleita pela revista Viagem e Turismo como a segunda cidade mais romântica do País, Guaramiranga foi cenário de mais uma rica edição do Festival Jazz & Blues. Músicos e plateia em perfeita harmonia. A acolhedora cidade serrana fez abrigo para a diversidade de talentos locais, nacionais e internacionais. As ruas ganharam novas cores, novos sons e uma alegria contagiante se espalhou por casas, praças e entre as pessoas: no alto da serra, em meio a tantas estrelas é impossível não se sentir nas nuvens.

A exemplo dos anos anteriores, o Festival Jazz & Blues chegou à nona edição com uma vasta programação antes, durante e depois do carnaval. No período antecedente às atividades serranas, shows do projeto Na Trilha do Jazz aconteceram em bares de Fortaleza e oficinas no interior do Estado com o

projeto Novos Talentos, marcaram os preparativos para mais uma edição. Durante o Carnaval, os palcos do Festival receberam grandes nomes como o francês **Jean Jacques Milteau**, um “papa” do blues, **Ivan Lins**, os senegaleses **Frères Guissé**, **Hamilton de Holanda**, **Danilo Caymmi**, **Jefferson Gonçalves**, entre músicos cearenses de reconhecido talento.

## EDIÇÃO 2009

Festival Jazz & Blues



Fonte: <http://www.jazzeblues.com.br/portfolio/edicao-2009>

O Festival chegou à 10ª edição em 2009, data comemorada em grande estilo, afinal, eram 10 anos de Carnaval ao som de jazz, blues, instrumental, MPB e a música internacional de qualidade. O Festival comemorou a solidificação de um feito antes impensado no país do Carnaval, oferecendo a uma parte da população do Estado e visitantes a oportunidade de conviver com importantes artistas da música de todo o mundo, primando pela qualidade e a responsabilidade social em ações de inclusão, dando oportunidade a jovens músicos e com parte da programação com acesso gratuito ao público.

Na décima edição o Festival recebeu **Dominginhos**, o belga **Toots Thielemans**, **César Camargo Mariano**, **Arthur Maia**, **Ná Ozzetti**, **Trio + 1**, formado por **Benjamin Taubkin**, **Zeca Assumpção** e **Sérgio Reze**, **Joatan Nascimento**; **Lanny Gordin**, **Paulo Meyer**, **Pablo Fagundes**, as bandas **Dixie**

**Square Jazz Band** e **Beale Street**. Recebeu ainda os cearenses **Luciano Franco, Ricardo Bezerra, Lúcio Ricardo, Nélio Costa, Timbral, Blues Label** e Artur Menezes.

## EDIÇÃO 2010

### Festival Jazz & Blues



Fonte: <http://www.jazzeblues.com.br/portfolio/edicao-2010>

Depois de 10 edições, hora de buscar mais inovações para marcar o início de sua segunda década. Uma delas foi o Café no Tom, um espaço de exposição, café e entrevistas. Nele, os visitantes conferiram a exposição Alma Jazz & Blues, do fotógrafo Chico Gadelha, com momentos históricos da primeira década do Festival. Outra novidade foi o projeto Residências Artísticas, visando estimular e colaborar continuamente para a formação musical de novas gerações e, assim, agregar valor à comunidade.

Em Guaramiranga, ao longo de uma semana antes do Carnaval jazzístico, jovens instrumentistas tiveram aulas práticas e teóricas de música ministradas por nomes conceituados na cena local e nacional. Parte dos alunos teve custeada ainda as despesas de transporte para Guaramiranga, hospedagem e alimentação durante os dias das Residências Artísticas. Estes alunos também acompanharam os quatro dias de Festival durante o Carnaval, com os mesmos benefícios.

Na 11ª edição o Festival Jazz & Blues apresentou um ar mais jazzístico, com atrações de renome nacional e internacional. Nos palcos o pianista cearense **Antônio José Forte** com o baterista e percussionista carioca **Robertinho Silvae** participação do clarinetista cearense **Carlinhos**

Ferreira, show de **Túlio Mourão** com **Nonato Luiz**, **Wagner Tiso** com **Victor Biglione**. **Trio Corrente** com o cubano **Paquito D’Rivera**, o guitarrista **Chico Pinheiro**, **Rildo Hora** com **Misael da Hora**, **Carlos Malta**, os grupos **UAKTI**, **Ramo**, **Caninga Trio**, **Viola de Arame** e **Marimbanda**, **Márcio Resende** e **Paula Tesser**. Do blues, o Festival recebeu **Magic Slim**, **Harmônica Mercosul**, **Artur Menezes** e a **Big Time Orchestra**.

## EDIÇÃO 2011

Festival Jazz & Blues



Em 2011, mais novidade. No ano em que a Via de Comunicação e Cultura comemorou 15 anos, o Festival Jazz & Blues ganhou um novo espaço em Guaramiranga, com a criação da **Cidade Jazz & Blues**. Uma estrutura de 1.500m<sup>2</sup>, dos quais, 850 de área coberta, recebeu toda a programação de shows e ensaios abertos da 12<sup>a</sup> edição na serra, erguida na rua principal, no espaço do campo de futebol. O espaço, projetado para dar mais conforto e segurança, ganhou a aprovação dos músicos e do público, encantados com a grandeza e qualidade técnica do novo espaço.

O 12º Festival Jazz & Blues levou ao palco a cantora e compositora **Carmen Souza**, nascida em Portugal com raízes no Cabo Verde; o saxofonista moçambicano **Moreira Chonguiça**; o renomado gaitista americano Rick Estrin com sua banda **Rick Estrin and The Nightcats**; o violinista **Nicolas Krassik**, francês radicado no Rio de Janeiro; a cantora e compositora carioca **Joyce Moreno**; o multi-instrumentista **Arismar do Espírito Santo**; **Claudio Dauelsberg Trio**, formado por **Claudio Dauelsberg** (piano), **Caíto Marcondes** (percussão) e **Adriano Giffoni** (baixo); **Zé Menezes**, em plena atividade profissional aos 89 anos de idade, acompanhado por **Daniela Spielmann** (Sax e Flauta) e **Marcelo Caldi** (piano e acordeon); a cantora carioca **Taryn Szpilman**; o baiano **Amadeu Alves**; os grandes instrumentistas cearenses **Adelson Viana** e **Manassés de Sousa**; a brasiliense **Brazilian Blues Band** e, no comando das Jam Sessions, a banda cearense **De Blues em Quando**.

A edição de 2011 foi marcada ainda por dois grupos de jovens estreantes cearenses: **Abanda**, grupo de jazz formado por jovens instrumentistas de Nova Olinda, com a participação do gaitista carioca **Jefferson Gonçalves**; e **A Outra Banda da Serra**, formada por músicos das cidades do Maciço de Baturité. O sucesso da participação desses músicos como atrações artísticas do Festival Jazz & Blues teve um gosto especial, pois era fruto dos investimentos direto e indireto do Festival na formação artística de jovens instrumentistas.

Na área formativa, na semana anterior ao Carnaval foram 130 jovens selecionados de diversas cidades cearenses participaram das Residências Artísticas em Guaramiranga. Eles tiveram aulas práticas e teóricas com **Heriberto Porto** (CE), **Marcos Maia** (CE), **Caíto Marcondes** (SP), **Claudio Dauelsberg** (RJ), **Arismar do Espírito Santo** (SP), **Pádua Pires** (CE), **Adriano Giffoni** (CE/RJ) e **Vanildo Franco** (CE).

## EDIÇÃO 2012



Fonte: <http://www.jazzeblues.com.br/portfolio/edicao-2012>

### 13 ANOS DE FESTIVAL

Os diferentes estilos e a riqueza dos sons entoados pelas atrações da 13ª edição do Festival Jazz & Blues contribuíram mais uma vez para tornar universal a pequena cidade de Guaramiranga. Artistas de origens diversas, como Cuba, Israel, Estados Unidos, Bélgica, Argentina e Brasil, subiram a serra para se apresentar a um público de cerca de 20 mil pessoas durante os quatro dias de Carnaval.

A Cidade Jazz & Blues se consagrou, abrigando grandes atrações de várias nacionalidades. **Omar Puente** (Cuba), **Gadi Lehavi** (Israel) com **Ravi Coltrane** (EUA), **The L.X.G** (EUA), **Yamandu Costa** (RS), **Danilo Caymmi** (RJ), **Atiba Taylor** (EUA) com **Artur Menezes** (CE), **Jaques Morelenbaum e Cello Samba Trio** (RJ), **Grupo Solar** com **Tatiana Parra** (SP), **Gabriel Grossi** (BSB), **Roberto Taufic e Eduardo Taufic** (RN), **Puro Malte** (CE), **Blues Label**, **De Blues em Quando** e **Felipe Cazaux** (CE) fizeram a festa do Festival Jazz & Blues.

As atividades do Festival começavam cedo, em várias partes da cidade. Oficinas, sessões do cineclube e bate papos musicais animavam Guaramiranga desde o início de cada dia. Já a programação na Cidade Jazz & Blues começava com os ensaios abertos, continuava com o Toca Jazz e os

Shows ao Pôr do Sol, e ia noite adentro, com os Shows das 21h, só sendo encerrada após as Jam Sessions, por volta das 3h da manhã.

O projeto de formação artística e cultural do Festival, Música é Para a Vida, abrangeu grandes proporções, chegando a vinte e uma cidades do interior na etapa de seleção das residências artísticas, com 600 estudantes e professores da rede estadual de ensino do Ceará inscritos em oficinas de sensibilização musical. Desses, 120 foram selecionados e puderam aprimorar seus talentos em residências artísticas, uma semana antes do Festival, na cidade de Pacoti. O resultado desse processo pôde ser visto nos palcos do Festival, na atração chamada **Toca Jazz**. Em 2012, mais lugares foram alcançados pelos acordes do Jazz, do Blues e da Música Instrumental. Além de Guaramiranga, Fortaleza e Sobral, as atrações do Festival chegaram também à Pacoti e Baturité.

## **EDIÇÃO 2013**

### **Festival Jazz & Blues**



Fonte: <http://www.jazzeblues.com.br/portfolio/edicao-2013>

Na 14ª edição, realizada em fevereiro de 2013, o Festival mostrou mais uma vez que está consolidado. A diversidade de público, de várias regiões do Brasil e de outros países, confirmou que o carnaval jazzístico cearense está fortemente inserido no calendário cultural e turístico do país.

A Cidade Jazz & Blues, que pela terceira vez foi erguida em Guaramiranga para receber o Festival, ficou lotada em todas as sessões, dos ensaios abertos e shows do fim de tarde aos espetáculos noturnos e Jam Sessions que terminavam às 3h da manhã. O local foi palco das 15 atrações locais, nacionais e internacionais e dos mais de 100 jovens músicos cearenses que participaram das Residências Artísticas gratuitas. Confira a seguir nossos momentos inesquecíveis deste ano.

Veja quem marcou o Festival de 2013: Rosa Passos, uma das maiores cantoras brasileiras de atuante carreira internacional; **Nayra Costa**, que se destacou nacionalmente no programa The Voice Brasil em 2012; Márcio Resende, que homenageou **Dave Brubeck** com a releitura do clássico disco "Time Out"; o jovem **Marcos Lessa**, revelação do festival este ano, com um tributo a **Wilson Simonal**; o sanfoneiro cearense **Waldonys** e **Misael da Hora**, pianista carioca, com o show "**Baião Instrumental – uma homenagem a Luiz Gonzaga**"; o lendário trombonista **Raul de Souza**, renomado entre os ícones do jazz internacional e da música brasileira; **Scott Feiner & Pandeiro Jazz**, liderado pelo pandeirista americano residente no Rio de Janeiro; a cantora maranhense residente na França **Anna Torres**, que caiu nas graças do público acompanhada pelo **Jazzera Trio**, grupo de Guaramiranga que é considerado uma cria do Festival.

**EDIÇÃO 2014****Guaramiranga e Fortaleza**

Fonte: <http://www.jazzeblues.com.br/portfolio/edicao-2014>

Tem gente que acredita em sorte, destino e números cabalísticos. Pode-se acreditar em tudo isso e muito mais, porém, sem boas ideias, conhecimento e dedicação, não é fácil chegar onde se quer. O **Festival Jazz & Blues** chega à mais uma edição com um histórico de sucesso e reconhecimento pelo trabalho sólido e harmonioso que transformou e ampliou o conceito de Carnaval no Nordeste do Brasil.

