

## **EMPREENDEDORISMO CULTURAL, FESTAS POPULARES E INOVAÇÃO: UM ESTUDO DOS FAZEDORES DE CULTURA DE BIRITINGA-BA**

CULTURAL ENTREPRENEURSHIP, POPULAR PARTIES AND INNOVATION: A STUDY OF CULTURE MAKERS IN BIRITINGA-BA

Recebido em 21.02.2026 Aprovado em 25.03.2026

Avaliado pelo sistema double blind review

DOI: <https://doi.org/10.32888/spaerc52>

**Hiago Carvalho Souza**

[hiagouefs@gmail.com](mailto:hiagouefs@gmail.com)

Departamento de Ciências Sociais Aplicadas/Universidade Estadual de Feira de Santana (UEFS) – Feira de Santana/Bahia, Brasil

<https://orcid.org/0009-0005-2853-0948>

**Daisy lima de Souza Santos**

[daisylsouza@gmail.com](mailto:daisylsouza@gmail.com)

Departamento de Ciências Sociais Aplicadas/Universidade Estadual de Feira de Santana (UEFS) – Feira de Santana/Bahia, Brasil/Universidade Federal da Bahia (UFBA) – Salvador/Bahia/Brasil

<https://orcid.org/0000-0002-5033-1794>

### **Resumo**

Este estudo teve como objetivo identificar o cenário do empreendedorismo cultural no município de Biritinga-BA, com foco nas festas populares e nas práticas de gestão e inovação mobilizadas pelos fazedores de cultura. Realizou-se uma pesquisa com 28 empreendedores culturais, voltada a compreender estratégias de adesão e manutenção de eventos contínuos. A coleta de dados ocorreu por meio de questionário no Google Forms, enviado via WhatsApp, com base em contatos disponibilizados pela Secretaria Municipal de Cultura, Eventos, Turismo & Lazer. Os resultados evidenciam que a manutenção da tradição é o principal fator associado à adesão e à continuidade dos eventos, ao passo que as redes sociais se consolidam como o principal meio de divulgação e mobilização de público, indicando adaptação às tecnologias digitais.

**Palavras-chave:** Empreendedorismo cultural. Festas Populares. Políticas culturais.

### **Abstract**

This study aimed to identify the landscape of cultural entrepreneurship in the municipality of Biritinga-BA, focusing on popular festivals and the management and innovation practices employed by cultural producers. A survey was conducted with 28 cultural entrepreneurs to understand strategies for attracting and maintaining ongoing events. Data collection was carried out using a Google Forms questionnaire, sent via WhatsApp, based on contacts provided by the Municipal Secretariat of Culture, Events, Tourism & Leisure. The results show that maintaining tradition is the main factor associated with the adoption and continuity of events, while social media is consolidated as the primary means of dissemination and audience mobilization, indicating adaptation to digital technologies.

**Keywords:** Cultural entrepreneurship. Popular festivals. Cultural policies.

## Introdução

Nas últimas décadas, as transformações socioeconômicas observadas no Brasil têm repercutido de modo particularmente significativo na região Nordeste e, de forma específica, no interior baiano, onde a ampliação das políticas públicas de proteção social, transferência de renda e inclusão econômica passou a desempenhar papel relevante na reconfiguração das condições de vida da população. Esse processo se expressa tanto na elevação do rendimento domiciliar quanto na centralidade assumida pelas transferências monetárias na composição da renda das famílias, especialmente em contextos marcados por maior vulnerabilidade social e histórica desigualdade regional.

Em 2024, o rendimento mensal real domiciliar per capita do Nordeste alcançou R\$ 1.319, enquanto, na composição dessa renda, aposentadorias, pensões e programas sociais do governo responderam conjuntamente por 29,3%, percentual superior ao observado no conjunto do país. No recorte estadual, os rendimentos domiciliares per capita foram de R\$ 1.077 no Maranhão, R\$ 1.350 no Piauí, R\$ 1.225 no Ceará, R\$ 1.616 no Rio Grande do Norte, R\$ 1.401 na Paraíba, R\$ 1.453 em Pernambuco, R\$ 1.331 em Alagoas, R\$ 1.473 em Sergipe e R\$ 1.366 na Bahia, evidenciando avanços distributivos, mas também a permanência de assimetrias intrarregionais que desafiam as estratégias de desenvolvimento territorial e inclusão social (IBGE, 2025).

As pequenas cidades do Nordeste, muitas vezes esquecidas em planos de desenvolvimento federais, estão agora no centro das atenções com médios e grandes investimentos nessas comunidades, hoje se tem assistido um impacto significativo na redução da migração para grandes centros urbanos, melhorando a qualidade de vida local e preservando as culturas regionais. Localizada na região do Sisal, no Estado da Bahia e a 206,00 km da capital baiana, a cidade de Biritinga, nome que tem origens indígenas, especificamente da língua tupi, tem como maior traço cultural e festivo a festa de São Sebastião, ou o popularmente conhecida como “Festa de Janeiro”, que remete ao mês de devoção o culto a São Sebastião, que é um dos santos mais venerados na tradição católica. O santo, foi um soldado romano que se tornou mártir por sua fé cristã, ele é frequentemente representado amarrado a um poste e transpassado por flechas.

Para Roque Laraia (1984), Cultura seria tudo aquilo que alguém tem de conhecer ou acreditar para operar conscientemente e de maneira coerente no contexto de sua sociedade. Laraia introduz a ideia de que os seres enquanto atuantes no seu contexto individual e coletivo, independente de suas características sociais, mas não desassociados a ela - e em seu ciclo sociocultural, precisa e se faz necessário de esforços coletivos para a leitura ampla da sua estrutura social, perpassando sobretudo pelo fator cultura, este que vem como mecanismo de conhecimento de sua realidade, das realidades do seu passado, promovendo seu futuro em seu presente.

De acordo com a Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura (UNESCO), "a cultura é um motor essencial para o desenvolvimento sustentável, pois fomenta o respeito pela diversidade e promove a inclusão social". Através da cultura, comunidades encontram maneiras de expressar suas experiências, fortalecer seus vínculos sociais e construir um senso de pertencimento. A UNESCO constitui e reconhece que "a cultura está no cerne das políticas de desenvolvimento sustentável, ajudando a construir identidades, fomentar a coesão social e promover o desenvolvimento humano" (UNESCO, 2013). Dessa forma, a cultura não apenas enriquece as vidas das pessoas, mas também fortalece as bases para um crescimento inclusivo e sustentável.

Para além disso, a cultura fornece um contexto fundamental para a formação da identidade pessoal. Através da participação em práticas culturais, tradições e rituais, as pessoas desenvolvem um senso de quem são e de onde vêm. Esse senso de identidade cultural ajuda a construir a autoestima e a autoconfiança, fundamentais para o desenvolvimento pessoal e do consciente coletivo.

Uma abordagem imprescindível é reconhecer os trabalhadores, agentes, mobilizadores, fazedores, empreendedores, pesquisadores e demais pessoas da cultura e seus desafios, suas lutas e seus impactos positivos na sociedade, tão como na cidade de Biritinga, em que os agentes culturais desempenham um papel crucial na construção e preservação da identidade cultural da Bahia, do Nordeste e do Brasil. Eles atuam como guardiões e

promotores das tradições, práticas e expressões artísticas que definem a rica diversidade cultural da sua comunidade.

Os agentes culturais, sejam artistas, mestres de saberes tradicionais, educadores ou líderes comunitários, trabalham para manter vivas essas tradições através de diversas formas de expressão e educação. Eles organizam eventos, oficinas e festivais que celebram a cultura local, ao mesmo tempo em que educam as novas gerações sobre a importância de suas raízes culturais. Através dessas atividades, eles fortalecem o sentimento de identidade e pertencimento entre os biritinguenses, promovendo a valorização e o respeito pela diversidade cultural.

