



**UNIVERSIDADE DO ESTADO DA BAHIA**  
**DEPARTAMENTO DE CIÊNCIAS HUMANAS- DCH I**  
**BACHARELADO DE TURISMO E HOTELARIA**

**CARINE NASCIMENTO DOS SANTOS**

**FESTIVAL ALTERNATIVO PALCO DO ROCK E SUA IMPORTÂNCIA**  
**PARA O TURISMO DE EVENTOS DE SALVADOR-BAHIA**

**Salvador**

**2016**

**CARINE NASCIMENTO DOS SANTOS**

**FESTIVAL ALTERNATIVO PALCO DO ROCK E SUA IMPORTÂNCIA  
PARA O TURISMO DE EVENTOS DE SALVADOR, BAHIA**

Monografia apresentada à banca examinadora da Universidade do Estado da Bahia – UNEB, como requisito parcial para obtenção do título de Bacharel em Turismo e Hotelaria.

Orientadora: Profa. Dra. Francisca de Paula Santos da Silva.

**Salvador**

**2016**

**CARINE NASCIMENTO DOS SANTOS**

**FESTIVAL ALTERNATIVO PALCO DO ROCK E SUA IMPORTÂNCIA  
PARA O TURISMO DE EVENTOS DE SALVADOR-BAHIA**

Monografia apresentada à banca examinadora da  
Universidade do Estado da Bahia- UNEB, como  
requisito parcial obtenção do título de Bacharel em  
Turismo e Hotelaria.

Resultado: \_\_\_\_\_

Salvador, \_\_\_\_ de \_\_\_\_\_ de 2016.

Comissão examinadora:

\_\_\_\_\_  
Prof<sup>a</sup>. Dra. Francisca de Paula Santos da Silva – UNEB

Pós – Doutora em Educação (UC)

\_\_\_\_\_  
Prof<sup>a</sup>. Mestre Emília Maria Salvador Silva – UNEB  
Mestre em Gestão Integrada de Organizações (UNIBAHIA)

\_\_\_\_\_  
Prof<sup>a</sup>. Dra. Lirandina Gomes Sobrinho – UNEB  
Pós – Doutora em Sociologia Econômica e das Organizações (ULISBOA)

Aos que me fortaleceram, mesmo que indiretamente  
e não deixaram que eu desistisse.

## **AGRADECIMENTOS**

Agradeço, em primeiro lugar, à minha mãe, Rosa Maria, por ter chorado e sorrido comigo, por ter me dado apoio desde o princípio e feito o que pôde para que eu pudesse seguir em frente, chegar aonde cheguei e ter forças para prosseguir. Sem a senhora em minha vida, realmente não sei o que seria de mim.

Agradeço, também, aos meus amores: Cíntia Nascimento, por ser uma irmã que estive sempre ao meu lado para qualquer solicitação e um ombro amigo, passando essa alegria e energia positiva que tem e Mike Silva, namorado e grande amigo que ouviu a cada início de semestre: “Este vai ser pior que o outro” e, mesmo assim, estive ao meu lado, presenciou cada momento de conquista e tristeza, me tranquilizou em situações de desespero e que, a partir de hoje, pode ter certeza de que me ajudou muito e que, talvez, eu não conseguisse metade das coisas que conquistei se ele não estivesse ao meu lado. Vocês são pessoas inesquecíveis.

Agradeço às pessoas, organizadores e participantes, as quais muitas nem conheço e que disponibilizaram tempo para contribuírem na conclusão deste trabalho.

Aos meus colegas Mauro Gutemberg, pela motivação e contribuições que foram de grande importância para a conclusão deste trabalho; Bruno Silva, colega para todas as horas que se tornou muito importante para mim e, com certeza, teve sua parcela de contribuição; e Alan Carvalho, colega do ensino médio, e grande amigo com quem sempre posso contar, mesmo à quilômetros de distância.

Por último, mas não menos importantes, agradeço às professoras: Ariadna Bandeira, por ser sempre um exemplo de fortaleza e mostrar que o esforço é necessário para alcançarmos nossos objetivos; Francisca de Paula, por ter aceitado orientar-me neste trabalho e ajudar-me a concluir a primeira etapa de muitas que terei em minha vida.

A arte de ser louco é jamais cometer a loucura de  
ser um sujeito normal.

\_Raul Seixas

Aprendi que a coragem não é a ausência do medo,  
mas o triunfo sobre ele.

\_Nelson Mandela

## RESUMO

Este trabalho consiste em construir conhecimento sobre o evento alternativo artístico-cultural que ocorre desde 1994 em Salvador-Bahia, o Palco do *Rock*. A pergunta disparadora é: como este evento vem acontecendo em um contexto da Terra do axé? Isto pode significar um ato de resistência, tendo em vista que ele acontece há 22 anos. Assim sendo, tem-se como objetivo analisar o caso do evento Palco do *Rock*, identificando o seu potencial para o turismo de Salvador. Como objetivos específicos: verificar a organização e gestão do evento artístico-cultural; identificar o perfil do público do Palco do *Rock*, destacando o do turista; compreender a relação dos organizadores do evento e o apoio de órgãos públicos do Estado da Bahia, especificamente a SETUR, SALTUR e SECULT. Trata-se de pesquisa qualitativa de estudo de caso simples. E teve como resultado a confirmação de que o evento Palco do *Rock*, com muito esforço de seus gestores e organizadores, além da falta de suporte adequado dos órgãos do Estado, por atrair milhares de pessoas, pode ser considerado um evento de grande porte e com potencial, que sendo valorizado por ambas as partes pode ser apresentado como produto turístico.

Palavras-chave: Turismo de Eventos. Palco do *Rock*. Turismo em Salvador.

## **ABSTRACT**

This work is to build knowledge of the artistic and cultural alternative event that takes place since 1994 in Salvador-Bahia, the Rock Stage. The triggering question is how the event is happening in a context of the "Terra do Axe"? This can mean an act of resistance in order that it takes place for 22 years. Therefore, one has to analyze the case of the Rock Stage event, identifying their potential for Salvador tourism. Specific objectives: to determine the organization and management of artistic and cultural event; identify the profile of the Rock Stage audience, highlighting the tourist; understand the relationship of the event organizers and the support of public bodies of the State of Bahia, specifically SETUR, SALTUR and SECULT. This is a simple case study of qualitative research. And resulted in confirmation that the Rock Stage event, with much effort from their managers and organizers, and the lack of adequate support of state organs, to attract thousands of people, can be considered a major event and potential, which is valued by both parties can be presented as a tourist product.

Key words: Event Tourism. Rock Stage. Tourism in Salvador.

## LISTA DE QUADROS

QUADRO 1 Classificação e tipologia do evento Palco do <i>Rock</i> .....	27
QUADRO 2 Cronograma parcial do evento Palco do <i>Rock</i> .....	39

## LISTA DE GRÁFICOS

GRÁFICO 1 Faixa etária dos participantes .....	51
GRÁFICO 2 Estado em que os participantes residem .....	52
GRÁFICO 3 Nível de escolaridade dos participantes .....	52
GRÁFICO 4 Renda familiar mensal dos participantes .....	53
GRÁFICO 5 Como o participante conheceu o evento .....	54
GRÁFICO 6 Meios de transportes utilizados pelos participantes .....	55
GRÁFICO 7 Se leva os filhos ao evento .....	56
GRÁFICO 8 Facilidade de acesso .....	56
GRÁFICO 9 Limpeza .....	57
GRÁFICO 10 Segurança .....	58
GRÁFICO 11 Stands de vendas .....	59
GRÁFICO 12 Alimentação .....	50
GRÁFICO 13 Permanência dos participantes na cidade de Salvador .....	62
GRÁFICO 14 Meios de hospedagens utilizados pelos participantes .....	62

## LISTA DE SIGLAS

ABEOC	- Associação Brasileira de Empresas de Eventos.
ACCRBA	- Associação Clube do <i>Rock</i> da Bahia.
BID	- Banco Interamericano de Desenvolvimento.
CAASAH	- Casa de Apoio e Assistência ao Portador do Vírus HIV/ AIDS.
COELBA	- Companhia de Eletricidade do Estado da Bahia.
DCC	- Diretoria de Cidadania Cultural.
DEC	- Diretoria de Espaços Culturais.
DTC	- Diretoria de Territorialização da Cultura.
EMBRATUR	- Instituto Brasileiro de Turismo.
FCBA	- Fundo de Cultura da Bahia.
ICMS	- Imposto de Circulação de Mercadorias e Prestação de Serviços.
PdR	- Palco do <i>Rock</i> .
Prodetur	- Programa Nacional de Desenvolvimento do Turismo
SALTUR	- Empresa Salvador de Turismo.
SEBRAE	- Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas.
SECULT	- Secretaria de Cultura.
SESI	- Serviço Social da Indústria.
SETUR	- Secretaria de Turismo do Estado da Bahia.
SIIC	- Sistema de Indicadores e Informação em Cultura.
SUPROCULT	- Superintendência de Promoção Cultural.
SUDECULT	- Superintendência de Desenvolvimento Territorial da Cultura.

## SUMÁRIO

<b>1 INTRODUÇÃO</b> .....	<b>13</b>
<b>2 TURISMO DE EVENTOS</b> .....	<b>17</b>
2.1 CONCEITOS .....	17
<b>2.1.1 Turismo, Eventos e Cultura</b> .....	<b>19</b>
2.2 A IMPORTÂNCIA DOS EVENTOS PARA O TURISMO LOCAL.....	21
<b>2.2.1 Turismo de Evento em Salvador</b> .....	<b>22</b>
<b>2.2.1.1O carnaval de Salvador</b> .....	<b>23</b>
<b>3 O PALCO DO ROCK</b> .....	<b>27</b>
3.1 HISTÓRICO DE 1994 A 2016: ORIGEM, CONSTITUIÇÃO, PARTICIPANTES, SEDE.....	27
3.2 GESTÃO DO EVENTO .....	34
<b>3.2.1 Planejamento</b> .....	<b>34</b>
<b>3.2.2 Cronograma</b> .....	<b>37</b>
<b>3.2.3 Apoios e Patrocínios: SETUR, SALTUR E SECULT</b> .....	<b>40</b>
<b>4 ANÁLISE DO POTENCIAL TURÍSTICO DO PALCO DO ROCK</b> .....	<b>46</b>
4.1 O QUE SE OFERECE?.....	46
<b>4.1.1 Espaço Interativo</b> .....	<b>46</b>
<b>4.1.2 Espaço Interativo infantil</b> .....	<b>46</b>
<b>4.1.3 Espaço para <i>camping</i></b> .....	<b>47</b>
<b>4.1.4 Responsabilidade Social</b> .....	<b>48</b>
4.2 PERFIL DO PÚBLICO .....	50
<b>CONSIDERAÇÕES FINAIS</b> .....	<b>64</b>
<b>REFERÊNCIAS</b> .....	<b>67</b>
<b>APÊNDICE A – Entrevista com a organizadora do festival Palco do Rock</b> .....	<b>70</b>
<b>APÊNDICE B – Formulário <i>online</i> aos participantes do festival Palco do Rock</b> .....	<b>71</b>
<b>ANEXO A – Brasão oficial do evento Palco do Rock</b> .....	<b>73</b>
<b>ANEXO B – Slogans do evento Palco do Rock de 2006 a 2016 <i>Rock</i></b> .....	<b>74</b>

## 1 INTRODUÇÃO

Observando a necessidade de se apresentar eventos na cidade de Salvador de cunho cultural que atraiam pessoas de outras localidades, destacando-se a visibilidade turística local, mas que não são bem representados, viu-se a necessidade de comprovar que estes eventos, recebendo as diretrizes necessárias, podem alavancar o turismo na cidade de Salvador.