À frente estão a jornalista e mestra em Sociologia Maria Amélia Mamede e a antropóloga Rachel Gadelha, da Via de Comunicação e Cultura. Já na criação da empresa, há 16 anos, alimentaram o sonho de oferecer aos cearenses e visitantes uma opção diferente para o Carnaval, por mais improvável que pudesse parecer, por tratar-se do país do Carnaval e do Ceará, importante destino turístico pela beleza de suas praias e sol o ano inteiro.

O cenário escolhido foi Guaramiranga, uma pequena cidade serrana, um pedaço de Mata Atlântica a 865 metros de altitude, com muito verde, cachoeiras e clima ameno, no cálido Ceará, apenas 110 quilômetros da capital Fortaleza e hoje com aproximadamente 6.400 habitantes.

O sonho se concretizou e desde 2000, aos palcos do Festival sobem grandes nomes locais, nacionais e internacionais em shows memoráveis. Há ainda em cada edição encontros informais, conversas e ensaios abertos, promovendo a proximidade do público com seus ídolos da boa música instrumental.

De lá pra cá, o Festival foi crescendo, tomando forma, expandiu-se para outras cidades no Estado e consolidou-se também na capital. Levando o jazz e blues a espaços diversos de Guaramiranga durante o Carnaval, depois da quarta-feira de cinzas em Fortaleza e em Sobral.

Antes do Festival, o projeto Na Trilha do Jazz & Blues tornou-se uma tradição em Fortaleza, com uma programação semanal em diversos bares e casas noturnas, antecipando o clima jazzístico que marca os dias do evento na serra.

A formação também se tornou uma constante antes e durante o período de Festival na serra. Nos meses que o antecedem, oficinas no interior do Estado e residências artísticas contribuem para a capacitação de jovens instrumentistas cearenses, estimulando a formação de novas bandas e ampliando, assim, a difusão do jazz e do blues e a geração de novas oportunidades de trabalho no mercado da música.

O Festival Jazz & Blues é hoje respeitado e reconhecido dentro e fora do Brasil e mundo afora. Ao longo desses anos vem mostrando o valor da diversidade cultural de nosso povo e conquistando a simpatia de músicos, público, imprensa, patrocinadores e todos que compõem o círculo virtuoso e produtivo do segmento musical.

## EDIÇÃO 2015



Fonte: <http://www.jazzeblues.com.br/portfolio/edicao-2015>

Começa a festa da música! O **Festival Jazz & Blues 2015** dá um novo tom ao carnaval! Em Guaramiranga, uma vasta programação reserva momentos inesquecíveis durante os quatro dias do Festival na serra. Pela manhã, a pedida é curtir a natureza, relaxar ou conhecer a serra e todos os seus atrativos.

Às tardes, o **Café no Tom**, traz uma boa conversa com os músicos convidados e o público na praça do Teatro Rachel de Queiroz. A **Cidade Jazz & Blues** recebe os visitantes para acompanhar os ensaios abertos, onde as atrações dão uma prévia do que vai acontecer durante os shows da noite. Ao pôr-do-sol, acontecem grandes shows com apresentações gratuitas de **Rodrigo Cardozo** (CE), **Ellis Mário** (CE), **Villa-Lobos Injazz** (RJ) e **Jefferson Gonçalves** convida **Laudir de Oliveira** (RJ), levando boa música para todos que escolheram Guaramiranga como destino no carnaval.

À noite, outro grande momento, as estrelas do Festival brilham no palco da **Cidade Jazz & Blues**. Nesta edição, os shows de **Daniel Jobim** (RJ), **Willie Walker Band** (EUA) convida **Raphael Wressnig** (Áustria), **Ricardo Bacelar**

(CE), **Jacinta** (Portugal), **Fernando Moura** e **Ary Dias** (RJ) e **Fanta Konatê** (Guiné).

E a música continua! O blues impera soberano para continuar a festa, invadindo as madrugadas de Guaramiranga nas Jam Sessions com as bandas do projeto Casa do Blues. Os quatro dias do **Festival Jazz & Blues**, são assim, contagiantes e harmônicos.

Ao fim dos quatro dias, a música continua! Na Quarta-Feira de Cinzas, é hora de arrumar as malas e descer a serra rumo a Fortaleza, onde o Festival traz algumas de suas atrações. E para quem não subiu a serra, é a oportunidade de curtir e sentir o espírito do Festival, e se emocionar com os grandes shows das estrelas que brilharam no palco da Cidade Jazz & Blues, e assim finalizar em grande estilo. Claro, que fica o gosto de “quero mais!” e o anseio da chegada da próxima edição.

Desta forma pode-se verificar o constante crescimento e diversificação de convidados a participar do evento a cada ano. Também a abrangência de mais municípios vizinhos a cidade de Guaramiranga no roteiro do Festival. Sempre buscando, além de solidificar a imagem do evento, trazer um incremento nas atividades turísticas, culturais e de desenvolvimento para aquela microrregião do estado do Ceará.

## ANEXO I-a – Pesquisa sobre o Festival de Jazz e Blues de Guaramiranga

LIVRO: FESTIVAL DE JAZZ E BLUES DE GUARAMIRANGA – O fundo musical para uma boa conversa sobre cultura, turismo, marketing, ecologia e desenvolvimento

Ricardo Romcy Torres, 2006

### Capítulo 4

#### A Pesquisa

Desde o início deste livro falamos em pesquisa, trabalho em equipe. Agora chegou a hora de realmente divulgar os resultados obtidos. Eu estava presente e acabei fazendo parte da equipe de trabalho. Se isto não tivesse ocorrido eu não teria a oportunidade de estar escrevendo esta obra. A seguir teremos a descrição de tudo o que foi planejado e preparado para a realização do trabalho, bem como de todos os resultados alcançados.

A pesquisa foi realizada por uma equipe de alunos da Faculdade Evolutivo – FACE e coordenada pelo professor Mestre Márcio Mattos Aragão Madeira. Os membros da equipe são: Maria Izaelle de Sousa Oliveira, Rebeca Sousa Falcão, Uiara Brandão Alves, Francisca Sabino de Oliveira, Davi Damasceno Martins, Roberto Schuster e Antonia Nádia Juvêncio Magalhães.

O professor Márcio Mattos Aragão Madeira é formado em Música pela UECE Universidade Estadual do Ceará e Mestre em Etnomusicologia, pela UFBA - Universidade Federal da Bahia em convênio com a UECE; É professor das disciplinas de Metodologia da Pesquisa Científica e de História da Arte, na Faculdade Evolutivo – FACE. Durante os trabalhos de preparação e execução exerceu com toda a dedicação as funções de coordenador da pesquisa divulgada neste livro.

#### *4.1 Problema da Pesquisa*

Na formulação de um problema para a pesquisa colocamos “a cidade de Guaramiranga tem seu mercado turístico fomentado a partir de realizações de eventos culturais como o Festival de Jazz & Blues?”

À distância esta formulação parecia apropriada e quase que um caminho obrigatório a ser seguido. Depois do trabalho realizado, podemos notar que conseguimos resposta para esta questão e para outras que surgiram ao longo da nossa permanência na cidade, e que estão retratadas em nossas considerações finais neste livro.

#### *4.2 Justificativa*

Situada no coração do Maciço de Baturité, Guaramiranga é uma área de preservação ambiental (APA), regulamentada pelo IBAMA, que vem consolidando a sua vocação turística marcada pela realização de importantes eventos culturais.

O Festival de Jazz & Blues de Guaramiranga hoje ocupa lugar de destaque no calendário cultural do Estado. Sua consolidação manifesta-se, em particular, pela qualidade musical dos trabalhos apresentados; pela repercussão alcançada na mídia local e nacional, ocupando privilegiado espaço nos jornais e revistas de outros estados; pelas conquistas já asseguradas no âmbito da infraestrutura local (decorrentes de iniciativas públicas e privadas) e pelos impactos sócio-econômicos positivos gerados nesta Micro região Turística do Ceará. Mas há a consciência de que é longo o caminho a ser trilhado.

Segundo dados da OMT, em 1999, o setor turístico gerou, no mundo, U\$ 3,8 trilhões de renda direta e indireta, representando cerca de 11% do PIB. De cada 10 empregos diretos, no mundo, um é gerado pela atividade turística, enquanto, no Brasil, a proporção é de um a cada 11, representando 8% do PIB.

O turismo abrange um largo leque de setores da atividade econômica, passando por hotelaria, alimentação, transporte, comércio, e encontra, nos eventos de forma geral e especialmente os de cunho cultural, um forte apelo para a escolha de seus destinos. Pode-se afirmar que este é o verdadeiro diferencial.

As políticas de desenvolvimento turístico priorizam aspectos meramente geográficos e climáticos, ignorando o grande poder da cultura como forma de atração turística. Para que se possa fortalecer um destino turístico a partir de um apelo cultural, é preciso que os diversos seguimentos que compõem a cadeia produtiva do setor invistam e contribuam para o desenvolvimento de produtos e eventos culturais.

O desenvolvimento de uma localidade a partir do turismo cultural garante a permanência da atratividade do local e promove a melhoria da qualidade de vida, tanto para os turistas, pelo desfrute de bens espirituais, quanto para os moradores, que passam a orgulhar-se do local onde mora. Por meio de eventos culturais muitas cidades ganham visibilidade internacional fazendo com que moradores sintam-se conectados com valores universais.

A promoção de eventos culturais como atração turística abre um leque de benefícios às cidades que os abrigam: amplia o aproveitamento de mão-de-obra, valorizam os talentos artísticos locais, incentiva a integração entre as diversas regiões mediante intercâmbio de ideias, fortalece a infraestrutura política e administrativa.

Alguns dos objetivos específicos do Festival de Jazz & Blues de Guaramiranga contribuem para o fortalecimento do turismo cultural daquela cidade. Entre eles destacamos:

- Trabalhar o desenvolvimento gradual, acompanhando o crescimento da cidade, com o intuito de possibilitar uma melhor recepção ao público do evento;
- Desenvolver campanha de conscientização ecológica
- Incentivar a revitalização da economia local, além do incentivo aos estabelecimentos locais – hotéis, restaurantes, farmácias e feira de produtos Agro-ecológicos e Artesanato;

- Dinamizar o turismo do Estado do Ceará e, mais especificamente, no Maciço de Baturité (onde se localiza a cidade de Guaramiranga).

Esses objetivos têm em comum a ênfase na importância do turismo de eventos para o desenvolvimento sustentado do município, combinado com o despertar de uma consciência de preservação ambiental.

É grande a visibilidade da cidade de Guaramiranga no período de pré-produção, realização e pós-produção do Festival. Tomamos como exemplo a mídia gerada pelo Festival de Jazz & Blues de Guaramiranga 2003.

### **Mídia Espontânea**

#### **Jornais do Nordeste:**

Alagoas – Gazeta de Alagoas e Tribuna de Alagoas

Bahia – Correio da Bahia e A Tarde

Ceará – Diário do Nordeste, O Povo e O Estado.

Maranhão – O Estado do Maranhão e O Imparcial

Paraíba – Correio da Paraíba, O Norte e Jornal da Paraíba.

Piauí – Jornal Meio Norte

Pernambuco – Diário de Pernambuco, Jornal do Comércio e Folha de Pernambuco.

Rio Grande do Norte – Diário de Natal, Tribuna do Norte e Gazeta do Oeste.

Sergipe – Jornal da Cidade

#### **Jornais do Brasil:**

Minas Gerais – O Estado de Minas

Rio de Janeiro – Jornal do Brasil, O Globo e Tribuna da Imprensa.

São Paulo – Folha de São Paulo, O Estado de São Paulo, A Tarde, Jornal de Jundiá.

Espírito Santo – A Gazeta e A Tribuna

Distrito Federal – Jornal de Brasília, Correio Brasiliense, Informativo do Ministério da Cultura - MINC

Goiás – O Popular

Mato Grosso – Diário de Cuiabá

Mato Grosso do Sul – Correio do Estado

Paraná – O Estado do Paraná e Tribuna do Paraná

Rio Grande do Sul – Zero Hora

Amazonas – A Crítica

Pará – O Liberal

Acre – A Gazeta

Roraima – Folha de Boa Vista

Tocantins – Jornal do Tocantins

#### **Televisão:**

TV Verdes Mares, TV Diário, TV Cidade, TV Gama Filho, TV Canção Nova, TV União, TV Jangadeiro.

