



SALVADOR-BAHIA, A CIDADE DA MULTIPLICAÇÕES DE EVENTOS

SALVADOR-BA, THE CITY OF MULTIPLICATION OF EVENTS

1. Marcel Azevedo Batista D'Alexandria  <https://orcid.org/0000-0002-5806-8863>

1. Universidade Federal de Alfenas,  Alfenas, Minas Gerais, Brasil

Autor de correspondência: marcel.ccs@gmail.com

RESUMO: Compreende-se que diversas cidades adotaram o modelo de Empresariamento Urbano (Harvey,1996) para suas gestões e Salvador encontra-se nesse bojo. Ressalta-se que o município aderiu este modelo a partir do ano de 2013, no intuito de intensificar a sua competitividade no cenário da Guerra dos Lugares (Santos, 2001) e ratificando a condição de mercadoria (Vainer,2003). Destaca-se que este modelo de Empresariamento Urbano ocorrido em Salvador foi pautado em dois eixos primordiais, o processo de refuncionalização dos espaços, bem como a produção de eventos. Eventos esse que, conforme Santos (2003), compreende-se como ações de intencionalidade, realizado por atores específicos, no caso de Salvador, o poder público municipal e a massificação destes eventos por toda a cidade. Portanto, o presente trabalho tem como objetivo debater a produção de eventos em Salvador como instrumento de projeto político municipal, os quais tem como foco principal a transformação da capital baiana em uma cidade como mercadoria, dentro do contexto da Guerra dos Lugares, entre os anos de 2012 a 2019. Quanto à abordagem metodológica, o supracitado artigo pautou-se nas pesquisas bibliográficas e levantamento de arquivos de jornais de Salvador-BA, para compreender e debater os aspectos referentes à produção de eventos em Salvador por meio do poder público municipal.

Palavras-chave: Eventos, Cidade como Mercadoria, Empresariamento Urbano, Refuncionalização.

ABSTRACT: It is understood that several cities have adopted the Urban Entrepreneurship model (Harvey, 1996) for their management and Salvador is part of this. It is worth noting that the city adopted this model in 2013, with the aim of intensifying its competitiveness in the scenario of the War of Places (Santos, 2001) and ratifying its condition as a commodity (Vainer, 2003). It is worth noting that this Urban Entrepreneurship model that occurred in Salvador was based on two primary axes, the process of refunctionalization of spaces, as well as the production of events. According to Santos (2003), these events are understood as intentional actions, carried out by specific actors, in the case of Salvador, the municipal government and the massification of these events throughout the city. Therefore, this paper aims to discuss the production of events in Salvador as an instrument of municipal political project, which has as its

main focus the transformation of the capital of Bahia into a city as a commodity, within the context of the War of Places, between the years 2012 to 2019. Regarding the methodological approach, the aforementioned article was based on bibliographical research and survey of newspaper archives from Salvador-BA, to understand and debate aspects related to the production of events in Salvador through the municipal public power.

Keywords: Events, City as commodity, Urban Entrepreneurship, Refunctionalization.

INTRODUÇÃO

A partir do ano de 2013, após a eleição no anterior pelo antigo Prefeito de Salvador, Antônio Carlos Magalhães Neto, dá-se início ao projeto de consolidação do Empresariamento Urbano em Salvador. O *modus operandi* de gestão pública na capital baiana passa a ter dois eixos prioritários, o primeiro diz respeito ao processo de refuncionalização de diversos pontos dentro da cidade, o segundo calca-se no projeto de criar eventos e ocupar parte dos pontos refuncionalizados do município soteropolitano. É imperioso destacar, a partir de Luchiari (2005), que as refuncionalizações nada mais são que processos de transformações do espaço, a qual engloba também a ideia de revitalização e requalificação, sempre com o intuito de “enobrecer” e, por conseguinte, ressignificar os espaços com o foco de atender aos anseios do mercado e elitizar os mesmos. Aponta-se que essas ações do poder público municipal de Salvador objetivam-se em transformar a capital em uma cidade como mercadoria, com base em Vainer (2013), no intuito de gerar competitividade de Salvador em um contexto de Guerra dos Lugares, como é defendida por Santos (2001), em que se tem Rio de Janeiro (Réveillon) e Recife (Carnaval) como principais concorrentes nestes segmentos de turismo e negócios. É neste sentido que Harvey (1996) define Empresariamento Urbano como a produção da cidade para ser concebida e produzida a partir dos anseios do mercado, diferenciando-se de outras cidades, focados nestes mercados turísticos, negócios etc.

Portanto, o presente trabalho tem como objetivo debater a produção de eventos em Salvador como instrumento de projeto político municipal, os quais tem como foco principal a transformação da capital baiana em uma cidade como mercadoria, dentro do

contexto da Guerra dos Lugares, entre os anos de 2012 a 2019. Ressalta-se que o supramencionado artigo é fruto de tese defendida em junho de 2021, a qual teve como título “A produção mercantilizada da cidade do Salvador (BA): o Empresariamento Urbano soteropolitano entre 2012 e 2019” e não tratou somente da produção de eventos no município, mas adentrou-se também ao debate das refuncionalização ocorridas em Salvador, com destaque a Arena Fonte Nova e aos bairros da Barra e do Rio Vermelho, recorte proposto para os trabalhos de campo dentro do período temporal estabelecido. Define-se que, a proposta metodológica deste supramencionado artigo pautou-se, primeiramente, por meio de Gil (2008), nas pesquisas bibliográficas e levantamento de arquivos de jornais de Salvador-BA, para compreender e debater os aspectos referentes à produção de eventos em Salvador por meio do poder público municipal.

Figura 1 – Calendário eventos Salvador 01 (2014)



Fonte: Santana, 2013.

Neste diapasão, no que tange aos eventos, a Prefeitura de Salvador investiu maciçamente na produção dos mesmos, no intuito de tornar a cidade competitiva no segmento de realização de eventos. Dentre as ações mais notórias estão o Réveillon, o Carnaval, o Festival da Cidade e o Festival da Primavera. Compreende-se que há um

marco temporal da adoção do modelo do empresariamento urbano pautado na realização de eventos. Esse projeto teve início no ano de 2013. A Prefeitura de Salvador criou uma agenda (Figuras 1 e 2) para o ano seguinte com os mais diversos eventos, pautados na ideia da atração de turistas, institucionalizando a realização de festividades como um projeto político.

Em 2013, o objetivo era promover 30 eventos na cidade, 12 já existentes e mais 18 novos projetos.

Serão promovidos cerca de 30 eventos por ano. 'É um plano conjunto, escolhemos 12 eventos que já fazem parte da cidade e outros 18 são novos. A ideia é que os eventos entrem no calendário da cidade e que, daqui a três ou quatro anos, o novo secretário que venha a assumir a pasta não tenha mais como retirá-los do calendário', disse o Secretário do Desenvolvimento, Turismo e Cultura, Guilherme Bellintani (SANTANA, 2013).

Esse cronograma, previsto para o ano seguinte, conforme a matéria de Egi Santana (2013) para o Portal G1 dividia os eventos em três categorias: "Fé na Festa", voltado para festas religiosas; "Projeto Cidade dos Festivais", com a criação de novos festivais de rua; e "Eventos Especiais", com a criação de três bienais de literatura, fotografia e moda e design.

Figura 2 – Calendário de eventos Salvador 02 (2014)



Fonte: Santana, 2013.

Para tal, antes de adentrar as informações e especificidades dos eventos ocorridos em Salvador, faz-se necessário diferenciar o que é festa, evento e espetáculo. Destaca-se que o presente artigo não objetiva-se construir o estado da arte acerca desses temas, mas busca apresentar o conceito que se aplica a este trabalho, compreendendo a relação do Empresariamento Urbano soteropolitano, que ocorre, também, por meio das refuncionalizações, bem como a partir desses eventos e de suas interações.

A FESTA, O EVENTO E O ESPETÁCULO

Compreende-se que as festas, eventos em geral, ocorrem desde o surgimento das primeiras cidades. Destaca-se que, nas cidades medievais, as festas eram realizadas para satisfazer o prazer, o prestígio, e como maneira de ocupar as ruas, praças e espaços.

A própria cidade é uma obra, e essa característica contrasta com a orientação irreversível na direção do dinheiro, na direção do comércio, na direção das trocas, na direção dos produtos. Com efeito, a obra é valor de uso e o produto é valor de troca. O uso principal da cidade, isto é, das ruas e das praças, dos edifícios e dos monumentos, e a Festa que consome improdutivamente, sem nenhuma outra vantagem além do prazer e do prestígio, enormes riquezas em objetos e em dinheiro (LEFEBVRE, 2001, p. 4).

Guarinello (2001) destaca que a festa é, num sentido bem amplo, a produção de memória e, portanto, de identidade no tempo e no espaço social. Bezerra (2008) ampara-se no conceito de Guarinello (2001) para caracterizar a festa como uma produção social, do cotidiano e com identidade.