Diante disto, escolheu-se como tema para o presente trabalho de conclusão de curso a possível confirmação do potencial turístico de eventos alternativos para gostos diversos. Especificamente, tem-se como objeto de estudo o evento Palco do *Rock*. Atualmente realizado na praia do Jardim de Alah, em Salvador-Bahia.

A pesquisa servirá de apoio para responder o seguinte problema: como o evento Palco do *Rock* vem sobrevivendo na Terra do Axé *music* nestes 22 anos e qual a sua influência para a cidade de Salvador?

Para esta pergunta concebe-se a hipótese: o Evento palco do *Rock*, há anos luta para que as pessoas que não gostam do axé possam, no período de festas da cidade, ter alternativas que não sejam ficar em casa ou viajar para localidades fora da cidade de Salvador. Deste modo, além de fixar estas pessoas na capital, este evento artístico-cultural atrai públicos de outros Estados do Brasil, contribuindo para a visibilidade e receita da cidade no período em que é realizado.

Foram estabelecidos um objetivo geral e três objetivos específicos, que direcionam o levantamento de dados. Para tanto, o objetivo geral deste trabalho constitui-se em: Analisar o potencial do Evento Palco do *Rock* como atrativo turístico para a cidade de Salvador, na Bahia. Os objetivos específicos são:

- Verificar a organização e gestão do evento;
- Identificar o perfil do público do Palco do *Rock*, destacando o do turista;
- Compreender a relação dos organizadores do evento e o apoio de órgãos públicos do Estado da Bahia, especificamente a SETUR, SALTUR e SECULT.

Para a autora, o objeto de pesquisa em questão é de extrema importância, já que pôde ser vivenciado por esta e chamou sua atenção por conta da resistência do evento Palco do *Rock* que sobrevive há 22 anos em Salvador que é considerada a cidade do axé. Tendo sido escolhido para estudo e como não existem outras

pesquisas científicas que abordem o objeto em questão como potencial turístico, o trabalho pode ser considerado como inédito.

Em âmbito acadêmico, este trabalho contribui com novas informações para pesquisas futuras de outros discentes que desejem explorar e ampliar seus conhecimentos no segmento de turismo de eventos, podendo atingir outras áreas como a antropologia voltada para o turismo, evento e cultura (COSTA, 2014).

Para a sociedade, este estudo contribui para o trabalho das pessoas que se interessam por eventos alternativos, bem como para encorajar e dar voz a organizadores de eventos deste e de outros cunhos, provando que existe, sim, a possibilidade de mostrar e obter sucesso com outras vertentes que não estão ligadas à *axé music*.

O estudo está fundamentado no método de abordagem dedutivo, seguindo a linha de pensamento, partindo do princípio de que, analisando o turismo e a cultura, e, posteriormente o turismo de eventos, destaca-se a sua importância para a localidade em que ocorre o turismo de eventos na cidade de Salvador e o Carnaval da cidade, bem como o festival alternativo Palco do *Rock*, compreendendo a história e contextos vivenciados neste evento, no intuito de esclarecer a compreensão sobre a persistência deste e de seu potencial turístico.

No que diz respeito à metodologia, foi selecionada a pesquisa qualitativa e quantitativa. Foi feita a análise sobre o objeto de estudo pautado por meio de entrevistas com a atual organizadora do evento e em conversa com o ex-presidente da Associação Clube do *Rock* da Bahia (ACCRBA) e ex-organizador do evento PdR.

Foi aplicado, também, um formulário – executado *online* através do *google* e enviado às pessoas que curtiam a página do evento na rede social *facebook* – para que fosse possível, através de amostragem, avaliar o perfil do público que frequenta o festival alternativo PdR e a opinião destes em relação à prestação de serviços do evento, sendo separados entre bandas e público, além de destacar o Estado em que é residente a fim de se identificar os residentes da cidade de Salvador e os turistas.

Utilizou-se também a pesquisa documental que, consiste na retirada de informações de materiais ou documentos que não receberam tratamento analítico (Gil, 2002). Essa técnica foi aplicada, diante da necessidade da realização das leituras em arquivos organizacionais, como os relatórios da Associação Brasileira de Empresas de Eventos (ABEOC) e das secretarias: Empresa Salvador de Turismo (SALTUR),

Secretaria de Cultura (SECULT) e Secretaria de Turismo do Estado da Bahia (SETUR). Tais arquivos foram indispensáveis para melhor compreensão no que diz respeito à importância do turismo de eventos e o que este pode gerar para um determinado local, além dos objetivos e atividades realizadas pelas secretarias que estão ligadas a este segmento.

O trabalho utilizou o método de procedimento monográfico, visto que, de acordo com Lakatos e Marconi (1995), é um estudo sobre um tema específico ou particular de suficiente valor representativo e que obedece à rigorosa metodologia. Investiga determinado assunto não só em profundidade mas em todos os seus ângulos e acessos, dependendo dos fins a que se destina.

Sobre a organização do trabalho, no capítulo 2, escreveu-se sobre conceitos relacionados à importância da atividade turística e às necessidades que esta exige, (OLIVEIRA) e ainda sobre o segmento de eventos e sua relação com o público-alvo a ser atingido (CANTON e MARTIN). Realizou-se, também, pesquisa primeiramente acerca da cultura e sua influência ao indivíduo, (LARAIA), a ligação entre o Turismo de eventos e cultural e a busca pela cultura (DIAS), os impactos provocados para os indivíduos e a vivência deste com o turismo cultural.

Apresentou-se, ainda, a importância do turismo de eventos para a localidade, passando por alguns dados do turismo de eventos na cidade de Salvador-Bahia, retratando o histórico do Carnaval de Salvador, visto que este acontece no mesmo período do objeto de pesquisa.

No capítulo 3, abordou-se o histórico do evento Palco do *Rock*, relatando-se como se deu início a esta ideia de oferecer às pessoas uma alternativa ao gosto musical predominante pelo *Rock'n'roll* e também sobre a Associação Clube do *Rock* da Bahia (ACCRBA), além das dificuldades e conquistas deste evento desde seu início até os tempos atuais.

Além disto, mostrou-se como o evento é organizado e as pessoas que tornam isso possível. E, ainda neste capítulo, apresenta-se o cronograma do evento, seus apoios e patrocínios, mostrando suas funções e a relação dos organizadores do evento com estes.

No capítulo 4, relatou-se o potencial turístico do evento Palco do *Rock* para a cidade de Salvador, retratando o que este oferece, enquanto festival, para os seus

participantes durante os dias de realização e o perfil do público que participa do evento.

Por fim, se trouxe as considerações finais do autor em relação ao objeto de pesquisa em questão a fim de apontar se seus objetivos foram alcançados e sua hipótese atingida.

## 2 TURISMO DE EVENTOS

### 2.1 CONCEITOS

Existem diversas definições e conceitos voltados para Turismo, criados e modificados ao longo dos anos por estudiosos, entidades internacionais que nos ajudam a compreender da melhor maneira possível esta atividade.

Um dos conceitos mais antigos relacionados ao Turismo pertence ao economista (VON SCHULLARD, 1910, *apud* OLIVEIRA, 2002), que conceituou a atividade como: “a soma das operações, especialmente de natureza econômica, diretamente relacionadas com a entrada, permanência e o deslocamento de estrangeiros para dentro e para fora de um país, cidade ou região”.

A Organização Mundial do Turismo (OMT) define o turismo como:

O fenômeno que ocorre quando um ou mais indivíduos se trasladam a um ou mais locais diferentes de sua residência habitual por um período maior que 24 horas e menor que 180 dias, sem participar dos mercados de trabalho e capital dos locais visitados. (OLIVEIRA, 2002, p. 35)

Pode-se perceber que as definições e conceitos do turismo estão relacionadas a vários fatores que tornam um conjunto que ocorrem entre os indivíduos e suas viagens, quais se destacam com bastante objetividade por (OLIVEIRA, 2002, p. 36), quando conceitua Turismo como:

[...] Conjunto de resultados de caráter econômico, financeiro, político, social e cultural produzidos em uma localidade, decorrentes do relacionamento entre os visitantes com os locais visitados durante a presença temporária de pessoas que se deslocam de seu local habitual de residência para outros, de forma espontânea e sem fins lucrativos.

Deste modo, podemos visualizar a importância da atividade do turismo e para que seja uma atividade próxima da excelência precisa não somente do visitante e seu consumo, mas um preparo da localidade a ser visitada para receber este visitante, que dentre outros fatores, de acordo com Oliveira (2002. p. 36), precisa-se de: “implantação da infraestrutura urbana [...] capaz de responder às necessidades da própria população e da população flutuante [...]”.

O turismo se tornou uma importante atividade econômica que movimenta dinheiro e pessoas em todo o mundo e vem adquirindo novas modalidades e adeptos em seus diversos segmentos. Assim, em cada lugar, podemos perceber que o turismo está interligado e mostrando o potencial existente nestes lugares, seja através da cultura, gastronomia, negócios, história e até eventos.

Antes mesmo de a palavra turismo existir e ser conceituada, o homem já se deslocava de uma localidade a outra por motivos diversos, considerando-se como origens do turismo, especificando o turismo de Eventos, foram os Jogos Olímpicos da Antiguidade que abriram as portas para a prática da hospitalidade e fez com que outras cidades realizassem os próprios jogos e mais tarde outras atrações de mesmo propósito. (MATIAS, 2007).

Por abranger uma diversa quantidade de segmentos, ao longo do período, o turismo sofreu várias alterações em relação ao seu conceito e definição para atender a estas segmentações como o turismo de negócios, saúde, esportes, e eventos, entre outros, sendo o turismo de eventos atualmente um importante componente para o incremento da atividade turística e da economia internacional.

Para (ANDRADE *apud* MATIAS, 2007, p. 34), Turismo de Eventos é o conjunto de atividades exercidas por pessoas que viajam a fim de participar de diversos tipos de eventos que visam ao estudo de alternativas, de dimensionamento ou de interesse de determinada categoria [...]. Deste modo, podemos verificar que para a realização seja possível, a oferta do serviço e sua diversificação para que seja possível atrair pessoas, além disso, segundo Oliveira, 2002, p. 78), “além de ser um bom negócio para os locais receptivos, esse tipo de turismo independe dos fatores climáticos. Se chove, faz calor ou faz frio, o evento acontece”.

Existe um leque de definições acerca do segmento de eventos, visto que este está sempre presente em alguma parte e em diversas classes sociais, religiões e raças. Existe em todo o momento pessoas realizando eventos para comemorar, apresentar um produto ou para resolver problemas. Deste modo, percebemos o quão é difícil entrar em um consenso para conceituar de modo universal o segmento de evento.