TVE – RJ, TV Bandeirantes, TV Globo.

#### **Revistas:**

Bravo, Época, Veja, Viagem e Turismo, Próxima Viagem, Fácil Nordeste, Ícaro, Revista Gol, Guitar Player, Backstage, Jazz&Blues, Internacional Magazine.

#### **Agências de notícias:**

Reuters, Agência Nordeste, Radiobrás, JB OnNews, Folha News e Brasil Rádio em Rede.

#### **Sites:**

Globonews, JB OnLine, O Globo OnLine, Estadão, Portal Yahoo, Portal Terra, Paraná-online, Portal Verdes Mares, Portal NoOlhar, E-Jazz, Alô Música, Ritmo Melodia, Gafieiras, Nelsons, Secult, Segov, Roteiro Ceará, Fortalnet, Saraiva, Diálogo Médico, Consciência Net, Oba, Viva Rio, Expresso 2222, Ritmo Melodia, Top Cuiabá, Tour Point, Dois LL, Sindicato dos Músicos do Rio de Janeiro.

#### **Rádios:**

CBN (RJ), FM Cultura (RS), Guarani FM (MG), Cultura FM (SP), Rádio Universitária (CE), Cidade FM (CE), Calypso FM (CE) e Tempo FM (CE).

Outros aspectos, referentes à demanda turística, foram observados e mais uma vez ficamos com a impressão de que o evento ajuda provar a importância dos projetos culturais como aliados ao *trade* turístico. Os dados que obtivemos relativos ao Festival de 2003 foram:

**Local de residência:**

90,80 % - Ceará

09,20 % - Outros estados ( SP, RJ, RN, PE, PI, MG e DF ).

**Nível de associativismo:**

86,70 % - viajaram em grupo (maioria de 4 a 6 pessoas por grupo)

13,30 % - viajaram desacompanhadas

**Faixa etária:**

34,00 % - 18 a 25 anos

33,80 % - 26 a 32 anos

21,40 % - 33 a 40 anos

**Renda:**

44,50 % - entre 3 a 8 salários mínimos

20,40 % - até 3 salários mínimos

19,00 % - entre 8 e 14 salários mínimos

08,80 % - mais de 20 salários mínimos

**Grau de instrução:**

53,10 % - superior

35,70 % - 2º grau

09,20 % - pós-graduação

**Principal motivo da viagem:**

66,70 – festival de jazz e blues

18,10 – passeio / lazer

10,50% - ecoturismo

**Meios de hospedagem:**

28,20 % - casa de parente / amigo

27,90 % - casa de aluguel

12,60 % - pousadas e flats

12,40 % - outros

08,80 % - camping

05,40 % - casa própria

04,70 % - hotel

**Visitantes provenientes do Maciço – 39,40 % dos entrevistados:**

14,60 % - Pacoti

10,14 % - Mulungu

06,20 % - Baturité

08,20 % - outras cidades

**Evolução dos gastos de 2001 para 2003:**

<b>DESCRIMINAÇÃO</b>	<b>2001</b>	<b>2002</b>	<b>2003</b>
Gasto per capita/dia	20,80	28,38	36,96
Permanência média	3,7	3,8	3,9
Gasto per capita período	76,40	107,88	144,13

### 4.3 Objetivos

Visando proporcionar resultados balizadores de ações futuras de pesquisas e realizações de outros eventos, firmamos os seguintes objetivos para o trabalho de pesquisa:

#### Objetivo Geral

- O presente projeto tem por objetivo levantar informações sobre o segmento do Turismo de Eventos Culturais em Guaramiranga.

#### Objetivos Específicos

- Identificar as ações que são realizadas, no período do evento, que possam incrementar o turismo cultural de Guaramiranga;
- Fazer um levantamento da mídia espontânea em que Guaramiranga é citada durante o período de pré-produção, produção e pós-produção do evento;
- Fazer levantamento da demanda turística no período de realização do Festival;
- Identificar a real influência que o Festival de Jazz & Blues de Guaramiranga exerce sobre o turismo cultural de Guaramiranga;

### 4.4 Hipótese

Acreditamos na hipótese de que eventos culturais como o Festival de Jazz e Blues de Guaramiranga têm contribuído com diversos setores da sociedade (turismo, marketing, cultura, ecologia e desenvolvimento) da vida cotidiana da cidade, a partir da parceria entre empresas produtoras de eventos, empresas patrocinadoras e do apoio de órgãos públicos.

### 4.5 Metodologia

Para atingirmos um resultado satisfatório nos propósitos da equipe foi seguida a seguinte metodologia:

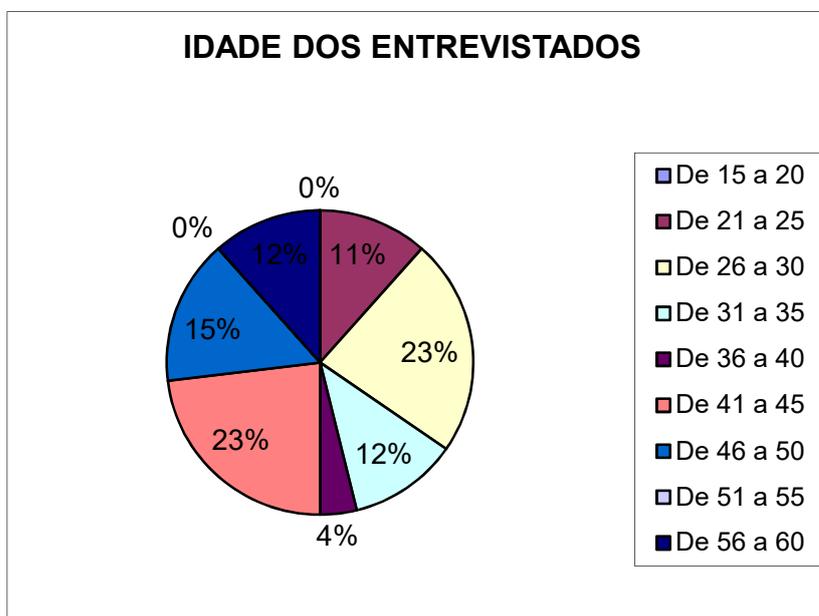
- Pesquisar junto às fontes pertinentes ao objeto do presente projeto dados que possam nos servir de base para o desenvolvimento de um

trabalho de pesquisa sobre o turismo cultural de Guaramiranga durante o Festival;

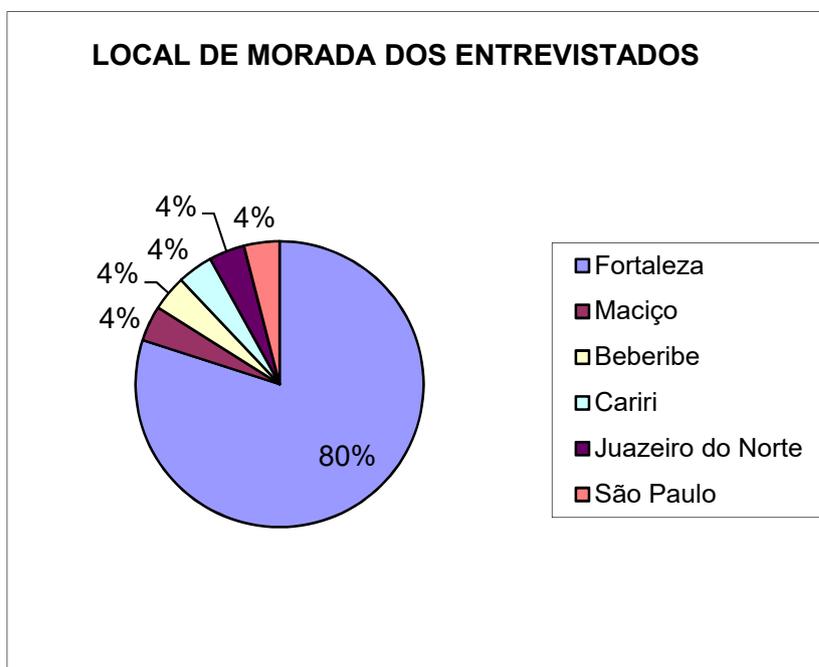
- Realizar entrevistas com visitantes de Guaramiranga no período do evento, bem como em outras ocasiões (baixas estações e outros eventos);
- Realizar entrevistas com moradores para identificar o nível de satisfação em relação às ações do evento;
- Realizar entrevistas com empresários da cadeia produtiva do turismo em Guaramiranga (hotéis, restaurantes, pousadas, etc);
- Fazer levantamento do *clipping* jornalístico do evento;
- Identificar ações que direta ou indiretamente promovem o nome de Guaramiranga.

#### 4.6 Resultados

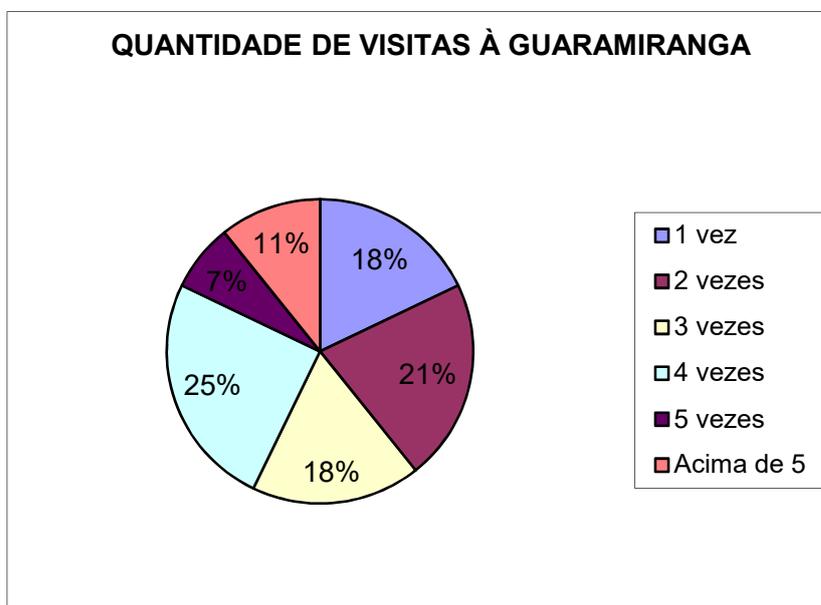
Do trabalho de pesquisa realizado pela nossa equipe obtivemos os resultados mostrados a seguir através de gráficos e sua respectiva descrição e análise.

**Gráfico 1 – Idade dos Entrevistados**

Por este gráfico podemos notar a principal característica do público presente ao Festival, no que se refere a idade: uma distribuição bastante equitativa deste quesito. No tocante a predominância as faixas etárias de destaque foram as de 41 a 45 anos com 23% e a de 31 a 35 anos com 22%,

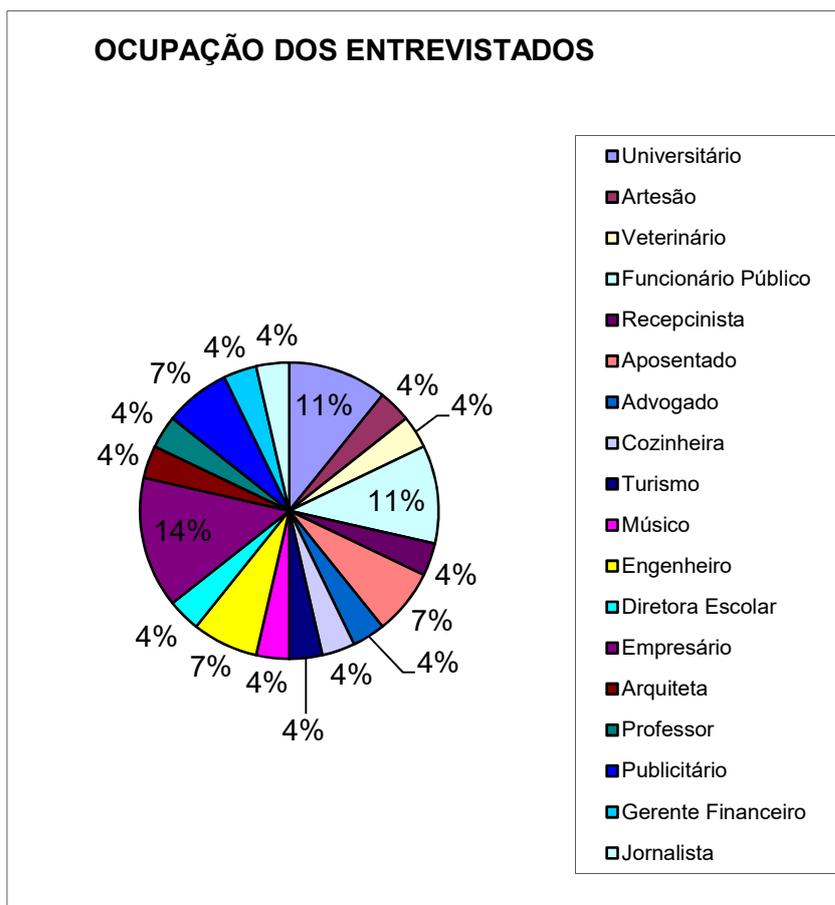
**Gráfico 2 – Local de Morada dos Entrevistados**

Ficou patente pelos resultados deste item que a maioria dos freqüentadores de Guaramiranga, na época do Festival ainda tem moradia em Fortaleza. Ao longo do tempo certamente o número de turistas poderá se tornar maior, pela própria consolidação do evento.

