

# Efeitos da Covid-19 nos festejos juninos da Bahia

*os reflexos para os agentes culturais*

*Carmen Lúcia Castro Lima<sup>1</sup>*

*Lúcia Maria Aquino de Queiroz<sup>2</sup>*

*Carolina Cunha Dantas<sup>3</sup>*

*Amanda Haubert Ferreira Coelho<sup>4</sup>*

*Júlia Salgado<sup>5</sup>*

- .....
- 1 Professora adjunta da Universidade do Estado da Bahia. Participa do grupo de pesquisa Comunidades Virtuais (UNEB) e do Observatório de Economia Criativa (OBEC-BA) da Universidade Federal da Bahia (UFBA). E-mail: carmen.lima20@gmail.com.
  - 2 É professora adjunta da Universidade Federal do Recôncavo da Bahia (UFRB) desde 2008; vinculada à área de conhecimento em Ciências Social Aplicadas do Centro de Artes, Humanidades e Letras da UFRB. E-mail: luciamaqueiroz@yahoo.com.br.
  - 3 Mestranda no Programa Multidisciplinar em Cultura e Sociedade da Universidade Federal da Bahia, desde 2019, linha de pesquisa: Cultura e Desenvolvimento. E-mail: carolina@pinaunaeditora.com.br.
  - 4 Graduada no curso de Tecnologia em Produção Cênica da Universidade Federal do Paraná (SEPT/UFPR). E-mail: amandahaubert.f.c@gmail.com.
  - 5 Produtora Cultural formada pela Faculdade de Comunicação da Universidade Federal da Bahia. Especialista em bens culturais: cultura, economia e gestão pela FGV – Rio. E-mail: ju.msalgado@gmail.com.

*Laercio Nascimento*<sup>6</sup>  
*Vivian Campos*<sup>7</sup>

- .....
- 6 Economista. Mestre em Economia pela UFBA. Foi coordenador da Secretaria de Planejamento do Estado da Bahia; assessor da Governadoria do Estado da Bahia. Atualmente é coordenador na Secretaria de Cultura do Estado da Bahia. E-mail: laerciocn70@gmail.com.
  - 7 Doutoranda em Programa Multidisciplinar em Cultura e Sociedade da Universidade Federal da Bahia. Mestre pelo Programa de Pós-Graduação em Desenvolvimento Humano: Formação, Política e Práticas Sociais da Universidade de Taubaté (Unitau). E-mail: viviancampos.arte@gmail.com.

## RESUMO

O presente artigo analisa os efeitos da crise, decorrente da pandemia Covid-19, para os agentes culturais – bandas e grupos musicais, organizadores de festas privadas, profissionais da cultura e prestadores de serviços – que participam dos festejos juninos na Bahia. A análise tem como base a pesquisa: “Impactos da Covid-19 nos Festejos Juninos da Bahia”, do Observatório de Economia Criativa da Bahia (OBEC-BA). Esta é uma investigação exploratória que entrevistou 213 pessoas no período de 10/7/20 a 18/10/20.

**Palavras-chave:** Covid-19. Festejos juninos. Bahia. Economia criativa.

## ABSTRACT

This article seeks to analyze the effects of the crisis resulting from the Covid-19 pandemic on cultural agents – bands; private party organizers, cultural workers, and service providers – who participate in the June festivities in Bahia. The analysis is based on the study: “Impacts of Covid-19 in the June festivities of Bahia”, from the Bahia Creative Economy Observatory (OBEC-BA). This is an exploratory investigation that interviewed 213 individuals between 7/10/20 and 10/18/20.

**Keywords:** Covid-19. June celebrations. Bahia. Creative economy.

## INTRODUÇÃO

Em dezembro de 2019, foi registrado o primeiro caso de Covid-19 na China e, rapidamente, o vírus dessa doença se espalhou no mundo. Em 11/3/2020, a Organização Mundial da Saúde (OMS) declarou a pandemia do novo coronavírus. Desde então, estabeleceu-se uma crise sanitária global, a qual tem levado governos, ao redor do mundo, a tomar medidas como: isolamento social; restrição do funcionamento de atividades econômicas consideradas não essenciais e, até mesmo, fechamento total da economia e restrições severas ao deslocamento das pessoas. (PORSSE; SOUZA; CARVALHO; VALE, 2020)

No Brasil, essas medidas de restrição tiveram início na segunda quinzena de março, na maior parte das unidades federativas. O governo da Bahia, também, decretou situação de emergência em todo o estado e adotou medidas de isolamento social. As atividades culturais foram suspensas (shows, lançamentos de livros, exposições, entre outras), do mesmo modo, espaços como museus, galerias

e cinemas foram fechados. Os festejos juninos foram as primeiras festas populares de grande porte, no Brasil, a serem canceladas.

O presente artigo apresenta alguns resultados da pesquisa “Impactos da Covid-19 nos festejos juninos da Bahia” do Observatório de Economia Criativa da Bahia (OBEC-BA). Esta é um desdobramento de um trabalho de pesquisa nacional, mais amplo, que objetivou mensurar os impactos da pandemia na Economia Criativa. (CANEDO; PAIVA, 2020)

Na pesquisa sobre festejos juninos, mais especificamente, objetivou-se: (1) mensurar implicações para os agentes culturais que participam dos festejos juninos na Bahia, assim como municípios e associações comerciais e de barraqueiros; (2) identificar medidas de enfrentamento, consequentes da suspensão ou cancelamento dessa celebração; e (3) contribuir para as ações das gestões públicas municipal e estadual na elaboração de medidas de enfrentamento. (LIMA; QUEIROZ, 2020)

Neste artigo, será analisada a situação dos agentes culturais diante do cancelamento dos festejos. Os dados foram coletados no período de 10/7/20 a 18/10/20, com a aplicação de 213 questionários sendo: 115 para bandas e grupos musicais; 14 para organizadores de festas privadas e 84 para profissionais da cultura e prestadores de serviços. A pesquisa pode ser considerada exploratória haja vista que trata de um universo que não foi, previamente, delimitado e busca uma proximidade da realidade do objeto estudado. A metodologia envolveu: levantamento bibliográfico; entrevistas com pessoas que tiveram experiências práticas com o problema pesquisado; análise de exemplos que estimulam a compreensão. (GIL, 2008) A amostra dos agentes entrevistados foi definida pela técnica “bola de neve”, pela qual os indivíduos selecionados para serem estudados indicaram novos participantes.