Considerado como de grande relevância e contribuição no decorrer desta monografia utilizar-se-á a seguinte definição no âmbito do turismo de eventos:

Conjunto de ações profissionais desenvolvidas com o objetivo de atingir resultados qualificados e quantificados junto ao público-alvo; conjunto de atividades profissionais desenvolvidas com o objetivo de alcançar seu público-alvo através do lançamento de produtos, da apresentação de pessoas, empresas ou entidades, visando o estabelecer o seu conceito ou recuperar o seu público-alvo; realização de ato comemorativo, com ou sem finalidade mercadológica, visando apresentar, conquistar ou recuperar o seu público-alvo. Evento é a soma de ações previamente planejadas com o objetivo de alcançar resultados pré-definidos, junto ao seu público-alvo. (CANTON *apud* MARTIN, 2003, p.35)

Desta maneira, pode-se perceber que o evento, seja ele qual for, tem como principal objetivo oferecer um produto para se conquistar ou recuperar seu tipo de público escolhido. Este produto tem de ser planejado e desenvolvido por profissionais capacitados para que os resultados, qualitativo e quantitativo, sejam alcançados.

Para tanto, deve-se ter atenção para se obter este sucesso, o público-alvo deve ser decisivo e escolhido com cautela, verificando-se sempre se o evento a ser realizado atende às necessidades deste público.

Assim, podemos usar a cultura (a ser discutida no próximo tópico) para compreender a importância de que podem existir, em um local, diversos grupos de pessoas e, nestes grupos, vários padrões culturais divergentes, e desta maneira sabendo reconhecer estes padrões culturais dentre outros tipos de prestação de serviços, para o turismo em si e o turismo de eventos, podemos obter um resultado positivo ao tentarmos atingir um público-alvo.

### **2.1.1 Turismo, Eventos e Cultura**

Há tempos, tenta-se definir a cultura e sua relação com os seres humanos com a antropologia, através destes com seu meio geográfico, como a partir de 1920 os antropólogos Boas e Kroeber entre outros, citados por (LARAIA, 1986, p. 21) afirmam que estes adotaram que: “é possível e comum existir uma grande diversidade cultural localizada em um mesmo tipo e ambiente físico”.

Se num mesmo tipo de ambiente físico podem existir diferentes padrões culturais, compreende-se a dificuldade para a definição concreta e exata da cultura já que esta pode e está em diversos espaços físicos e de maneiras diversas de acordo com o espaço social em que um indivíduo está localizado.

Podemos identificar essa diversidade quando o antropólogo afirma que

O homem é o resultado do meio cultural em que foi socializado. Ele é um herdeiro de um longo processo acumulativo, que reflete o conhecimento e a experiência adquiridos pelas numerosas gerações que o antecedem. A manipulação adequada e criativa desse patrimônio cultural permite as inovações e as invenções. Estas, não são, pois, o produto da ação isolada de um gênio, mas o resultado de toda uma comunidade. (LARAIA, 1968, p. 45)

Com esta afirmação, podemos considerar que um indivíduo pode ser muito inteligente, mas para que possa explorar essa inteligência e transformá-la em

inovações ou invenções, este necessita de todo o acúmulo de longos anos que foram produzidos por seus antecessores através de conhecimento e experiências.

Aplicando esta afirmação ao turismo, podemos citar os diversos tipos de eventos que foram inventados e inovados desde a Antiguidade, como dito anteriormente. Este acúmulo de experiências adquiridas em diversas culturas gera uma gama de tipos destes serviços e fazem com que pessoas se desloquem de suas localidades habituais para conhecer “o novo” e é disto que o turismo se apropria desta curiosidade e o desejo do indivíduo de conhecer o que está fora de seus padrões culturais.

O turismo pode interligar diversos segmentos, dependendo da atividade ofertada e realizada pelas pessoas, como o turismo cultural e de eventos que estão ligados em vários fatores, principalmente no impacto que causam juntos às pessoas.

Numa esquematização realizada por Hall (1989), *apud* Allen (2003), que coloca em quatro esferas os impactos que os eventos provocam, uma delas é a Social e Cultural que nos impactos positivos provoca a vivência compartilhada; revitalização de tradições; fortalecimento do orgulho comunitário; legitimação de grupos comunitários; aumento da participação da comunidade; apresentação de ideias novas e desafiadoras e expansão de perspectivas culturais.

(Costa 2014, p. 41, *apud* Dias 2006, p. 39) defende o turismo cultural como

uma segmentação do mercado turístico que incorpora uma variedade de formas culturais, em que se incluem museus, galerias, eventos culturais, festivais [...], outras, que, identificadas com uma cultura em particular, fazem parte do conjunto que identifica uma comunidade e que atraem [sic] os visitantes interessados em conhecer características singulares de outros povos.

Deste modo, podemos perceber a interação entre turismo, evento e cultura quando é citado pelo autor como variedade de formas culturais, o festival, objeto de pesquisa discutido neste trabalho.

Verificamos, ainda, a importância que a união entre o evento e a cultura juntos pode provocar num indivíduo que é motivado a conhecer e vivenciar outras culturas, o que acarreta na troca de aprendizado entre pessoas.

(Costa 2014, p. 44, *apud* STEBBINS 1996, p. 948-950) defende o turismo cultural com sendo

um gênero de turismo [...] baseado na busca e na participação em experiências culturais novas e profundas, quer estéticas, intelectuais, emocionais ou psicológicas. Muitas formas culturais como museus, galerias, festivais, arquitetura, ruínas históricas, performances artísticas e sítios patrimoniais rotineiramente atraem visitantes. As formas são expressões ou contêm expressões de uma ou mais arte da elite, populares ou folclóricas [...]

Essa busca de conhecer e o desejo de participar de culturas diferentes é de suma importância para a atividade do turismo nas localidades em que ofertam estes serviços, visto que se pode aproveitar desta curiosidade em relação ao novo e oferecer o máximo de atrativos existentes na localidade, seja este evento ou não, para fomentar o turismo através da visibilidade.

## 2.2 A IMPORTÂNCIA DOS EVENTOS PARA O TURISMO LOCAL

Muitas vezes o turismo de negócios é ligado ao turismo de eventos. Para que possamos compreender e, a partir daí, distinguir estes dois segmentos e nos direcionar diante desta linha tênue que existe entre ambos, contamos com a seguinte afirmação:

A maior parte das viagens de negócios inclui eventos e as viagens para participar de eventos normalmente têm caráter profissional. No entanto, turismo de negócios não é sinônimo de turismo de eventos. Um empresário pode viajar para fechar um negócio sem que haja qualquer evento incluído na sua programação. Um turista que viaja para participar de uma festa popular, ou um estudante que viaja para um evento acadêmico, não faz uma viagem de negócios. (TENAN, 2002. p.12)

Diante desta afirmação abordada por Tenan, pode-se perceber que viagem de negócios tem caráter profissional e, na maioria, significa a inclusão de eventos, mas pessoas que participam de eventos, enquanto turistas, não realizam viagem de negócios. Isto pode ser percebido através das realizações de eventos de cunho cultural, ou *shows*, principalmente os que podem ultrapassar um dia, contribuindo para hospedagem de pessoas.

Conta-se para a visibilidade e maior possibilidade de sucesso destes eventos com a ajuda do marketing e planejamento das organizações competentes, visto que estes podem mostrar as possibilidades e atrativos que um local tem a oferecer acarretando na contribuição positiva do local exposto. Podemos confirmar através da afirmação da Organização Mundial do Turismo que diz: “Um evento internacional pode

demandar serviços de mais de 50 segmentos da economia, como transporte, hospedagem, lazer, alimentação, comércio, etc.”

Com isso, podemos reforçar a ideia desta importância através da afirmação de que

O turismo de eventos é a parte do turismo que leva em consideração o critério relacionado ao objeto da atividade turística. É praticado com interesse profissional e cultural por meio de congressos, convenções, simpósios, feiras, encontros culturais, reuniões internacionais, entre outros, e é umas das atividades econômicas que mais crescem no mundo atual. (TENAN *apud* HOELLER, 2002, p. 10-11).

Reforçaremos, neste interesse, tanto a questão profissional, que pode ser direcionada às pessoas que organizam eventos, quanto à questão cultural que será incluída na ideia o festival, que pode ser artístico e cultural e remete-se diretamente ao objeto que está sendo trabalhado nesta pesquisa.

Podemos utilizar como exemplo o Brasil, no que diz respeito à visibilidade internacional que nos últimos anos, de acordo com a Associação Brasileira de Empresas de Eventos e SEBRAE, através da pesquisa: dimensionamento econômico da Indústria de eventos no Brasil, realizada entre 2013 e 2014 afirmou que o mercado deste segmento no país vem crescendo 14% ao ano. Isto decorrente dos grandes eventos esportivos e culturais que deram oportunidade a uma diversidade de atrativos como a gastronomia, acervos de artesanatos, festas populares e uma vasta opção de atrações.

### **2.2.1 Turismo de Evento em Salvador**

A cidade de Salvador é conhecida por sua hospitalidade e riqueza cultural, além da sua diversidade gastronômica e festas populares. Mas, apesar de também ser direcionada ao segmento de eventos, nos dias atuais principalmente pelas redes hoteleiras para manter a receita de seus empreendimentos, alguns fatores como a crise mundial e interdição do Centro de Convenções que ocorreu em maio de 2015 estão dificultando mais as realizações dos eventos na cidade. Contudo, podemos perceber através de dados que antes destes fatos Salvador já vinha perdendo seu lugar em relação a este segmento.

Uma pesquisa realizada através Associação Brasileira de Empresas de Eventos 2014, criada para verificar os impactos econômicos dos eventos realizados no Brasil,

apontou que dos 58% que visitaram cidades do Brasil no ano anterior a pesquisa como participante de evento, somente 4,6% se dirigiram a Salvador, que ficou atrás das cidades do Rio de Janeiro, São Paulo e Florianópolis.

Ainda de acordo com a pesquisa das cidades mais visitadas, Salvador seguiu em 6º lugar com 4,4%, atrás das cidades: Rio de Janeiro, São Paulo, Foz do Iguaçu, Manaus e Belém.

De acordo com a pesquisa o perfil dos Turistas seriam: idade entre 25 a 54 anos, sendo que dos 97,3% que possuíam nível superior 42,6% tem doutorado e 39,1% tem renda acima de 4.000 U\$.

Com os dados apontados, podemos levar em consideração que os turistas entrevistados possuem poder aquisitivo alto e a partir do nível de escolaridade apontados, são pessoas que procuram conhecer o destino que irá visitar e pode consumir tanto ou mais que um turista a lazer. Deste modo, as organizações competentes devem direcionar o olhar para estas pessoas para que possam atraí-las, visto que estas se enquadram no perfil de turistas exigentes, principalmente por serem conhecedoras de seus direitos e querem pagar pelo serviço oferecido que precisa ser de excelência.

#### **2.2.1.10 Carnaval de Salvador**

O carnaval de Salvador iniciou-se no período do Império, na forma de Entrudo que, segundo o Minidicionário da Língua Portuguesa (2002, p. 373) significa: “antigo folguedo carnavalesco no qual os foliões jogavam água nos passantes”. Foi introduzido no Brasil pelos Portugueses e foi proibido em 1853 pela Câmara Municipal. A partir de então, enquanto a Elite promovia festas em clubes, que, com o tempo, foram levadas às ruas através de corsos e carros alegóricos, os negros usavam instrumentos dos rituais de candomblé, mas permaneciam longe dos salões e ruas dos cortejos.