**Gráfico 3 - É a primeira vez que vem para Guaramiranga?**

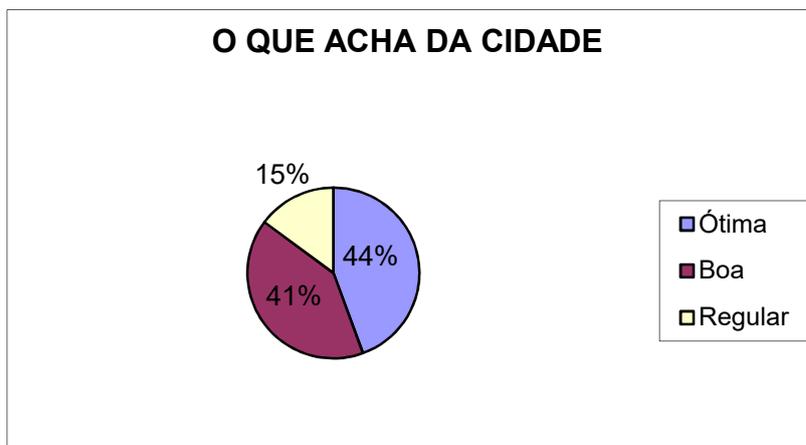
O resultado apontado no gráfico traz um dado muito importante. Dos entrevistados apenas 18 % estavam na cidade pela primeira vez. E exatamente por conta do Festival. Isto quer dizer que a cidade já tem um público cativo. E certamente o Festival é apenas um motivo a mais para os que lá passam.

**Gráfico 4 - Ocupação/Profissão dos Entrevistados**



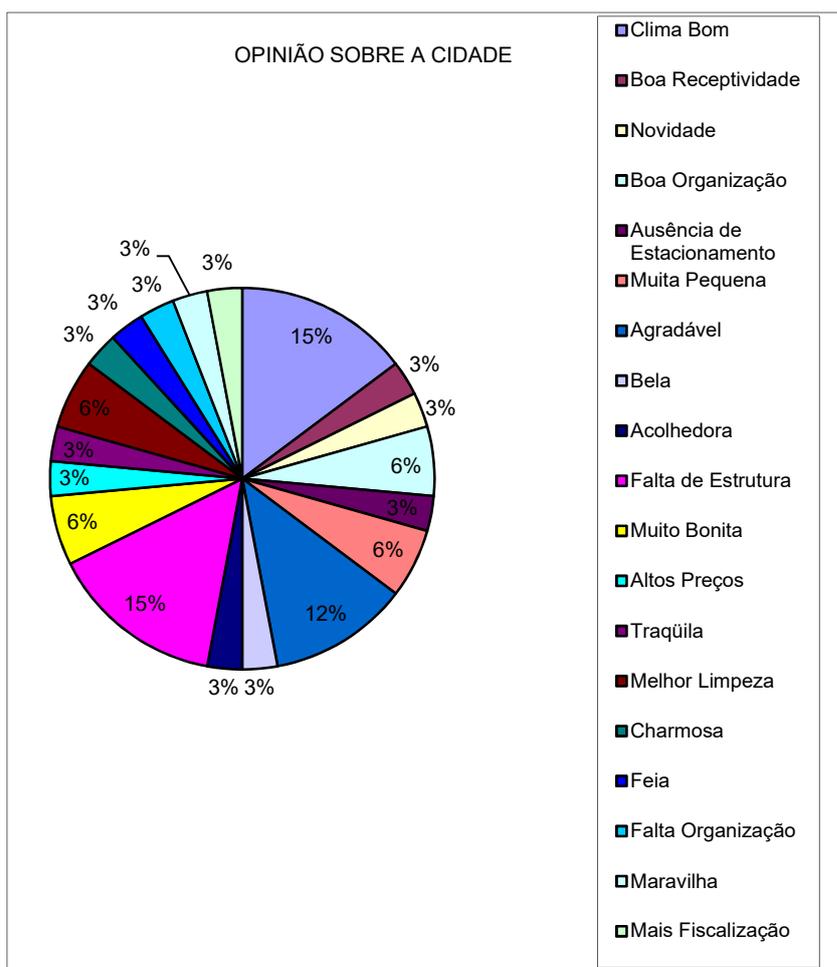
O gráfico que mostra a profissão dos entrevistados, que foram escolhidos aleatoriamente entre os presentes, nos diz que se destacam empresários (14%), Jornalistas (11%) e Estudantes Universitários (11%) dentro de uma grande variedade. Talvez os gêneros musicais (Jazz e Blues) ainda não atinjam as camadas mais populares, por estas bandas nordestinas.

**Gráfico 5 – O que acha da cidade? Explique.**



Apenas 15 % dos entrevistados colocam a cidade como regular. Os demais 85% acham-na ótima ou boa.

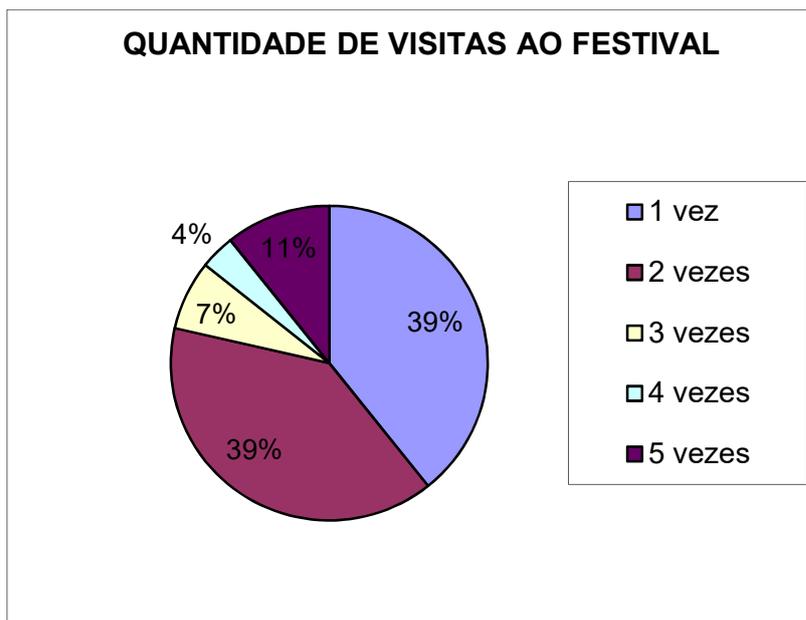
**Gráfico 5a - Explique**



As razões de cada um para a opinião sobre o que acha da cidade foram muito variadas. Talvez encontremos, nos 15% que sentiram falta de estrutura na

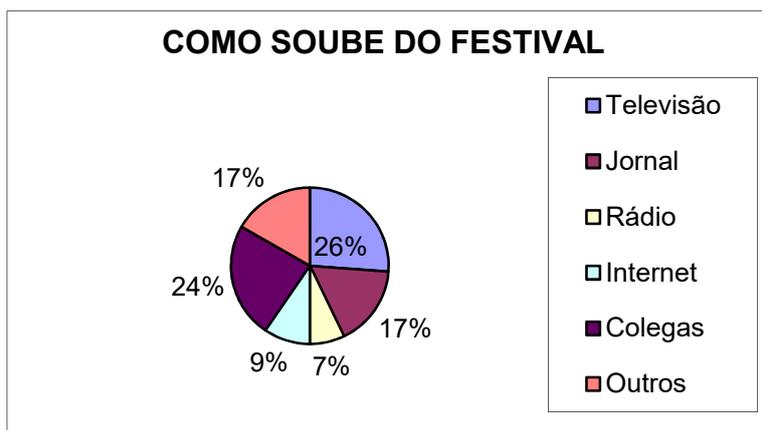
cidade, a insatisfação para dar conceito regular neste quesito. Mas importante salientar o lado positivo da escolha da região para o evento pois 15% também destacaram o clima como bom e 12% definiram o lugar como agradável.

**Gráfico 6 – Quantas vezes já você já esteve no Festival?**



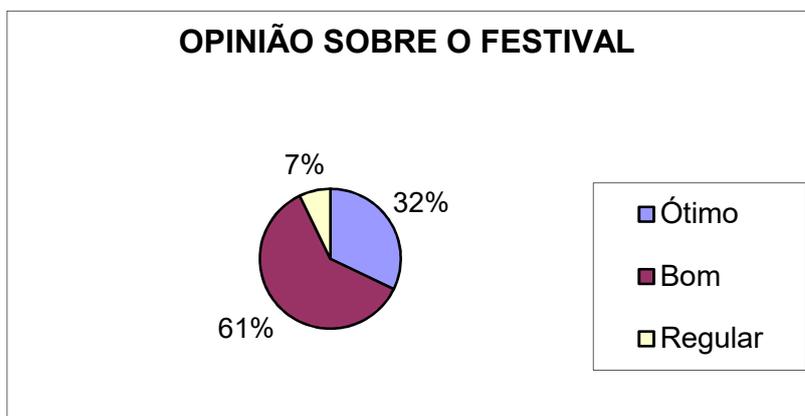
De todos os entrevistados 39% afirmaram ser a primeira vez que estiveram assistindo ao festival. O mesmo número afirmou que já era a segunda vez que prestigiavam o evento. Mas o destaque fica para 11% que já vieram 5 vezes ou mais. Isto significa que estiveram presentes em praticamente todas as edições.

**Gráfico 7 – Como tomou conhecimento do Festival?**



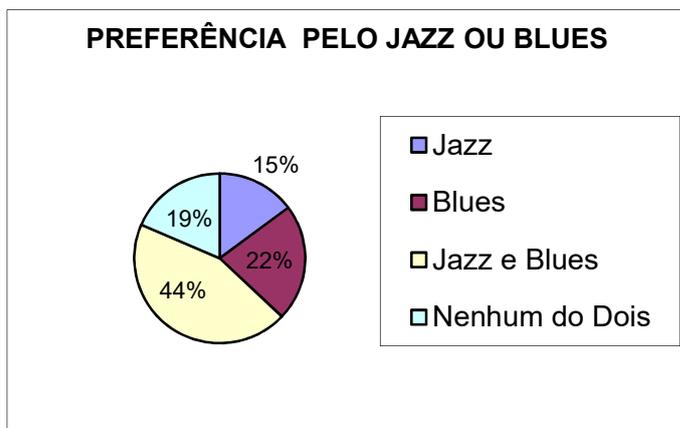
A divulgação do Festival pode ser considerada boa. Além dos meios tradicionais da imprensa ainda temos a Internet e o boca-a-boca. E a TV lidera com 25% das respostas como o meio mais eficiente de divulgação para o festival. Coladinho vem o Jornal com 24%. O boca-a-boca está com 17%, mesmo percentual dos meios alternativos.