A festa é uma produção social que pode gerar vários produtos, tanto materiais como comunicativos ou, simplesmente, simbólicos; contudo, o 'mais crucial e mais geral desses produtos, segundo Guarinello (2001), é precisamente, a produção de uma determinada identidade', que nesse sentido argumenta: A festa é uma produção do cotidiano, uma ação coletiva, que se dá num tempo e lugar definido e especial, implicando a concentração de afetos e emoções em torno de um objeto que é celebrado e comemorado e cujo produto principal é a simbolização da unidade dos participantes na esfera de uma determinada identidade. Festa é um ponto de confluência das ações sociais cujo fim é a própria reunião ativa de seus participantes (BEZERRA, 2008, p. 10).

Portanto, a festa está fincada em um caráter popular, identitário, dentro de um contexto histórico. Castro (2012), ao estudar as festas populares no Nordeste, em específico as festividades juninas, diz que elas se constituem em uma importante manifestação cultural que pode ter sua origem em um evento sagrado, social, econômico ou mesmo político do passado e que constantemente passam por processos de recriações e atualizações. Nesse ensejo, Bezerra (2008) traz, à luz da Geografia, o que é a festa, a partir do pensamento de Di Méo (2001):

Assim, a festa, é do ponto de vista da geografia, uma oportunidade de primeira ordem para compreender a natureza do laço territorial, pois ela permite: perceber os signos espacializados pelos quais os grupos sociais se identificam a contextos geográficos específicos que fortificam sua singularidade. A festa possui com efeito a capacidade de produzir símbolos territoriais cujo o uso social se prolonga bem além de sua duração. Esta simbólica festiva une e qualifica lugares (BEZERRA, 2008, p. 9).

De tal forma, a festa, no contexto atual, converge ao pensamento de Di Méo (2001) Guarinello (2001), Lefebvre (2001) e Bezerra (2008), segundo o qual as realizações desses eventos, neste momento histórico, estão alinhadas com um processo de favorecimento a algum grupo financeiro, seja este representado pelo mercado imobiliário, pelas produtoras de eventos, empresas de limpeza ou de segurança. A festa, atualmente, na sociedade, extrapola o gozo de festejar e se enquadra em uma ação política do Estado em benefício de entidades privadas. O uso da cidade, através da festa, direciona-se ao centro do dinheiro, não ao cidadão, mas sim a um consumidor. Castro (2012) fundamenta-se acerca do viés mercadológico de algumas festas por meio de Cascudo (1969) e Eliade (1992):

Por outro lado, o viés mercadológico e espetacular de algumas festas do presente desvincula a relação entre o ato de festejar e a lembrança, o conhecimento histórico, um mito fundante ou mesmo uma prática de reatualização, como destacam autores como Mircea Eliade (1992) e Luis da Câmara Cascudo (1969) (CASTRO, 2012, p. 116).

É neste ensejo, no qual a festa, na atualidade, diverge do pensamento de festa de Lefebvre, que Amaral (1998, p. 9) citado por Bezerra (2008, p. 11) afirma que a festa possui três dimensões, uma tríplice de importância e ainda apresenta um caráter político com objetivo de uma legitimação das elites.

A 'festa à brasileira' possui uma tríplice importância: 'Por sua dimensão cultural - no sentido de colocar em cena valores, projetos, arte e símbolos do povo brasileiro -, como modelo de ação popular – no sentido que tem sido em muitas ocasiões o modo de concentração de riquezas. – e como espetáculo de muitas cidades'. Além dessas 'funções', ou permeando-as, é preciso acrescentar que a festa apresenta ainda um caráter político, pois na maioria das vezes são utilizadas como forma de legitimação das elites políticas locais (BEZERRA, 2008, p. 11).

Portanto, o que ocorre em Salvador, gerenciada de forma empresarial pelo poder público, não pode ser compreendido como uma festa, mas como um evento. À vista disso, é fundamental estabelecer qual o entendimento de evento para esta pesquisa.

Milton Santos, em sua obra "*A natureza do espaço: técnica e tempo, razão e emoção*", discorre sobre evento a partir do entendimento geográfico. Para tal, Santos (2008) destaca que a palavra apresenta diferentes acepções e múltiplos sentidos, além de conter sinônimos. Nesse ensejo, Santos discute que autores como Lefebvre, Bachelard, Whitehead e Russell apresentam significados semelhantes para o conceito de evento, embora usem palavras diferentes. Entre os autores, predomina a ideia do instante.

Cada autor qualifica o vocábulo no interior do seu sistema de ideias. Onde Lefebvre escreve a palavra momento, Bachelard fala de instante e Whitehead de ocasião. Já para Russell (1948, 1966, p. 289), um evento resulta de uma série de instantes. Assim, a sinonímia não é exata, mas a construção de uma teoria geográfica do evento pode utilizar tais vocábulos quase indiferentemente. É preciso, porém, que a teoria geográfica seja internamente coerente e, desse modo, atribua um valor próprio a esses termos (SANTOS, 2008, p. 143).

Nesse contexto, o significado de evento remete a uma sucessão de momentos, ao instante, à ocasião e a um conjunto de possibilidades. É a relação direta entre o tempo e o espaço. Para Santos (2008), os eventos mudam as coisas, transformam os objetos, dando-lhes, ali mesmo onde estão, novas características. O que ocorre em Salvador, por exemplo, nos espaços que foram refuncionalizados e que *a priori* são chamados de "festas", tem despertado novas características nos usos e ocupações, os quais, nesses espaços em específico, são definidos por atores, a exemplo do poder público, seja ele municipal ou estadual. Nesse diapasão, Santos (2008) destaca que não

existe evento sem um ator, sem um sujeito, portanto o evento também é uma ação, uma ideia.

Não há evento sem ator. Não há evento sem sujeito, lembra-nos C. Diano (1994, p. 66). Nesse sentido toda teoria da ação é, também, uma teoria do evento e vice-versa. Essa assimilação da ideia de evento e da ideia de ação é fundamental para a construção de uma teoria geográfica (SANTOS, 2008, p. 146).

Destarte, entende-se que os eventos são, também, a intencionalidade, a ação política de quem planeja a cidade. Fundamentam-se na concepção de entreter, espetacularizar, atrair novos consumidores e ratificar a ideia de uma cidade como mercadoria. Para tal, Santos (2008) reforça a compreensão de que os eventos também são ideias e não apenas fatos. Uma inovação é um caso especial do evento, caracterizada pelo aporte a um dado ponto, no tempo e no espaço, de um dado que nele renova um modo de fazer, de organizar ou de entender a realidade.

Nesse sentido, entende-se como evento a ação ou ideia de se realizar algo em um momento, em um determinado lugar, sendo finito ou não. É preciso destacar que os eventos podem ser de caráter social ou natural, logo, em relação ao objeto desta pesquisa, compreende-se que o Carnaval, o Festival da Primavera, bem como o Festival da Cidade, que poderiam ser entendidos como festa e que são, na verdade, eventos. São ideias materializadas, organizadas e planejadas pela gestão pública. Esses eventos são, também, uma forma de produção do espetáculo. Sobre tal tema, reportamos a Guy Debord (1997, p. 14):

O espetáculo, compreendido na sua totalidade, é simultaneamente o resultado e o projeto do modo de produção existente. Ele não é um complemento ao mundo real, um adereço decorativo. É o coração da irrealidade da sociedade real. Sob todas as suas formas particulares de informação ou propaganda, publicidade ou consumo direto do entretenimento, o espetáculo constitui o modelo presente da vida socialmente dominante. Ele é a afirmação onipresente da escolha já feita na produção, e no seu corolário – o consumo. A forma e o conteúdo do espetáculo são a justificação total das condições e dos fins do sistema existente. O espetáculo é também a presença permanente desta justificação, enquanto ocupação principal do tempo vivido fora da produção moderna.

Portanto, o espetáculo é, também, a materialização do evento, desta sociedade pautada no *modus operandi* da cidade atual. É a busca incessante do espetacular, da

construção de algo grandioso. Nesse sentido, transforma-se a cidade em mercadoria e o cidadão em consumidor.

Para descrever o espetáculo, a sua formação, as suas funções e as forças que tendem para sua dissolução, é preciso distinguir seus elementos artificialmente inseparáveis. Ao analisar o espetáculo, fala-se em certa medida a própria linguagem do espetacular, no sentido de que se pisa no terreno metodológico desta sociedade que se exprime no espetáculo. Mas o espetáculo não significa outra coisa senão o sentido da prática total da formação econômico-social, o seu emprego do tempo. É o momento histórico que nos contém (DEBORD, 1997, p. 17).