A importância desses agentes é reconhecida pela sua capacidade de adaptar e inovar, garantindo que as tradições culturais evoluam e permaneçam relevantes no contexto contemporâneo. Ao fazer isso, eles não apenas preservam o patrimônio cultural da cidade, do estado e do país, mas também contribuem para o desenvolvimento social e econômico da região, atraindo turismo e fomentando o orgulho comunitário. Os agentes, que são produtores diretos e indiretos da economia criativa, desempenham um papel crescente e crucial no desenvolvimento econômico global, ao valorizar e impulsionar setores baseados na criatividade e no conhecimento.

Segundo a Conferência das Nações Unidas sobre Comércio e Desenvolvimento (UNCTAD), "a economia criativa não só promove a diversidade cultural, mas também é uma fonte de emprego, inovação e desenvolvimento humano" (UNCTAD, 2010). Este setor abrange desde artes visuais e design até mídia digital, moda, e turismo cultural, contribuindo não apenas para o crescimento econômico, mas também para a promoção da cultura e da diversidade em nível mundial. A cultura e o lazer devem ser fatores imprescindíveis às pessoas, de maneira democrática, acessível e igualitária. A cultura propõe interação, constrói laços e torna melhor e principalmente mais leve e descontraído o caminhar humano.

No presente momento, o crescimento da economia criativa e da inovação vem como ferramentas norteadoras para a construção dos equipamentos culturais que ampliem, inovem, criem e abasteçam o setor cultural, visualizando esta parcela tanto do mercado quanto da sociedade, como um público apto ao consumo, a adesão e a fidelidade. Diante disso, a questão que será discutida nesse presente trabalho é: quais são as estratégias utilizadas pelos Fazedores e empreendedores de Cultura de Biritinga-BA?

O objetivo da pesquisa é identificar as estratégias utilizadas pelos Fazedores e Empreendedores de Cultura de Biritinga-BA para manter a adesão dos frequentadores de festas em eventos consecutivos. Além disso, a pesquisa sobre cultura tem uma importância significativa para a ciência, pois oferece uma compreensão mais completa e holística dos comportamentos humanos, das estruturas sociais e dos fenômenos culturais.

## A Cultura e as Festas e Manifestações Populares

A cultura constitui um elemento estruturante da vida social, pois organiza significados, orienta práticas e sustenta processos de identificação individual e coletiva. Nessa perspectiva, cultura pode ser compreendida como um sistema de sentidos compartilhados, "teias de significados", continuamente produzido e reinterpretado pelos sujeitos em suas interações (Geertz, 1989). Ao mesmo tempo, a cultura também se expressa como "modo de vida", incorporando valores, hábitos, linguagens e formas de convivência, o que a torna decisiva para a construção de identidades e pertencimentos (Williams, 2000; Hall, 2006). Assim, mais do que um conjunto de expressões artísticas, a cultura assume densidade histórica e territorial, pois se materializa em práticas e instituições marcadas por referências geográficas, políticas e simbólicas.

No caso das festas e manifestações populares, a cultura se manifesta como experiência coletiva e linguagem simbólica do território. As festas funcionam como rituais sociais que reforçam laços comunitários e produzem reconhecimento mútuo, favorecendo momentos de intensa integração e "efervescência coletiva", nos quais o grupo reafirma valores e identidades (Durkheim, 1996).

Além disso, as manifestações festivas podem produzir experiências de liminaridade e comunhão, capazes de reorganizar temporariamente papéis sociais e fortalecer a coesão comunitária (Turner, 1974). Segundo Catenacci (2001), repensar criticamente a noção de “popular” exige desmontar os processos, tanto acadêmicos quanto políticos, que historicamente a construíram e a colocaram em evidência. Isso implica revisitar e problematizar os enquadramentos que passaram a definir o popular, como as leituras folclorizantes, a mediação e a mercantilização promovidas pelas indústrias culturais e as apropriações do popular pelo populismo político.

Em diferentes contextos, o universo festivo também pode operar como espaço de inversão simbólica e criatividade social, aproximando-se da ideia de “carnavalização” como forma de expressão popular que combina celebração, tensão e disputa de sentidos (Bakhtin, 1987). No Brasil, as festas populares possuem centralidade histórica na produção de sociabilidade e identidades, sendo interpretadas como práticas que articulam tradição, religiosidade, lazer e organização comunitária (Damatta, 1997; Cascudo, 2001).

Na contemporaneidade, os significados das festas populares são atravessados por processos de globalização e mudanças nas dinâmicas de consumo cultural. A circulação ampliada de repertórios e narrativas intensifica encontros entre tradições e modernidades, produzindo hibridizações em que o popular se reinventa sem necessariamente romper seus vínculos territoriais (Canclini, 2008). Esses processos também se conectam à expansão de fluxos midiáticos e redes digitais, que alteram visibilidade, mobilização de públicos e circulação simbólica (Appadurai, 1996; Castells, 2013).

Assim, cultura, lazer e entretenimento tornam-se dimensões centrais da vida contemporânea, exigindo do poder público e de agentes privados formas de organização, infraestrutura e gestão compatíveis com novas expectativas sociais, sem descaracterizar o sentido tradicional das manifestações. Nessa direção, a cultura é cada vez mais reconhecida como dimensão do desenvolvimento humano e da cidadania, reforçando a importância de políticas e iniciativas que ampliem acesso, preservem patrimônios e fortaleçam ecossistemas culturais locais (UNESCO, 2013).

A economia criativa consolidou-se como perspectiva analítica ao reconhecer que bens e serviços culturais geram valor simultaneamente simbólico e econômico, ativando cadeias produtivas, serviços associados, circulação de renda e dinâmicas de desenvolvimento local (UNCTAD, 2010; UNESCO, 2013). O empreendedorismo cultural, por sua vez, refere-se à capacidade de agentes culturais de transformar repertórios simbólicos (tradições, narrativas, práticas e expressões artísticas) em experiências organizadas, viabilizando eventos por meio da combinação de recursos, coordenação de pessoas, parcerias, comunicação e estratégias de sustentabilidade.

A compreensão do empreendedorismo cultural em festas populares pode ser fortalecida quando se observa a cultura também como projeto: isto é, como um conjunto de atividades temporárias e recorrentes que exige coordenação, mobilização de recursos e entrega de valor simbólico e econômico ao público. Nessa direção, Freitas e Davel (2025) mostram que a gestão de projetos culturais é atravessada por uma criatividade plural, de natureza coletiva, que se realiza em processos como criação, captação de recursos e promoção, sustentados por uma prática de “gestão da relacionalidade”, isto é, pela administração de conexões e traduções criativas, além de limites e restrições que moldam o que é possível realizar no projeto. Essa abordagem é especialmente útil para interpretar eventos consecutivos em municípios de pequeno porte, pois evidencia que a continuidade depende menos de inspiração individual e mais da capacidade de articular pessoas, redes, recursos e narrativas em ciclos sucessivos de realização.

De modo complementar, a continuidade de festas populares também envolve desafios de governança, sobretudo quando a festa cresce, diversifica seus públicos e passa a depender de apoios externos. O caso de Almeida Filho e Davel (2026), ao discutir a Lavagem do Bonfim, evidencia que a realização de festas populares demanda governança colaborativa com múltiplos atores (poder público, grupos tradicionais, entidades religiosas, agentes culturais e patrocinadores), ao mesmo tempo em que a identidade cultural se torna um foco de tensão: decisões sobre patrocínios, ordenamento e formatos podem ser percebidas como “descaracterização”, gerando conflitos e desengajamento de atores centrais. Assim, para além da divulgação e da execução operacional, a manutenção de eventos consecutivos requer capacidade de construir acordos, gerir divergências e proteger elementos identitários, equilibrando modernização e tradição.