**Gráfico 8 – O que acha do Festival? Explique.**



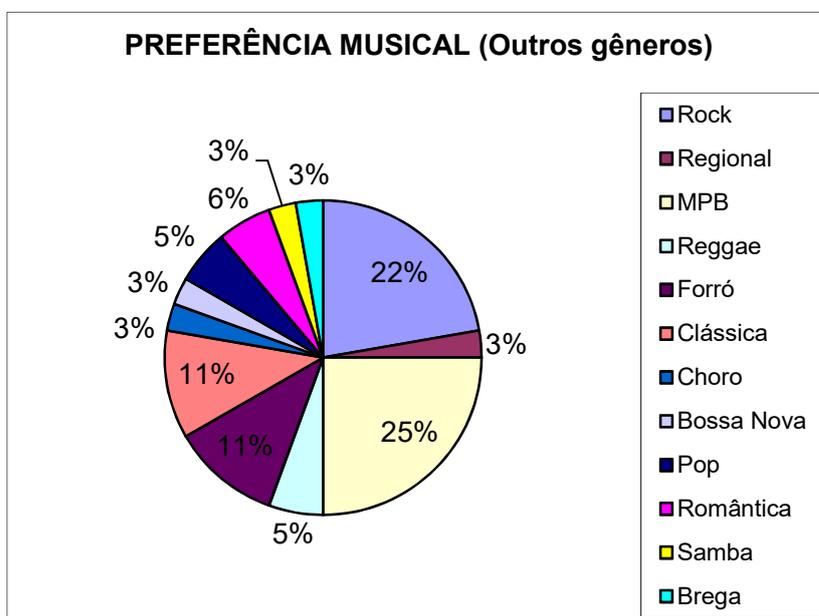
As pessoas que vêm assistir ao festival são de opinião que o evento é muito bom. Os conceitos ótimo (32%) e bom (61%) representam bem esta percepção. Apenas 7% entendem que o festival é regular.

**Gráfico 9 – Você gosta de Jazz ou Blues? Explique.**



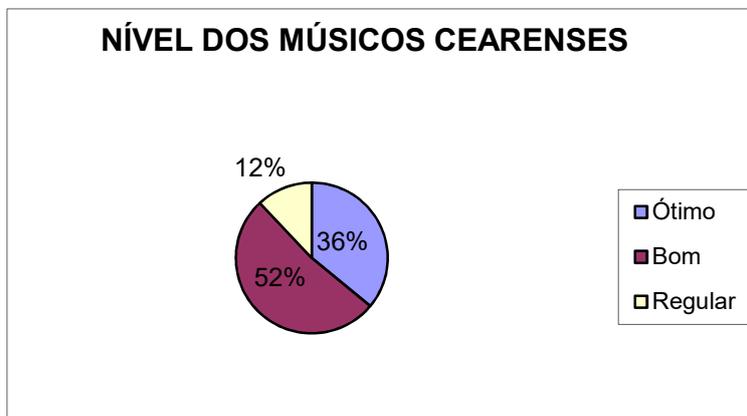
Dos entrevistados, 19 % não gostam nem de um gênero nem de outro. A maioria (44%) gosta dos dois. O Jazz tem a preferência de 15%, e o Blues de 19%.

**Gráfico 10 – Independente do Jazz e Blues que gênero musical mais gosta?**



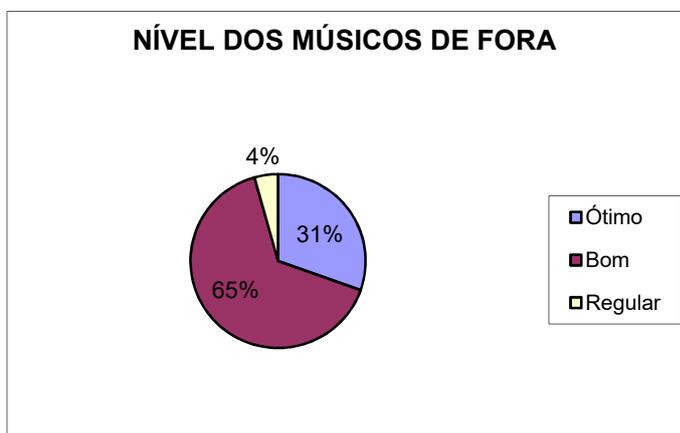
A MPB (24%) e o Rock (21%) dominam a preferência dos entrevistados quando se trata de outros gêneros musicais. Já a música tradicional da terra, o Forró, está empatado no 3o. lugar com a música clássica, ambos com 11% da preferência. Os outros 33% estão divididos entre os demais gêneros musicais.

**Gráfico 11 – Do que conhece sobre Jazz e Blues, como classificaria o nível dos músicos cearenses?**



Os entrevistados aprovam a qualidade dos músicos cearenses. Um total de 88% dos entrevistados classificou o nível dos nativos como sendo ótimo ou bom. Os restantes 12% consideram os músicos cearenses como de nível regular.

**Gráfico 12 – E os de fora do Estado?**



Em relação aos músicos de fora do Ceará, 96% dos entrevistados consideram de nível ótimo ou bom, sendo que apenas 4% os consideram de nível regular.

## ANEXO 2 – O Serviço Social do Comércio - SESC

### Quem somos

Criado em 13 de setembro de 1946 e sua unidade no Ceará em 20 de maio de 1948, o Serviço Social do Comércio (SESC) é uma instituição social, de caráter privado e sem fins lucrativos, mantida por empresários do comércio de bens e serviços.

Atua como agente facilitador da transformação da sociedade, estimulando o desenvolvimento da cidadania e contribuindo para a melhoria da qualidade de vida dos comerciários e comunidade em geral, através de ações nas áreas de Educação, Cultura, Lazer, Saúde e Assistência.

### O Sesc no Ceará

Possuímos atualmente seis Unidades Operacionais – duas em Fortaleza (Unidades Centro e Fortaleza) e quatro no Interior do Estado (Crato, Juazeiro do Norte, Iguatu e Sobral). Ainda em Fortaleza, dispõe de espaço dedicado à cultura – Sesc Senac Iracema – e um para a educação – Escola Educar SESC.

Em Caucaia, está localizada a Colônia Ecológica Sesc, na praia de Iparana, que oferece hospedagem e várias opções de lazer, além de desenvolver ações de proteção ao meio-ambiente.

Também no Interior do Estado, a instituição conta com seis centros educacionais, onde é desenvolvido o Programa Sesc Ler: Aracati, Crateús, Ibiapina, Itapipoca, Quixeramobim e São Gonçalo do Amarante.

---

## Histórico

### CRIAÇÃO DO SESC

#### DECRETO-LEI Nº 9.853, DE 13 DE SETEMBRO DE 1946.

Atribui à Confederação Nacional do Comércio o encargo de criar e organizar o Serviço Social do Comércio e dá outras providências.

O Presidente da República, usando da atribuição que lhe confere o artigo 180 da Constituição, e

Considerando que é dever do Estado concorrer, por todos os meios ao seu alcance, para melhorar as condições de vida do coletividade, especialmente das classes menos favorecidas;

Considerando que em recente reunião de entidades sindicais do comércio e associações comerciais de todo o Brasil, realizada nesta Capital, foi reconhecida como oportuna organização de um serviço social em benefício dos empregados no comércio e das respectivas famílias;

Considerando que a Confederação Nacional do Comércio, órgão máximo sindical da sua categoria, representativo da classe dos comerciantes, oferece sua colaboração para êsse fim, dispondo-se a empreender essa iniciativa com recursos proporcionadas pelos empregadores;

Considerando que igual encargo foi atribuído à Confederação Nacional da Indústria, pelo Decreto-lei número 9.403, de 25 de Junho de 1946;

Considerando que o Serviço Social, do Comércio muito poderá contribuir para o fortalecimento da solidariedade entre as classes, o bem-estar da coletividade comerciária e, bem assim, para a defesa dos valores espirituais que se fundam as tradições da nossa civilização,

#### **DECRETA:**

Art. 1º Fica atribuído à Confederação Nacional do Comércio o encargo de criar o Serviço Social do Comércio (SESC), com a finalidade de planejar e executar direta ou indiretamente, medidas que contribuam para o bem-estar social e a melhoria do padrão de vida dos comerciários e suas famílias, e, bem assim, para o aperfeiçoamento moral e cívico da coletividade.

§ 1º Na execução dessas finalidades, o Serviço Social do Comércio terá em vista, especialmente: a assistência em relação aos problemas domésticos, (nutrição, habitação, vestuário, saúde, educação e transporte); providências no sentido da defesa do salário real dos comerciários; incentivo à atividade produtora; realizações educativas e culturais, visando a valorização do homem; pesquisas sociais e econômicas.

§ 2º O Serviço Social do Comércio desempenhará suas atribuições em cooperação com os órgãos afins existentes no Ministério do Trabalho, Indústria e Comércio, e quaisquer outras entidades públicas ou privadas de serviço social.

Art. 2º O Serviço Social do Comércio, com personalidade jurídica de direito privado, nos termos da lei civil, terá sua sede e fôro na Capital da República e será organizado e dirigido nos termos do regulamento elaborado pela Confederação Nacional do Comércio, devidamente aprovado pelo Ministro do Trabalho, Indústria e Comércio.

§ 1º As ações em que o Serviço Social do Comércio fôr autor, réu, ou interveniente serão processadas no Juízo Privativo da Fazenda Pública.

§ 2º A dívida ativa do Serviço Social do Comércio, proveniente de contribuições, multas ou obrigações contratuais, será cobrada judicialmente, segundo o rito processual dos executivos fiscais.

Art. 3º Os estabelecimentos comerciais enquadrados nas entidades sindicais subordinadas à Confederação Nacional do Comércio (art. 577 da Consolidação das Leis do Trabalho, aprovada pelo Decreto-lei nº 5.452, de 1º de Maio de 1943), e os demais empregadores que possuam empregados segurados no Instituto de Aposentadoria e Pensões dos Comerciantes, serão obrigadas ao pagamento de uma contribuição mensal ao Serviço Social do Comércio, para custeio dos seus encargos.

§ 1º A contribuição referida neste artigo será de 2 % (dois por cento) sobre o montante da remuneração paga aos empregados. Servirá de base ao pagamento da contribuição a importância sobre a qual deva ser calculada a quota de previdência pertinente à instituição de aposentadoria e pensões à qual o contribuinte esteja filiado.

§ 2º A arrecadação da contribuição prevista no parágrafo anterior, será, feita pelas instituições de previdência social a que estiverem vinculados os empregados, juntamente com as contribuições que lhes forem devidas. Caberá às mesmas instituições, a título de indenização por despesas ocorrentes, 1% (um por cento), das importâncias arrecadadas para o Serviço Social do Comércio.

Art. 4º O produto da arrecadação feita em cada região do país será na mesma aplicada em proporção não inferior a 75% (setenta e cinco por cento)

Art. 5º Aos bens, rendas e serviços das instituições a que se refere este Decreto-lei, ficam extensivos os favores e as prerrogativas do Decreto-lei nº 7.690, de 29 de Junho de 1945.

Parágrafo único. Os governos dos Estados e dos Municípios estenderão ao Serviço Social do Comércio as mesmas regalias e isenções.

Art. 6º O Regulamento, de que trata o art. 2º, deverá observar, na organização do Serviço Social do Comércio, uma direção descentralizada, com um Conselho Nacional, órgão coordenador e de planejamento geral, e Conselhos Regionais dotados de autonomia para promover a execução do plano adaptando-o às peculiaridades das respectivas regiões. Deverá, igual, instituir órgão fiscal, cujos membros, na sua maioria, serão designados pelo Governo.

Art. 7º Os Conselhos Regionais do Serviço Social do Comércio deverão considerar a conveniência de instituir condições especiais, para coordenação e amparo dos empreendimentos encetados espontaneamente pelos empregadores no campo de assistência social, inclusive pela concessão de subvenções aos serviços assim organizados.

Art. 8º A contribuição prevista no 1º do art. 3º dêste Decreto-lei, será devida a partir do dia primeiro do mês de setembro do corrente ano.

Art. 9º O Ministério do Trabalho, Indústria e Comércio, quando julgar necessário, poderá realizar estudos sobre as atividades e condições dos Serviços do Serviço Social do Comércio, de modo a observar o fiel cumprimento de suas atribuições.

Art. 10º O presente Decreto-lei entrará em vigor na data de sua publicação, revogadas as disposições em contrário.

Rio de Janeiro, 13 de Setembro de 1946, 125º da Independência e 58º da República.

EURICO G. DUTRA.  
*Octacilio Negrão de Lima.*  
*Carlos Coimbra da Luz.*  
*Gastão Vidigal.*

**1948** – Inauguração do Sesc no Ceará, em 20 de maio. Na ocasião, o líder empresarial Clóvis Arrais Maia (fundador da entidade) tomou posse como o primeiro presidente. No mesmo ano, foi instalado o primeiro Conselho Regional do Sesc Ceará.