Além dessa introdução, o artigo é dividido em quatro seções. Na parte dois, é discutido o papel das festas, os festejos juninos e os reflexos da pandemia. Na próxima, são apresentados os resultados

da pesquisa no que se refere aos agentes culturais. Na seção quatro, são discutidas medidas e recomendações para apoiar os festejos juninos, sugeridas pelos atores entrevistados. E por último, são apresentadas as considerações finais.

## **O PAPEL DAS FESTAS, OS FESTEJOS JUNINOS E OS REFLEXOS DA PANDEMIA**

As festas populares são uma expressão da identidade cultural do Brasil, tanto no que se refere ao reconhecimento da própria sociedade, naquilo que vê sentido e se apropria, quanto na imagem construída como nação para o resto do mundo. Entretanto, nem sempre ocorre a convergência entre a imagem projetada em torno de um aspecto cultural e a referência interna apropriada pela população local.

Mas o Brasil, tal como é conhecido, reconhece-se também como o país do carnaval, ou dos “muitos carnavais”, como lembra o professor Paulo Miguez<sup>8</sup>, em referência ao título de uma canção de Caetano Veloso. E talvez por toda esta propriedade simbólica, aliada à grande riqueza existente e apreciada pelo encontro de tantas influências culturais que são históricas e dão contornos às festas típicas do país, as celebrações nacionais (e não só o carnaval) reúnem potencial, na era da midiaticização, para suas configurações como indústria. Assim, os festejos populares se transformaram em grandes eventos, estimulados por setores da indústria cultural – como o audiovisual, a música e a publicidade – e segmentos relacionados, como o turismo.

Como comenta Zulmira Nóbrega:

As celebrações festivas populares no Brasil revelam mais de quatro séculos de história ligados à religiosidade.

- .....
- 8 Para Miguez, “os festejos carnavalescos, no Brasil, apresentam dimensões específicas e particulares em quaisquer das cidades onde sua realização tenha alguma importância, fato que, se não descaracteriza a ideia do carnaval como um luminoso ‘símbolo nacional’, sugere, fortemente, que não somos o ‘país do carnaval’, mas sim um país de ‘muitos carnavais’”. (MIGUEZ, 2012, p. 210)

Realizações que nos últimos tempos passaram a ter configurações urbanas, segundo o formato de eventos grandiosos com emprego de tecnologia, padrões de consumo, exploração promocional e mercantil, além de apropriação política partidária. São elaboradas nos moldes de bens de consumo de massa. Não se trata, então, apenas de surgimento de novas festas, mas de outras maneiras de produzir e circular a cultura, a política, a economia e a sociabilidade. [...] Nos últimos anos houve um sensível crescimento das festas populares brasileiras, principalmente com motivação temática. Hoje, identificadas como produtos de investimentos e de movimentações financeiras significativas em sua produção, com lucratividade para diferentes setores econômicos, nos mesmos processos inerentes à indústria cultural, interessando a investidores, patrocinadores, governos, cadeia produtiva do turismo, artes e espetáculos, alimentos e bebidas, mídia, entre outros setores. Muitos municípios têm suas grandes festas entre as principais atividades de investimentos locais, especialmente no setor da economia da cultura e do turismo. (NÓBREGA, 2012, p. 219)

Com isso, entre as últimas décadas e os dias atuais, a organização das festas populares tem-se transformado em uma das mais fortes indústrias culturais brasileiras. Nesse sentido, Paulo Miguez relata:

Assim é que Prestes Filho (2007) dá conta de uma movimentação financeira da ordem dos R\$ 700 milhões, referindo-se ao carnaval carioca de 2006. A imprensa pernambucana, citando dados da empresa estadual de turismo, informa que os festejos carnavalescos em Recife e Olinda, em 2012, injetaram cerca de R\$ 773,6 milhões na economia do estado. (CARNAVAL..., 2012) Além disso, a Secretaria de Cultura do Estado da Bahia contabilizou um movimento financeiro de mais de meio bilhão de Reais no carnaval de 2007 (INFOCULTURA, 2007). (MIGUEZ, 2012, p. 210-211)

É importante frisar que, como mencionado, esta indústria se estrutura sobre os elementos simbólicos e sobre o valor e o envolvimento que emerge das próprias comunidades, de onde tradicionalmente se tecem os contextos de iniciação e da continuidade por gerações dos festejos. E nesta dinâmica mais contemporânea, atuam interesses diversos, paralelamente e, ao mesmo tempo, com seus entrelaçamentos. Assim “as festas não significam tão somente música, dança e celebração. São, também, caracteristicamente, um território marcado por disputas e tensões de várias ordens. São, sempre, uma arena de conflitos”. (MIGUEZ, 2012, p. 209)

Conflitos decorrentes da tendência a um ecossistema não equilibrado, em que os fatores econômicos relacionados aos universos políticos e às outras indústrias que atravessam a cultura das festas, têm se sobreposto, sem considerar, muitas vezes, que eles são dependentes dessa matriz mais comunitária e tradicional. Matriz esta, que, mesmo diante do grande apelo da cultura de massa, é quem emprega as características da identidade; formada a partir também das peculiaridades, o que dá sustentação ao potencial de atração das festas e nunca deixa de ser ponto referencial para elas. Sobre este aspecto, Nóbrega comenta:

Nas cidades, as festas populares se perpetuaram graças às iniciativas das comunidades responsáveis pela manutenção dessas tradições, passadas de pai para filho, e são reiteradas coletivamente através de celebrações, representações e festas. Entretanto, cada vez mais, no mundo contemporâneo, essas festas passaram a significar um importante momento para a economia das cidades, levando a que as esferas de governo e os agentes econômicos se interessassem pela sua existência, perpetuação e difusão fora dos limites municipais. Elas estão no centro de qualquer política de turismo, seja no âmbito da cidade, da região ou do país, a depender da sua grandeza e impacto no imaginário fora dos limites da comunidade que a produz. (NÓBREGA, 2012, p. 205-206)

Quanto aos festejos juninos, especificamente, estes têm representado, quando não o momento único de atração turística e de maior aporte financeiro por parte da gestão pública municipal das cidades nordestinas para a organização de uma festa popular, o período principal para isso, contexto em que pode ser enquadrada a maioria destas celebrações nas cidades do interior da Bahia. Indubitavelmente, as festas juninas trazem expressivos reflexos para a economia de um significativo número de municípios, além da sua ampla simbologia nas relações de pertencimento das pessoas com o seu território, na confraternização de grupos e familiares. São ainda fundamentais enquanto estratégia de abstração da complexidade da realidade cotidiana, fontes para o incremento de renda, geração de empregos, no sentido utilitário e de sobrevivência material.

As festas populares são atividades imprescindíveis, tanto em diversos lugares quando diversos tempos (passado e contemporaneidade). Elas permitem a distinção cultural de comunidades, reatualizam as tradições, os valores, representam momentos de congregação coletiva e reforçam a socialização em torno de crenças compartilhadas. Surpreendentemente, são mais frequentes, atuais e relevantes do que imaginamos na vida cultural das sociedades contemporâneas.

[...] podem ativar a lógica de mercado, mobilizando recursos, gerando emprego e renda, dinamizando economias nacionais e locais, ativando o turismo, gerando impactos significativos no comércio, no artesanato, na rede de hospedagem e alimentação. São muitas organizações que se envolvem na produção da festa, o que articula setores públicos e privados. (DAVEL; DANTAS, 2019, p. 206)

O comércio e os serviços, nos mais diversos segmentos, nas cidades do interior, são dinamizados de tal forma que o período dos festejos juninos, em alguns lugares, representa um momento de alta nas

vendas, equiparado, ao longo do ano, somente ao Natal. Do setor de alimentos e bebidas ao de calçados e vestuário, da rede de hospedagem à locação de transporte, da locação de equipamentos de som e iluminação à contratação de músicos. Isso, sem falar na demanda por produtos da agricultura familiar, por itens adquiridos nas feiras livres, que englobam um conjunto amplo, a exemplo das comidas; mas, também, objetos para decoração de casas, salões e terreiros, dentre tantos outros, além do comércio de fogos de artifícios.

Não obstante, os ganhos financeiros de outros elos integrantes da cadeia produtiva em torno destas festas estão em escalas muito diferenciadas e, habitualmente, empresas e artistas (e de caráter mais industrial) de fora das cidades que sediam os eventos são os que mais lucram no período, num contraponto à contribuição que os elementos e agentes locais conferem à identidade a partir das tradições e costumes, tão intrínsecos à natureza da cultura junina. Este tem sido um ponto sensível na complexidade da formatação das Festas Juninas, nos moldes realizados na contemporaneidade. A relação entre a importância econômica para a população do município e, ao mesmo tempo, a constatação de que há ganhos e interesses na organização da festa, por parte de outras instâncias, é assim comentada por Nóbrega: [...] independentemente dos discursos políticos e o maior ganho das empresas de maior porte, é inegável que significativa parcela da população local realmente faz parte da cadeia econômica da festa, sendo que, do guardador de carros à tapioqueira e do operário que monta a cidade cenográfica ao tocador de zabumba, todos ganham com o evento. Os profissionais e organizadores da cultura locais, de acordo com a concepção de Linda Rubim (2005b, p. 17-19) – “[...] fazer festa dá trabalho [...]” –, encontram ótimas oportunidades para mostrar seu talento e faturar com isso. Enquanto uns trabalham duramente e ganham com a festa, outros, ao contrário, não querem saber de

trabalho, e sim apenas de diversão, e, com isso, gastam dinheiro. A relação dicotômica mercantil do lúdico fica devidamente estabelecida, a venda e a compra de vivências tornam-se prazerosas. (NÓBREGA, 2012, p. 225)

No amplo segmento formado pela economia da cultura, há que se ressaltar a existência de um vasto conjunto de atores e organizações culturais de pequeno porte, como artistas, bandas e grupos oriundos das cidades que sediam os eventos, e mesmo de outras áreas, que têm o período junino como central para a geração das suas receitas neste viés artístico. Esses atores culturais, em geral, desempenham significativo papel no fortalecimento do vínculo dessa manifestação popular com o tradicional.

Este e outros aspectos aqui já mencionados sinalizam para a centralidade que as celebrações aos santos juninos podem representar, ao longo do ano, para o comércio e serviços, de uma forma mais generalizada, contribuindo expressivamente para a economia local, ainda que os seus rebatimentos não sejam, em absoluto, restritos ao campo econômico.

Em abril de 2020, foi anunciado, pelo governo do estado, o cancelamento dos festejos juninos deste ano. Tal medida teve como intuito evitar aglomerações e consequente transmissão do novo coronavírus em grande escala. Outra justificativa foi no sentido de focar os esforços na aplicação dos recursos públicos (estaduais e municipais) para a prevenção e tratamento dos doentes.