Para fins analíticos neste estudo, o empreendedorismo cultural é operacionalizado em cinco dimensões interdependentes: (i) criação (conteúdos, formatos e repertórios culturais que dão identidade ao evento); (ii) organização (planejamento, estrutura, logística e coordenação); (iii) redes e governança local (articulação com comunidade, comércio, poder público e coletivos); (iv) sustentabilidade econômica (condições de renda, financiamento e capacidade de reinvestimento); e (v) circulação/visibilidade (divulgação e mobilização de públicos, com destaque para redes sociais). Essas dimensões permitem compreender por que a continuidade de eventos consecutivos depende tanto da força simbólica da tradição quanto de competências de gestão e de arranjos de apoio institucional capazes de converter vitalidade cultural em permanência e geração de renda (UNCTAD, 2010; UNESCO, 2013).

De acordo com Oliveira (2014) a classificação dos eventos pode ser pública ou privada, com viés empresarial, técnico-científico, social ou outro; podem ser de pequeno, médio ou grande porte em relação ao público; podem ser fechados ou abertos; ter um período de realização fixo, móvel ou esporádico; ser de alta ou baixa relevância cultural; e quanto ao perfil dos participantes, ser geral, dirigido ou específico. Acrescenta-se o fator fluxo do evento, pois dependendo da proposta e da relevância cultural para determinado destino pode favorecer o fomento do turismo no local, região ou país.

Em municípios de pequeno porte, as festas populares frequentemente operam como “infraestrutura social do território”, conectando identidade, sociabilidade e economia local. A territorialidade cultural, nesse contexto, não se limita à localização geográfica das manifestações: ela envolve redes de relações, memórias compartilhadas e formas de organização comunitária que sustentam a continuidade dos eventos e conferem legitimidade social às celebrações. Essa perspectiva ajuda a compreender por que festas e rituais locais tendem a permanecer relevantes: a tradição atua como mecanismo de pertencimento e reconhecimento coletivo, reforçando a identidade do grupo e a transmissão intergeracional de saberes (Hall, 2006; Cascudo, 2001).

Ao mesmo tempo, a permanência das festas no tempo não depende apenas de simbolismos, ela requer organização, recursos, parcerias e capacidade de mobilização de público. Em contextos rurais, tais eventos costumam articular calendários comunitários, redes familiares, associações e apoio difuso do comércio local, funcionando como espaços de cooperação e como oportunidades de circulação econômica.

A gestão de eventos compreende um conjunto de práticas relacionadas ao planejamento, organização, execução e avaliação de atividades que envolvem públicos, recursos e riscos. Em especial em festas populares, dimensões como infraestrutura, segurança, logística, experiência do público, comunicação e relacionamento com parceiros são decisivas para a percepção de qualidade e para a confiança social na continuidade do evento (Watt, 2004; Zanella, 2008). Sob a lente da gestão, eventos recorrentes exigem padronização mínima de processos, divisão de responsabilidades e capacidade de antecipação de problemas, o que amplia previsibilidade e reduz vulnerabilidades típicas de contextos com poucos recursos.

A inovação, nesse cenário, deve ser compreendida como prática organizacional e social, isto é, como capacidade de combinar recursos e conhecimentos para aprimorar a entrega do evento e ampliar sua atratividade. Neste estudo, inovação é compreendida de forma ampla e aplicada, coerente com realidades culturais municipais: trata-se da implementação de novas combinações (ou recombinações) em práticas, processos, formatos e meios de interação com o público, capazes de melhorar a entrega do evento, ampliar adesão e sustentar continuidade.

Essa compreensão dialoga com abordagens de inovação como mudança implementada no nível organizacional e de processos (OCDE, Manual de Oslo) e, no campo cultural, com leituras que ressaltam a inovação como resultado de interações sociais, redes e condições institucionais que favorecem experimentação e aprendizagem (Burns, 2014; Ramella, 2013). Complementarmente, adota-se a ideia de que inovação em cultura frequentemente se manifesta como inovação incremental (melhorias graduais) e inovação social/organizacional (novas formas de cooperação e mobilização), além de inovação tecnológica acessível (Trzeciak, 2018).

No contexto contemporâneo, as redes sociais digitais ocupam lugar central nessa dinâmica, pois ampliam alcance, reduzem custo de divulgação e reconfiguram a forma como públicos são mobilizados e engajados (Castells, 2013; Recuero, 2009). A comunicação digital, portanto, não é mero “instrumento” adicional, ela

compõe a infraestrutura de visibilidade e adesão, influenciando a continuidade de eventos consecutivos por meio de reputação, narrativas, circulação de informações e ativação de redes.

## Cultura e Festas Populares em Biringinga/Ba

A cultura popular no município de Biringinga é um mosaico de tradições, crenças e expressões artísticas que resistem e se reinventam. É um convite à descoberta, à valorização da sua história e à difusão da força e da criatividade do povo nordestino, baiano e principalmente da região sisaleira. A sua preservação reside a essa herança entre o sagrado e o profano, e para que ela continue, é necessário um diagnóstico realista que a faça encarar, compreender, analisar e principalmente a inspirar o presente e as futuras gerações.

Biringinga-BA se encontra no território sisaleiro, completamente associada as manifestações sisaleiras e no seu escopo cultural, carrega consigo características, hábitos e ritos presentes e identitários dessa região. A cultura sisaleira é marcada pela influência de diversas etnias, como indígenas, africanos e europeus, que se misturaram ao longo dos séculos. As festas populares, a música, a dança, a culinária e o artesanato local carregam consigo essa rica diversidade. A religiosidade popular, com destaque para as festas de santos católicos, é um elemento central da identidade cultural da região.

O Censo 2022 em Biringinga-BA trouxe um retrato abrangente da cidade, revelando informações valiosas sobre sua população, renda, Índice de Desenvolvimento Humano (IDH) e diversos outros aspectos relevantes. Tendo uma população de 15. 146 habitantes, com 27, 35 habitantes por km<sup>2</sup>, indicando uma dispersão populacional moderada, o município apresenta renda média mensal por domicílio de R\$ 1.814,00 e IDH no valor de 0, 672, segundo a Câmara Municipal de Biringinga junto ao CENSO 2022.

Na estrutura administrativa cultural, o principal desafio do órgão é conseguir atender e fomentar as práticas culturais presentes no município, uma vez que, além do órgão responsável pela pasta cultural ainda ser muito “recente”, tendo seu início no ano de 2009, a Secretaria Municipal de Cultura, Eventos, Turismo & Lazer da cidade, além de construir com base no seu calendário, fomenta e apoia as práticas culturais em todo apoio com a logística, recurso, estrutura, pessoal, artistas e toda deliberação não burocrática para que os eventos e as manifestações aconteçam da forma mais eficiente e eficaz nos seus processos e execuções, além de ser um aliado administrativo na sua execução. No seu calendário cultural oficial, as manifestações culturais estão da seguinte forma (conforme quadro 1):