Considera-se que o evento e, também, as refuncionalizações surgem como mais uma estratégia de buscar algo “grandioso” para a cidade, a qual, pautada em uma competitividade, na Guerra dos Lugares, passa a ser compreendida como um objeto de fetichização das pessoas, das empresas e, também, do poder público.

O espetáculo apresenta-se como algo grandioso, positivo, indiscutível e inacessível. Sua única mensagem é «o que aparece é bom, o que é bom aparece». A atitude que ele exige por princípio é aquela aceitação passiva que, na verdade, ele já obteve na medida em que aparece sem réplica, pelo seu monopólio da aparência (DEBORD, 1997, p. 17).

Nesse ínterim, o evento é também o espetáculo. Pois, o evento, é um objeto produzido pela sociedade do consumo, uma mercadoria dessa cidade conduzida por um modelo gerencial.

Na forma do indispensável adorno dos objetos hoje produzidos, na forma da exposição geral da racionalidade do sistema, e na forma de setor econômico avançado que modela diretamente uma multidão crescente de imagens-objetos, o espetáculo é a principal produção da sociedade atual (DEBORD, 1997, p. 18).

Desse modo, na atual fase do capitalismo, o evento se ressignificou. Passou a ter um caráter comercial para quem gere a cidade. O instante, o momento, passou a ser mais um produto dentro de uma sociedade do consumo, mais um elemento dessa cidade que é entendida como uma mercadoria, onde vive um consumidor mais-que-perfeito, descrito por Santos (2011). É neste cenário que a Prefeitura de Salvador passa a transformar os seus eventos em estratégias para torcar a cidade como uma mercadoria, a qual passa a mudar a dinâmica destes eventos e até mesmo a criar

novos mecanismos dentro do município, como se pode compreender a partir do capítulo a seguir com as modificações do Réveillon soteropolitano.

O RÉVEILLON DE SALVADOR

O evento Réveillon de Salvador passou por diversas transformações durante os quatro anos do primeiro mandato do atual prefeito. Em um projeto de transformar Salvador atrativa para os turistas, ACM Neto construiu, ao longo de quatro anos, um evento para se tornar o maior do Brasil, logo, maior do que o Rio de Janeiro, principal concorrente. No réveillon de 2012 para 2013, o evento só contou com dois dias de atividades. No primeiro dia, 31, houve uma queima de fogos e shows de Carlinhos Brown, Armandinho e Jaú. No dia 1º de janeiro, ocorreu o tradicional evento Pôr do Som, com a cantora Daniela Mercury, na Praia da Barra.

Entre 2013 e 2014 surgiram os primeiros traços de um evento próximo ao projeto definido pelo prefeito. O Réveillon passou a ser realizado na Praça Cairu, no bairro do Comércio, muito próximo a um dos pontos turísticos mais visitados da cidade, o Elevador Lacerda. Contou com 18 atrações, durante quatro dias, com artistas renomados da música brasileira, como Paralamas do Sucesso, Aviões do Forró, Nando Reis, Gal Costa, Gilberto Gil, Caetano Veloso, dentre outros. Como informado pela Prefeitura de Salvador, através do *Ibahia* (2013), o valor de investimento do evento foi de R\$ 3,45 milhões de reais, sendo R\$ 2,2 milhões e R\$ 1,25 milhões investidos, respectivamente, pela Brasil Kirin e pela Coca-Cola.

Na virada de 2014 para 2015, houve um investimento considerável no porte do evento, o que, conseqüentemente, demandou maior investimento financeiro para a realização. O Réveillon de Salvador passou a ser realizado durante oito dias, ocorrendo em diversos pontos da cidade, mas com uma concentração na Praça Cairu, como no ano anterior.

O evento contou com participação de artistas nacionais e internacionais, dentre eles os com os maiores cachês do Brasil, como Ivete Sangalo (virada do ano), Jorge e Mateus, Wesley Safadão, além de artistas como Vanessa da Matta, Thiaguinho, Aviões

do Forró e o Dj Bob Sinclair (artista internacional). Custou cerca de R\$ 12,5 milhões de reais, sendo que parte desse investimento foi voltado para divulgá-lo em nível nacional. Outra parte foi destinada à propaganda na TV aberta, mídia de bordo (revistas e ações promocionais), jornais e mídias digitais, que veicularam a campanha do Réveillon em nível nacional, durante os meses de novembro e dezembro, conforme apresentado pelo *Jornal A Tarde*.

Ao todo, serão investidos R\$ 6 milhões em propaganda na TV aberta, mídia de bordo (revistas e ações promocionais), jornais e mídias digitais, que veicularão a campanha do Réveillon em nível nacional, durante os meses de novembro e dezembro. 'A campanha visa resgatar o potencial turístico da cidade e construir uma nova imagem de Salvador', ressaltou Bellintani. Já o investimento para a realização da festa será de R\$ 6,5 milhões, que segundo Bellintani, terá 70% da verba proveniente da iniciativa privada, por meio de patrocínios (SEIXAS; MENDES, 2014).

Através do discurso do Secretário de Turismo, Guilherme Bellintani, percebe-se o objetivo de transformar a cidade de Salvador em uma mercadoria, por meio do investimento no segmento da produção de eventos.

A virada de ano de 2015 para 2016 contou com 28 atrações entre artistas nacionais e internacionais. Novamente o evento reuniu artistas que possuem os maiores cachês do Brasil, como Ivete Sangalo, mais uma vez cantando na virada do ano, além de Wesley Safadão e Jorge e Mateus. O evento ainda contou com artistas como Capital Inicial, Jota Quest, Luan Santana, Sorriso Maroto, O Rappa e os Dj's Dimitri Vegas e Like Mike (atrações internacionais). Segundo o Portal *G1*, o investimento no evento ocorreu no valor de R\$ 7 milhões de reais, sendo R\$ 4 milhões oriundos da iniciativa privada. O mesmo portal ainda divulgou uma entrevista do atual prefeito, na qual fala das pretensões do evento.

Não tenho dúvida de que não acontecerá um evento tão bem organizado e completo com o nível de atrações tão impactantes quanto o réveillon de Salvador. Não ocorrerá em nenhum outro lugar no Brasil. E talvez não aconteça em nenhuma outra festa pública. Me arriscaria em dizer que a expressão dos artistas baianos e brasileiros que estão na grade da festa só perde em peso para o carnaval, o que nos deixa orgulhosos, afirmou o prefeito (G1 BA, 2015b).

A busca em transformar o Réveillon de Salvador no maior do Brasil se fez presente também no ano seguinte, quando ACM Neto o definiu no Portal *Axé Notícias* como “o maior do país”, sendo importante do ponto de vista econômico para a cidade de Salvador.

Em entrevista coletiva, o prefeito de Salvador, ACM Neto confirmou a maior festa de réveillon do país. Segundo Neto, o evento terá ‘5 dias de muita música e muita festa com 300 artistas na Praça Cayru. O maior réveillon musical de todos os tempos aqui em Salvador e no Brasil. Teremos 1 milhão e meio de pessoas em todos os dias de festa. No dia da virada teremos 12 horas de música sem parar. Quem irá passar a virada na capital será importante no ponto de vista econômico trazendo turista e gerando emprego’ (AXÉ NOTÍCIAS, 2016).

Entre os anos de 2016 e 2017, último da primeira gestão do então Prefeito ACM Neto, o evento contou com 28 artistas principais, como Ivete Sangalo, Anitta, Simone e Simaria, O Rappa, Wesley Safadão, Luan Santana, dentre outros. O evento ocorreu na Praça Cairu e recebeu um aporte de R\$ 9 milhões de reais em investimentos, sendo 40% feito pelas empresas privadas, conforme a agência de comunicação da Prefeitura de Salvador.

O Réveillon de Salvador é o único entre as capitais do Brasil que conseguiu manter o patamar de investimento mesmo diante da crise econômica que atinge o país. E mais: ampliando o número de atrações. Isso graças à parceria com a iniciativa privada. Este ano, os patrocinadores oficiais da festa são Skol, Bradesco e Avatim. Em números atualizados, o Réveillon de Salvador vai custar R\$9 milhões, sendo 40% de recursos públicos, destinados aos serviços públicos como limpeza, saúde, mobilidade urbana, segurança e ordenamento, e 60% privados. Além disso, a cidade vai lucrar com a festa, vide a ocupação hoteleira, cuja taxa deverá ser superior a 95% (SALVADOR, 2016e).

Conforme a Prefeitura de Salvador, o réveillon de 2016 para 2017, representado na Figura 03, resultou em um aumento de investimentos, diferente de outras capitais nacionais.

Figura 3 – Réveillon 2016



Fonte: Salvador, 2016e.