No estado, em 2019, mais de trezentos municípios realizaram os festejos de Santo Antônio, São João e São Pedro, mobilizando milhares de pessoas e diversos segmentos na produção e na participação dos eventos. A estimativa de um conjunto de órgãos, que opera em estradas e no deslocamento marítimo na Bahia, é que, no período dos festejos juninos, mais de um milhão de soteropolitanos saíram da capital em direção ao interior do estado. (HERMES, 2020)

O cancelamento impactou diretamente o setor cultural, em que um conjunto de profissionais auferem uma boa parte do seu rendimento anual durante os festejos juninos. Além disso, como já discutido, as festas desse período tornaram-se um importante produto turístico para vários municípios. Cidades de porte médio, como Amargosa, Senhor do Bonfim, Cruz das Almas, Santo Antônio de Jesus e Piritiba atraem muitos turistas e, muitas vezes, a população visitante chega a se igualar à população da cidade.

Além do setor cultural e turístico, outras atividades que se beneficiam dos festejos juninos foram afetadas pela suspensão. Dentre os principais segmentos atingidos, destacam-se os restaurantes; supermercados; aluguel de imóveis; hotéis; mercado imobiliário; transporte; decoração; produção artesanal de comidas e bebidas típicas; comércio de alimentos; revendedores de bebidas, roupas, calçados e combustíveis; barraqueiros e artesanato.

A Federação do Comércio da Bahia (Fecomercio) fez uma estimativa das perdas financeiras devido ao cancelamento das festas no estado da Bahia, com base nos dados das Pesquisas Mensal e Anual do Comércio, divulgadas pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE). A Federação elaborou um modelo estatístico levando em conta a sazonalidade dos setores específicos, a inflação geral e entre outros, para obter as variações. (FECOMERCIO-BA, 2020a)

Foram selecionadas sete atividades que estão relacionadas, direta ou indiretamente, à festa de São João, a saber: farmácias e perfumarias; lojas de departamento; eletrodomésticos, eletrônicos; móveis e decoração; vestuário, tecidos e calçados; supermercados e outras atividades. (FECOMERCIO-BA, 2020a)

A organização, utilizando-se dessa metodologia, estimou uma queda de 32% no faturamento dessas atividades, na segunda quinzena de junho de 2020, em relação ao mesmo período do ano passado. Destacam-se o varejo de supermercados e o de vestuário que

faturaram cerca de 810 milhões de reais, R\$ 375 milhões a menos do que em 2019. (FECOMERCIO-BA, 2020b)

## **REFLEXOS DO CANCELAMENTO DOS FESTEJOS JUNINOS PARA OS AGENTES CULTURAIS**

Na presente seção são discutidos os efeitos do cancelamento dos festejos juninos para os agentes culturais. Foram considerados os seguintes atores: bandas e grupos musicais, profissionais da cultura e prestadores de serviço e organizadores de festas privadas.

### *Perfil dos agentes culturais*

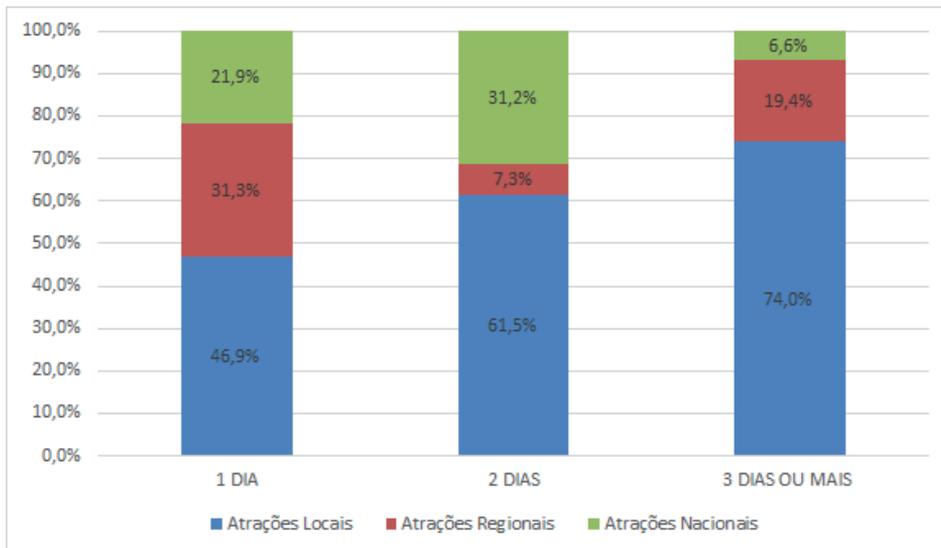
No que diz respeito às festas privadas, foram considerados catorze respondentes, entre os eventos mais conhecidos e com maior número de participantes no estado da Bahia. Entre esses, 64,3% haviam realizado este tipo de evento há mais de dez anos e 35,7% a menos de dez anos. Quanto à duração do evento, oito dessas festas são realizadas em apenas um dia, enquanto quatro possuem duração de mais de três dias e apenas duas duram de dois a três dias. (LIMA; QUEIROZ, 2020)

De acordo com os respondentes da pesquisa, no ano passado, aproximadamente 126 mil pessoas participaram das festas privadas que produziram. O número de participantes nestes eventos costuma apresentar uma ampla variação. Enquanto um entrevistado revelou ter atraído sessenta mil pessoas para o seu evento, realizado em cinco dias, outro afirmou ter recebido dez mil participantes em igual número de dias. Nas festas realizadas em apenas um dia, o público revelado variou entre o mínimo de quinhentos e o máximo de dez mil frequentadores. (LIMA; QUEIROZ, 2020)

Outro aspecto interessante diz respeito às atrações musicais contratadas para as festas privadas. Os eventos com duração igual ou superior a três dias efetuaram uma maior contratação de atrações musicais oriundas do próprio município. No conjunto daqueles com dois dias de duração, os respondentes afirmaram que 61,5%

das suas atrações são locais, 31,2% de fora do estado e 7,3% são artistas de outras regiões da Bahia. Já nos eventos com um dia de duração, os artistas locais correspondem a 46,9% das contratações dos respondentes, seguidos pelas atrações de outras localidades (31,3%) e dos demais estados da Federação (21,9%) (Gráfico 1).