**Quadro 1** - Manifestações culturais

| EVENTO                 | DATA/LOCAL                                              | CARACTERIZAÇÃO                                                                     |
|------------------------|---------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------|
| Festa de ano Novo      | 01/01, Praça 20 de Janeiro ou 23 de abril               | Festejos de recepção ao novo ano                                                   |
| Festa de São Sebastião | 20 de janeiro, Praça 23 de Abril e Capela da Tapera     | Celebração do Co-Padroeiro                                                         |
| Aniversário da Cidade  | 23 de abril, Praça 23 de Abril e Praça 20 de Janeiro    | Manifestações Culturais em prol da memória e celebração da emancipação             |
| São João               | 24 de junho, Praça 23 de Abril e Praça 20 de Janeiro    | Celebração Junina                                                                  |
| Desfile Cívico         | 07 de setembro, Praça 23 de Abril                       | Manifestações Culturais em prol da memória e celebração da independência do Brasil |
| Consciência Negra      | 20 de novembro, Praça 23 de Abril e Praça 20 de Janeiro | Manifestações Culturais em prol da Cultura Negra                                   |
| Natal                  | 24 de dezembro, Praça 23 de Abril e Praça 20 de Janeiro | Celebração Natalina                                                                |

**Fonte:** Secretaria Municipal de Cultura, Eventos, Turismo & Lazer da Prefeitura Municipal de Biringinga-BA

O município possui o Conselho Municipal de Políticas Culturais, protocolado no dia 27 de junho de 2023 em diário, ele vem atuando como um órgão colegiado essencial para a promoção, desenvolvimento e defesa da cultura no âmbito municipal. Constituído por representante da sociedade civil e do poder público, o Conselho Municipal de Políticas Culturais de Biritinga-BA assume um papel crucial na construção de políticas públicas e na gestão democrática da cultura local, assistindo ao caminhar da gestão cultural e do fazer cultura, tendo como maior símbolo a sua formação representativa com membros de religiões de matriz africana, pesquisadores culturais, agentes, historiadores e fazedores de cultura.

Na iniciativa privada, a gestão cultural e o fazer cultura está associado a promoção de eventos principalmente realizados na zona rural, constituído a datas comemorativas do calendário cultural, e/ou a torneios, campeonatos, cavalgadas, celebrações privadas, festas tradicionais, dentre outras, uma vez que, assumem um papel fundamental no cenário cultural e socioeconômico do município que, na sua forma de gestão autêntica e privada, impulsionam o desenvolvimento da economia criativa ao gerar oportunidades de trabalho, renda e negócios, além desses eventos promoverem a valorização da cultura de Biritinga e a promoção da diversidade cultural.

No terceiro setor, ou no formato filantrópico, os eventos em Biritinga-BA, desempenham um papel específico na promoção do desenvolvimento social e cultural. As organizações não governamentais (ONGs), fundações e associações comunitárias frequentemente realizam eventos que visam arrecadar fundos para sua manutenção, conscientizar a população e fomentar a inclusão social. Esses eventos vão desde feiras beneficentes e shows de música até oficinas de capacitação e palestras educativas.

Além disso, é comum no município feiras e capacitações também fomentadas pelo poder público e pelo comércio local, que fomentam e fortalecem o tecido social e econômico das comunidades, e criam redes de solidariedade e cooperação, essencial para o desenvolvimento sustentável e inclusivo do município, como feiras de plantas, agricultura familiar, corte e costura, artesanato, feira agropecuária, eventos identitários, políticos, sociais, de saúde, assistência social e meio ambiente. Essas manifestações estão apresentadas no mapeamento do quadro 2.

**Quadro 2** – identificação das manifestações

| <b>NOME GRUPO/AGENTE CULTURAL/<br/>MANIFESTAÇÃO/<br/>CASA DE CULTURA/EVENTO</b> | <b>SEGMENTO/<br/>PEFIL/<br/>CARACTERIZAÇÃO</b> | <b>QUANTIDADE DE<br/>ENVOLVIDOS/<br/>MEMBROS</b> |
|---------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------|--------------------------------------------------|
| Grupo de Capoeira Biritinga                                                     | Grupo de Capoeira                              | 20                                               |
| Grupo Samba de Roda Boi Samba Burrinha                                          | Grupo de Dança, Música Popular e Arte          | 20 membros                                       |
| Quadrilha Junina da Tapera                                                      | Grupo de Dança e Arte                          | 30 membros                                       |
| BAMAB – BANDA MARCIAL DE BIRITINGA                                              | Banda, Filarmônica & Fanfarra                  | 30 membros                                       |
| Quadrilha Junina da Comunidade Quilombola Vila Nova                             | Grupo de Dança e Arte                          | 30 membros                                       |
| Black Dance                                                                     | Grupo de Dança e Arte                          | 10 membros                                       |
| Frutos da Cajazeiras                                                            | Grupo de Forró, Baião, Xote e Xaxado           | 10 membros                                       |
| Flor de Eucalipto                                                               | Grupo de Forró, Baião, Xote e Xaxado           | 10 membros                                       |
| Grupo Samba de Roda do Cardoso                                                  | Grupo de Dança, Música Popular e Arte          | 10 membros                                       |
| Grupo de Zumba de Biritinga-BA                                                  | Grupo de Dança, Música Popular e Arte          | 50 membros                                       |

|                                                             |                                                             |                        |
|-------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------|------------------------|
| AVABI – Associação dos Vaqueiros de Biritinga               | Associação Filantrópica de Afirmação de Políticas Culturais | 100 membros/associados |
| ONG Crescer & Viver em Comunidade                           | ONG de Afirmação Políticas Culturais                        | 50 membros/associados  |
| Casa de Axé Ilê Axé Ógúnsina                                | Casa de Axé, Terreiros e Povos Tradicionais                 | 100 membros            |
| Casa de Axé Omi Oiá                                         | Casa de Axé, Terreiros e Povos Tradicionais                 |                        |
| Casa de Axé Oxossi Obulaê                                   | Casa de Axé, Terreiros e Povos Tradicionais                 |                        |
| Terreiro de Oxossi                                          | Casa de Axé, Terreiros e Povos Tradicionais                 |                        |
| Grupo de Teatro Os Tropeiros                                | Grupo de Teatro                                             | 20 membros             |
| G+ de Biritinga-BA                                          | Grupo de Políticas Afirmativas da comunidade LGBTQPIA+      | 15 membros             |
| Bloco Inimigos do Fim                                       | Grupo/Bloco/Cordão Elétrico de Carnaval                     | 40 membros             |
| Bloco da ONG Crescer & Viver em Comunidade                  | Grupo/Bloco/Cordão Elétrico de Carnaval                     | 100 membros            |
| Bloco das Mocinha                                           | Grupo/Bloco/Cordão Elétrico de Carnaval                     | 30 membros             |
| Cordão dos Atrevidos                                        | Grupo/Bloco/Cordão Elétrico Junino                          | 40 membros             |
| Cordão do Pé de Macambira                                   | Grupo/Bloco/Cordão Elétrico Junino                          | 100 membros            |
| Tradicional Fogueira do SSF                                 | Evento                                                      | 600 foliões            |
| Forró do Pela                                               | Evento                                                      | 1000 foliões           |
| Forró da Tapera                                             | Evento                                                      | 1000 foliões           |
| Forró do Arco-Íris                                          | Evento                                                      | 1000 foliões           |
| Forró da Rua do Meio                                        | Evento                                                      | 1000 foliões           |
| Festa Sagrada de São Pedro e São Paulo – Buraco do Dinheiro | Evento religioso                                            | 1000 devotos           |
| Festa Sagrada de São Sebastião                              | Evento religioso                                            | 1000 devotos           |
| Tradicional Acompanhamento                                  | Evento religioso e profano                                  | 3000 foliões e devotos |
| Festa Sagrada de Nossa Senhora de Belém                     | Evento religioso e profano                                  | 2000 foliões e devotos |
| Biritinga Folia                                             | Evento                                                      | 10000 foliões          |
| Festa Sagrada de São José - Montanha                        | Evento religioso                                            | 1000 devotos           |
| Festa Sagrada de São Francisco de Assis - União             | Evento religioso                                            | 1000 devotos           |
| Festa Sagrada de Nossa Senhora do Rosário - Barreiro        | Evento religioso                                            | 1000 devotos           |
| Festa Sagrada de Santo Antônio – Vila Nova                  | Evento religioso                                            | 1000 devotos           |
| Aleluia Biritinga                                           | Evento religioso                                            | 5000 devotos           |
| Festival de Quadrilhas da Tapera                            | Evento                                                      | 1000 foliões           |