Na virada de 2017 para 2018, o Réveillon de Salvador passou por mais uma profunda transformação, houve mais uma mudança de local. Inicialmente ocorria na Barra, passou para a Praça Cairu e em 2017/2018 o evento ocupou a praia da Boca do Rio, espaço que passou por processo de refuncionalização neste período. A prefeitura atribuiu o nome de “Arena da Cidade da Música” para o espaço onde as estruturas do Réveillon foram montadas, e o evento passou a ser chamado de “Festival da Virada de Salvador”. Compreende-se que esse ato é mais uma ação para ocupar os espaços refuncionalizados da cidade com os eventos produzidos pelo poder público.

A estrutura montada pela Prefeitura de Salvador contou com um palco principal, chamado de Daniella Mercury, uma roda-gigante, feira de Economia Solidária, área para a imprensa, Vila Pelô e Praça de Alimentação. A construção da Vila Pelô serviu como pontapé inicial para a divulgação do processo de reforma do Centro Histórico de Salvador. Houve a disponibilidade de 700 ônibus, durante 24 horas, para fazer o translado da população.

Além da homenagem, a Vila Pelô também marca o processo de revitalização do Centro Histórico de Salvador, promovido pela Prefeitura e que inclui o Pelourinho e entorno. O ponto alto dessa transformação é o megaprograma de desenvolvimento econômico Salvador 360, que tem como um dos eixos o Centro Histórico, lançado em agosto deste ano (SALVADOR, 2017b).

Em cinco dias de atividades, a Prefeitura de Salvador investiu em 35 shows, dos mais variados artistas. A linha de participantes seguiu a dos anos anteriores, uma mescla de artistas locais com famosos cantores e bandas do Brasil. Passaram pelo palco no primeiro dia Cortejo com Malê Debalê, Duas Medidas, Pabllo Vittar, Gilberto Gil, Gustavo Lima, Aviões do Forró e Harmonia do Samba. O segundo dia contou com Cortejo com Muzenza, Rafa e Pipo, Skank, Luan Santana, Claudia Leitte, Saulo e Solange Almeida. No terceiro dia, se apresentaram Cortejo com Cortejo Afro, Olodum, Carlinhos Brown e Timbalada, Wesley Safadão, Jota Quest, Mateus e Kauan e Léo Santana. A virada de ano foi com Cortejo com Ilê Aiyê, Amanda Santiago, Bell Marques, Jorge e Mateus, Ivete Sangalo, Marília Mendonça, DJ Alok e Psirico. No dia primeiro de janeiro de 2018 também houve show, o evento contou com o Cortejo do Filhos de Ghandy, Danniell Vieira, Maragareth Menezes, Daniela Mercury e Mariene de Castro.

Quanto ao investimento feito e aos patrocínios, amplamente divulgados nos anos anteriores, não foram encontradas informações, exceto pela cerveja Brahma Extra ser a exclusiva e deter o monopólio de venda no evento do Festival da Virada Salvador.

A virada do ano de 2018 para 2019 ocorreu na mesma área do ano anterior, o bairro da Boca do Rio, em específico no palco agora chamado de Arena Daniela Mercury. Embora a área estivesse passando por obras em suas proximidades, com a construção do novo Centro de Convenções e do Parque dos Ventos, o evento de réveillon se realizou nesse espaço.

Em cinco dias de evento se apresentaram 27 artistas, nos mesmos moldes dos anos anteriores. Participaram Milton Nascimento, Claudia Leitte, Bell Marques, Xand Avião, Harmonia do Samba, Devinho Novaes, Zezé Di Carmargo e Luciano, Luan Santana, Durval Lelys, Leo Santana, Mano Walter, Igor Kannário (eleito em 2018 Deputado Federal-BA pelo partido DEM, o mesmo do então prefeito ACM Neto), Anitta, Jorge e Mateus, Ferrugem, Duas Medidas, Alok, Safadão, Ivete Sangalo, Psirico, MC Kevinho, Danniell Vieira, Mariene de Castro, Danniela Mercury e Netinho.

A virada de 2018 para 2019 foi patrocinada por três empresas, a cervejaria Bohemia, o grupo Avatim e a Caixa Econômica Federal. Segundo a Prefeitura de Salvador, o investimento realizado foi de R\$ 10 milhões de reais, sendo 60% oriundo dos patrocínios.

Segundo o prefeito ACM Neto, o custo do evento está em torno de R\$10 milhões, porém 60% disso será pago pelos patrocinadores, dois deles foram confirmados: Avatim e Bohemia. O terceiro apoiador deverá ser a Caixa Econômica Federal. Não vai haver um centavo de dinheiro público (na contratação dos artistas). O investimento da Prefeitura garante a infraestrutura para a realização do evento, importantíssimo para a economia da cidade, a exemplo do transporte, da limpeza, do trânsito e assistência à saúde. Fazemos de tudo para que seja, novamente, um festival tranquilo e seguro, como foi nas outras edições, declarou (SALVADOR, 2018d).

Com o *slogan* “Vamos virar um 2020 sem preconceito”, a Prefeitura de Salvador investiu em um evento repleto de cores e música para atender aos mais diversos grupos. Novamente, foram cinco dias de evento, mantendo-se esse tempo como um padrão repetido nos últimos anos. Os shows aconteceram, mais uma vez, na Arena Daniela Mercury, no bairro da Boca do Rio. O primeiro dia contou com os shows de Iza, Vintage Culture, Claudia Leitte, Bell Marques, Matheus e Kauan e, por fim, o Xand Avião. No dia 29, Salvador recebeu Durval Lelys, Os Paralamas do Sucesso, Anitta, Luan Santana, Simone e Simaria e a banda La Furia. Quem abriu o evento no dia 30 foi o Deputado Federal eleito pelo DEM-BA Igor Kannário, além dele, cantaram Harmonia do Samba, Alok, Gustavo Lima, Wesley Safadão e Pisorico. A virada do ano ficou por conta da banda Duas Medidas, Dennis DJ, Leo Santana, Ivete Sangalo, Jorge e Mateus e Saia Rodada. O ano de 2020 foi celebrado a partir dos shows de Danniel Vieira, Ilé Aiê, Danniel Mercury, Olodum e Saulo.

O evento contou com os patrocínios da cerveja Bohemia e da empresa PicPay. O patrocínio da rede financeira PicPay permitiu aos ambulantes a possibilidade de venda através de cartão, o que usualmente era incomum nos eventos em Salvador. Embora ambas as empresas tenham patrocinado o Festival da Virada 2020, não há registros, nos meios jornalísticos, que destaquem o aporte financeiro investido pelas empresas, tampouco quanto de dinheiro foi injetado pela Prefeitura de Salvador.

O SURGIMENTO DO FESTIVAL DA CIDADE

Nesse diapasão, a Prefeitura criou dois eventos dentro do rol de atividades da cidade, o Festival da Cidade e o Festival da Primavera. Dessa forma, a prefeitura, calcada na espetacularização, por meio da realização de shows, passou a realizar anualmente o aniversário da cidade. A festa de 29 de março, dia da fundação de Salvador, não era algo realizado com frequência em gestões anteriores, mas houve uma pujança de investimentos nesse evento.

Em 2012, ocorreu a primeira festa da cidade, em comemoração aos seus 463 anos, realizada pela prefeitura, com a presença do cantor Magary Lord e com participações de artistas nacionais como Toni Garrido.

No ano de 2013, a festa foi ampliada para três dias de evento. A prefeitura passou a investir em mais pontos para sua realização, não somente na Praia da Barra, mas também em palcos nos bairros periféricos ou suburbanos como os de Cajazeiras, Baixa do Fiscal, Plataforma e no Centro Histórico de Salvador. O grupo principal a tocar na Barra foi a Banda Eva, mas a festa contou com diversos artistas locais.

O ano de 2014 tornou-se o ano de transformação do aniversário da cidade, pois o evento passou a ser elaborado de forma maior. Neste ano a ação durou oito dias, começando no dia 23 de março e se encerrando no dia 30 de março. Segundo Mendes (2014), em matéria para o Portal *G1*, a Prefeitura de Salvador investiu R\$ 1 milhão de reais no evento.

Surgiram palcos em diversos pontos da cidade, dentre eles na orla, no centro e em bairros periféricos. Diversas manifestações artísticas ocorreram no período, desde teatro a shows, com destaque para artistas renomados como Moraes Moreira, Saulo, Durval Lelys e Bell Marques.

Em 2015, o evento se manteve nos moldes do ano interior, com uma política de descentralização de palcos pela cidade e uma diversidade de artistas. O Festival da Cidade contou com 100 eventos programados em oito dias de festa e mais de 2 mil artistas. O evento comemorou os 466 anos da cidade em sete dias, conforme pode ser visto na Figura 4.

Figura 4 – Festival da Cidade (2015)



Fonte: Kaio Design Bus Bahia, 2015.

A grande atração do evento de 466 anos da cidade foi a cantora Maria Bethânia.