**Gráfico 1 – Distribuição dos tipos de atrações de acordo com a duração das festas**

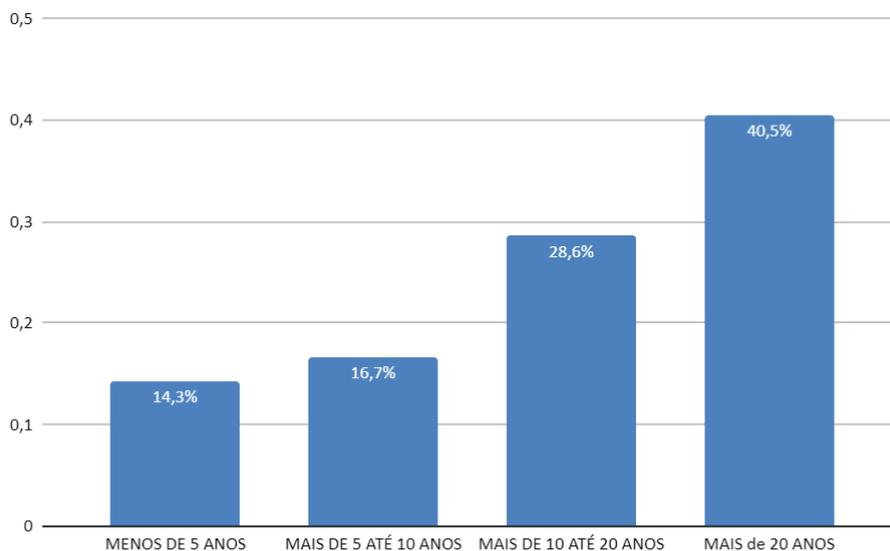


Fonte: Pesquisa Direta. Elaboração Própria (2020).

Outra categoria em que a pesquisa buscou informações sobre o impacto da Covid-19 em suas atividades foi a de “profissionais da cultura e prestadores de serviços”. Estes são pessoas que prestam serviços durante os festejos juninos de forma independente, ou seja, não estão ligados, de forma permanente, a nenhuma banda ou grupo.

Entre as atividades desempenhadas pelos 84 profissionais respondentes, destacam-se, em 2019, as funções de produtor (25%), instrumentista (17,9%) e cantor (16,7%). Quanto ao tempo de experiência é significativa a longa atuação dos respondentes nos festejos juninos (Gráfico 2).

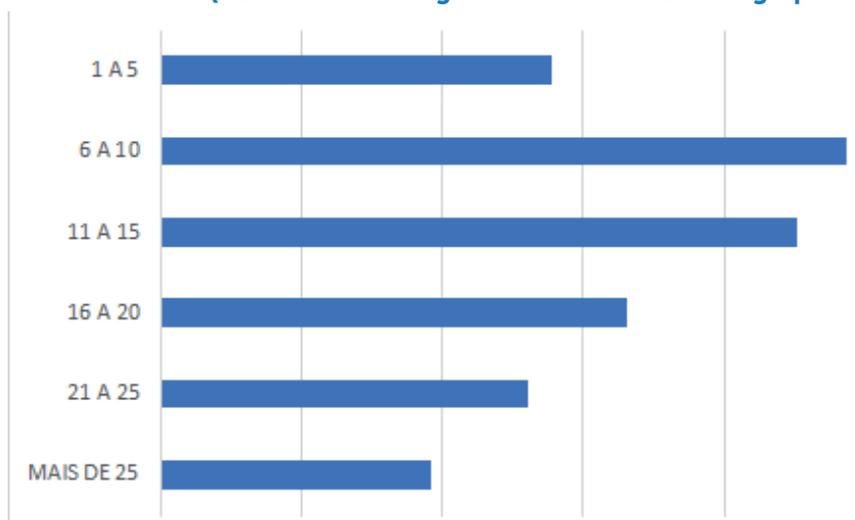
## Gráfico 2 – Tempo de experiência dos profissionais da cultura e dos prestadores de serviços



Fonte: Pesquisa Direta. Elaboração Própria (2020).

Na categoria de entrevistados “bandas e grupos musicais”, parcela significativa dos respondentes (35,6%) participa dos festejos juninos há mais de vinte anos e 32,2% têm entre dez a vinte anos de experiência. Dentre as 115 pessoas que responderam a este questionário, sobressaem: cantores (52,2%), empresários (19,1%), instrumentistas (13%) e produtores (6,1%). (LIMA; QUEIROZ, 2020) Quando questionados em relação ao número de pessoas envolvidas nas atividades das bandas e grupos durante os festejos juninos em 2019, 46,9% afirmaram que as equipes foram compostas de seis a quinze pessoas (Gráfico 3).

**Gráfico 3 – Quantidade de integrantes das bandas e dos grupos musicais**



Fonte: Pesquisa Direta. Elaboração Própria (2020).

### *Principais impactos*

A maioria das respostas nos questionários de “bandas e grupos musicais” e “profissionais da cultura e prestadores de serviços” indicou a interrupção das atividades e o cancelamento de contratos como os maiores impactos para as suas atividades.

