



**UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO
FACULDADE DE DIREITO
DEPARTAMENTO DE DIREITO DO ESTADO**

SEMINÁRIO 9 CASO SÃO LUIZ DO PARAITINGA

No dia 24 de janeiro de 2017 a Prefeitura de São Luiz do Paraitinga divulgou nota oficial declarando que o tradicional Carnaval de Marchinhas não iria ser realizado. Pesou para a decisão dívida superior a R\$ 2,3 milhões deixada pela gestão anterior, precarização de infraestrutura e insumos básicos de gestão pública – 65% dos veículos estavam sucateados – e a intervenção na Santa Casa de Misericórdia. Se realizado, o Carnaval de Marchinhas desequilibraria ainda mais as contas públicas da cidade, conforme apresentado na audiência pública realizada na noite anterior ao anúncio.

Os leais 150 mil foliões trajados de chita do Carnaval de São Luiz do Paraitinga tomaram rumo para outras cidades que receberam os blocos do Carnaval de Marchinhas. Os Blocos do Barbosa, Juca Teles e o da Maricota, por exemplo, se apresentaram nas cidades de São José dos Campos, Caraguatatuba, São Sebastião, Pindamonhangaba, Tremembé, Aparecida, Cunha, Roseira e Piquete.

Em São Luiz do Paraitinga, os foliões não pulariam carnaval de rua. Após o cancelamento do Carnaval de Marchinhas, a Prefeitura editou Decreto, após audiência pública, proibindo a

“propagação de som com a utilização de caixas e amplificadores em áreas ou vias públicas, inclusive em veículo de qualquer espécie”, dentre outras medidas, como fechamento do comércio até à meia-noite. A despeito da proibição, empresário financiou a realização do Festival de Marchinhas no Clube de Campo, ao custo de R\$ 20 por ingresso. O Clube de Campo tem capacidade de 800 pessoas. Mesmo sem trio elétrico e sem caro de som, o Juca Teles foi à rua para um desfile tímido após um café da manhã oferecido pelo bloco – o Café do Juca.

A realização do carnaval de rua sempre foi um desafio às cidades interioranas. Apesar de seu forte valor social e cultural, há dificuldade de custeio e de gestão da festividade. São Luiz do Paraitinga abriu licitação no ano de 2015 para terceirização do Carnaval de Marchinhas. O vencedor do certame celebraria contrato de concessão de uso de espaço público para gestão de carnaval. Sua remuneração viria da exploração carnavalesca com 30 bancas no centro histórico (14 de comida e 16 de bebida) e camarotes VIPs, comprometendo-se a investir R\$ 413 mil em infraestrutura festiva (palco, som, iluminação, banheiros químicos etc.). Contudo, a empresa Four Shine, que se sagrou vencedora do certame,

não celebrou o contrato: a 15 dias do carnaval, a Prefeitura anulou a licitação com fundamento na supremacia do interesse público sobre o interesse privado e na indisponibilidade do interesse público. Eis o teor da decisão do Prefeito Alex Euzébio Torres:

“A Constituição de 1988 impõe um arcabouço legal que abaliza a ação administrativa: legalidade, impessoalidade, moralidade, publicidade e eficiência. A par deles, sobrelevam-se em importância os princípios da supremacia do interesse público e da indisponibilidade deste interesse. Por isso, forçoso que seja acolhido o parecer jurídico do órgão específico exarado nas folhas de nº 188 a 195 desses autos. Dessarte, com fulcro no poder da autotutela, corolário do princípio da legalidade consagrado na cabeça do art. 37 da Carta Política, bem como nas Súmulas 346 e 473 do Supremo Tribunal Federal, decido anular o procedimento administrativo licitatório de nº 402/2014, de uso do espaço público para a gestão do carnaval. Seja dada publicidade a este despacho. Notifique-se a empresa”.

Em outras cidades, alternativas de viabilização econômica e gestão do carnaval de rua vêm sendo experimentadas. Em Brasília foi editado o Decreto 38.019/2017 para disciplinar o carnaval de rua e estabelecer mecanismo de fomento para atração de patrocínio privado por meio de deduções fiscais. A cidade de São Paulo viu o seu carnaval de rua ganhar projeção: no ano de 2017 houve um aumento de 62% no número de blocos na comparação com o ano anterior. São ao todo 495 blocos registrados e 3

milhões de foliões ao custo de R\$ 15 milhões, os quais foram integralmente doados por empresas privadas. Outra alternativa em uso é o patrocínio por empresas estatais, como se verificou neste ano no carnaval de rua de Cachoeira do Sul, que recebeu R\$ 67 mil de patrocínio da Corsan.