O prefeito ACM Neto anunciou na manhã desta quarta-feira (11) durante coletiva no Palácio Thomé de Souza, a programação oficial comemorativa do aniversário de 466 anos de Salvador, celebrado no dia 29 de março. De acordo com Neto, a festa, que tem o nome de 'Festival da Cidade', contará com shows em seis pontos da cidade e uma extensa programação cultural, que começará no dia 22 e segue até o dia 29 de março. Além disso, a prefeitura aproveitará a data para entregar obras e lançar outras. São 100 eventos programados durante o período e mais de 2 mil artistas (IBAHIA, 2015).

No ano de 2016, o evento durou oito dias, em uma mesma sintonia com os dos anos anteriores, com apresentação de inúmeros artistas, em palcos espalhados pela cidade. Destaca-se que nesse ano o evento também ocorreu no Rio Vermelho, espaço que havia sido refuncionalizado recentemente. Os principais artistas do evento foram Caetano Veloso e Gilberto Gil, que se apresentaram no palco do Farol da Barra.

Em 2017 houve uma ampliação do número de dias do Festival da Cidade, aumentando em um dia em relação ao ano de 2016. Seguindo com a proposta de multipolos, o evento ocorreu em várias áreas da cidade de Salvador, ocupando áreas nobres e refuncionalizadas, como o Rio Vermelho e a Barra, e, também, bairros periféricos, como o Bairro da Paz. As comemorações seguiram a lógica dos anos anteriores e dos demais eventos da cidade, nos quais há um investimento em shows, atividades recreativas, gastronômicas e culturais. Pato Fu, Simone e Simaria, Pablo, Harmonia do Samba, Asas Livres, Batifun, É o Tchan, Larrisa Luz e Adão Negro foram as principais atrações do ano de 2017. A Estação da Lapa, Ribeira, Parque da Cidade, Rio

Vermelho e Barra, que outrora passaram por um processo de refuncionalização, serviram de palco para o Festival da Cidade neste ano. O Festival da Cidade serviu de base para a ratificação da Prefeitura de Salvador em um projeto alinhado a estes dois fenômenos, as refuncionalizações e as produções de eventos, conforme a matéria do *Jornal A Tarde*:

De acordo com o prefeito, serão investidos R\$ 553 milhões para a realização não só da festa, mas também para a inauguração de obras, apresentações de projetos de requalificação urbana de importantes áreas da cidade e de espaços esportivos. 'A intenção é tornar Salvador uma cidade melhor, não só para quem reside nela, mas para quem visita', afirmou (ALMEIDA, 2017).

O aniversário de 469 anos da cidade de Salvador, ocorrido em 2018, foi construído pela prefeitura, mais uma vez, através da realização do Festival da Cidade. Em convergência com o ano anterior, o evento contou com nove dias de atrações espalhadas por toda Salvador.

Conforme o Portal R7 (2018), o Festival da Cidade ocorreu entre os dias 23 de março e 1º de abril, e contou com mais de 60 apresentações no evento, dispostas por 14 pontos da capital. O Festival da Cidade foi aberto com o show do cantor erudito Thiago Arancam e ao longo dos nove dias participaram artistas como Psirico, Duas Medidas, Xand Avião, Léo Santana, Márcio Mello e a cantora Marina Lima.

Em 2019 a cidade de Salvador completou 470 anos e a data serviu como base para a manutenção do Festival da Cidade. Ao todo foram 11 dias de eventos com mais de 60 atrações, média ocorrida nos anos anteriores. O Festival se tornou uma extensão do Carnaval de Salvador, haja vista que os principais nomes desse ano foram Ivete Sangalo, Daniela Mercury, Saulo Fernandes, Bell Marques e Léo Santana, os principais artistas da música carnavalesca da Bahia.

O evento de 2019 avançou e se consolidou em número de polos pela cidade, saltando de 14 para 20 polos por toda a cidade. Nesse ano, recebeu os patrocínios da cervejaria Schin, do Salvador Shopping e do Salvador Norte Shopping. Aponta-se que este modelo passou a ser reproduzido, também, pela criação do Festival da Primavera, conforme disposto a seguir.

E A PREFEITURA CRIA MAIS UM EVENTO: O FESTIVAL DA PRIMAVERA

O Festival da Primavera surgiu em 2013, dentro dos moldes da Prefeitura de Salvador, no que se refere à produção do espaço urbano soteropolitano por meio do viés do Empresariamento Urbano, em específico, da realização de eventos.

Em seu primeiro ano de realização, o Festival da Primavera começou de maneira modesta, somente ocorrendo em dois dias de setembro, no sábado e domingo, dias 21 e 22, respectivamente. O local de realização foi em um único espaço, o bairro do Rio Vermelho, em específico, no Largo de Santana.

O projeto do Festival da Primavera, em sua primeira realização, pautou-se na promoção de atividades culturais, gastronômicas, exposições, recreação infantil e em shows. Segundo o Portal *G1* (2013) contou no primeiro dia com as apresentações do grupo Palhaços do Rio Vermelho, Cortejo Afro, Marcio Mello e da banda Baiana System. No domingo, além de atividades recreativas, contou com a apresentação do cantor Luiz Caldas para o encerramento das atividades. Ao todo foram 42 atividades ocorridas em dois dias de evento.

Em 2014 o evento permaneceu no mesmo modelo do ano anterior, com duração de dois dias e sendo realizado no bairro do Rio Vermelho. Houve o surgimento de dois palcos, um sediado no Largo de Santana e outro em frente ao Teatro Sesi. Apresentações culturais, feiras gastronômicas, bem como atividades recreativas, continuaram fazendo parte do rol de atividades do Festival da Primavera nesse ano. O incremento em 2014 foi a participação da iniciativa privada local, por meio de três estabelecimentos gastronômicos, o restaurante Casa de Tereza e os bares Red River e Padaria Bar, através de ações com música e comida. Diferentemente do ano anterior, o Festival da Primavera de 2014 contou com uma parceria público-privada, firmada com o patrocínio da cervejaria Schin. Conforme Lisboa (2014), para o Jornal *A Tarde*, o investimento para a realização do evento custou R\$ 650 mil reais, sendo R\$ 390 mil oriundos da cervejaria Schin.

O número de atrações musicais aumentou consideravelmente. Passou a contar com mais de 15 artistas se apresentando nos dois palcos montados. No primeiro dia, 20

de setembro, ocorreram os shows de Chorinho da Madragoa, Gerônimo, Lenine, Alavontê, Nossos Baianos, Os 10 Compromissados, Milsinho Veloso e Sertanejon e encerrou a noite com o dueto entre Jota Veloso e Mariene de Castro. Em seu segundo dia, 21 de setembro, o evento começou em plena madrugada com o Baile de Prima (evento reunindo diversos DJ), posteriormente, ao longo do dia, ocorreram as apresentações de Wadô e os Tambores Orientais em Cortejo, Cyda Lima, Coral da Paz, Marcio Mello, encerrando-se com o show dos Paralamas do Sucesso.

Em virtude das obras para a refuncionalização do Rio Vermelho, o Festival da Primavera de 2015 ocorreu em outra área de Salvador, na orla, na praia de Jardim de Alah. Mais uma vez o evento contou com dois dias de realização, seguindo com os mesmos conteúdos oferecidos nos anos anteriores: música, gastronomia, atividades esportivas e culturais.

Em dois palcos montados, o Festival da Primavera 2015 contou com a apresentação de mais de 20 artistas locais e de fora de Salvador. Passaram pelos dois palcos no primeiro dia, 19 de setembro, a cantora Mônica Sangalo, Banda O mundo, Banda Toco Y Me Voy, Nova Saga, Marcio Mello e Larissa Luz, com as convidadas Luciana Melo e Paula Lima. No dia 20 de setembro se apresentaram Cortejo Cultural com Tambores Wadô, Orquestra Fred Dantas, Maracatu, Bonecões em Folia, Paroano Sai Milhó, Filarmônica União dos Artistas - Lira de Bom Jesus, Quabales, Groovada, Geovana Costa, Pirombeira e Malaô MCs, com encerramento dos shows de Arnaldo Antunes e da banda Babado Novo.

Em 2016, último ano de mandato do Prefeito ACM Neto, surge a principal modificação do Festival da Primavera, o aumento de dias. O evento passa de dois dias, que ocorriam em um final de semana, para ser realizado em oito dias. Essa mudança convergiu com a política municipal de investimento em eventos, assim como ocorreu, no mesmo ano, com o aumento do número de dias do carnaval. Segundo a Prefeitura de Salvador, o Festival da Primavera contou com os patrocínios da Schin, Obrigado e Air Europa. Outra mudança significativa foi quanto ao local de realização. Nos dois primeiros anos, o evento ocorria no Rio Vermelho; no ano seguinte, em Jardim de Alah.

Entretanto, em sua quarta edição, o Festival da Primavera surgiu para ocupar espaços que foram refuncionalizados.