**Fonte:** Secretaria Municipal de Cultura, Eventos, Turismo & Lazer da Prefeitura Municipal de Biritinga-BA

Ao fomentar a cultura e a criatividade, os pontos apresentados no mapeamento favorecem a pesquisa, o entendimento, a compreensão real da situação e da realidade, além de favorecerem a geração de renda, a valorização do patrimônio cultural local e a atração do turismo, impulsionando a economia local e fortalecendo a identidade cultural das comunidades produtoras de cultura. Para além disso, preservam e difundem a memória cultural e histórica da cidade, conectando as gerações e garantindo a perpetuação de tradições e saberes antigos. Ao mesmo tempo, esses dados garantem o estudo da realidade, também olham para o futuro, promovendo a inovação cultural e a experimentação artística, impulsionando a cena cultural da cidade.

Este estudo parte do entendimento de que as festas populares operam como fenômenos simultaneamente simbólicos e organizacionais, de um lado, sustentam identidades, pertencimentos e memórias territoriais; de outro, dependem de decisões de gestão, recursos e arranjos de cooperação para se manterem ao longo do tempo.

## Procedimentos metodológicos

Esta pesquisa caracteriza-se como descritiva, com finalidade aplicada, voltada a identificar o cenário do empreendedorismo cultural em Biritinga-BA e compreender estratégias de adesão e manutenção de eventos consecutivos mobilizadas por fazedores de cultura. A abordagem adotada é quali-quantitativa, uma vez que se baseia em questionário estruturado e análise descritiva (frequências e percentuais), sendo complementada por interpretação qualitativa quando aplicável, com o objetivo de enriquecer a compreensão dos padrões observados.

A população de interesse compreende empreendedores/fazedores culturais do município de Biritinga-BA que atuam na realização de festas e manifestações populares. A amostra foi composta por 28 respondentes, selecionados por amostragem não probabilística por conveniência/cadastro, a partir de contatos disponibilizados pela Secretaria Municipal de Cultura, Eventos, Turismo & Lazer. Dessa forma, não se trata de amostra aleatória, mas de um recorte viável para mapear tendências e características do ecossistema cultural municipal.

A coleta ocorreu por meio de questionário online (*Google Forms*), encaminhado aos participantes via *WhatsApp*, contendo questões de perfil (idade, gênero, renda, territorialidade) e itens referentes à organização dos eventos, estratégias de divulgação, fatores de adesão do público e iniciativas associadas à inovação e engajamento. A aplicação seguiu fluxo remoto, com convite e acesso ao formulário via *link*, respeitando a voluntariedade das respostas. Segundo Prodanov e Freitas (2013), a coleta de dados é a fase fundamental da pesquisa científica, pois consiste na obtenção de informações necessárias para testar hipóteses, responder às perguntas de pesquisa e atingir os objetivos do estudo.

Os dados foram organizados em planilha eletrônica e analisados por estatística descritiva, com apresentação de frequências, percentuais e sínteses interpretativas. A interpretação foi orientada por dimensões teóricas previamente definidas: a) tradição/identidade; b) territorialidade; c) divulgação e redes sociais; d) qualidade da entrega do evento; e) sustentabilidade econômica do fazer cultural.

## Apresentação e análise dos resultados

Esta seção analisa os dados coletados junto a 28 empreendedores culturais do município de Biritinga-BA. A leitura dos resultados foi orientada por quatro dimensões articuladas ao referencial teórico: (i) territorialidade e tradição, entendidas como bases de legitimidade social e continuidade das manifestações (Geertz, 1989; Hall, 2006; Durkheim, 1996; Turner, 1974; Cascudo, 2001); (ii) adesão e mobilização de públicos como expressão de redes sociais, narrativas e circulação simbólica ampliada por meios digitais (Appadurai, 1996; Castells, 2013;

Recuero, 2009); (iii) gestão e qualidade da entrega do evento (estrutura, logística, segurança e comunicação) como condicionantes de experiência, confiança e recorrência (Watt, 2004; Zanella, 2008); e (iv) sustentabilidade econômica do fazer cultural, compreendendo limites de renda e condições institucionais de apoio para que a vitalidade cultural se converta em continuidade e geração de oportunidades (UNCTAD, 2010; UNESCO, 2013).

Os dados indicam concentração de fazedores/empreendedores culturais entre 26 e 45 anos, sinalizando um “miolo geracional” em que convivem disposição inovadora e capacidade de execução. Esse resultado é coerente com a noção de que criatividade e inovação emergem de mecanismos sociais, redes de interação e condições institucionais que favorecem experimentação e aprendizagem, e não apenas de talentos individuais (Burns, 2014; Ramella, 2013).

No contexto de Biringa, a presença relevante de jovens (15–25) sugere um pipeline cultural em formação, que tende a ganhar força quando há ambientes que combinam regras mínimas e flexibilidade para criação e circulação de ideias (Trzeciak, 2018). Assim, mais do que um dado demográfico, a faixa etária predominante pode ser interpretada como evidência de um ecossistema cultural em transição, onde a profissionalização e a inovação dependem de condições de apoio (infraestrutura, circulação, financiamento e formação) para se consolidarem como estratégia de desenvolvimento local (UNCTAD, 2010; UNESCO, 2013).

O equilíbrio de gênero (50% homens; 50% mulheres) sugere um campo cultural local com porta de entrada relativamente simétrica entre gêneros, o que reforça a cultura como dimensão de inclusão social e coesão comunitária. Ao se compreender a cultura como eixo do desenvolvimento humano e sustentável, esse resultado ganha densidade interpretativa: a participação equilibrada amplia repertórios, favorece pluralidade de narrativas e fortalece a legitimidade social das iniciativas culturais (UNESCO, 2013).

Além disso, a diversidade na produção cultural tende a ampliar a capacidade de inovação por combinar experiências, visões e formas de organização distintas, o que se conecta ao entendimento de inovação como fenômeno que depende de interações e arranjos sociais (Ramella, 2013; Burns, 2014). Nesse sentido, o dado não deve ser lido apenas como “paridade numérica”, mas como oportunidade para políticas e projetos que consolidem lideranças diversas, redes de cooperação e trajetórias de profissionalização no setor cultural.

Embora o perfil demográfico ajude a caracterizar quem sustenta a cena cultural local, a compreensão do empreendedorismo cultural exige avançar para as condições materiais de realização. Nesse sentido, a renda declarada pelos respondentes funciona como indicador indireto da capacidade de investimento em estrutura, comunicação e continuidade dos eventos, bem como das dificuldades de profissionalização do fazer cultural.

A predominância de renda entre 1 e 3 salários-mínimos evidencia um ponto crítico: a cultura aparece como atividade econômica relevante, porém marcada por fragilidade de sustentabilidade financeira. Isso dialoga com a compreensão da economia criativa como fonte de emprego, inovação e desenvolvimento humano, mas que exige condições institucionais para gerar estabilidade e expansão de valor (UNCTAD, 2010). A leitura estratégica do dado sugere que a precariedade limita investimento em qualidade, comunicação e infraestrutura, dimensões reconhecidas como centrais para planejamento e operação de eventos (Zanella, 2008; Watt, 2004; Oliveira, 2014).