Na Baixa dos Sapateiros e Taboão, com agogôs, atabaques e xererés, os negros produziam um ritmo de raiz, pai do samba brasileiro. Reprimidos a cada vez que se aventuravam a brincar o Carnaval nos lugares reservado à alta sociedade, os blocos e charangas compostos por negros se organizavam em entidades com nomes que remetiam à mãe África: Embaixada Africana, Pândegas d'África, Chegada Africana e Guerreiros d' África. (carnaval.bahia.com.br/#!linha-do-tempo-38. Acesso em 21 de mar. de 2016 às 22:47...).

No século XX, samba e batucada ganharam espaço no Carnaval, atravessando locais demarcados e chegando à Barroquinha e Ladeira de São Bento. Chegando à Rua Chile, os blocos de negros foram repreendidos pela polícia e, em 1903, a Câmara e autoridades policiais adotaram medidas para que manifestações fora da estética europeia fossem reprimidas.

Em 1938, foi formada a dupla Dodô e Osmar. Estes criaram, após 10 anos, o pau elétrico, conhecido como guitarra baiana e, 20 anos depois, o trio elétrico.

No ano de 1943, a classe trabalhadora já regia o ritmo da festa. Os estivadores recebiam informações de outros países, inclusive da Europa. A partir de daí, conheceram os ensinamentos de liberdade e luta de Mahatma Gandhi. Após a morte deste líder em 1949, realizou-se a fundação dos Filhos de Gandhy.

Entre os anos de 1963 a 1965, foram criados pelos jovens baianos os blocos: os Internacionais, Os Corujas e o primeiro bloco de travestidos de Salvador, As Muquiranas. Ainda na década de 1960, os negros criaram blocos inspirados nas tribos indígenas norte-americanas: Apaches, Sioux e Comanches.

Esta década foi conhecida como a década do apogeu das escolas de samba.

O Grêmio recreativo Escola de Samba Juventude do Garcia sagrou-se campeã por quatro anos seguidos. Pela regra, não poderia ser coroada pentacampeã, então ganhou menção honrosa em 1969, defendendo o tema: "Três anos de Glória", de Raimundo Nascimento. (carnaval.bahia.com.br/#!linha-do-tempo-117,.... .Acesso em 21 de mar. de 2016 às 22:51...).

Na década de 1970, aconteceram vários episódios e criações: a fusão de frevo e Rock, com a influência da Tropicália no caminhão do Tapajós feita por Baby Consuelo, Pepeu Gomes, Paulinho Boca de Cantor e Luís Galvão e Moraes Moreira. Além da gravação de "Samba, Suor e Cerveja" por Caetano Veloso e um encontro de trios na Praça Castro Alves com Osmar e Armandinho.

Neste mesmo período surgiram os blocos afros. O mais antigo deles, o "Ilê Aiyê, fundado na Ladeira do Curuzu, por Antônio Carlos dos Santos, o Vovô, em 1974.

Foi o primeiro a manter uma associação cultural para preservar tradições e culturas africanas. Sua canção identidade, "Que Bloco é Esse?", ganhou muitas outras interpretações de artistas como Gilberto Gil, Daniela Mercury e O Rappa<sup>1</sup>.

---

<sup>1</sup>carnaval.bahia.com.br/#!linha-do-tempo-119. .Acesso em 21 de mar. de 2016 às 23:12.

Depois do Ilê, surgiram outros blocos negros, como Malê Debalê, Olodum, Muzenza, Cortejo Afro e Bankoma, decorrentes do processo de “reafricanização” do Carnaval da Bahia. Já nesta época, houve a extinção do samba no carnaval e o desuso das máscaras, continuando somente nas festas do interior.

O bloco Muzenza na década de 1980, estreia na Avenida com as cores da Jamaica em homenagem a Bob Marley. Nessa década, a música baiana incorporava influências dos ritmos caribenhos, frevo, ijexá e pop, além de se utilizar da tecnologia na criação dos trios elétricos.

A música baiana incorporava influências dos ritmos caribenhos, frevo, ijexá e pop, surgindo o sucesso “Fricote” do disco “Magia”, gravado por Luiz caldas. A produção baiana abre o mercado nacional para os artistas locais e fica conhecido como Axé Music.

Foram surgindo novos blocos como: Camaleão, Eva, Cheiro de Amor, Beijo e Crocodilo – Sarajane, Gerônimo, Carlinhos Brown, Chiclete com Banana, Asa de Águia, Ricardo Chaves, Margareth Menezes, Banda Mel...

Desde 1990 até os dias de hoje, o Carnaval de Salvador sofreu mudanças que podem ser retratadas com a chegada do Novo Pagode, com o grupo “É o tchan”; o forte uso da tecnologia para abafar os sons dos tambores dos grupos afros e para comportar bandas de percussão no alto do trio elétrico.

Com isso, podemos citar a criação do Expresso 2222, que recebeu várias figuras internacionais e da realeza, como a rainha Silvia da Suécia e Margareth Menezes para o resgate das fantasias e máscaras com o Bloco Os Mascarados. Também O Camarote Andante de Carlinhos Brown que tinha pessoas em cima do trio e músicos no chão.

Em 2004, o Carnaval de Salvador entrou para o livro dos recordes, o *Guinness Book*, como a maior festa de rua do planeta, que inclui o samba, pagode e ritmos afro-baianos que conquistaram seus lugares neste evento.

O Governo do Estado da Bahia investiu no carnaval do centro histórico, e realizou a implantação do Circuito Batatinha, no Pelourinho, para resgatar o carnaval à moda antiga com máscaras, fantasias, bandinhas e manifestações culturais tradicionais e apresentações como as marchinhas, o teatro de rua e os mamulengos.

Desde a Era das Batucadas, no Brasil Colônia, entidades culturais afro-baianas lutaram para conquistar espaços igualitários e de destaque na folia. O Carnaval Ouro

Negro contribuiu para que os blocos afros, afoxés, de samba e reggae pudessem desfilarem sua cultura em melhores condições, apoiados pelo Governo do Estado.

Não há dúvidas quanto à repercussão que o Carnaval de Salvador traz para a capital, mas muitos baianos não são atraídos por este evento cheio de cores. Para tanto foi criado o Palco do *Rock*, idealizado para as pessoas que moram no Estado e preferem o estilo *Rock'n'roll*, que é objeto de pesquisa e que será tratado mais adiante.

### 3 O PALCO DO ROCK

#### 3.1 HISTÓRICO DE 1994 A 2016: ORIGEM, CONSTITUIÇÃO, PARTICIPANTES, SEDE

O Palco do *Rock* é um festival alternativo, que para Tenan (2002), significa dizer que é um evento de cunho artístico-cultural, composto de apresentações previamente selecionadas, com o objetivo de competição, divulgação ou promoção comercial. Tem frequência variável e pode acontecer em ambientes abertos ou fechados.

Podemos, a partir da tabela abaixo, visualizar de forma clara como pode ser classificado o evento Palco do *Rock*.

Quadro 1 Classificação e tipologia do evento Palco do *Rock*

PARA COMPETIÇÃO	Permite criar uma competição, conseqüentemente uma premiação, podendo ser esportivo, cultural, artístico, etc.
PARA DEMOSNTRAÇÃO OU EXPOSIÇÃO	Pode haver competição, mas a motivação é a apresentação de um produto ou serviço.
POR DATA OU FREQUÊNCIA	Permanente: todo evento que ocorre periodicamente; anual, no caso específico do evento.
POR CATEGORIA E FUNÇÃO ESTRATÉGICA	Direcionado à função do evento dentro do marketing, sendo de cunho privado, sub-categorizado como: promocional, de divulgação e de incentivo.
POR DIMENSÃO	Relacionado com o número total de participantes, sendo classificado como de grande porte por mobilizar milhares de pessoas. Uma média de trinta e duas mil pessoas.
POR OBJETIVO OU ÁREA DE INTERESSE	Preponderando a finalidade do evento e seu objetivo, neste caso: artístico, cultural, divulgação, incentivo, promocional, turismo/lazer.
POR PERFIL DE PARTICIPANTES	Dirigido: agrupa vários grupos com atividades e interesses em comum.
POR TIPO DE ADESÃO	Refere-se à forma de adesão dos participantes ao evento; classificado como aberto, de acesso livre, sem restrições, taxas de admissão ou cobrança de ingresso.
FESTIVAL	De cunho artístico, objetivando competição, promoção, comercial ou divulgação.
SHOW	Trata-se de uma apresentação para um público- alvo específico, com o objetivo de oferecer entretenimento através da dança, atividades culturais, música.

Fonte: Adaptado com base em Martin (2003) através dos dados obtidos em pesquisa.

Para melhor conhecimento histórico deste festival, cabe aqui apresentar evolução do evento nos anos de 1994 a 2016.

Para se falar do Palco do *Rock*, deve-se dar destaque à Associação Cultural Clube do *Rock* da Bahia (ACCRBA), fundada em 1991, em Salvador, e ao Humberto César Maia Tedão, conhecido como Tedão, que tornou possível a criação desta Associação que foi a primeira agregação de bandas de rock do Brasil de direito privado com objetivo social que observa o princípio da universalização dos serviços, principalmente da coletividade promovendo a cultura *rock*.

Em conversa realizada com o Tedão, no início do mês de abril deste ano, foi possível conhecer em detalhes como se deu origem a história do PdR.

Em princípio, este informou que tinha uma banda de chamada Sexto Sentido e que existiam outras bandas na cidade de Salvador, mas muitas destas não se conheciam, mudando-se este quadro através do Marcelo Nova, que trabalhava na rádio Aratu, em Salvador e formou a banda Camisa de Vênus.

Tendo conhecimento de que um movimento numa casa de *show* chamada Sabor da terra que tinha como gerente na parte de eventos o Raimundo Nonato da Cruz, mais conhecido como Chocolate da Bahia, Tedão pediu a este que deixasse sua banda tocar e o pedido foi concedido, mas a banda tocava aos domingos, que era um dia de pouca movimentação no local.

Com as apresentações, percebeu que havia muitas bandas de *Rock*, viu a oportunidade de solicitar aos poderes públicos – já que participava de reuniões no sindicato dos músicos, por conta do irmão mais novo que tinha uma banda de axé – um espaço para eventos realizados no Carnaval ou em outra época do ano para que as bandas tivessem uma representação.

Com a criação de um projeto de palco com banda de *Rock*, decidiu-se que este fosse realizado no carnaval, com isso procurou-se verificar as necessidade para se regularizar esse projeto que precisava de uma entidade para representação e, conversando com Chocolate, que tinha um clube de mesmo nome, este decidiu representá-los como Clube o *Rock* e foi através desta necessidade que surgiu a criação da ACCRBA.

Em 8 de março de 1991, houve a primeira reunião da Associação no Sabor da terra com a presença de jornalistas.

Seguindo o conselho de um amigo, Tedão foi à Associação de classes e com pouco mais de seis pessoas, conseguiu marcar uma reunião com o sindicato dos músicos para que as bandas pudessem se apresentar e serem selecionadas, daí a Prefeitura e o Governo do estado disponibilizaram a verba para o aluguel do palco, sonorização e pagava os cachês das bandas.

Com Lídice da Mata assumindo a Prefeitura no ano de 1993 – até então, Tedão não tinha conhecimento de que o dono do bar em que tocava era irmão desta – designou o irmão como superintendente da Empresa de Turismo Salvador (EMTURSA). No momento em que tomou conhecimento do parentesco, solicitou apoio ao projeto, mas teve como resposta a justificativa de que como era o primeiro ano da Lídice assumindo o cargo, não teria como ajudar, que deveria contratá-lo no ano seguinte.