Organizado pela Prefeitura por meio da Empresa Salvador Turismo (Saltur), o evento completamente gratuito sai de um final de semana e é ampliado para oito dias, sendo realizado de 21 a 30 deste mês. Além do Rio Vermelho, que foi palco das atrações durante os dois primeiros anos, entram na grade outros espaços que foram recentemente requalificados, como o Centro Histórico, o Mercado Modelo, o Parque da Cidade e a Barra. Também estarão presentes no Festival locais queridos do público como o canteiro central da avenida Centenário e a avenida Professor Magalhães Neto (Costa Azul) (SALVADOR, 2016e).

Embora tenha ocorrido uma descentralização e o surgimento de novos pólos para a realização do evento, o formato, pautado em música, gastronomia e atividades esportivas e culturais se manteve. O evento contou com mais de 20 shows espalhados pelos mais diversos palcos da cidade, tendo Maria Gadu e a banda Blitz como os principais artistas.

Em 2017, a Prefeitura de Salvador retornou a um modelo de evento com uma menor quantidade de dias, reduziu de oito para quatro, mas ainda com duração superior à de dois dias que marcava os primeiros eventos. O principal ponto a destacar em 2017 foi a manutenção da política de interiorização do evento pelos bairros de Salvador. O Festival da Primavera de 2017 ocorreu em 11 localidades da cidade, em boa parte, em espaços que foram refuncionalizados no primeiro ano de gestão do Prefeito ACM Neto, como se observa na declaração da Prefeitura de Salvador.

As atividades serão realizadas em pelo menos 11 localidades da cidade: os bairros do Rio Vermelho, Campo Grande, Centro Histórico, Barra, Ribeira, Boca do Rio e Stella Maris, além do Parque da Cidade e da Avenida Professor Magalhães Neto. O festival começa na quinta-feira, dia 21, e vai até domingo, 24 (BORGES, 2017).

Destaca-se que, segundo a jornalista Thaís Borges (2017), do Jornal *Correio*, o evento custou cerca de R\$ 1 milhão de reais, dos quais 50% foram pagos pelos patrocinadores, como o Banco Itaú, Air Europa e Shopping da Bahia. Ao todo, foram 36 horas de show e mais de 100 artistas ligados à música, teatro, dança e às artes gráficas. No que se refere ao formato, seguiu voltado para arte, cultura, gastronomia e recreação.

Dentre os artistas mais famosos, a 5ª edição do evento contou com as participações de Saulo, Fernanda Abreu, Gerônimo, Duas Medidas, Carla Visi e os filhos do cantor Bell Marques, Rafa e Pipo.

Em processo de expansão do evento por toda cidade de Salvador, o Festival da Primavera de 2018 avançou no projeto em relação ao ano anterior, passando de 11 localidades para 21. A ideia da Prefeitura de Salvador era de ocupar os espaços refuncionalizados por toda a cidade, como pode ser percebido a partir do discurso do presidente da empresa Salvador Turismo, Isaac Edington, apresentado no site Bahia Notícias:

Foi feito um trabalho muito grande ao longo dos últimos anos de requalificação e de criação de novos espaços públicos, então a ideia é que a gente possa ter conteúdo pra esses espaços. Que adianta ter uma praça se a gente não tem atividade nessas praças? Que adianta a gente ter campos de futebol altamente estruturados se a gente não tem o futebol? Que adianta ter as ruas iluminadas, asfalto, enfim, e não ter atividade nesses espaços?, defende Isaac Edington, presidente da Empresa Salvador Turismo (Saltur), que é responsável pela produção da festa (LUIZ; TEIXEIRA, 2018).

Em 2018, o aumento não ocorreu somente no número de localidades, mas verificou-se também nos dias. Voltando ao que ocorreu na 4ª edição, o sexto ano de evento retomou o projeto de muitos dias de comemoração, chegando ao seu maior número, 15 dias. Lenine, Banda Estakazero, Orquestra Popular da Bahia e Mudei de Nome foram as grandes atrações, além de uma programação com peças de teatro, intervenções artísticas na rua, eventos esportivos e um palco flutuante em São Tomé de Paripe (subúrbio de Salvador).

O Festival da Primavera de 2019 surgiu com a intenção de ocupação do centro antigo de Salvador. A Prefeitura de Salvador criou o projeto “Vem para o centro”, com o objetivo de ocupar os espaços refuncionalizados, tendo como principal local o bairro do Comércio, na zona portuária da cidade. O evento, que ocorreu novamente em 15 dias, foi realizado também nos bairros do Rio Vermelho, Dique do Tororó, Jardim dos Namorados, Barra, Valéria (periferia da cidade) e na área suburbana de Salvador.

O evento que marca a chegada da estação das flores e inicia o período de alta estação do turismo em Salvador será realizado este ano entre 14 e 29 de setembro, contemplando shows, teatro, esporte, feiras de rua, poesia e ações de lazer para toda família. Com um diferencial a mais este ano, o Festival da Primavera 2019 tem parte da sua programação alicerçada ao projeto #vemprocentro da Prefeitura de Salvador. Projeto este que visa movimentar o Centro da cidade, levando ações culturais e estruturais para a região (FESTIVAL DA PRIMAVERA, 2019).

Além de eventos esportivos, feiras gastronômicas, bem como atividades esportivas, o evento contou com diversos shows, tendo como principais convidados a banda Jammil, Baco Exu do Blues, Orquestra Rumpilezz, Orquestra Popular da Bahia, Larissa Luz, Orquestra Afrosinfônica, Diamba, Adão Negro, Mudei de Nome, Fit Dance e Danniell Vieira. Quanto ao investimento e patrocinadores, não há qualquer menção da Prefeitura de Salvador em relação a essas informações.

Todas essas ações convergiram para uma maior exposição do evento de maior porte da cidade, o carnaval, conforme será apresentado no capítulo seguinte.

AS TRANSFORMAÇÕES DO CARNAVAL DE SALVADOR

O carnaval passou por transformações perceptíveis que denotam uma intenção de entregar para a população o máximo possível de dias de evento. Em cada ano da gestão de ACM Neto ocorreram modificações no carnaval, desde o acréscimo de dias a busca por patrocinadores oficiais, que determinaram o tipo de cerveja a ser consumida pelos foliões.

No passado, o Carnaval de Salvador contava com seis dias de festa, começando na quinta-feira, oficialmente, e se encerrando na terça-feira. Destaca-se que a quarta-feira de cinzas ocorria como uma extensão do carnaval, mas não oficialmente. Em 2016, ápice das transformações do carnaval da cidade, a festa contou com 12 dias oficiais de evento.

No próximo ano, o Carnaval de Salvador terá 12 dias. Segundo a prefeitura, isso possibilitará mais participação popular, com maior número de atrações e locais de realização. O tema da festa será: 'Vem curtir a rua'. Os detalhes da programação foram anunciados pelo prefeito ACM Neto. Dentre as novidades preparadas por meio da Saltur (Empresa Salvador Turismo) estão os dez dias de duração da festa e a antecipação da abertura oficial para a quarta-feira, 3 de fevereiro (R7, 2015b).

Houve um aumento também no número de circuitos (nome dado ao percurso do carnaval) oficiais, antes eram quatro e mais três foram criados. Salvador contou com três palcos temáticos além dos circuitos oficiais, que foram o Palco do Rock, Terreiro do Samba e o Palco Multicultural, espalhados por diversos pontos da cidade.

Salvador terá também três palcos temáticos: o Palco do Rock, que ficará no Jardim de Alah, das 19h às 3h; o Terreiro do Samba, que será montado na praça da Cruz Caída, e recebe atrações das 9h à 0h; e, pela primeira vez, o largo do Santo Antônio Além do Carmo entra na programação com o Palco Multicultural, que reunirá bandas de diferentes estilos como hip hop, reggae e arrocha, das 18h à 0h (R7, 2015b).

Destaca-se também a criação do Beco das Cores, uma rua com DJ para atrair o público LGBT. Surgiram, além dos novos circuitos e dias criados ao longo da gestão de ACM Neto, as festas Fuzuê e Furdunço, que foram acrescentadas aos dias tradicionais e compõem os 12 dias de festejo. Evidencia-se também a festa criada pela patrocinadora Skol, a qual realizou um dia de show gratuito no Farol da Barra para comemorar o patrocínio do carnaval. Ressalta-se que na gestão da Prefeitura de Salvador, gerida por Antônio Carlos Magalhães Neto, o ACM Neto, tem como objetivo a promoção do turismo e o fomento da cidade como uma mercadoria.

Os eventos realizados não se limitam ao réveillon, carnaval e aniversário da cidade, mas se estendem pelo ano todo em diversas Festas de Largo (festas tradicionais em alguns bairros), como a de Iemanjá, além do Festival da Primavera, que são alocados em espaços refuncionalizados pela prefeitura, como, por exemplo, o bairro do Rio Vermelho, onde ambos os eventos ocorrem. É notório que parte dos investimentos desses eventos são oriundos da iniciativa privada, muitas vezes por meio de cotas de patrocínios, o que pode vir a gerar controvérsias na cidade.