**1949** – Primeiras ações do Sesc no campo da saúde, com serviços de combate à tuberculose e assistência pré-natal.

**1954** – Construção da primeira biblioteca do Sesc no Ceará e de colônia de férias no município de Caucaia, hoje chamada Colônia Ecológica Sesc Iparana.

**1958** – Lançamento da pedra fundamental do Sesc/Senac em Fortaleza, na rua Clarindo de Queiroz, no centro da cidade.

**1960** – Inauguração oficial do prédio Sesc / Senac.

**1965** – Fundação da Federação do Comércio do Estado do Ceará.

**1966** – Inauguração do Centro de Atividades do Sesc em Juazeiro do Norte.

**1969** – Senac passa a ter sede própria em Fortaleza. Com isso, a administração regional do Sesc passa a ocupar o primeiro andar do Sesc Fortaleza, onde funcionava o Senac.

**1972** – Inauguração do Centro de Atividades do Sesc no Crato.

**1975** – Inauguração do Restaurante do Comerciário, na Rua 24 de Maio, no Centro de Fortaleza.

**1979** – Começa a funcionar a primeira clínica odontológica do Sesc no Estado, na Unidade Centro.

**1984** – Falecimento de Clóvis Arrais Maia, fundador da Fecomércio, do Sesc e do Senac no Ceará. A presidência é assumida por José Leite Martins. Ainda nesse ano, é inaugurada a Clínica de Fisioterapia do Sesc Fortaleza.

**1992** – A Biblioteca do Sesc localizada na Unidade Fortaleza passa a chamar-se Biblioteca Rachel de Queiroz, homenageando a escritora cearense.

**1999** – Criação da Revista Comércio, publicação mensal voltada para empresários do comércio de bens e serviços.

**2000** – Unificação do Sistema Fecomércio (Fecomércio/Sesc/Senac/IPDC), cuja presidência é assumida por Luiz Gastão Bittencourt. Nesse ano, são inaugurados o Teatro Sesc Emiliano Queiroz e a nova sede administrativa do Sesc, no mesmo prédio, situado na avenida Duque de Caxias, no Centro da cidade, em Fortaleza.

**2001** – Lançamento do Projeto Amigos do Prato, hoje chamado Mesa Brasil Sesc. Inauguração do Centro de Reabilitação de Mamíferos Marinhos, no Sesc Iparana.

**2002** – Inauguração primeiro centro educacional Sesc Ler, em Quixeramobim.

**2004** – Sesc assume a administração do antigo Cine São Luiz, pertencente ao grupo Severiano Ribeiro. O prédio histórico, localizado na Praça do Ferreira, no Centro de Fortaleza, passa a chamar-se Centro Cultural Sesc Luiz Severiano Ribeiro.

**2006** – Concluída reforma do Sesc Centro, que trouxe maior conforto para os frequentadores e melhor utilização dos espaços da unidade. Inauguração da nova sede do Sesc Juazeiro.

**2007** – Inauguração da nova sede da Escola Educar Sesc, em Fortaleza, e do Sesc Senac Iracema – Centro de Comunicação, Artes, Design e Cultura.

<http://www.sesc-ce.com.br/index.php/sesc-no-ceara.html>

ACESSO EM 30.11.2014

## **DIRETRIZES GERAIS DE AÇÃO DO SESC – 2012**

(Publicação Institucional)

### **8.3 Campo da cultura**

A área de manifestações artístico-culturais é considerada pelo SESC como contexto dos mais expressivos para a elevação dos indivíduos aos patamares superiores da condição humana. Para que tal compreensão se efetive é necessário, entretanto, que a Entidade amplie seus esforços no sentido de criar condições que possibilitem à produção artístico-cultural se tornar um real instrumento de transformação dos indivíduos e da sociedade. Não é suficiente, no entanto, um dizer de intenções nessa direção ou no simples ato da Entidade tornar-se um espaço de ocorrência de produtos que possam ser designados como manifestações artístico-culturais. É necessário que os objetos assim reconhecidos pelo SESC sejam aqueles capazes de enriquecer intelectualmente os indivíduos, levá-los a desenvolver uma percepção mais acurada, propiciar-lhes uma nova compreensão das relações sociais, uma releitura de seu estar-no-mundo, permitir-lhes transcender suas condições de origem e formação, dotando-os, por conseguinte, de uma consciência mais universal. Em outras palavras, significa privilegiar produtos artístico-culturais que contribuam para construir um novo olhar-o-mundo, e que se instrumentalizam em uma ação transformadora dos indivíduos e da sociedade, excluindo-se, portanto, da ação programática da Entidade, aqueles produtos culturais que tendem à sua reificação, por se formarem a partir de conteúdos e formas reiterativas de padrões culturais já gravados na memória de seus receptores. a) Estímulo à produção artístico-cultural Uma das formas de o SESC atuar no campo da cultura é o estímulo | 28 | | 29 | à produção artístico-cultural. Ao se constituir como um dos espaços de sua viabilização, estará o SESC criando condições para o seu revigoramento, contribuindo para o aperfeiçoamento da produção cultural brasileira, melhoria do nível intelectual do povo brasileiro e fortalecimento do sentimento de identidade nacional, vistos como condições essenciais do desenvolvimento. A consciência de que é com uma ação efetiva no campo da produção cultural, que o SESC poderá dar uma contribuição real para o alcance desses objetivos, leva à necessidade de se

definirem critérios e condições que orientem sua ação nesse campo. A proposição do SESC ser um espaço de viabilização da produção artístico-cultural traz em si a necessidade de também ser incorporada à Entidade a função de articulador entre produtores e consumidores de bens culturais. Significa dizer que o simples ato de disponibilizar seus espaços não permitirá distinguir seu papel no processo cultural brasileiro, de outras entidades com finalidades e objetivos diversos. Assumir a função de articulador cultural exige a definição de uma proposta de gerenciamento que permita o alcance do objetivo proposto. Para tanto, é necessário que as linhas de trabalho a serem exercitadas permitam dotar os responsáveis pelo fazer artístico-cultural das condições necessárias para operacionalizarem o seu pensar e agir. A primeira linha de trabalho para efetivar a ação destes produtores é a criação das bases materiais para a apresentação de seus produtos. Estas bases materiais (espaços e equipamentos) devem preencher as condições necessárias para que a apresentação dos produtos ocorra de modo adequado e, assim, possam manifestar-se em sua forma plena. Ao assumir essa concepção, o SESC define como sua diretriz que a viabilização da produção artístico-cultural exige as condições materiais de suporte que lhe são inerentes, e passa, portanto, a dar-lhe o tratamento já estabelecido para as demais atividades em outros campos de ação. As dificuldades de acesso aos saberes, informações e tecnologias próprias à produção artística têm contribuído para que, de um modo geral, na maioria das localidades brasileiras, ela se caracterize por ser insuficiente em suas manifestações, ou reiterativa de fórmulas ou formas já desgastadas. Diante disso, o SESC deverá implementar uma linha de trabalho voltada para o desenvolvimento da criação cultural daqueles que escolheram esta dimensão humana como seu ofício. A eleição do produtor cultural como objeto prioritário desta linha de desenvolvimento humano não deve significar, entretanto, a exclusão dos consumidores culturais.

b) Estímulo à difusão artístico-cultural

A qualificação dos consumidores culturais é também necessária, para que a interação dos mesmos com os produtores culturais permita um salto de qualidade e, em decorrência, se tenha uma contribuição significativa para o desenvolvimento do processo artístico-cultural brasileiro. A diretriz básica do SESC é a de se desenvolver um trabalho educativo que permeie direta e/ou

indiretamente todas as atividades e serviços ofertados pela Entidade, fazendo com que ultrapassem seus objetivos mais imediatos, tornando-os mais eficazes e eficientes ao contribuírem para a informação, capacitação e desenvolvimento de valores. Nesse sentido, a definição da programação no campo da cultura deverá considerar que a sua realização, além de responder às necessidades imediatas dos consumidores culturais, deverá provocar uma alteração na qualidade do agir e pensar dos mesmos, dotando-os de uma compreensão mais adequada do significado dos produtos artístico-culturais e permitindo assim que o gostar ou não gostar seja consequência de um efetivo compreender.

#### **8.4 Campo do lazer**

O SESC identifica o lazer como um dos contextos importantes para desenvolver sua ação programática. Além de possibilitar o atendimento de grandes contingentes de sua clientela, a Entidade reconhece a importância do lazer para liberar o indivíduo da fadiga resultante de suas obrigações, notadamente as do trabalho, como também ajudar o indivíduo a suportar os efeitos da disciplina e das imposições obrigatórias, buscando ainda o desenvolvimento de sua personalidade, na medida em que o libera dos condicionamentos que o automatizam. Se as razões que levaram o SESC a se tornar a mais importante agência de lazer do País ainda justificam essa atuação, é essencial, no entanto, levar-se em conta o significado de que se reveste hoje o lazer, sob pena de que os resultados de sua ação neste campo venham a repetir justamente as condições para as quais se propõe a ser um antídoto. Observa-se uma tendência à substituição do valor do trabalho pelo valor do lazer, situação decorrente da constatação de que o trabalho, para a quase totalidade dos indivíduos, pouco oferece em termos de perspectivas de realização pessoal. Em contrapartida, a industrialização do lazer, ao transformá-lo em objeto de consumo, sobrepõe à sua função primordial uma outra, qual seja, a da promoção social pela simbolização de prestígio e “status”. Neste sentido, o lazer visto como objeto de consumo torna-se um fim em si mesmo, prevalecendo o mais ter sobre o mais ser, caracterizando-se assim como um antilazer, atividade empreendida compulsivamente com um mínimo de autonomia pessoal, que impede a auto-realização e autenticidade individual. Sendo a diretriz básica do SESC o desenvolvimento de um trabalho de cunho eminentemente educativo, faz-se necessário que sua ação programática se contraponha à tendência do lazer em se tornar um conjunto de práticas consumistas, repetitivas e de pura evasão, que pouco contribuem ao

desenvolvimento individual e à realização social. Ao procurar responder, portanto, às necessidades de sua clientela, no que diz respeito à ocupação do tempo livre, o SESC deverá ter como objetivo proporcionar experiências gratificantes que se acrescentem à vida e não mais um objeto de consumo descartável e externo aos indivíduos, que se esgota no seu uso imediato. Significa proporcionar aos mesmos experiências de reflexão, fantasias, entretenimento, recreação e desenvolvimento físico. Dessa forma, a Entidade deve cuidar para que as atividades desenvolvidas neste campo objetivem não só o atendimento das necessidades humanas de recuperação física e mental, mas também das necessidades de participação, solidariedade e integração sociocultural. Assim as manifestações e atividades de entretenimento e de caráter lúdico-recreativo apresentam-se como meios capazes de viabilizar esses objetivos. | 30 | | 31 | O compromisso do SESC em atender a essas necessidades de lazer deve ser efetivado com a oferta de atividades e serviços de entretenimento que alcancem níveis bastante satisfatórios de qualidade, tanto nos aspectos formais de expressão, como no seu conteúdo. Significa dizer que tais atividades devem contribuir para elevar o nível de exigência da clientela, do que lhe é ofertado para a ocupação do seu tempo livre. Tal preocupação é fundamental na medida em que se tem registrado uma acentuada demanda por serviços e equipamentos desta natureza, por parte dos mais diversos segmentos da sociedade brasileira. Tal fenômeno informa uma crescente disponibilidade de tempo livre por parte dos indivíduos, bem como de um movimento natural destes para ocupá-lo, ainda que de modo espontâneo e consumista em função de forte influência da mídia e seus modismos em relação às ofertas da indústria do entretenimento. Nesse sentido, cabe à Entidade proporcionar melhores condições para o aproveitamento do tempo livre da clientela, empregando recursos humanos habilitados a explorar, de modo eficiente, as várias possibilidades de crescimento pessoal, potencialmente presentes nas atividades desenvolvidas, resgatando dessa forma o sujeito, do papel de mero consumidor de serviços e atividades de entretenimento de caráter reificador e, assim, contribuindo para a expansão de sua consciência individual e sua inserção na cidadania.