Com a desistência de muitos membros no final de 1993 e início de 1994, através de um amigo, entrou em contato com Sandra de Cássia e Raimundo para somar forças e apoiar o projeto.

Numa sessão plenária na câmara, para definir sobre questões do Carnaval, existiam várias categorias, menos a de *Rock*. Um amigo deu uma ideia para que ele fosse à Assembleia levar uma faixa dizendo: “Nossa categoria também quer fazer parte do Carnaval”. Duas pessoas seguraram a faixa, como estava lotado, quando abriu-se a faixa, as pessoas curiosas para saberem do que se tratava acabaram se aproximando para ver o que estava escrito, dando a aparência de que todas elas estavam a favor da causa, mas somente ele e 3 amigos é que estavam ali com o propósito de manifestação. Com isso, conseguiu-se que se incluísse o estilo musical na categoria.

Após essa conquista, com apenas uma semana para iniciar o evento, existiam 50 bandas que tinham interesse em participar do festival, mas somente foram liberadas 12 vagas. Essas bandas começaram a se dirigir ao local de inscrição e, de acordo com Tedão, ocorreram mais obstáculos:

Quando os integrantes das bandas iam fazer suas inscrições o sindicato dizia que era no SESI ou em outro local jogando as bandas de um lado a outro, mas nunca indicavam o lugar certo. Daí a Sandra teve a ideia de fazer parte do membro do sindicato e conseguiu inscrever 32 as bandas de *Rock*, destas 27 participaram do concurso e 3 não conseguiram atingir a média de 5 pontos.

Vendo que mais da metade de bandas de *Rock* permitidas passaram no concurso, Tedão fez um levantamento e apresentou ao sindicato que das 200 bandas de axé, menos de 100 conseguiram atingir a média e existiam 150 vagas para esta categoria. Já para as bandas de *Rock* só existiam 12 vagas, sendo que 27 banda participaram e 3 não atingiram a média.

Com isso, ele solicitou que as 24 bandas que tinham passado se apresentassem no palco. Mas conseguiram liberação para que 21 bandas tocassem no evento, só que eles enfrentaram outro problema: o espaço para tocarem.

Estava muito próximo do dia de estreia do evento, tínhamos poucos dias e não conseguimos espaço através da Prefeitura nem do Governo. Ficamos sabendo que a TV Aratu fazia projetos de verão com apresentações de surfing e aeróbica e nesse evento tinha um palco. Pedimos ao Ney Bandeira, que dirige a Aratu para ceder o palco, ele permitiu, mas não poderia fornecer iluminação. Com esforço conseguimos isso da Prefeitura e ficávamos lá desde a manhã até a madrugada para garantir que o evento acontecesse.

As bandas tiveram cachês entre 300 a 1000 dólares e aproveitou-se para qualificar os membros que obtiveram carteira de músico profissional e contrato com a Prefeitura. Lutaram pela igualdade dos cachês entre os músicos e contra a exigência de, no mínimo, 8 componentes para se apresentarem. No início, eles atingiram um público de 3 mil pessoas<sup>2</sup>.

Como a associação conseguiu com que o objetivo de permanecer com o palco não tivesse a dependência do sindicato – que recebia 5% sobre os cachês – estes começaram a dizer que não se tinha muito público, que as pessoas presentes no festival eram banhistas e a Prefeitura estava gastando verba à toa. A associação teve de provar através de fotografia a quantidade de pessoas que foram ao evento.

Em 1997, no governo de Antônio Imbassahy, ouviu-se dizer que o PdR, apesar de no primeiro ano atingir um público de 3 mil pessoas e com 3 anos de evento atingir de 10 a 15 mil pessoas mesmo sem muita divulgação por parte da mídia, não aconteceria mais porque a Prefeitura estava sem verbas.

---

<sup>2</sup> No ano de 1995, o evento que era realizado na praia de Jaguaribe conseguiu seu próprio espaço e passou a ser realizado no Coqueiral de Piatã, permanecendo até a sua vigésima edição em 2014.

A condição para que o evento acontecesse era se atendesse à solicitação de apresentação de uma carta de crédito, com isso a organização do evento conseguiu esse documento através do Faz Cultura e da Lei Rouanet.

Após alguns anos consideráveis de realização do festival, a organização não entendia por que existiu, na época, a dificuldade em permanecer com o evento. Acabou mais tarde descobrindo que o PdR estava sendo considerado uma ameaça ao Carnaval de Salvador, já que o evento tinha menos de 10 anos, não existia muita divulgação por parte da mídia e conseguia atingir um público de até 15 mil pessoas.

Com a retirada dos cachês no ano de 1999, muitas bandas desistiram de tocar no evento, mas, como sempre, existia a comunicação através de fanzines, *tabloides* e rádios alternativas, além da troca de materiais entre bandas de outros locais do Brasil, a organização decidiu por convidar bandas de outros estados com a garantia somente da hospedagem. Mais de 40 bandas quiseram tocar na cidade de Salvador, mas só foi possível arcar com a estadia de 10.

Além das dificuldades externas, dentro da organização estavam acontecendo discordâncias entre os membros, principalmente após tentativa de defesa contra um programa de jornalismo na TV que estipulava coisas negativas referentes aos participantes, como uso de drogas e vandalismo no evento de maneira generalizada que acabou por ofender a todos os que frequentaram o evento e por um dos membros ter solicitado patrocínio diretamente ao Governo, Senado e não teve a ideia bem recebida pelo presidente da Câmara na época que considerou o ato como a tentativa de “passar por cima de autoridades” e mais uma vez não se tinha certeza se o evento aconteceria.

Um amigo de Tedão tinha uma produtora de vídeo na França e em Portugal e conhecia uma banda de Portugal que se interessava em tocar no evento. Com isso, ele fez uma carta convidando a banda que deu a confirmação de comparecimento ao evento em dezembro.

Tedão apresentou a programação do evento à EMTURSA e foi informado de que não teria PdR. Aproveitando que a banda era de Portugal e no ano de 2000 comemoravam-se os 500 anos do Brasil, este disse que a banda era de Barcellos-Portugal e que o consulado do país havia enviado a banda para tocar no evento.

Ele pediu, como estratégia para que enviassem um documento ao consulado dizendo de que não iria aceitar a banda e horas depois o setor financeiro entrou em

contato para se ter uma conversa e acordou-se num convênio para alugar sonorização, iluminação (que foi uma dificuldade porque a Coelba, foi vendida pelo Governo para uma empresa privada e precisava-se de transformador).

Todo ano tinha um evento para inauguração da sala de imprensa, no Campo Grande, apresentando-se as questões do Carnaval, e, como tinha conhecimento, Tedão viu a oportunidade de solicitação de verba ao prefeito que compareceria ao local.

Quando Imbassahy chegou ao evento, Tedão apresentou a banda – que ele levou junto – informando que a mesma era de Portugal e contou a história sobre o consulado. O prefeito solicitou que fosse realizado o evento de acordo com as necessidades e conseguiu-se o transformador, que, na época, custava 15.000,00.

Neste mesmo ano, após a realização do evento, Tedão deixou a presidência da Associação e do evento por conta dos atritos entre os outros diretores, que estavam começando e se transformar em ameaças. Mas diz que fica feliz pelo projeto ter dado certo e o evento ter continuado até então.

Além de apoiar eventos de bandas que estão iniciando suas carreiras, promove outros como o dia Municipal do *Rock* que foi criado através da Associação em 1998.

De acordo com a iniciativa da organização do Palco do *Rock*, comemorado no dia 28 de junho em homenagem ao aniversário de Raul Seixas, tendo o projeto aprovado na Câmara dos Vereadores de Salvador sob Lei Municipal 5.404/87.

O Prefeito Municipal do Salvador, Capital do Estado da Bahia; Faço saber que a Câmara Municipal decreta e eu sanciono a seguinte Lei:

**Art. 1º** - Fica instituído no Município de Salvador, o Dia do *Rock* que será comemorado, anualmente, no dia 28 de junho.

**Art. 2º** - Esta Lei entra em vigor na data de sua publicação.

**Art. 3º - Revogam-se as disposições em contrário.**

Gabinete do Prefeito Municipal do Salvador, em 15 de julho de 1998.

ANTONIO IMBASSAHY  
Prefeito <sup>3</sup>

Em 2009, após quinze anos de tentativas, foi implantado no festival o espaço interativo, com manifestações culturais diversas, produtos e ações sociais, sendo abertas inscrições para quem desejasse realizar seus projetos dentro do evento. A diretoria da Associação Cultural Clube do *Rock* da Bahia desejou, desta maneira,

---

<sup>3</sup> salvador.jusbrasil.com.br/legislacao/825333/lei-5404-98#art-3.

executar, alegando que assim se teria uma gama de atrações, com possibilidade maior de diversidade de conteúdo sem nenhum vínculo. A proposta era enviada para o a (ACCRBA), depois para o site oficial do evento que não mais está disponível, e no ano de 2016 foi criado um novo *site*<sup>4</sup> através de uma empresa para fins de divulgação e contato com interessados.

No mesmo ano, especificamente no dia 13 de setembro, a ACCRBA, juntamente com os que acompanharam desde o início às mobilizações e solicitações contínuas e conseguiram que as bandas retornassem a receber seus cachês. O ocorrido foi informado à Casa de Música, localizada no bairro de Itapuã em Salvador-Bahia. Para os mesmos essa foi uma das maiores conquistas e uma maneira de comemorar o décimo quinto aniversário do evento.

No ano de 2010, a conquista foi ter o evento transmitido ao vivo via *streaming*, confirmada exatamente no dia 02 de fevereiro. Pensado em uma maneira de as pessoas que estão em outros locais se deslocarem, mesmo estando na cidade, para acompanharem o que estava acontecendo no evento, a transmissão de todas as atividades do evento era disponibilizada no *site* oficial, que ainda pôde ser acompanhada através do *site* da associação.

Ainda em 2010, foi criado o espaço interativo infantil<sup>5</sup> no intuito de apoio aos pais que não deixaram de ir ao festival, mesmo depois de constituírem família, e ainda levaram suas crianças para o evento.

Em 2014, completando duas décadas no ano de 2014, o evento esteve no ápice da sua glória; divulgações nas redes sociais e de televisão, atrações renomadas, com anos de experiência, além de um brasão (ver anexo A; p. 74), criado para representar às pessoas que fazem parte do evento, dando significado, segundo a organizadora, de família.

Para, além disto, foi escolhido como tema: “A saga continua”, o qual, segundo a diretoria de divulgação, remete ao passado e ao futuro de muitas lutas para se conseguir inserir um evento voltado para a vertente *rocker* na cidade de Salvador.

No ano de 2015, houve a mudança do evento para o Jardim de Alah e muitos elementos relacionados à gestão foram questionados. Quando questionada sobre

---

<sup>4</sup> <http://palcodorock.wix.com/2016>.

<sup>5</sup> O espaço Interativo infantil será retratado no capítulo 4.

esses problemas, a organizadora e também dona do projeto disse que, a partir do momento em que ocorre a entrada de verbas na ACCRBA, algumas pessoas gananciosas quiseram fazer parte da presidência da Associação. Ela acrescentou que, independente de Associação, ela irá realizar o evento PdR, porque a ideia deste nunca foi a questão de dinheiro. Sandra adiciona:

As pessoas querem fazer parte da presidência, mas não agregam no sentido de oferecer ideias para a melhoria dos eventos que a ACCRBA realiza. A presidência está aberta a votação, mas o evento Palco do *Rock* será levado comigo, porque ele é parte de mim.