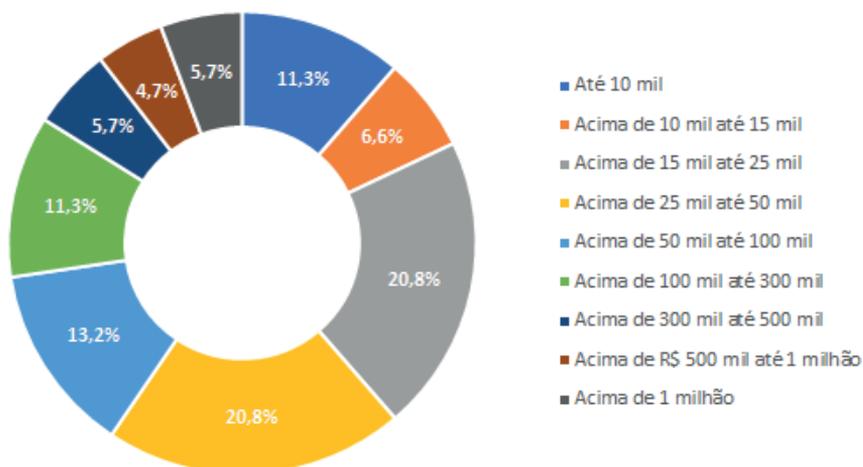
O cancelamento total de contratos foi sinalizado como o maior impacto pelas bandas/grupos (87,8% destas), sendo também sentido de forma idêntica por 39,3% dos profissionais e prestadores. Estes últimos atores culturais sofreram ainda mais intensamente a interrupção total de atividades, sentida por 63,1% dos componentes deste grupo que responderam à pesquisa. Deste resultado, pode-se inferir uma maior informalidade nas relações contratuais dos profissionais da cultura/prestadores de serviços, se comparado com as bandas que, em geral, necessitam formalizar os contratos antecipadamente. Os contratantes, aqui representados pelos respondentes do questionário de festas privadas, ratificam a tendência observada acima. Cerca de 50% revelaram ter realizado o cancelamento total dos contratos já fechados com artistas e dos serviços para a edição do evento que ocorreria em 2020. (LIMA; QUEIROZ, 2020)

Percentual equivalente a 57,1% dos respondentes do questionário de festas privadas já havia planejado ou anunciado a edição da festa para 2020, com 28,6% tendo, inclusive, iniciado a venda de ingressos e camisas. Em seu conjunto, 64,3% dos organizadores de festas indicaram ter perda financeira de até cem mil reais durante 2020. (LIMA; QUEIROZ, 2020)

Os impactos mais sentidos, tanto pelos contratantes de serviços como pelos contratados, são diretamente relacionados com as fontes de receitas dos respondentes da pesquisa. Em uma pergunta de múltipla escolha, festas privadas (57,4%), cachês (40,9%) e patrocínio público municipal (55,7%) configuram como as três opções mais indicadas para a composição da renda de bandas e grupos musicais durante os festejos juninos. Contudo, quando indagados sobre as principais fontes de receita – as que possuem maior importância para a composição da renda – as respostas diferem em relação ao dado anterior. Para 34% das bandas e grupos, o patrocínio público municipal é a fonte de receita prioritária, seguida dos cachês (28,7%) e festas privadas (20%). (LIMA; QUEIROZ, 2020)

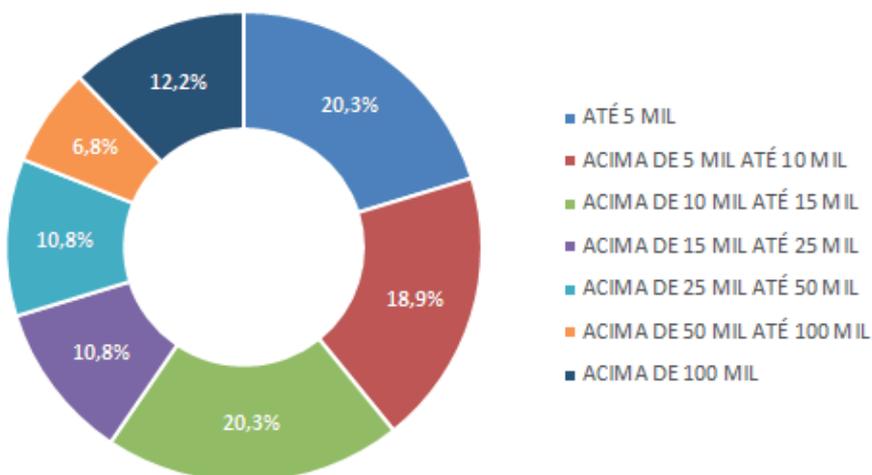
Quanto aos profissionais da cultura e prestadores de serviços participantes da pesquisa, em mais uma questão de resposta múltipla, grande parte indicou ter a sua renda composta por atividades realizadas junto às bandas (31%), governo municipal (44%) e festas privadas (47,6%). (LIMA; QUEIROZ, 2020) Os Gráficos 4 e 5 indicam a estimativa de perda financeira para as bandas e grupos musicais e para os profissionais da cultura por conta do cancelamento dos festejos juninos.

**Gráfico 4 – Estimativa de perda financeira das bandas e dos grupos musicais**



Fonte: Pesquisa Direta. Elaboração Própria (2020).

**Gráfico 5 – Estimativa de perda financeira dos profissionais da cultura e dos prestadores de serviços**



Fonte: Pesquisa Direta. Elaboração Própria (2020).

Além do impacto sobre as atividades e a renda dos profissionais que trabalham diretamente para a realização dos festejos juninos, o cancelamento dos eventos influenciou também setores estruturais dos

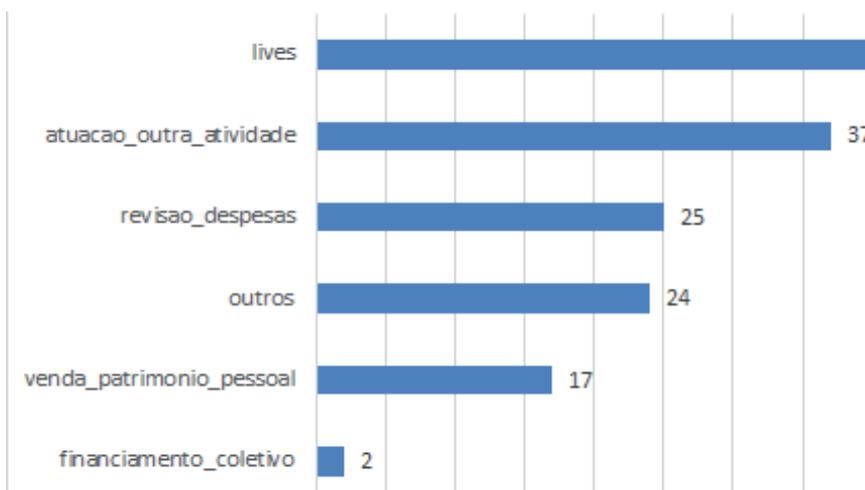
municípios. Ao perguntar às bandas e aos grupos musicais sobre os serviços mais utilizados nos locais onde se apresentavam durante o período junino, alimentação e hospedagem foram os dois mais citados, por 62,6% e 51,3% dos respondentes, respectivamente. (LIMA; QUEIROZ, 2020)

### *Estratégias de enfrentamento*

Com o cancelamento dos festejos juninos na Bahia, bandas e grupos artísticos, assim como profissionais e prestadores de serviços, tiveram de se adaptar aos novos desenhos da realidade. Em certa medida, conseguiram adotar novas estratégias para o enfrentamento das crises sanitária e econômica.