## ANEXO 3 – O Reisado

**“Reisado: um patrimônio da Humanidade” • Oswald Barroso**

<http://ifce.edu.br/miraira/Patrimonio/FolguedosBailados/Reisado/Barbalha%20-%20Reisado,%20um%20patrimonio%20da%20humanidade.pdf> acesso em 30.11.2015

**“Os Reisados no Ceará e no Cariri”**

Os Reisados, como aparecem no Ceará, são folguedos populares do ciclo natalino, presentes, com variações, em todas as macro-regiões do Estado, que se estruturam na forma de um cortejo de brincantes, representando a peregrinação dos Reis Magos a Belém, e se desenvolvem, em autos, como uma rapsódia do Boi. Suas etnografias revelam manifestações culturais de extrema complexidade e riqueza de detalhes, resultantes da acumulação de saberes e práticas coletivas, que se organizam em torno de um grupo de figuras, feitas por brincantes, através de hábitos incorporados, em procedimentos cênicos, que podem servir de referência a um renovado fazer teatral. Combinando elementos épicos e cômicos, seu riso é o riso de homens e mulheres que se vêem como parte da natureza, celebra a liberdade e a abundância, invertendo hierarquias e valores estabelecidos. A subsistência destes folguedos se faz por uma economia de dons e sua dinâmica implica a doação de traços culturais das mais diferentes procedências. A incorporação das figuras pelos brincantes se dá por um processo de desencantamento, que faz com que homens e mulheres simples, do povo trabalhador, tirem de si figuras de Reis e Rainhas, Santos e Guerreiros, que trazem ocultas. Um esboço de cartografia destes folguedos possibilita a percepção de diversidades, que podem se originar tanto de diferenças nas formações culturais das várias regiões, quanto, de particularidades individuais, na trajetória de mestres e brincantes.

No Cariri cearense, ao lado dos Reisados de Congo, mais numerosos na região, aparecem, em alguns municípios, os Reisados de Caretas ou de Couro, tanto na sua forma tradicional, tendo como núcleo a família dos Caretas,

quanto na modalidade de Reisado de Bailes, no qual também aparecem os Caretas. Em Barbalha, onde predominam os Reisados de Congo, podem ser encontrados os Caretas das duas modalidades, anteriormente citadas. Na localidade de Barro Vermelho, o Reisado de Caretas tem em sua estrutura, além do Velho e da Velha, quatro Caretas filhos. Vale notar, que neste Reisado, à maneira dos Reisados de Congo, aparecem ainda o mestre e o Contramestre. O mesmo acontece no Reisado de Bailes, no Sítio Pelo Sinal, no qual ao lado de um par cômico de Caretas, colunas de quatro Galantes e quatro Damas, comandadas por um Mestre, animam uma série de bailados, cuidadosamente coreografados, ao estilo das contradanças medievais. As damas são filhas do Mestre, que aparece como o dono do salão e promotor do baile. Durante o brinquito, revezando-se com os bailados, pequenos dramas são encenados, geralmente criticando costumes. Em Campos Sales e Potengi, no Sul do Estado, os Caretas também aparecem em família, comandados pelo Velho, ali chamado Pai dos Caretas.

Da mesma forma que em Jardim, na região do Cariri-Araripe, onde ficam Potengi e Campos Sales, é comum a brincadeira de caretas, durante a Semana Santa. Pela noite, e maior número, e mesmo durante o dia, eles saem em grupos, pelos sítios e pelas ruas, fazendo grande algazarra, mexendo com as pessoas, assustando as crianças e praticando pequenos furtos. No Sábado de Aleluia, os Caretas acompanham o Judas ao sítio, onde será enforcado. Embora guardem semelhanças com os Caretas de Reisado, eles se diferenciam no traje, porque se vestem com batas, vestidos ou mesmo capotes, muito largos e compridos. Além disso, usam máscaras dos mais diferentes materiais, que cobrem toda a cabeça e carregam amarrados á cintura, grandes chocalhos, que só raramente aparecem no traje dos Caretas de Reisado.

É a partir de sua estrutura de figuras, que o tipo de Reisado pode ser definido. No Reisado de Congos, a estrutura é de uma pequena tropa de nobres guerreiros chefiadas por um Mestre, com dois Mateus e uma Catirina, fazendo o contraponto cômico. No Reisado de Bailes, o Amo, ou Mestre, é um nobre ou fazendeiro, que constitui a base da brincadeira, reunindo, em um baile, suas filhas e pretendentes, que formam o conjunto de Damas e Galantes. Já o

Reisado de Couro ou Caretas, sua estrutura baseia-se no universo de uma fazenda de gado, dramatizando o conflito entre o Amo (Patrão ou Capitão) e os Caretas (seus moradores). Neste caso, o Velho e a Velha Careta<sup>1</sup> fazem o par de cômicos.

No Cariri, em 12 municípios, encontrei pelo menos 30 grupos de Reisados, entre de Congos (a maioria), de Caretas ou Couro e de Bailes. Eles estão presentes em Abaiara: um Reisado de Congos (Mestre José David de Souza); em Araripe, um Reisado de Congos (no Distrito de Pajeú, do Mestre, Chiquinho Veloso, e Reginaldo Veloso, como responsável atual); em Barbalha, um Reisado de Caretas (Barro Vermelho, com a denominação de Reisado de Couro, do Mestre José Pedro de Oliveira), quatro de Congos (Sítio Cabeceiras, Conjunto Nova Esperança, Sítio Lagoa e Bairro Alto da Alegria, tendo como Mestres Damião Barbosa e Francisco Belizário dos santos, entre outros) e um de Bailes (no sítio Pelo Sinal, o único que aparece em todo o Estado, tendo como antigo Mestre, Luís Vitorino); em Brejo Santo, um Reisado de congo (Mestre Raimundo Cajueiro); em Campos Sales, um Reisado de Caretas e um de Congos, na Lagoa dos Pinheiros (tendo como Mestres Antônio de Mariquinha e Antônio Romeiro, atualmente Chica do Rosário), e um Reisado de Caretas, no Sítio Alvío (do Mestre José Ribeiro da Silva); em Caririaçu, o Reisado do Mestre José Matias da Silva; no Crato, três Reisados de Congos (um adulto, na Vila Lobo, do Mestre Aldenir Calou, dois femininos, um na Bela Vista da Mestra Luisiane Calou; e um das filhas do falecido Dedé Luna); no Juazeiro do Norte, nove grupos de Reisado de Congos (Reisado São Sebastião, de Sebastião Cosmo, Reisado Dois Irmãos ou Discípulos do Mestre Pedro, Reisado Estrela Guia da Mestra Lúcia, Reisado Saleziano de Francisco Felipe Marques, o Mestre Tico, e os reisados do Mestre Tarcísio e o da Mestra Vicência); em Mauriti, um grupo de Reisado de Congos; na Vila Operária (Mestre antigo Dionísio Félix e responsável atual, Genério Feliz de Moura); em Missão Velha, também um grupo de Reisado de Congos (Sítio Pontal da Serra, Mestre Raimundo Firmino dos Santos, o Raimundo Boi) e em Potengi, um grupo de Reisado de Caretas no Sítio Sassaré (Mestre Antônio Luis de Souza) e em Salitre, um Reisado de Caretas e de Congo, na sede do município

(Raimundo Bonequeiro, antigo mestre). Sem dúvidas, esta é a região do Estado mais rica em Reisados. Predominam os Reisados de Congos, mas também aparecem em boa quantidade os Reisados de Caretas, que às vezes ganham o nome de Reisado de Couro. Vale notar a existência de um Reisado de Bailes, em Barbalha. 1 Às vezes aparecem com nomes: Pai Francisco ou cazuza, o Velho; e Catirina, a Velha.

## ANEXO 4 – Banda Cabaçal

### A HISTÓRIA DA BANDA CABAÇAL

<http://assaredopatativa.blogspot.com.br/2008/09/histria-da-banda-cabaal.html>

acesso em 30.11.2015

Podemos dizer que Banda Cabaçal, Banda de Pífanos ou apenas Cabaçal é um conjunto instrumental de percussão e sopro formado por um zabumba, uma caixa, todos feitos de madeira e couro, de bode ou veado, e dois pifes de taboca, soprados vertical ou horizontalmente.

As bandas Cabaçais possuem influências indígenas e africanas, como vimos nos estudos do folclorista cearense J. de Figueiredo Filho, que afirma em um de seus livros que as Cabaçais tiveram origem em meio aos escravos, e completando, o renomado cineasta cearense, Rosemberg Cariry ressalta a forte influência indígena em muitas das execuções musicais, das banda cabaçais. “nas suas marchas de entrada, nas tocatas guerreiras e nas peças que lembram rituais mágicos e totêmicos, tais como o “Baião do Gigante”, “Maribondo”, “Dança do Sapo”, “Caboré”, “Briga do Cachorro com a Onça”, etc.” Confirmado pelo mestre José Lino, o folclorista J. de Figueiredo Filho destaca o aspecto onomatopáico das composições musicais e das danças do zabumbeiros. Nos gêneros apresentados pelas bandas cabaçais, a PIPOCA é um baião que imita o milho pipocando no fogo. MARIBONDO é tão agressivo em notas agudas como as abelhas tão valentes e de ferroadas forte. CACHORRA é como se fosse a cadela a gritar no momento em que estar levando um açoite” No mesmo tempo em que os mestres da Banda Cabaçal fazem as suas apresentações, eles realizam alguns passos coreográficos muitas delas imitativas dos movimentos de animais, alguns típicos do sertão cearense. No “Caboré”, por exemplo, “os instrumentos imitam sons produzidos pela ave, enquanto os membros da Cabaçal desenvolvem uma dança. Ainda assegurados na pesquisa do cineasta Rosemberg Cariry, os movimentos executados lembra bastante a realização dos rituais dos antigos índios Cariris, que, com as suas danças, buscavam nos Deuses, a proteção do animal. Finalizando a sua análise sobre as origens das Cabaçais, Cariry é incisivo: “Somos de opinião que as bandas cabaçais, em seu atual estágio, mesclam as diferentes influências dos povos, negros e índios”. Assim, Rosemberg aponta para a circularidade cultural como processo constitutivo das bandas cabaçais existentes na atualidade. Ou seja, as bandas cabaçais são frutos da mistura de elementos culturais diferentes, presentes nas culturas indígena e africana.

Mas as Bandas Cabaçais, não limitam – se apenas as apresentações e danças, pois elas estão diretamente ligadas a religiosidade de suas comunidades de origem. No tocante as festividades alusivas a padroeira do município, desde momento da retirada do Pau da Bandeira em meio as serras da caatinga até o seu batismo, quando a Cabaçal toca em redor do pau da bandeira os benditos católicos referente ao santo, concluindo nas novenas que acontecem por quinze dias.

Postado por Adriana Monte às 13:42 

Marcadores: [História de Assaré](#)

<http://assaredopatativa.blogspot.com.br/2008/09/histria-da-banda-cabaal.html>

## ANEXO 5 – A Dança do Maneiro Pau

### Maneiro Pau \*

#### Histórico

Este folguedo surgiu na época do cangaço, na região do Cariri, quando o “morador” caririense se constituía tropa mobilizada do senhor do engenho, pronta para qualquer ofensiva ou defensiva. O “cabra” dos engenhos, como era popularmente chamado, era uma espécie de guardar-costa, hábil no manejo de cacetes ou facões. Foi por este motivo que o folguedo foi evoluindo rapidamente e, de jogo se transformou numa dança, muitas vezes com características dramáticas. O Maneiro Pau é uma dança máscula, que dispensa qualquer entrecho dramático e, até mesmo, acompanhamento musical, isto porque o entrechoque dos cacetes, e o coro dos dançarinos, produzem a musicalidade e a percussão necessárias. Quanto à origem, alguns autores justificam a influência árabe e outros a influência africana, em face da existência, na Espanha, de uma dança semelhante a esta, chamada “Espatadanzaris” que tanto poderia ter influência árabe, uma vez que este povo ali dominou durante quase oito séculos, como poderia, também, ter recebido influência africana, dada a localização geográfica. No Brasil, caso quase idêntico se processa na Bahia, onde o Maculelê, dança de características semelhantes ao Maneiro Pau, poderia ter sofrido influência e conseqüentemente árabe ou então africana. De qualquer modo, é o Maneiro Pau uma dança surgida e desenvolvida na região do Cariri, entre os próprios elementos resultantes da fusão das raças. Quanto à expressão à corruptela de “Manejo”, que resultou “Maneiro”, ou ainda à leveza dos cacetes, no sentido de “Pau Maneiro”, e a segunda, à penetração de elementos de Minas Gerais, daí o termo “Mineiro”. Desenvolvimento da Dança “Das hora de Deus amém Maneiro Pau, Maneiro Pau Agora vô cumeçá Maneiro Pau, Maneiro Pau Cum a minha brincadêra Maneiro Pau, Maneiro Pau Maneiro Pau eu vô jogá”. Inicialmente, os dançarinos formam uma roda, o solista se coloca no centro e, à proporção que entoa os versos acima citados, os figurantes movimentam da esquerda para a direita, cantando o estribilho e marcando o ritmo da música, produzido

pelo entrecchoque dos cacetes que se cruzam, ora para frente ora para trás. O desenvolvimento desta trama, simbolizada pela luta com os cacetes, constitui um verdadeiro desafio. Em outros, sem perder o ritmo. Existe ainda outras formas de apresentação, como acontece no município de Crato, em que o grupo de Maneiro Pau associado à Banda Cabaçal dos Irmãos Aniceto, realiza a dança com características dramáticas, em que duas forças antagônicas, um garoto e um adulto, David e Golias, se defrontam, cabendo a vitória ao menino.