Neste ano de 2016, o evento PdR, de acordo com as informações relatadas na rede social *facebook*, ainda pôde-se perceber problemas com as organizações da Prefeitura e Governo, com atraso de verbas, falta de infraestrutura local, que pôde ser vista nos dias de realização do evento.

Além disto, há o relato de pessoas através do *facebook* e comprovadas no formulário aplicado aos participantes do evento, em relação à gestora e organizadora Sandra de Cássia. Muitas pessoas relatam o distanciamento desta enquanto responsável pelo evento, e quem deveria ter papel fundamental para manter contato com os participantes, o que se faz importante, já que sem um público-alvo não existe eventos de quaisquer fins.

## 3.2 GESTÃO DO EVENTO

### 3.2.1 Planejamento e organização

Para Martin, o planejamento é a espinha dorsal do evento. Ele é quem define o rumo para onde se deve ir, onde obter a sustentação econômica.

Já a organização:

é o pulmão e o coração do evento. Sem ela o evento para de bater, as tarefas deixam ser feitas, os fornecedores não recebem as informações e os pagamentos necessários para trabalhar e fazer acontecer o evento em toda sua plenitude. (MARTIN, 2003, p.70)

Assim, pode-se observar que o planejamento e a organização estão lado-a-lado. Não se planeja um evento com o intuito de que ele não seja realizado e não se organiza nem se tem sucesso na realização, se não houver um planejamento.

Nesta etapa do evento, precisa-se se conhecer as etapas básicas para a execução deste e sua finalização, além da avaliação após seu término e também as

prestações de contas com o retorno dos organizadores ao público. De acordo com Martin (2003), pôde-se dividir o evento em três etapas:

- Pré-evento: fase onde há a necessidade de definição do projeto e planejamento de todas as atividades, bem como o detalhamento de receitas e despesas esperadas, a decisão de que tipo de profissionais e fornecedores deverão ser contratados. Também são avaliados os controles administrativos e financeiros. Tudo isso girará em torno dos objetivos e da previsão de receitas estimadas.
- Evento: obtendo-se sucesso na fase do pré-evento, a realização do evento tem grande possibilidade de ser um sucesso, pelo fato de se ter uma boa base para que a organização da estrutura operacional possa acontecer sem grandes problemas. Nesta fase há a montagem do evento no local escolhido e a operacionalização do atendimento do público-alvo. Vão operar também todos os fornecedores e profissionais contratados durante o pré-evento.
- Pós-evento: desmontagem de toda a estrutura montada para o evento, faz-se necessário o acerto de contas financeiras e dos pagamentos dos fornecedores. Pode-se acrescentar ainda no pós- evento a prestação de contas com o público, seja através de informativos com dados qualitativos e quantitativos ou agradecimentos pelas presenças por diversos meios, que podem ser: cartões, mensagens em redes sociais, etc... para mostrar que essas pessoas foram de extrema importância para que o evento fosse realizado com sucesso e que os organizadores desejam a presença dos mesmos nos eventos posteriores.

De acordo com (Maireles 1999, p. 37 *apud* Martin 2003, p.73), o planejamento pode ser considerado um fator fundamental ao desenvolvimento de qualquer atividade e, de modo especial, para a organização de eventos, permitindo a racionalização das atividades, o gerenciamento dos recursos disponíveis e a ampliação do projeto.

Para (SILVA, 2000), após um planejamento para que se corra o mínimo de riscos, como improvisação, insucesso, dentre outros detalhes que possam atuar de maneira negativa na realização do evento e estabelecer um tema central, dentre outras questões

- “faz-se necessário determinar as principais etapas do planejamento:
- (a) determinação dos objetos: essa etapa consiste em determinar detalhadamente o que se deseja alcançar, procurando-se definir, com clareza e precisão, os objetivos operacionais do evento;
  - (b) determinação das metas: para conseguir os objetivos viáveis, é fundamental detalhar todas as ações ou as tarefas, os seus.....
  - (c) análise do ambiente interno: as questões internas são as referente à organização, execução e gerenciamento do evento. Nesse enfoque, procura-se identificar os pontos fortes e fracos da administração interna do evento, reforçando os aspectos positivos e tentando eliminar os negativos;
  - (d) análise do ambiente externo: o planejamento deve contemplar as variáveis ou aspectos externos à organização do evento, buscando-se as oportunidades que o mercado oferece, como aproveitá-las e detectando-se as ameaças para eliminá-las [...]; e
  - (e) estabelecimento dos programas: no planejamento são construídos vários programas:
    - e.1- produção: logística, arranjo físico, manutenção, controle de qualidade[...];
    - e.2- recursos humanos: treinamento, remuneração;
    - e.3- comunicação e *marketing*: produtos, serviços aos clientes, pesquisa, determinação de preços, venda, propaganda, seleção de mercados, estoque, expedição de material; e
    - e.4- finanças: obtenção de fundos, financiamento.”
- (SILVA, 2000, p. 68-69)

Em entrevista no mês de março deste ano com a atual organizadora do PdR, Sandra de Cássia informou que quando a verba é disponibilizada em tempo hábil, é feita a contratação de outras pessoas para que seja possível realizar o evento de modo que sejam atendidas as necessidades dos participantes e músicos que se apresentam no festival.

Mas, quando a questão é contrária, ela tem de contar com sua força de vontade e os dois filhos que dedicam seu tempo para ajudá-la e alguns voluntários e universitários da Faculdade de Comunicação da Universidade Federal da Bahia que ficam responsáveis pela divulgação e cobertura do evento. Estes, segundo a organizadora, recebem pelos serviços prestados ao evento como jovens aprendizes.

Além de organizadora, Sandra de Cássia foi uma das pessoas que deu início a este projeto e, portanto, fica responsável pelos contatos, administração organização e também é quem dá a palavra final.

Para dar início ao processo de organização do evento, precisa-se realizar esquematizar além das necessidades para a realização e sucesso do evento

“determinar:

- (a) as atividades a serem desenvolvidas- tarefas, funções, responsabilidades;
- (b) os responsáveis- pessoas, equipes/grupos de trabalho, colaboradores especiais;
- (c) momentos de execução- tempo, prazo, cronograma; e

previsão de receitas/despesas- orçamento dos recursos financeiros, custos, financiamentos”.(SILVA, 2000, p. 69-70)

Determinar o processo operacional e de gestão num evento é importante para que se tenha um controle da situação e facilite, além da comunicação entre o gestor e organizador para com o restante da equipe e empresas que, de alguma forma, colaboram para a execução do evento, como para que este possa ter uma visão ampla dos acontecimentos do evento externamente.

### 3.2.2 Cronograma

Para melhor entendimento da produção do evento, foi verificado o cronograma desde a pré-produção até o dia do evento Palco do *Rock* – que será mostrado em forma de quadro a seguir. Cada parte da produção do evento tem um tema e uma data para realização, sendo ambos realizados atualmente na Casa da música na cidade de Salvador-Bahia.

Em primeiro momento, é feita uma reunião cujo tema é: “Pensando no Palco do *Rock*”, o qual tem por finalidade elevar o nível do projeto a cada ano. Na reunião que é aberta ao público, participam músicos com o intuito de fazer parte do evento, juntamente com pessoas interessadas em tirar dúvidas e expor suas ideias e sugestões que podem ser acatadas pelos gestores do festival que também estão presentes nesta reunião. Também é feita a leitura do regimento interno do evento e do projeto oficina, voltado para a seleção de quatro bandas novas e autorais da Bahia.

Para as pessoas que não podem confirmar presença, tem a possibilidade de acompanhar a reunião ao vivo através de transmissão via *streaming* de vídeo em *link* disponível no site da Associação.

A “Curadoria Pública” teve início no ano de 2007. Faz-se a leitura do regimento do concurso na abertura da reunião, após as bandas enviarem materiais diversos- CD’s, *clippings* e *release* – com prazo definido, através dos correios e *fax*, para que sejam analisados por um corpo de jurados/curadores que atribuem uma nota, a qual definirá se essas bandas irão participar ou não do evento. Dentre as categorias exigidas estão: execução, arranjos e proposta musical condizente com o festival. Cada curador recebe uma ficha na qual deve colocar sua nota e observações. A média final

é divulgada no mesmo momento e a Associação dispõe de um microfone aberto para contestações dos resultados.

A reunião é aberta ao público e transmitida ao vivo através da *internet*, desta maneira as bandas são selecionadas na presença de todos.

A “Oficina-Palco do *Rock*” tem como objetivo divulgar bandas iniciantes – consideradas as que não têm discos gravados ou materiais de divulgação – que desejam mostrar seu trabalho no evento.

Para que isso seja possível, as bandas têm de apresentar à ACCRBA vídeos apresentando o grupo, cada integrante e responder às perguntas apresentadas com antecedência pela Associação.

Em um período anterior, as bandas se inscreviam no *site* oficial do evento e eram escolhidas através de uma votação popular, por conta do site estar fora do ar, este processo é realizado através do *facebook* e *blog* da Associação.

As oito mais votadas se apresentam em um evento fechado que acontece no Cine Teatro Solar Boa Vista no Engenho Velho de Brotas diante dos jurados e de um pequeno público. No final das apresentações, saem os resultados das quatro bandas que abrirão o evento nos seus quatro dias de atividades.

Após todo o esforço para divulgação, seleção de bandas e criatividade para inovar a cada ano, é lançado o evento, com apresentações, atrações, disponibilidade de espaço para acampamento, alimentação e sanitários públicos com agentes da limpeza ao longo da noite, além dos agentes de segurança que ficam de prontidão para qualquer ocorrência necessária.

Passados os quatro dias do evento, as informações que eram transmitidas no *site* oficial, agora são disponibilizadas na rede social *facebook*, contendo transmissões, entrevistas feitas no decorrer do evento.

No mês seguinte, abre-se um formulário de votação para as bandas nas categorias estipuladas pelo evento, as quais são:

Melhor banda;

Melhor música;

Melhor músico;

Melhor performance;

Melhor banda revelação.

Após as votações, acontece um evento para premiação que ocorre alguns dias após o Palco do *Rock*, com uma festa no Cine Teatro Solar Boa Vista. Esta festa é destinada aos artistas que participaram do Espaço Interativo e do palco principal em diversas categorias. Os premiados são escolhidos por curadoria da ACCRBA e pelo público em rede social.