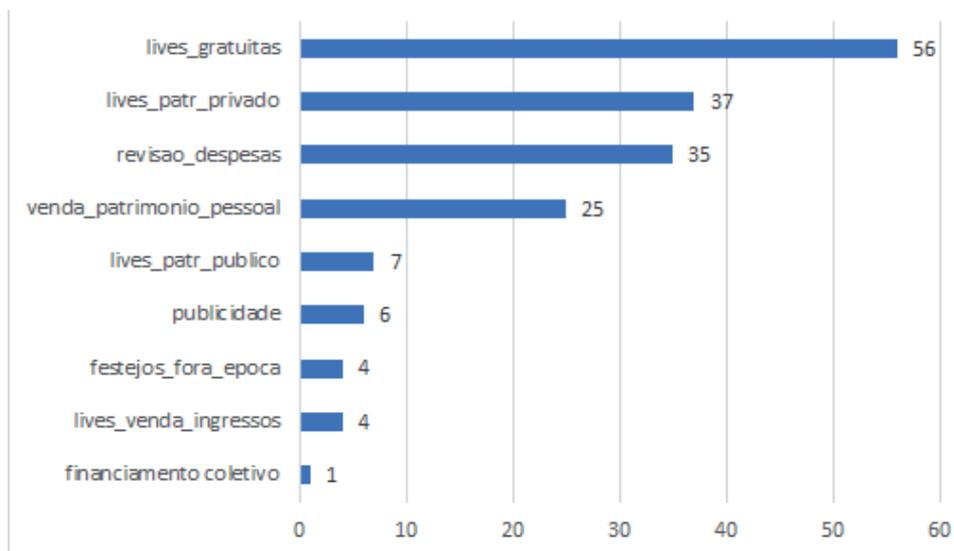
Para os profissionais e prestadores de serviços, as principais estratégias utilizadas foram as lives, gratuitas e sem patrocínios, e a atuação em outra atividade. Já as bandas e os grupos musicais lançaram mão, principalmente, das lives (gratuitas ou patrocinadas). Outras ações realizadas pelos agentes culturais, para o enfrentamento da crise, foram a revisão de despesas e a venda de patrimônio pessoal. Ver Gráficos 6 e 7.

**Gráfico 6 – Estratégias de enfrentamento adotadas pelos profissionais da cultura e prestadores de serviços (%)**



Fonte: Pesquisa Direta. Elaboração Própria (2020).

**Gráfico 7 – Estratégias de enfrentamento adotadas pelas bandas e grupos musicais (%)**



Fonte: Pesquisa Direta. Elaboração Própria (2020).

## **MEDIDAS SUGERIDAS E RECOMENDAÇÕES DE AÇÕES**

A pesquisa procurou investigar, junto aos entrevistados, quais ações são necessárias para mitigar os efeitos do cancelamento dos festejos juninos. O conjunto das medidas sugeridas pode ser visualizado na Figura 1.

**Figura 1 – Medidas indicadas pelos agentes culturais como sugestões de enfrentamento**



Fonte: Pesquisa Direta. Elaboração Própria (2020).

No conjunto das respostas, as *lives* se sobressaíram como a sugestão mais indicada, possivelmente em função do amplo uso dessa forma de transmissão durante a pandemia, que passou a ser o jeito mais simples e rápido de conectar os artistas com o seu público. Os entrevistados, em sua grande maioria, indicaram que as *lives* deveriam ser fruto de editais públicos ou patrocinadas pelo governo ou pela iniciativa privada.

Foram também citadas ações de formação, direcionadas à manutenção das tradições e à capacitação dos artistas e empresários, lançamento de editais públicos e implementação da Lei Aldir Blanc. A implantação de políticas públicas direcionadas aos festejos juninos e a oferta de uma linha de crédito especial para os agentes culturais também aparecem dentre as proposições mais indicadas.

Outra proposta recorrente foi a realização de um festival das tradições juninas no final de 2020, possivelmente em 13 de dezembro, data comemorativa do nascimento de Luiz Gonzaga. Esta, inclusive, poderia fazer parte do calendário de eventos do estado da Bahia.

Como referencial, pode ser citado o “Festival Viva Gonzagão”, em Pernambuco, que em 2019 realizou a sua 16ª edição.

Uma das sugestões foi a criação de um Centro Cultural das Tradições Juninas na Bahia. Mais uma demanda foi a necessidade do Registro do Forró como Patrimônio Imaterial do Brasil. A formação de uma nova geração de artistas, como cantores de forró, sanfoneiros, triângulistas, zabumbeiros e dançarinos de quadrilha, foi indicada como uma possível ação governamental.

A valorização da tradição local, que vai além dos problemas referentes ao cancelamento dos festejos juninos, foi uma proposição bastante indicada. Os artistas locais dependem, de forma expressiva, das contratações efetuadas no próprio município de origem, em geral pela prefeitura, e, em alguns casos, por organizadores de festas privadas. Estes, entretanto, recebem um tratamento incompatível com a sua representatividade nas tradições juninas, em que, para eles, são destinadas: baixas remunerações; equipamentos de som pouco qualificados e palcos mais afastados do grande público. Em contraposição, os atores famosos, renomados pela mídia, que, em uma só noite, fazem dois ou três shows no palco principal recebem remunerações superiores.