Nesse cenário, a profissionalização do setor tende a depender de arranjos híbridos (apoio público, parcerias e modelos de receita) e de práticas de gestão capazes de reduzir riscos e elevar previsibilidade de entrega (Kerzner, 2006; Gohr et al., 2013). Assim, o achado aponta para uma agenda de política pública e gestão, criar mecanismos de financiamento, capacitação e infraestrutura que convertam alto dinamismo cultural em trabalho decente, continuidade e impacto local.

As limitações econômicas, entretanto, não operam isoladamente: elas se combinam com o território em que os eventos acontecem. Assim, examinar a distribuição rural/urbana permite interpretar como redes comunitárias, infraestrutura disponível e circulação de público interferem nas estratégias de manutenção e no desenho das festas. A concentração da produção cultural na zona rural (64,3%) indica que a cultura em Biringa opera como infraestrutura social do território, onde tradição, sociabilidade e economia se articulam. Essa evidência reforça a leitura de que manifestações culturais não são apenas “eventos”, mas plataformas de identidade e desenvolvimento, capazes de sustentar pertencimento e coesão (UNESCO, 2013).

Do ponto de vista da economia criativa, a centralidade rural sugere um ativo estratégico como circuitos culturais podem fortalecer cadeias locais (serviços, alimentação, transporte, artesanato), desde que existam condições de gestão e apoio para elevar qualidade e escala (UNCTAD, 2010; Zanella, 2008). Em termos de inovação, o achado indica que “novo” e “tradicional” podem coexistir: a inovação tende a emergir quando há ambiente favorável, com regras e flexibilidade para experimentar formatos e tecnologias (Trzeciak, 2018; Carvalho; Reis; Cavalcante,

2011). Assim, políticas culturais territorializadas, com infraestrutura, conectividade, formação e redes, são decisivas para transformar essa potência rural em trajetórias sustentáveis e em vantagem competitiva cultural do município.

### **Cultura popular e tradição**

De acordo com os resultados, a produção de eventos como cavalgadas, vaquejadas, bolões, argolinhas e encontros de vaqueiros, assim como de campeonatos e torneios de futebol, representa 53,8% das atividades desenvolvidas pelos empreendedores culturais da cidade. Essa alta incidência demonstra a importância dessas manifestações para a identidade local e a força da cultura popular na região.

As festas juninas também ocupam um lugar de destaque, com 19,2% dos empreendedores atuando nesse segmento. Já os eventos religiosos e as manifestações de matriz africana, como o samba de roda e a capoeira, representam 23% das atividades, evidenciando a diversidade cultural presente em Biritinga.

É interessante notar que apenas 1% dos entrevistados realizam eventos como congressos, workshops e palestras. Esse dado pode indicar uma menor presença de atividades mais formais e voltadas para a produção de conhecimento na cena cultural local. Eventos privados (apenas lucrativo sem simbologia identitária, representativa e/ou tradicional), políticos, filantrópicos e encontro de paredes não somaram 1% na pesquisa.

### **Produtividade da Cena Cultural em Biritinga: Um Olhar sobre a Frequência de Eventos**

A pesquisa também revelou sobre a frequência com que os eventos culturais são produzidos no município. A análise dos resultados mostrou uma distribuição variada na quantidade de eventos realizados anualmente por cada empreendedor. A maior parte dos empreendedores, cerca de 53,6%, produz entre 3 e 5 eventos por ano. Esse dado indica um ritmo de trabalho considerável e uma dedicação consistente à produção cultural. Em seguida, 28,6% dos entrevistados realizam entre 1 e 2 eventos anualmente, demonstrando uma produção mais esporádica ou focada em projetos de maior porte. Um grupo menor, 10,7%, organiza entre 5 e 8 eventos por ano, evidenciando um alto nível de produtividade. Por fim, 7,1% dos empreendedores realizam apenas 1 evento anualmente, indicando uma produção mais restrita ou concentrada em projetos específicos.

A diversidade na frequência de produção de eventos revela um cenário cultural dinâmico e diversificado em Biritinga. A presença de empreendedores que produzem um número considerável de eventos ao longo do ano contribui para a oferta constante de atividades culturais para a população, enquanto aqueles que realizam menos eventos podem se dedicar a projetos mais complexos e elaborados. É importante ressaltar que a frequência de produção de eventos pode estar relacionada a diversos fatores, como a disponibilidade de recursos financeiros, a estrutura de apoio, a demanda do público e as características de cada projeto. A compreensão desses fatores é fundamental para o desenvolvimento de políticas públicas e iniciativas que visam fortalecer a produção cultural em Biritinga.

### **Estratégias de Divulgação: Um Panorama da Cena da Cultura**

A pesquisa apontou que 46,4% dos entrevistados utilizam uma combinação abrangente de estratégias para divulgar seus eventos, incluindo redes sociais (principalmente WhatsApp e Instagram), convites físicos, parcerias com outros empreendedores e instituições, carros de som, e-mail e telefonemas. Essa abordagem multifacetada demonstra a busca por alcançar um público amplo e diversificado, explorando diferentes canais de comunicação e adaptando as mensagens às características de cada público.

Em contrapartida, 32,1% dos empreendedores se concentram exclusivamente nas redes sociais para divulgar seus eventos. O uso intensivo de plataformas como WhatsApp, Instagram, Twitter, YouTube e Facebook reflete a importância crescente das mídias digitais na comunicação e a capacidade das redes sociais de alcançar muitas pessoas de forma rápida e eficiente.

Uma parcela menor dos entrevistados, 17,9%, utiliza apenas o carro de som como ferramenta de divulgação. Essa estratégia, embora mais tradicional, continua sendo eficaz para alcançar um público local e específico, especialmente em áreas com menor acesso à internet. Por fim, 3,6% dos empreendedores se concentram em

parcerias e colaborações com outras instituições e empresas para divulgar seus eventos. Essa abordagem permite ampliar o alcance da divulgação e fortalecer a rede de relações no setor cultural.

É importante ressaltar que a escolha das estratégias de divulgação está diretamente relacionada a diversos fatores, como o tipo de evento, o público-alvo, os recursos disponíveis e as características do território. A compreensão dessa diversidade é fundamental para o desenvolvimento de políticas públicas e iniciativas que visam fortalecer a divulgação da cultura em Biringa e promover o acesso da população aos eventos culturais.

A centralidade das redes sociais como mecanismo de divulgação pode ser interpretada à luz das redes digitais como estruturas de conexão, circulação e visibilidade, que reorganizam as dinâmicas de comunicação e mobilização de públicos (Recuero, 2009; Vermelho et al., 2014). Em termos estratégicos, isso reforça que a adesão não depende apenas do conteúdo do evento, mas da capacidade de ativar redes, narrativas e reputação, combinando alcance digital com ancoragens territoriais (Watt, 2004; Zanella, 2008).

Divulgar é condição necessária, mas não suficiente, a continuidade de eventos consecutivos depende de motivos de adesão que mantenham o interesse do público ao longo do tempo. Assim, a próxima etapa da análise identifica quais atributos, tradição, gratuidade, estrutura, segurança e comunicação, aparecem como determinantes para a participação e a recorrência.

### **Fatores Essenciais para a Adesão do Público a Eventos Culturais em Biringa**

A pesquisa indicou que 32,1% dos empreendedores consideram a manutenção da tradição dos eventos como um fator essencial para a adesão do público. Essa percepção demonstra a importância da preservação das raízes culturais e a valorização das tradições locais para a construção de uma identidade cultural forte. Por outro lado, 17,9% dos entrevistados destacam a gratuidade e a ausência de taxas ou ingressos como um fator determinante para a participação do público. Essa perspectiva evidencia a importância do acesso democrático à cultura e a necessidade de oferecer opções de lazer gratuitas para a população.