Nesse ensejo, a gestão de eventos realizados pela Prefeitura de Salvador também se insere em um modelo de Empresariamento Urbano. A prefeitura passou a realizar diversos eventos no intuito de tornar a cidade atrativa para a prática do lazer e do turismo.

Salienta-se que esses eventos possuem algo em comum: o patrocínio das cervejarias, com direito a exporem suas marcas no material de venda dos ambulantes, com faixas e exclusividade de venda de seus produtos.

A Prefeitura e a Ambev firmaram o maior contrato de patrocínio para grandes eventos na cidade, com investimentos da ordem de R\$ 30 milhões por ano, valendo por três anos, para a realização de eventos como o Carnaval e Réveillon, além dos festivais da Cidade e da Primavera (SALVADOR, 2016e).

Nos eventos em Salvador, o monopólio das cervejarias tem gerado muitos descontentamentos por parte da população, seja dos frequentadores das festas ou dos ambulantes que trabalham nos eventos, conforme pode ser visualizado pelo Portal R7 em notícia divulgada no dia 09 de fevereiro de 2016:

Nesta terça-feira (9), vendedores informais se reúnem em protesto, no largo da Barra, em Salvador. O ato foi realizado por conta da atuação dos fiscais da Prefeitura de Salvador, que tentam garantir a exclusividade da comercialização de bebidas alcóolicas que são patrocinadoras do Carnaval em Salvador. (Portal R7, 2016).

O Portal *Aratu Online* também ressalta a prática realizada pela prefeitura de Salvador e o descontentamento da população através da matéria intitulada de “SÓ TEM ESSA?: Prefeitura comemora patrocínio, mas foliões e comerciantes reclamam da cerveja exclusiva no Carnaval” (SANTOS, 2016). Essas ações têm gerado um processo clandestino de vendas por parte dos ambulantes, que se arriscam para conseguir conquistar os clientes.

Questionado sobre como está conseguindo vender outra cerveja, um ambulante foi direto: Eu me arrisco porque vale a pena. Todo mundo só pede a outra, acaba rapidinho, disse. Assim como na Barra, no Campo Grande, não é diferente e diversos ambulantes passam com latas de cerveja de marcas diversas (VARELA NOTÍCIAS, 2016c).

Portanto, os eventos na cidade de Salvador são exemplos, juntamente com as obras de refuncionalizações, de estratégias para transformar a cidade em uma mercadoria, objetivando-se disponibilizar para a população espetáculo e lazer, além de calcar todos os projetos em reformar a imagem de Salvador como um grande centro turístico.

Essa relação entre a produção de eventos e o processo de refuncionalização dos espaços na cidade do Salvador foi compreendida, de forma mais apurada, a partir do uso e da ocupação dos recortes espaciais na tese defendida, mencionada anteriormente, a Arena Fonte Nova, a Barra e o Rio Vermelho. Portanto, menciona-se que a dinâmica

existente nesses recortes espaciais, bem como em toda a Salvador, que se verificou na prática os impactos das refuncionalizações que ocorrem em diversas partes da cidade e como os eventos são alicerces da gestão pública soteropolitana. Neste ínterim, dimensiona-se como ocorre a produção mercantilizada no espaço urbano soteropolitano, pautada na relação de dualidade das refuncionalizações e produções de eventos. Sobretudo a produção de eventos como ponto de partida para ratificar os processos de refuncionalizações. As refuncionalizações em Salvador ocorrem para permitir que os eventos sejam realizados.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Entende-se que o atual modelo vigente da produção do espaço urbano tem cada vez mais convergido com o pensamento mercadológico. A compreensão que a cidade é uma mercadoria e a gestão da cidade deve seguir a cartilha do Empresariamento Urbano. Salvador na Bahia não difere desta concepção, ao contrário, a partir da gestão de ACM Neto, a cidade afunda-se neste *modus operandi* de venda da cidade, em específico, pautado na produção de eventos. Para tal, remete-se a D’Alexandria (2023), o qual destaca que o morador local é o primeiro cliente da mercadoria chamada Salvador, consumir a cidade passa a ser um objeto de necessidade, não mais do desejo, assim, adota-se a prática do marketing em Salvador. Os eventos, por exemplo, passam a fazer parte do cotidiano das pessoas e se tornam alvo dessa necessidade para que ocorram sempre. Portanto, o empresariamento urbano em Salvador atua a partir da venda da cidade para fora e para dentro, do city marketing ao endomarketing público

Salvador passou a ter sua gestão pautada na realização de eventos, através de uma espetacularização exacerbada, no afã de transformar a cidade na maior produtora de eventos do Brasil. Justamente com o objetivo de se sobressair em um cenário de Gerra dos Lugares em relação a cidades como Rio de Janeiro e Recife, por exemplo. Seja na busca para ter o maior réveillon, seja no contexto do melhor carnaval.

Para tal, a Prefeitura de Salvador passou a criar novos eventos para ocupar a agenda mercadológica do município, fazendo surgir o Festival da Cidade (que começa

em março e adentra ao mês de abril) e o Festival da Primavera (setembro). Ressalta-se que ambos os eventos começaram de forma mais comedida, com poucas atrações e em poucos dias, mas teve sua virada de transformação no ano de 2014. Esse também foi o ano de transformação do Réveillon de Salvador, bem como do Carnaval.

Reforça-se o processo de transformação do Carnaval soteropolitano, o qual passou a contar com mais dias e mais percursos, chegando aos incríveis 12 dias oficiais de eventos pela cidade. E esse processo de espetacularização do Carnaval de Salvador trouxe consigo, também, o processo de monopolização das cervejarias, conforme já explicitado ao longo deste texto. Quanto ao Réveillon de Salvador, logrou-se o modelo de muitos dias de eventos e com a participação dos mais diversos e badalados artistas brasileiros e, por vezes, alguns internacionais.

É imperioso ressaltar que a produção de eventos em Salvador, diferente do Rio de Janeiro, por exemplo, a qual teve suas transformações ocorridas a partir dos Megaeventos Esportivos, a capital baiana tem como modelo de Empresariamento Urbano o segmento de produção de eventos. São os eventos que geram fluxos e modificam os fixos na urbe soteropolitana. Destaca-se que os eventos não são feitos para que existam os processos de refuncionalizações na cidade, mas o contrário. As refuncionalizações ocorrem em Salvador para que exista a produção de eventos na cidade. Portanto, os eventos em Salvador não só ratificam a condição da cidade em mercadoria, mas transforma a cidade para ser consumida pelo consumidor do que perfeito e torna-se condição basilar desse modelo gerencial adotado pelo poder público municipal da capital baiana. Os eventos são elementos basilares do processo político municipal em Salvador.

Apontam-se que estes estudos não podem e não devem se limitar a este artigo, mas possibilita ao olhar no futuro compreender a dinâmica pós-pandemia em Salvador para esse modelo de produção de eventos como forma de existência e reprodução do poder político na capital soteropolitana.

REFERÊNCIAS

ALMEIDA, L. Festival da Cidade terá shows e ações gratuitas para festejar aniversário de Salvador. **A Tarde**, Salvador, 20 mar. 2017. Disponível em:

<https://atarde.uol.com.br/bahia/salvador/noticias/1847357-festival-da-cidade-tera-shows-e-aco-es-gratuitas-para-festejar-aniversario-de-salvador>. Acesso em: 23 abr. 2021.

AXÉ NOTÍCIAS. [**Festa da parceria Skol e Prefeitura de Salvador**]. Salvador, [2016].

Disponível em:

<http://axenoticias.com.br/salvador-maior-reveillon-do-brasil-acm-neto-a-cerveja-do-evento-sera-skol/>. Acesso em: 01 ago. 2017.

BEZERRA, A. Festa e cidade: entrelaçamentos e proximidades. **Espaço e cultura**, Rio de Janeiro, n. 23, p. 7-18, jan./jun. 2008.

BORGES, T. Festival da Primavera terá 36 horas de show em 11 bairros de Salvador.

Correio, Salvador, 12 set. 2019. Disponível em:

<https://www.correio24horas.com.br/noticia/nid/festival-da-primavera-tera-36-horas-de-show-em-11-bairros-de-salvador/>. Acesso em: 22 abr. 2020.

CASTRO, J. A reinvenção do Carnaval na extensão profana da festa de Nossa Senhora da Ajuda na cidade de Cachoeira, no Recôncavo Baiano. **Textos escolhidos de cultura e arte populares**, Rio de Janeiro, v. 9, n. 1, p. 153-167, maio 2012.