Quadro 2 - Cronograma parcial do evento Palco do *Rock*

PERÍODO	AÇÕES
AGOSTO	<p>“Pensando no Palco do <i>Rock</i>”</p> <p>Reunião aberta ao público com músicos e gestores para trocar ideias, tirar dúvidas e contribuir com sugestões acerca da melhoria do evento as quais podem ser ou não acatadas pelos gestores.</p>
SETEMBRO	<p>Inscrições</p> <p>Informações divulgadas e disponibilizadas no <i>site</i> oficial do evento e no <i>blog</i> da associação para que as bandas preencham fixas de inscrições e leiam o regulamento do evento.</p>
OUTUBRO	<p>“Curadoria Pública”</p> <p>Reunião aberta ao público com finalidade de selecionar algumas bandas que enviaram seus materiais para participarem do evento. Escolha efetuada pelos curadores.</p>
OUTUBRO	<p>“Oficina- Palco do <i>Rock</i>”</p> <p>Seletiva para bandas iniciantes que desejam participar da abertura do evento, em primeiro momento passando por uma votação popular, seguido das apresentações das oito mais votadas que disputam entre as quatro vagas que dão acesso ao evento Palco do <i>Rock</i>.</p>
FEVEREIRO OU MARÇO	Festa de lançamento

---

	Realização do evento, com transmissão através do <i>site</i> oficial e apresentação de bandas convidadas além das selecionadas no decorrer dos meses anteriores. Atrações acerca do entretenimento do público durante e entre as apresentações.
MARÇO OU ABRIL	“Prêmio Palco do <i>Rock</i> ” Abertura de votação do público através do <i>site</i> oficial do evento com formulário para seleção das bandas nas seguintes categorias: melhor banda, música, músico, performance e banda revelação.

---

Fonte: Adaptado com base em Martin (2003) através dos dados obtidos em pesquisa.

No *site* do evento, bem como no *blog* da associação e *fanpage*, além das informações e abertura para críticas, são feitos agradecimentos ao público, patrocínios, bandas e companheiros que estiveram presentes em outras edições do evento.

### 3.2.3 Apoios e Patrocínios: SETUR, SALTUR E SECULT

Para que um evento possa ser realizado, precisa-se do apoio de empresas ou entidades e patrocínios.

De acordo com Martin (2003):

Todo evento, especialmente os que são considerados de grande porte para a cidade, necessita do apoio e da aprovação governamental. Verifique quais são eles. Interaja com eles, fazendo-os seus parceiros, Eis alguns exemplo: governador estadual, prefeito, Ministérios, Secretarias estaduais ou municipais, Embratur ou outra instituição voltada ao turismo, associações ou sociedades temática, científica ou cultural que possam fortalecer e dar credibilidade candidatura.

Diante das afirmações sobre as necessidades de parcerias, fez-se necessário o conhecimento no que diz respeito às Secretarias de Turismo – SETUR, SALTUR E SECULT – órgão da Prefeitura e Governo do Estado para verificação de como estas atuam no cenário de eventos e cultura no Estado.

A Secretaria de Turismo (SETUR), foi criada pela Lei nº 10.549, de 28 de dezembro de 2006 e tem finalidade o planejamento, coordenação e execução de políticas de promoção e fomento ao turismo.

Dentre das responsabilidades da SETUR estão incluídos:

- planejar, coordenar, implementar, acompanhar e avaliar as políticas de Turismo;
- formular diretrizes e promover a definição e implantação de planos, programas, projetos e ações relativas ao turismo no âmbito estadual;
- promover, coordenar, executar e supervisionar a elaboração de planos, programas e projetos estaduais de Turismo;
- atrair recursos técnicos, humanos e financeiros, visando o desenvolvimento do turismo na Bahia;
- realizar e desenvolver estudos e pesquisas destinados a identificar as necessidades e avaliar os efeitos dos programas, projetos e atividades vinculados ao setor de turismo;
- incentivar a inclusão da identidade cultural e dos valores históricos da Bahia na promoção do turismo;<sup>6</sup>

Com estas finalidades a SETUR, realiza a captação de investimentos privados como instalações voltadas para a rede hoteleira e públicas, como o Programa Nacional de Desenvolvimento do Turismo (Prodetur Nacional)<sup>7</sup>, com recursos do Banco Interamericano de Desenvolvimento (BID).

A SETUR também está presente na criação de produtos turísticos voltados para o setor de eventos como: Salão Baiano de Turismo e o São João da Bahia e ações de estímulo voltado à cultura, dentre os quais podemos citar os segmentos de turismo Étnico-afro e Religioso.

A Empresa Salvador Turismo (SALTUR) é uma empresa pública ligada à Secretaria Municipal de Cultura e Turismo (SECULT), e tem como objetivo:

fomentar as atividades turísticas da cidade, promovendo Salvador como destino nacional e internacional, oferecendo aos visitantes e à comunidade, infraestrutura e serviço de qualidade, gerando emprego e renda para o município.<sup>8</sup>

---

<sup>6</sup> - <http://www.setur.ba.gov.br/modules/conteudo/conteudo.php?conteudo=8>. Acesso em 21 de abr. de 2016 às 23:32.

<sup>7</sup>- (Prodetur Nacional) “é um programa do Ministério do Turismo, financiado por organismos financeiros internacionais, que visa execução de ações de qualificação dos destinos turísticos brasileiros e a geração de emprego e renda para a população local”.

BAHIA. **Prodetur Nacional**. <http://www.prodeturbahia.turismo.ba.gov.br/o-programa/prodetur-nacional/>. Acesso em 22 de abr. de 2016 às 00:47.

<sup>8</sup>- <http://www.saltur.salvador.ba.gov.br/index.php/a-saltur>. Acesso em: 21 de abr. de 2016 às 21:18.

A SALTUR é um órgão da Prefeitura e um dos responsáveis na organização para realização de eventos na forma de estruturação, organização e potencialização do calendário de eventos da cidade, este que deve contribuir para a estratégia de turismo de Salvador.

A Secretaria Municipal de Cultura do Estado da Bahia (SecultBA) tem como missão a formulação e implementação, juntamente com a sociedade, políticas públicas que expressem a centralidade da cultura na transformação e no desenvolvimento social de maneira que valorizem a diversidade cultural do Estado da Bahia.

Para a elaboração de suas políticas públicas, leva-se em consideração as seguintes diretrizes: construção de uma cultura cidadã, aprofundamento da territorialização da cultura, fortalecimento da institucionalidade cultural, crescimento da economia da cultura, ampliação do diálogo intercultural e o alargamento das transversalidades da cultura.

A Secretaria coordena a política cultural do Estado, que tem, entre seus principais objetivos, valorizar e promover a diversidade artística e cultural da Bahia; promover os meios para garantir o acesso de todo cidadão aos bens e serviços artísticos e culturais; registrar e compartilhar a memória cultural da Bahia e valorizar e promover a cultura da paz e do respeito às diferenças étnicas, de gênero e de orientação sexual; entre outros previstos na Lei Orgânica da Cultura.<sup>9</sup>

A Secretaria tem superintendências e unidade vinculadas a esta que foram consideradas viáveis para este trabalho, visto que estão ligadas diretamente à cultura e aos eventos, além de cooperar no entendimento de atuação destas no momento de apresentação de projetos através de organizadores de eventos.

A Superintendência de Promoção Cultural (SUPROCULT) tem como responsabilidade de:

coordenar o Sistema Estadual de Fomento e Financiamento da Cultura, em especial o Programa de Incentivo ao Patrocínio Cultural (Fazcultura) e as quatro linhas de apoio financiadas pelo Fundo de Cultura da Bahia (FCBA), modelo de referência para outros estados da federação: Ações Continuadas de Instituições Culturais sem fins lucrativos; Eventos Culturais Calendarizados; Mobilidade Artística e Cultural e Editais Setoriais Temáticos.<sup>10</sup>

---

<sup>9</sup> - <http://www.cultura.ba.gov.br/modules/conteudo/conteudo.php?conteudo=27>. Acesso em: 21 de abr. de 2016 às 21:35

<sup>10</sup>-<http://www.cultura.ba.gov.br/modules/conteudo/conteudo.php?conteudo=16>. Acesso em: 20 de abr. de 2016 às 21:32.

Além das responsabilidades apontadas, é de incumbência da SUPROCULT, coordenar o Sistema de Indicadores e Informação em Cultura (SIIC) e articular e coordenar a Secretaria de Cultura em temas relacionados à Economia da Cultura.

As linhas de ação da SUPROCULT são desenvolvidas pelas Diretorias de Fomento, de Economia da Cultura e de Controle.

A Superintendência de Desenvolvimento Territorial da Cultura (SUDECULT) é responsável pelo desenvolvimento de políticas públicas ligadas à Territorialização da Cultura e tem ações em prol do benefício da comunidade através de parcerias com instituições públicas e privadas, além da sociedade civil. Estes projetos em forma de ações têm características participativas, articuladas e transparentes.

Suas linhas de ações são desenvolvidas pelas diretorias: Diretoria de Cidadania Cultural – DCC; Diretoria de Territorialização da Cultura – DTC e a que foi considerada relevante para o trabalho, a Diretoria de Espaços Culturais – DEC, que tem como objetivo:

gerir, manter e administrar uma rede de 17 equipamentos culturais da SecultBA, localizados em 12 Territórios de Identidade da Bahia, para proporcionar estrutura adequada, gestões participativas e programações regulares, incentivando interações entre identidades territoriais e globais.<sup>11</sup>

A DEC ainda atua na promoção, gestão e difusão da arte nesses territórios, através de editais, credenciamento de artistas, festivais em várias linguagens, para o dinamismo da cultura e incentivo da produção artística.

O Programa Estadual de Incentivo ao Patrocínio Cultural (Fazcultura), instituído pela Lei Nº 7.014/1996, tem como objetivo:

promover ações de patrocínio tendo como base renúncia de recebimento do Imposto de Circulação de Mercadorias e Prestação de Serviços – ICMS pelo Estado em favor da aplicação direta em projetos e atividades culturais. Além de aportar o valor autorizado do ICMS que seria pago, a empresa deve investir um percentual de recursos próprios.<sup>12</sup>

O Programa contribui para o estímulo, no que diz respeito ao desenvolvimento cultural da Bahia, além de possibilitar às empresas patrocinadoras associarem suas

---

<sup>11</sup>- <http://www.cultura.ba.gov.br/modules/conteudo/conteudo.php?conteudo=16>. Acesso em: 20 de abr. de 2016 às 21:48.

<sup>12</sup>- <http://www.cultura.ba.gov.br/modules/conteudo/conteudo.php?conteudo=27>. Acesso em: 20 de abr. de 2016 às 21:55.

imagens diretamente às ações culturais que considerem mais adequadas. É um mecanismo de fomento não reembolsável e o apoio tem concessão sob forma de recurso financeiro.

Para ter acesso ao Fazcultura, o interessado, além de ter a proposta cultural aprovada pelo Estado, deve ainda ter, ao menos, uma empresa contribuinte do ICMS que esteja interessada em patrocinar a iniciativa.

O Fundo de Cultura da Bahia – FCBA, instituído pela Lei 9.431/2005 – é o instrumento legal que garante que uma parcela da arrecadação do ICMS do Estado deve ser investida na área cultural e tem por objetivo incentivar e estimular as produções artístico-culturais da Bahia e é gerido pela Secretaria de Cultura, em articulação com a Secretaria da Fazenda.

Custeia sem reembolso, total ou parcialmente, projetos e atividades estritamente culturais de iniciativa de pessoas físicas ou jurídicas de direito público ou privado. As propostas culturais financiadas pelo Fundo são, preferencialmente, aquelas que apesar da importância e do seu significado, possuem insuficiente apelo mercadológico, o que dificulta a obtenção de patrocínio junto à iniciativa privada.<sup>13</sup>

O FCBA é o principal mecanismo de fomento da Secult e está estruturado em linhas de apoio, que têm sido referência para outros estados da federação: Ações Continuadas de Instituições Culturais; Eventos Culturais Calendarizados; Mobilidade Artística e Cultural, Editais Setoriais e Agitação Cultural.