Compreendidos os fatores de adesão, torna-se possível avançar para o núcleo do problema de pesquisa: como os eventos se mantêm de forma contínua. A manutenção envolve decisões de gestão, articulação de parceiros, previsibilidade mínima de recursos e capacidade de ajustar o evento a expectativas do público sem romper sua identidade.

Além disso, 10,7% dos empreendedores consideram a inovação, a comunicação eficiente e uma boa estrutura como elementos essenciais para atrair o público. Essa visão demonstra a importância de aliar a tradição à contemporaneidade, utilizando ferramentas de comunicação eficazes e oferecendo uma experiência de qualidade aos participantes. A pesquisa também revelou que 7,2% dos empreendedores destacam a importância das parcerias e colaborações para atrair o público. Essa perspectiva evidencia a necessidade de construir redes de colaboração e fortalecer o tecido social local.

Outros fatores mencionados pelos empreendedores incluem a capacidade de se comunicar e investir em inovação de festas (3,6%), o bom relacionamento com a comunidade (3,6%) e preços acessíveis de produtos e serviços (3,6%). É importante ressaltar que 21,4% dos entrevistados consideram todas as opções acima como essenciais para a adesão do público, demonstrando a complexidade dos fatores que influenciam a decisão de participar de um evento cultural.

A valorização de tradição, gratuidade, estrutura e comunicação sugere uma lógica de “proposta de valor” cultural: o público adere quando percebe sentido identitário (tradição), acessibilidade (gratuidade/preço) e qualidade de entrega (estrutura e comunicação). Essa combinação se alinha a abordagens de planejamento e gestão de eventos que enfatizam experiência, consistência operacional e alinhamento com expectativas do público (Oliveira, 2014; Zanella, 2008; Watt, 2004).

A manutenção, porém, não se restringe à repetição do que já funciona. Em ambientes culturais competitivos e digitalizados, a continuidade tende a depender de aprendizado, inovação incremental e estratégias de engajamento. Por isso, analisam-se a seguir as práticas citadas pelos respondentes relacionadas a marketing, tecnologias e melhoria da experiência do público.

## Engajamento e Inovação: Chaves para o Sucesso de Eventos Culturais em Biritinga

A pesquisa revelou um consenso sobre os elementos-chave para garantir a manutenção e adesão do público em suas atividades. Os resultados indicam uma tendência para a valorização da interação e do engajamento do público, além da busca por inovação e personalização das experiências culturais. De acordo com os dados, 56% dos entrevistados consideram fundamental facilitar a interação e o engajamento do público com as atividades. Essa percepção demonstra a importância de criar espaços de diálogo, promover a participação ativa e estimular a conexão entre os artistas e o público.

Outro ponto destacado pelos empreendedores é a importância de utilizar todos os métodos de marketing disponíveis (24%). Essa visão demonstra a necessidade de adotar uma abordagem multimídia para divulgar os eventos e alcançar um público mais amplo. As redes sociais, os e-mails, os materiais impressos e as parcerias com outros veículos de comunicação são ferramentas importantes para promover as atividades culturais e gerar interesse no público.

A inovação também é um fator crucial para o sucesso dos eventos culturais em Biritinga. De acordo com 16% dos entrevistados, a integração de novas tecnologias e mídias interativas nas apresentações é fundamental para atrair e engajar o público. A utilização de recursos como realidade virtual, projeções mapeadas e aplicativos interativos pode proporcionar experiências únicas e memoráveis, tornando os eventos mais atrativos e competitivos.

A personalização das experiências culturais também é um aspecto relevante. 4% dos entrevistados acreditam que criar experiências personalizadas e imersivas para o público é o melhor caminho para a manutenção e adesão. Essa abordagem consiste em oferecer experiências únicas e significativas para cada participante, levando em consideração seus interesses e expectativas.

Quando os respondentes priorizam engajamento, marketing multicanal e tecnologias, reforçam a inovação como prática de gestão, isto é, inovação como capacidade de combinar recursos (tecnológicos e sociais) para entregar experiências relevantes. Essa leitura dialoga com a gestão da inovação, que trata inovação como processo organizacional e cultural, e não apenas como “ideia criativa” (Carvalho; Reis; Cavalcante, 2011; Trzeciak, 2018).

Em síntese, os resultados sugerem que a continuidade dos eventos em Biritinga emerge da articulação entre tradição (legitimidade social), território (redes comunitárias e protagonismo rural) e gestão (estrutura, comunicação e coordenação), com destaque para as redes sociais como infraestrutura contemporânea de mobilização. Ao mesmo tempo, permanecem desafios de sustentabilidade econômica que limitam investimentos e exigem arranjos de apoio e profissionalização para transformar vitalidade cultural em continuidade e geração de renda.

Os achados permitem sintetizar um mapa de estratégias centrais acionadas pelos empreendedores culturais para sustentar a adesão e a continuidade de eventos consecutivos em Biritinga-BA. Esse mapa evidencia que a permanência dos eventos decorre menos de um único fator e mais da combinação entre legitimidade simbólica, mobilização comunicacional, qualidade de entrega, arranjos de cooperação e adaptações incrementais às condições econômicas e territoriais.

Quadro 3 – mapa das estratégias centrais

| Estratégia central                    | Como opera                                 | Condições em que é mais crítica        | Resultado/efeito na continuidade      |
|---------------------------------------|--------------------------------------------|----------------------------------------|---------------------------------------|
| Enraizamento identitário (tradição)   | Legítima, gera pertencimento e confiança   | Zona rural; alta coesão comunitária    | Adesão recorrente e “marca cultural”  |
| Mobilização digital (redes sociais)   | Divulga, engaja, reduz custo e ativa redes | Renda baixa; necessidade de alcance    | Amplia público e previsibilidade      |
| Acessibilidade (gratuidade/barreiras) | Reduz custo de participação                | Contextos de baixa renda               | Aumenta adesão e volume de público    |
| Qualidade da entrega (estrutura)      | Melhora experiência e reduz falhas         | Eventos maiores/complexos              | Fideliza e sustenta reputação         |
| Cooperação territorial (parcerias)    | Compartilha recursos e trabalho            | Baixa sustentabilidade econômica       | Viabiliza execução e recorrência      |
| Inovação incremental                  | Atualiza formatos/engajamento              | Atenção dispersa; competição simbólica | Mantém relevância sem romper tradição |

Fonte: Elaborado pelos autores (2025)

Em conjunto, o mapa indica que a continuidade dos eventos em Biringinga depende de um equilíbrio: a tradição fornece legitimidade e sentido; as redes sociais ampliam mobilização; a acessibilidade sustenta volume de público; a qualidade da entrega mantém confiança; parcerias viabilizam recursos; e a inovação incremental preserva relevância ao longo do tempo. Esse arranjo ajuda a explicar por que a zona rural aparece como protagonista (redes comunitárias e identidade) e porque a renda baixa impõe limites (reduz reinvestimento), tornando parcerias e estratégias digitais ainda mais centrais para sustentar eventos consecutivos.

## Considerações finais

O presente estudo teve como objetivo identificar o cenário do empreendedorismo cultural no município de Biringinga-BA, com foco nas festas populares e nas práticas de gestão e inovação mobilizadas pelos fazedores de cultura. A partir do levantamento com 28 empreendedores culturais, foi possível delinear um panorama em que a cultura se apresenta, simultaneamente, como patrimônio identitário e como ativo econômico capaz de dinamizar serviços, fortalecer vínculos comunitários e sustentar circuitos locais de renda e trabalho.