D’ALEXANDRIA, M. Do city marketing endomarketing: a intencionalidade das refuncionalizações e eventos em Salvador-BA. ANO XIX. N. 01.

JANEIRO/2023–NAMID/UFPB **Revista Temática**.

DEBORD, G. **A sociedade do espetáculo**. Rio de Janeiro: Contraponto, 1997.

DI MÉO, G. **La géographie en fêtes**. Paris: Ed. Geophrys, 2001.

FESTIVAL DA PRIMAVERA. [**Página inicial**]. Salvador, 2019. Disponível em:

<http://festivaldaprimavera.salvador.ba.gov.br/>. Acesso em: 23 abr. 2021.

G1 BA. **Festival da Primavera começa sábado no Rio Vermelho; veja a programação**.

Salvador, 19 set. 2013.

<http://g1.globo.com/bahia/noticia/2013/09/festival-da-primavera-comeca-sabado-no-rio-vermelho-veja-programacao.html>. Acesso em: 12 jul. 2017.

G1 BA. **Prefeitura anuncia réveillon de R\$ 7 milhões com cinco dias e 23 atrações**.

Salvador, 24 set. 2015. Disponível em:

<http://g1.globo.com/bahia/musica/noticia/2015/09/prefeitura-anuncia-reveillon-de-5-dias-com-23-atracoes-de-peso-nacional.html>. Acesso em: 01 ago. 2017.

GUARINELLO, N. L. Festa, trabalho e cotidiano. In: JANCÓS, I.; KANTOR, I. (org.). **Festa cultura e sociabilidade na América Portuguesa**. São Paulo: Hucitec: EDUSP, 2001. V. II.

GIL, A. C. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2008.

HARVEY, D. **Do gerenciamento ao empresariamento: a transformação da administração urbana no capitalismo tardio**. Espaço e Debates, [São Paulo], ano XVI, n. 39, 1996.

IBAHIA. **Aniversário de Salvador terá oito dias de festa; confira programação de shows**. Salvador, 11 mar. 2015. Disponível em:

<https://www.ibahia.com/detalhe/noticia/aniversario-de-salvador-tera-oito-dias-de-festa-confira-programacao-de-shows/>. Acesso em: 12 jan. 2017.

IBAHIA. **Com patrocínio milionário, Réveillon de Salvador terá 18 atrações; confira a programação**. Salvador, 13 dez. 2013. Disponível em:

<https://www.ibahia.com/detalhe/noticia/com-patrocínio-milionário-reveillon-de-salvador-tera-18-atracoes-confira-a-programacao/>. Acesso em: 23 abr. 2021.

KAIO DESIGN BUS BAHIA. **Festival da Cidade 2015**: Programação dos 466 anos da primeira capital do Brasil (dia 22). Salvador, 2015. Disponível em:

<http://kaiodesignbusbahia.blogspot.com/2015/03/festival-da-cidade-2015-programacao-dos.html>. Acesso em: 02 jun. 2019.

LEFEBVRE, H. **O direito a cidade**. São Paulo: Centauro, 2001.

LISBOA, J. Rio Vermelho: Festival da Primavera contará com 30 atrações. **A Tarde**, Salvador, 09 set. 2014. Disponível em:

<https://atarde.uol.com.br/cultura/musica/noticias/rio-vermelho-festival-da-primavera-contara-com-30-atracoes-1621212>. Acesso em: 27 abr. 2021.

LUCHIARI, M. **Patrimônio cultural: uso público e privatização do espaço urbano**. In: Encontro nacional de pós-graduação e pesquisa em planejamento urbano e regional, 11., [2005, Salvador]. Anais [...]. Salvador: ANPUR, 2005.

LUIZ, B.; TEIXEIRA, A. Programação do Festival da Primavera 2018 ocupa 21 bairros de Salvador. **Bahia Notícias**, Salvador, 14 set. 2018. Disponível em:

<https://www.bahianoticias.com.br/cultura/noticia/32757-programacao-do-festival-da-primavera-2018-ocupa-21-bairros-de-salvador.html>. Acesso em: 23 abr. 2021.

R7. **Ambulantes protestam contra a proibição de venda de bebidas no carnaval**.

Salvador, 09 fev. 2016. Disponível em:

<http://noticias.r7.com/bahia/ambulantes-protestam-contra-proibicao-de-venda-de-bebidas-no-carnaval-09022016>. Acesso em: 03 mar. 2017.

R7. **Confira a programação do Festival da Cidade 2018 em Salvador**. Salvador, 20 mar. 2018. Disponível em:

<https://noticias.r7.com/bahia/confira-a-programacao-do-festival-da-cidade-2018-em-salvador-20032018>. Acesso em:

R7. **Salvador terá 12 dias de carnaval em 2016**. Salvador, 25 nov. 2015b. Disponível em: <http://noticias.r7.com/bahia/salvador-tera-12-dias-de-carnaval-em-2016-25112015>. Acesso em: 08 jul. 2017.

SALVADOR (BA). Empresa Salvador Turismo. **Festival da Primavera ganha mais dias e locais na quarta edição**. Salvador, [2016a]. Disponível em: <http://www.saltur.salvador.ba.gov.br/index.php/noticias/88-festival-da-primavera-2016-ganha-mais-dias-e-locais-na-quarta-edicao>. Acesso em: 06 jun. 2018.

SALVADOR (BA). Prefeitura. Secretaria de Comunicação. **Clima do Pelourinho é transportado para o Festival Virada Salvador**. Salvador, 2017b. Disponível em: <http://comunicacao.salvador.ba.gov.br/index.php/todas-as-noticias-4/51277-clima-do-pelourinho-e-transportado-para-festival-virada-salvador>. Acesso em: 22 abr. 2019.

SALVADOR (BA). Prefeitura. Secretaria de Comunicação. **Prefeitura e Ambev firmam contrato de patrocínio para grandes eventos**. Salvador, 2016e. Disponível em: <http://www.comunicacao.salvador.ba.gov.br/index.php/todas-as-noticias-4/48381-prefeitura-e-ambev-firmam-contrato-de-patrocinio-para-grandes-eventos>. Acesso em: 02 fev. 2017.

SALVADOR (BA). Procuradoria Geral do Município. **Festival Virada Salvador 2019: artistas serão pagos por patrocinadores**. Salvador, 2018d. Disponível em: <https://www.pgms.salvador.ba.gov.br/portalpgms/blog/2018/12/12/festival-virada-salvador-2019-artistas-serao-pagos-por-patrocinadores/>. Acesso em: 06 jun. 2019.

SANTANA, E. Prefeitura planeja 93 eventos culturais gratuitos em Salvador até 2017. **G1 BA**, Salvador, 18 set. 2013. Disponível em: <http://g1.globo.com/bahia/noticia/2013/09/prefeitura-planeja-93-eventos-culturais-gratuitos-em-salvador-ate-2017.html>. Acesso em: 01 fev. 2019.

SANTOS, D. Só tem essa?: Prefeitura comemora patrocínio, mas foliões e comerciantes reclamam da cerveja exclusiva no Carnaval. **Aratu on**, Salvador, 20 mar. 2016. Disponível em: <https://aratuon.com.br/noticias/goela-abaixo-prefeitura-comemora-patrocinio-mas-foliões-e-comerciantes-reclamam-da-cerveja-exclusiva/>. Acesso em: 03 maio 2017.

SANTOS, M. **A Natureza do Espaço**. São Paulo: EDUSP, 2008.

SANTOS, M. **O espaço da cidadania e outras reflexões**. Organizado por Elisiane da Silva, Gervásio Rodrigo Neves e Liana Bach Martins. Porto Alegre: Fundação Ulysses Guimarães, 2011. (Coleção O Pensamento Político Brasileiro; v. 3).

SANTOS, M. **Por uma outra globalização: do pensamento único à consciência universal**. 6. ed. Rio de Janeiro: Record, 2001.

SEIXAS, T.; MENDES, M. Réveillon de Salvador terá 8 dias; confira a programação. **A Tarde**, Salvador, 16 out. 2014. Disponível em:
<http://atarde.uol.com.br/bahia/salvador/noticias/1631548-reveillon-de-salvador-tera-8-dias-confira-a-programacao>. Acesso em: 09 ago. 2017.

VARELA NOTÍCIAS. **Mesmo com proibição, ambulantes vendem cervejas de marca concorrente no Carnaval de Salvador**. 2016c. Disponível em:
<http://varelanoticias.com.br/com-proibicao-ambulantes-vendem-cervejas-de-marca-concorrente-no-carnaval-de-salvador/>. Acesso em: 03 maio 2017.

VAINER, C. E. **Pátria, empresa e mercadoria: notas sobre a estratégia discursiva do planejamento estratégico**. Rio de Janeiro: IPPUR/UFRJ, 2013.

Recebido: 04/10/2023

Publicado: 13/06/2025

Editor Geral: **Dr. Eliseu Pereira de Brito**