\* CEARÁ. Secretaria de Indústria e Comércio. Manifestações do Folclore Cearense. Fortaleza, 1978. Trabalho Elaborado pelo Departamento de Artesanato e Turismo e empresa cearense de Turismo. Este se transforma em um verdadeiro herói, sendo transportado nos ombros do grupo participante, sob aplausos do público presente: Os dançarinos se despedem com os versos seguintes: “vô m’imbora, vô m’imbora Maneiro Pau, Maneiro Pau Segunda-feira que vem Maneiro Pau, Maneiro Pau Quem num me conhece chora Maneiro Pau, Maneiro Pau Que dirá quem me qué bem Maneiro Pau, Maneiro Pau...”

Personagens O solista e os dançarinos se constituem os únicos personagens do Maneiro Pau. Vestem-se, geralmente, com roupa de mescla azul, usam chapéu e alpercata de couro e levam um cacete feito de madeira de jucá, árvore bastante resistente. Música, Coreografia e Instrumentação O Maneiro Pau é um tipo de embolada e adota a forma estrofe-refrão, tão comum no Nordeste. A coreografia é feita em roda, com o solista no centro ou também com desafio de dois contendores. A dança pode ser realizada com ou sem instrumentação, porque como foi dito anteriormente, a percussão dos cacetes dispensa qualquer instrumento rítmico, e o coro dos dançarinos faz a melodia. Quando há a participação da Banda Cabaçal, são apresentados seus instrumentos típicos: pífaros, caixa, tarol e zabumba. Local de Apresentação O Maneiro Pau é apresentado em qualquer localidade, não só nos sítios, subúrbios e pés-de-serra do Crato, mas também nas cidades vizinhas, por ocasião de comemorações diversas.

[http://digitalmundomiraira.com.br/Patrimonio/DancasTradicionais/ManeiroPau/Maneiro\\_Pau-LMFC.pdf](http://digitalmundomiraira.com.br/Patrimonio/DancasTradicionais/ManeiroPau/Maneiro_Pau-LMFC.pdf) acesso em 30.11.2015

## ANEXO 6 – Lapinha ou Pastoris

## LAPINHA: ORIGEM E SIGNIFICADO

A lapinha ou pastoril<sup>1</sup> (que é outra denominação) é um folguedo que integra o ciclo das festas natalinas do Nordeste, que conta a história de um grupo de pastorinhas que viaja até Belém à procura do menino Jesus. A lapinha, ou como é denominada popularmente, *pastoril*, *pasto-rinhas*, *bailes pastoris*, é representada em autos diante do presépio. Essas são as denominações dadas no Brasil às festas que comemoram o nascimento de Jesus, em louvor a Ele e à sua família (PINTO, 2002a). Era vinculada ao teatro religioso semipopular ibérico. Pimentel (2005, p.9 ou é 2009 ou está faltando esse autor nas referências) afirma que a origem dos autos populares natalinos deu-se no século 9, no período da Idade Média, na abadia de São Galo, na Alemanha, onde nasceu e espalhou-se. Teve início a tradição do monge Tutilo, que, em tropo de *Natal*, é documentada a apresentação mais antiga. Em Borba Filho (2007), a apresentação dramática da lapinha (presépio) teve início quando São Francisco de Assis, em 1223, querendo comemorar o nascimento de Jesus Cristo, obteve licença do papa e criou um magrutacomanimais (um boi e um jumento) e imagens da Virgem Maria e do Menino Jesus – foi a primeira vez que a cena da gradafoi representada. Dentro da graduta, ele celebrou uma missa, e estavam presentes frades e camponeses da localidade. "Diz a tradição que o próprio Deus dos cristãos, consagrando a invenção franciscana, desceu do céu na forma de um Jesusinho e posou sobre o apalhado estábulo" [...] (PIMENTEL, 2005, p. 10).

Enfim, a dramatização do auto do presépio surgiu em resposta à necessidade de se compreender o episódio da natividade. A cena que era parada (apenas repres

entada pelo presépio) ganhou vida, movimento e canções, com a utilização de instrumentos musicais (ANDRADE, 1959).

No Brasil, foi trazido pelo teatro dos padres da Companhia de Jesus, tendo o aparecimento do presépio, que se deu por volta do século 15 (RIBEIRO, 1993), no convento dos Franciscanos, em Olinda, tendo como precursor frei Gaspar de Santo Antônio<sup>2</sup>. Já a referência a pastoris é creditada a Fernão Cardim<sup>3</sup>, que escreve sobre as origens do pastoril brasileiro, datada de 1584, citada por Andrade (1959, p. 35): "debaixo d'armadas representou pelo índio sum diálogo pastoril, em língua basilica, portuguesa e castelhana e tê-meles muita graça em falar línguas peregrinas, maximé castelhana".

Conforme Ribeiro (1993), há um registro em que o padre Cristóvão de Gouveia, em sua visita à aldeia Abrantes no Estado do Espírito Santo, em 1583, representou a noite de Natal que era com panha de porcanções portuguesas e danças aos modos de viola, pandeiro, tambor e flauta. Por esse mesmo evento popular a música especial mentenascidas do litoral do Nordeste (PINTO, 2002b, p. 74).

Nos séculos 17 e 18, não existem relatos sobre apresentações de pastoris no Brasil. Apenas no século 19, houve grande quantidade de bailes pastoris, sobretudo, no Nordeste do país, em particular, nos Estados de Pernambuco, Bahia, Alagoas e Paraíba. As pastoras apresentavam-se em frente aos presépios cantando louvores para que fosse compreendido o nascimento do Menino Jesus.

Ao longo do tempo, a pinha, por meio de sua divulgação no Nordeste do Brasil, passou por algumas adaptações em relação às apresentações. Atualmente, os grupos de pinhas são cantados e dançados em homenagem ao Menino Jesus. Divide-se em dois cordões de cores distintas: o encarnado (simboliza a coração de Jesus), com postopela Contramestra, Lindo Cravo, Lindo Guia, Libertina, Borboleta, Açucena, Pastorinhas; e o azul (simboliza a coração de Maria), com postopela Linda Mestra, Lindo Anjo, Camponeza, Borboleta, Pastorinhas. E ainda temos o central, com postopela Estrela, Diana, Cigana e o Pastor. Existe uma disputa entre os dois cordões – aquele quem arrecada dinheiro torna-se vencedor<sup>4</sup>.

<https://www.metodista.br/revistas/revistas-ims/index.php/MA/article/viewFile/4488/3799>

## ANEXO 7 – Congadas

A festa de Nossa Senhora do Rosário, no Brasil, está ligada a grupos negros que realizam os autos populares conhecidos pelos nomes de Congadas, Congado ou Congos. Por essa vinculação aos negros, as Congadas se tornaram também uma festa de santos de cor, como São Benedito e Santa Efigênia.

### **Origem Africana do Culto**

O culto das Congadas tem origem afro-brasileira. A África pré-colonial recebeu a influência dos religiosos Missionários Dominicanos, que levaram, junto com sua Catequese, a devoção à Nossa Senhora do Rosário aos negros africanos. Os negros acrescentaram a esta devoção elementos próprios, como os bailados guerreiros e as coroações, cristianizando suas práticas de culto à Natureza. O modelo religioso dominicano foi recriado com elementos próprios da cultura africana, dando origem às chamadas congadas.

### **A Imagem na Praia**

A fundamentação mítica das Congadas está numa tradição católica africana que afirma que uma imagem de Nossa Senhora do Rosário apareceu no mar. Os grupos de negros apareceram com seus tambores, cantando para a santa e pedindo-lhe que viesse para protegê-los contra o inimigo. A imagem veio se encaminhando, no movimento lento do vaivém das ondas, lentamente, até chegar à praia, e é chamada para caminhar com eles. Os Moçambiques resgatam a imagem e os Congadeiros, chamados Filhos do Rosário, são os que convidam Nossa Senhora para o caminho, preparando, com suas evoluções, símbolos, cantos, vestuário colorido, galhos e flores, a passagem da santa. Seus cantos expressam os problemas sociais que vive o grupo e a religiosidade, a confiança em Nossa Senhora e nos santos negros como força no enfrentamento de suas duras lutas pela sobrevivência.

## **A Congada no Brasil**

A presença deste bailado popular aparece no Brasil no tempo dos vice-reis, desde o Ceará até ao Rio Grande do Sul, como resgate da cultura africana, lembrando a coroação do Rei do Congo no Brasil. Sua cantilena é uma adaptação da “Canção de Rolando”, epopéia francesa, que chegou até nós através dos Jesuítas. Os Jesuítas a utilizaram como um grande instrumento de catequese na evangelização do Brasil. As danças guerreiras do instinto negro servem de base para criar uma espécie de luta irreal e coreográfica entre o bem e o mal, entre cristãos e mouros. Há lutas, embaixadas, cantos, e sempre os cristãos vencem os mouros, que acabam sendo batizados. Depois, todos juntos fazem a festa em louvor a Nossa Senhora do Rosário e São Benedito. As violas, o canzá, caixas, tambores, acompanham os cantadores.

## **Um Significado Atual**

De fato, a Congada no Brasil é um bailado notável e com um simbolismo de significado muito coerente com a origem da própria devoção à Nossa Senhora do Rosário. A Festa Litúrgica de Nossa do Rosário foi instituída por S. Pio V, exatamente para celebrar a intervenção de Nossa Senhora, através da oração do Rosário, na vitória naval da batalha que libertou os cristãos dos ataques das forças muçulmanas em Lepanto, na Grécia, em 07 de outubro de 1571. A devoção à Senhora do Rosário tem a ver com luta, com vitória e, sobretudo com a PAZ. Os Cangaceiros expressam tudo isto com as suas danças: a confiança naquela que é força nas suas lutas e a vitória como acordo festivo entre adversários. A Congada contém, inclusive, um significado muito atual. O mundo de hoje vive, de fato, uma profunda tensão religiosa com nuances de dominação política e econômica. Em Fátima, a mesma que diz “Eu sou a Senhora do Rosário” também se titula a Rainha da Paz. Sua mensagem fala de muitos rosários pela PAZ. A espiritualidade quase pueril das Congadas

na sua devoção à Nossa Senhora do Rosário tem muito a nos ensinar como um apelo a tomarmos nosso Terço na mão e conquistarmos, com Nossa Senhora, muitas vitórias pela paz.

<http://www.rosariorp.com.br/congadas> acesso em 30.11.2015.

### **Um pouco de história**

Muito resumidamente, tem-se que a congada é de origem africana e é uma manifestação popular, tida hoje como folclórica, composta de música, encenação, dança e versos declamados improvisadamente. Foi usada pelos padres jesuítas na catequização do negro escravo, daí estar presente na congada tantos elementos religiosos. Pelo empenho dos padres da Companhia de Jesus, essa prática, que fazia parte dos rituais pagãos africanos, transformou-se em uma manifestação religiosa. Foram introduzidos elementos europeus da tradição medieval católica. Daí que a congada é representada sempre com dois grupos que simbolizam os guerreiros cristãos e os guerreiros mouros. As congadas são realizadas mais comumente na ocasião da festa de São Benedito, mas encontra-se também congadas nas festas de Santa Efigênia e de Nossa Senhora do Rosário. Foi o zelo dos padres jesuítas pela conversão e salvação das almas dos negros africanos que fez com que a congada se incorporasse às tantas festas religiosas existentes no Brasil colonial.

<http://ecojornalcampinas.blogspot.com.br/2008/02/congadas.html>

acesso em 30.11.2015