Com base na leitura das sugestões, percebeu-se que os atores dos festejos juninos demandam políticas públicas estruturantes. Nesse sentido, foram desenhadas as seguintes recomendações:

- Elaborar editais que contemplem a realização de cursos, virtuais ou presenciais, vinculados às tradições juninas, a exemplo de cursos de música típica, gastronomia, dança, decoração, vestuário, bebida, dentre outros;
- Construir e promover editais que abarquem outras demandas de coletivos e grupos relacionados aos festejos juninos. Tais como: *lives*, concursos, festivais e outros;
- Lançar editais de premiação que contemplem mestres e detentores do saber e do fazer populares das tradições juninas;

- Suporte para elaboração do dossiê para o reconhecimento do Forró enquanto Patrimônio Imaterial;
- Realização do Festival Luiz Gonzaga, na modalidade presencial ou virtual, ainda em 2020, respeitando as tradições e contratando os artistas de forma remunerada;
- Criação de uma linha de crédito especial, exclusivo para os agentes da economia dos festejos juninos.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

A pandemia impactou, significativamente, na dinâmica do setor cultural. Este, que depende do encontro entre pessoas e da presença em espaços fechados ou de aglomerações, foi um dos segmentos mais afetados em sua forma de subsistência e existência.

Por conta do isolamento social, os festejos juninos, na Bahia, foram as primeiras festas populares, de grande porte, a serem canceladas no Brasil. Foi a primeira vez, desde 1961, ano em que uma grande seca acometeu o estado, que as celebrações do mês de junho não ocorreram na Bahia.

Os grupos e artistas dotados de menor capital e estrutura disponíveis foram bastante afetados. Estes precisaram mobilizar campanhas de arrecadação de cestas básicas; se desfazer de patrimônio pessoal, inclusive, não em raras oportunidades, do próprio instrumento musical; buscar outras fontes de renda em setores completamente distintos do artístico e aguardar encaminhamentos da Lei de Emergência Cultural Aldir Blanc. Entretanto, raras foram as estratégias de políticas públicas, em esfera regional, estadual e municipal, direcionadas, especificamente, para as festas populares ou, em especial, para os festejos juninos.

É possível cogitar que, se os profissionais dos festejos juninos estivessem centrados no rol das prioridades dos estados e municípios, onde as festas de junho têm grande expressão cultural e econômica, os reflexos do atual momento poderiam ser mais facilmente controlados ou amenizados. Esses impactos foram evidenciados, mais

intensamente, devido à tamanha fragilidade que já compõe o histórico de alguns elos da cadeia produtiva.

Cabe frisar a necessidade de um maior equilíbrio entre os interesses na realização desses eventos, de forma a alcançar uma efetiva sustentabilidade, incluindo uma maior atenção à necessidade de fomento às manifestações mais tradicionais. Assim, é essencial o estabelecimento de políticas públicas dirigidas aos atores responsáveis – mestres, músicos, dançarinos, quadrilhas, artesãos, barraqueiros, artistas visuais, costureiros, vendedores de comidas típicas, fabricantes de licor, ambulantes – que são essenciais nessas festas populares.

Diante da concreta experiência reversa, almeja-se que os investimentos naqueles que asseguram a expressividade do simbólico, imprescindíveis às festas populares que têm os costumes juninos como elemento central de sobrevivência, possam ser mais equiparados à sua importância para continuidade, manutenção e sustentabilidade das festas. Espera-se, em adição, que estas e outras pesquisas colaborem para referenciar ou estimular políticas públicas direcionadas ao conjunto das tradições juninas e às demais festas populares brasileiras.

## REFERÊNCIAS

- CANEDO, D.; PAIVA C. (Org.). *Impactos da Covid-19 na economia criativa*. Salvador: Observatório de Economia Criativa da Bahia (OBEC-BA), 2020.
- DAVEL, E.; DANTAS, M. Festas Populares na Bahia: gestão e dinâmica identitária. *PragMATIZES*, Niterói, v. 9, n. 17, p. 203-224, 2019.
- FECOMERCIO-BA. Fecomercio-BA revisa queda nas vendas de São João de -23% para -32%, com a suspensão do São João em todo o estado. *Fecomercio*, Salvador, 2020a. 2 p.
- FECOMERCIO-BA. Comércio deve retrair 4% em junho, mês do dia-dos-namorados e das festas juninas. *Fecomercio*, Salvador, 2020b. 6 p.
- GIL, A. C. *Métodos e técnicas de pesquisa social*. São Paulo: Atlas, 2008.

HERMES, M. Cancelamento das festas juninas terá forte impacto econômico. *A Tarde*, Salvador, 30 abr. 2020. Disponível em: <https://bit.ly/3qD4nlf>. Acesso em: 23 nov. 2020.

LIMA, C.; QUEIROZ, L. (Org.). *Impactos da Covid-19 nos festejos juninos da Bahia*. Salvador: Observatório de Economia Criativa da Bahia (OBEC-BA), 2020.

MIGUEZ, P. *A festa: inflexões e desafios contemporâneos*. In: MIRANDA, N.; RUBIM, L. (Org.). *Estudos da festa*. Salvador: EDUFBA, 2012. (Coleção CULT, n. 11)

NÓBREGA, Z. *A festa do maior São João do mundo*. In: MIRANDA, N.; RUBIM, L. (Org.). *Estudos da festa*. Salvador: EDUFBA, 2012. (Coleção CULT, n. 11)

PORSSE, A. A.; SOUZA, K. B.; CARVALHO, T. S.; VALE, V. A. *Impactos econômicos do Covid-19 no Brasil*. Nota técnica Nedur-UFPR n.1-2020, Núcleo de Estudos em Desenvolvimento Urbano e Regional (Nedur) da Universidade Federal do Paraná (UFPR), Curitiba, abr. 2020.