Os resultados mostram uma cena cultural marcada por equilíbrio de gênero e por elevada intensidade de realização de eventos, o que sinaliza capacidade de mobilização social e competência prática na organização das atividades culturais. Ao mesmo tempo, observa-se que a sustentabilidade econômica ainda é um desafio relevante: a predominância de rendas mais baixas sugere limites estruturais para investimento em infraestrutura, comunicação, segurança, logística e profissionalização, dimensões que tendem a elevar qualidade, previsibilidade e confiança do público nos eventos.

Outro achado central refere-se ao papel das redes sociais como principal instrumento de divulgação e engajamento. Esse resultado aponta para uma transição na forma de operar a cultura local: manter a tradição continua sendo decisivo para a adesão e continuidade das festas, mas o sucesso passa a depender de estratégias de comunicação digital, narrativa do evento, relacionamento com públicos e ampliação de parcerias. Assim, o

município revela um movimento promissor de hibridização entre tradição e inovação, no qual os ritos e manifestações populares permanecem como núcleo simbólico, enquanto ferramentas contemporâneas são incorporadas para fortalecer alcance e atratividade.

A pesquisa também evidenciou o protagonismo da zona rural na produção cultural de Biritinga, ressaltando que as festas populares funcionam como uma verdadeira infraestrutura territorial, organizada por comunidades e redes locais. Esse elemento reforça a necessidade de políticas culturais territorializadas, capazes de apoiar infraestrutura, circulação e capacitação dos fazedores, reconhecendo que a cultura rural não é periferia do desenvolvimento: ela pode ser o seu motor.

Do ponto de vista aplicado, os achados indicam que o fortalecimento do empreendedorismo cultural em Biritinga demanda: (i) arranjos de governança local envolvendo poder público, comércio e coletivos culturais; (ii) modelos de financiamento e apoio (editais, patrocínios, parcerias e instrumentos simplificados de fomento); (iii) qualificação em gestão de eventos (planejamento, custos, riscos, logística e experiência do público); e (iv) estratégias digitais estruturadas, para ampliar visibilidade e conversão de público, sem descaracterizar o sentido tradicional das manifestações.

Como limitação, ressalta-se o recorte amostral e o uso de questionário, que oferecem um retrato consistente, porém ainda parcial, do ecossistema cultural. Pesquisas futuras podem aprofundar a análise com triangulação metodológica (entrevistas, observação e dados secundários), além de investigar cadeias de valor dos eventos, modelos de receita e impactos socioeconômicos no território.

Como agenda de pesquisa, recomenda-se ampliar amostra e estratificar por tipologias de evento e território (urbano/rural), triangular questionário com entrevistas e dados secundários, analisar modelos de receita/custo e cadeias de valor (transporte, alimentação, serviços), avaliar efeitos de estratégias digitais sobre adesão (métricas de alcance e conversão); e investigar impactos de políticas culturais (conselho, editais e parcerias) na continuidade dos eventos e na renda dos fazedores.

## Referências

- Almeida Filho, A., & Davel, E. (2026). Identidade cultural como desafio de governança colaborativa: A experiência da Lavagem do Bonfim. *Perspectivas Contemporâneas*, 21(1), 1–14. <https://doi.org/10.54372/pc.2026.v21.3691>
- Appadurai, A. (1996). *Modernity at large: Cultural dimensions of globalization*. University of Minnesota Press.
- Bakhtin, M. (1987). *A cultura popular na Idade Média e no Renascimento: O contexto de François Rabelais*. Hucitec.
- Burns, T. R. (2014). *The sociology of creativity: A sociological systems framework to identify and explain social mechanisms of creativity and innovative developments*. CIES-IUL.
- Câmara Municipal de Biritinga. (n.d.). *População de Biritinga (BA)*. Recuperado em 21 de fevereiro de 2026, de <https://camarabiritinga.ba.gov.br/populacao-de-biritinga-ba-e-de-15-146-pessoas-aponta-o-censo-do-ibge>
- Carvalho, H. G., Reis, D. R., & Cavalcante, M. B. (2011). *Gestão da inovação*. Aymarã.
- Cascudo, L. da C. (2001). *Dicionário do folclore brasileiro* (11ª ed.). Global.
- Castells, M. (2013). *Redes de indignação e esperança: Movimentos sociais na era da internet*. Zahar.
- Catenacci, V. (2001). Cultura popular: Entre a tradição e a transformação. *São Paulo em Perspectiva*, 15(2).
- DaMatta, R. (1997). *Carnavais, malandros e heróis: Para uma sociologia do dilema brasileiro* (6ª ed.). Rocco.

- Durkheim, É. (1996). *As formas elementares da vida religiosa: O sistema totêmico na Austrália*. Martins Fontes.
- Freitas, R. G., & Davel, E. P. B. (2025). Gestão de projetos culturais: A criatividade plural como prática de gestão. *Revista de Gestão e Projetos*, 16(1), 41–64. <https://doi.org/10.5585/2025.27438>
- Geertz, C. (1989). *A interpretação das culturas*. LTC.
- Gohr, C. F., Santos, L. C., Schwingel, Â. W., & Talamini, E. (2013). Gestão de projetos de eventos culturais em uma universidade pública federal: Análise de práticas e proposição de melhorias. *Revista de Administração da UFSM*, 6(3), 511–526.
- Hall, S. (2006). *A identidade cultural na pós-modernidade* (11ª ed.). DP&A.
- Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. (2025). *PNAD contínua: Rendimento de todas as fontes 2024*. IBGE.
- Kerzner, H. (2006). *Gestão de projetos: As melhores práticas* (2ª ed.). Bookman.
- Oliveira, K. V. R. (2014). *Planejamento e organização de eventos*. Editora NT.
- Oliveira, F. G. B. (2016). Comportamento do consumidor: Os fatores de influência. *Revista Científica Multidisciplinar Núcleo do Conhecimento*, 1(9), 613–630.
- Ramella, F. (2013). *Sociologia dell'innovazione economica*. Il Mulino.
- Recuero, R. (2009). *Redes sociais na internet*. Sulina.
- Salles, R. de L. (2022). Economia criativa: Uma estratégia de desenvolvimento urbano em Belo Horizonte. *Cadernos Metrópole*, 24(54), 721–738.
- Santos, R. A. dos. (2010). A importância dos eventos para o desenvolvimento regional. *Revista Científica de Turismo*.
- Silva, E. P. (2010). Cultura e desenvolvimento humano: O papel do Estado e da sociedade civil na consolidação da cidadania cultural. *Revista de Informação Legislativa*, 47(185).
- Souza, B. D., & Nunes Junior, P. C. (2017). Sustentabilidade em eventos culturais: Estudo de caso em um projeto de extensão universitária. *Revista Brasileira de Extensão Universitária*, 8(1), 31–38.
- Trzeciak, D. S., et al. (2018). *Inovação: Uma nova cultura*. Instituto Anima Sociesc de Inovação, Pesquisa e Cultura; HB Editora.
- Turner, V. (1974). *O processo ritual: Estrutura e antiestrutura*. Vozes.
- UNCTAD. (2010). *Creative economy report 2010: A feasible development option*. United Nations.
- UNESCO. (2013). *Creative economy report 2013 special edition: Widening local development pathways*. UNESCO.
- Vermelho, S. C., Velho, A. P. M., Bonkovoski, A., & Pirola, A. (2014). Refletindo sobre as redes sociais digitais. *Educação & Sociedade*, 35(126), 179–196.
- Williams, R. (2000). *Cultura*. Paz e Terra.
- Zanella, L. C. (2008). *Organização de eventos: Manual prático* (4ª ed.). Atlas.
- Watt, D. C. (2004). *Gestão de eventos em lazer e turismo*. Bookman.