Para apoiar propostas culturais, a Secult faz seleções públicas, com lançamento de atos convocatórios sob forma de edital, chamada pública ou outro documento. As inscrições ocorrem pela internet e algumas vezes através de envio de formulários pelos Correios.

Em entrevista realizada com a atual organizadora do PdR, esta afirmou que o evento teve maior visibilidade e após as criações de concursos através de editais realizados pela SecultBA.

Em conversa com Tedão, relatadas durante neste capítulo, percebe-se que sempre existiu um impasse para a aceitação do evento como significativo através das secretarias – SETUR, SALTUR E SECULT – com atrasos de verbas para a prestação

---

<sup>13</sup>- <http://www.cultura.ba.gov.br/modules/conteudo/conteudo.php?conteudo=27>. Acesso em: 20 de abr. de 2016 às 21:55.

de serviços do evento, que ao longos dos anos, desde o início dos anos tem a dúvida de se terá realização ou não.

Essa questão pôde ser notada em tempos recentes quando ocorreu a alteração do local do evento por conta de obras inacabadas na cidade. O novo local, além de ser desconhecido estruturalmente para os organizadores, aconteceu de forma repentina e acarretando num evento sem infraestrutura adequada para a demanda exigida de um evento como o Palco do *Rock*.

Ainda assim, é clara a importância destas secretarias, visto que o organizador necessita de aprovações do Estado para dar continuidade na solicitação do seu projeto e esse processo provavelmente demanda custos para apresentações de documentos, por exemplo, e que o solicitante, em princípio não tem como arcar.

Atualmente o evento vem sendo representado pela MARTELLO DE THOR – Produções Culturais, apoio da Prefeitura Municipal de Salvador, Patrocínio do Governo do Estado da Bahia através de estruturas e edital. Apoio do Mescalito Designer com descontos significativos e Malditos Metal Clube, com apoio logístico geral.

## 4 ANÁLISE DO POTENCIAL TURÍSTICO DO PALCO DO ROCK

### 4.1 O QUE OFERECE?

Além de muito *Rock'n'roll*, o evento PdR tem o propósito de buscar combinar entretenimento com bastante informação que se faz necessária para o convívio entre as pessoas e conhecimento que vão de educação aos direitos humanos à ideia de espontaneidade, além de outros atrativos que, segundo o Instituto Brasileiro do Turismo (Embratur)<sup>14</sup>, considera elementos importantes e que constituem o destino, que podem ser entre outros: alimentação, hospedagem, serviços turísticos, serviços básicos, segurança.

O evento consiste de três espaços distintos disponibilizados aos participantes: Espaço Interativo, Espaço Interativo Infantil e o Espaço para *Camping*, promovido pelo público.

#### 4.1.1 Espaço Interativo

Além dos stands como o da Vaca Verde Material Alternativo, oficial do evento – que acolhe e expõe para aquisição direta do público dos materiais produzidos pelas bandas que vão tocar, são intervenções culturais e atrações que interagem com o público com temas sobre saúde, poesia, preservação ambiental, sustentabilidade, Mensageiros do Vento com o projeto *Rockstória* do Brasil, além de ética e condutas para a não violência, que se fez necessário, visto que algumas pessoas não conseguiam conviver com outras por conta das diferenças entre os estilos existentes no *Rock*, além das diferenças das classes sociais.

Pessoas de bairros nobres eram malvistas e maltratadas por aqueles que se sentiam discriminados. Essas questões geravam conflitos sérios que chegavam a brigas e a quase suspensão do evento em alguns momentos. Atualmente, de acordo com Sandra de Cássia, a Polícia Militar informou que a violência é quase zero durante os dias em que se realiza o PdR e esta enxerga isso como uma conquista para a imagem do evento.

#### 4.1.2 Espaço Interativo infantil

---

<sup>14</sup> MARTIN, Vanessa. Manual prático de Eventos. 2003; p.184.

Implantado com acesso gratuito às crianças e, de acordo com os organizadores, o espaço “serviu de apoio para os que não deixaram de frequentar o evento levando as crianças e trouxe de volta outros que acreditavam que as crianças eram empecilhos para serem levadas ao seu programa favorito. E outros passaram a frequentar os dias do evento. A iniciativa deu um tom todo especial de família, de paz e harmonia que qualquer evento deve ter.”

Essa iniciativa teve resultado positivo e ampliou ideias para que se incluísse no espaço dos pequenos roqueiros, brinquedos, material de entretenimento didático, informativos, desde saúde, meio ambiente, cuidado com os animais, seção de vídeos por faixa etária e reciclagem.

Os organizadores complementam ainda que “esse é o incentivo à compreensão da convivência em sociedade, com ética e respeitando, que é o que devemos aprender ainda na infância”.

#### **4.1.3 Espaço para *camping***

Nada é pago, o camping é ação que faz parte integrante do Festival, porém de iniciativa livre e própria do público. Este espaço foi idealizado a partir das dificuldades encontradas por pessoas que não têm como arcar as despesas de um hotel, visto que, no período de Carnaval, estes cobram uma tarifa maior que o rotineiro por conta do período de festejos da cidade. Já foi solicitada aos patrocinadores a instalação de chuveiros para que as pessoas possam tomar banho.

Nos dias em que não ocorrem festejos na cidade, a média de preço de uma diária, dependendo da categoria do hotel, varia de 150 a 250 reais. Já no período de festas como o Carnaval, essa diária pode ser cobrada de 500 a 1.600 reais<sup>15</sup>.

As bandas, após muito tempo sendo hospedadas em ambientes esvaziados nas casas de ambos organizadores, para acomodar todos os membros e alimentar todos eles, preparava-se, com a orientação de nutricionistas, as refeições. Os organizadores do evento passaram a apelar para as políticas públicas. Este envolvimento com a Secretaria de Cultura do Estado originou a I Conferência estadual de cultura e que, com o passar do tempo, deu origem aos editais.

---

<sup>15</sup> Informações obtidas através da experiência do autor como estagiário no setor de reservas de hotel.

Foi a partir deste processo que o evento começou a conquistar apoio com aprovações em editais e passaram a alugar casas mais confortáveis para os membros das bandas participantes do evento.

#### **4.1.4 Responsabilidade Social**

Palco do *Rock* tem preocupações com meio ambiente, saúde, direitos humanos, educação, ética e condutas que levam a não violência. Todos os anos nas realizações do evento há uma campanha solidária, e em 2011 foi solicitado aos participantes do evento que se levasse um pacote “do alimento que todos nós necessitamos após a saída do ventre materno: leite”.

Por entender que, apesar da suma importância de se consumir quando criança e muitos pais não têm condições de oferecer este alimento aos seus filhos, o Palco do *Rock* acatou a ideia de compromisso de colaborar com a sociedade e levar às famílias carentes mesmo que pouco, alguma contribuição.

Neste mesmo ano a campanha de recolhimento de leite foi entregue à Casa de Apoio e Assistência ao Portador do Vírus HIV/AIDS (CAASAH), entidade que possui uma ala exclusiva de assistência às crianças com o vírus HIV e que o evento apoia sempre que possível.

Em entrevista com Sandra de Cássia no dia 18 de março de 2016, foi informado que, nos últimos anos, além de leite, foi sugerido que os participantes levassem ao evento alimentos não perecíveis e brinquedos, mas quase não é arrecadado uma quantidade significativa destes itens.

Ao ser perguntado sobre as doações a mesma disse:

Sinto muito em informar que nos últimos anos não conseguimos nem 05 quilos de alimentos, ou qualquer outro tipo de doação durante as edições do festival. Tem anos que nada é doado. Não divulgamos fotos destas ações por vergonha do sentido que se deu a possibilidade de se doar em relação ao próximo. Quando junta esta quantidade no último dia, geralmente entrego ao pessoal da limpeza pública que servem ao espaço diariamente.

A organizadora expressa sua indignação em relação ao capitalismo que atualmente move o mundo e faz com que se pense de maneira individualista quando afirma:

O fato de sentir vergonha vem do sentido capitalista que tudo ganha, a coisa passou a ser destorcida quando os produtores passaram a trocar entradas em eventos fechados, solicitando metade do ingresso e um quilo de alimento

não perecível. Daí em diante as pessoas só doavam com este intuito e os eventos abertos foram abandonados.

O PdR, como foi informado anteriormente, foi relocado para outro espaço para que se pudesse realizar o evento, isto se deu por conta de obras inacabadas da prefeitura que passaram a acontecer no local.

A nova localização, Jardim de Alah, segundo os organizadores, não tem condições favoráveis para comportar a estrutura que o evento exige.

A autora teve oportunidade de participar do evento nas edições que aconteceram nas duas últimas localidades e percebeu a diferença que acarretou esta mudança.

No ano de 2014, a organização física e estrutura do evento era mais apropriada, o local era bem aproveitado e melhor distribuído. Os banheiros químicos tinham suporte, era limpo e organizado e apesar de ser móvel, tinham lavabos e produtos para higiene das mãos. Já no ano seguinte, além das dificuldades para recebimento das verbas, o espaço não oferecia quase nada para que as pessoas passassem 24 horas, quanto mais além deste período. A quantidade de pessoas para realizar a limpeza do espaço era visivelmente mínima e os banheiros químicos não tinham os lavabos e se fosse necessária a utilização de papéis, estes tinham que ser solicitados a quem estava de prontidão próximo aos banheiros e na saída devolvidos.

Falando em localidades há alguns anos, pessoas entre participantes e bandas, sugerem que o PdR seja realizado na avenida. Quando questionada a posição da Sandra de Cássia, esta concordou que isso faria com que a essência e os objetivos do evento fossem perdidos que sempre foi dar oportunidade às bandas de mostrarem seus trabalhos e ao público de terem uma alternativa e escolha.

Foi perguntado também em entrevista à organizadora qual sua opinião em relação às bandas Angra e Sepultura trazidas pelo músico Carlinhos Brown para tocar a avenida. Esta respondeu que vê como ponto positivo e que o PdR não sofreu em nenhum momento durante este dia com redução de participantes. Além disso, achou válida a ousadia do músico e ainda completou “Que seja levado o *Rock* para a avenida, mas que não seja tirado o Palco do *Rock*”.

Desde o início o PdR trata diretamente com o intercâmbio. Aproximadamente 130 (cento e trinta bandas), até o ano de 2016 de outros estados do Brasil tocaram no evento, além de bandas internacionais que sempre que possível são convidadas, como: Phantom Rockers (USA), Underschool Element (Suíça), Imortalis (Portugal),

Estamos En Eso (Argentina) e a banda convidada Unconscious Disturbance (USA), que se apresentou na vigésima segunda edição.

A relação entre os estados e países fomenta também o aspecto turístico e de intercâmbio de culturas. Segundo Sandra de Cássia, em entrevista, afirmou que sempre há essa troca de informações e bandas da Bahia são levadas à outros estados e vice-versa. Sendo reconhecidas e atingindo uma quantidade de público significativo, a cada ano de evento essas bandas, além de se apresentarem, trazem com elas seus seguidores e isto é relevante para o turismo do Estado.

Podemos reforçar essa questão quando McCarthy (1992. p. 2) *apud* Costa (2014. p. 44) entende que o turismo cultural

descreve o fenômeno da viagem com o propósito de experimentar tanto uma outra cultura (“conceitos hábitos, habilidades, artes, instrumentos, instituições, etc., de um determinado povo em um determinado período; civilização”) quanto atrações culturais de um local particular (seus museus, festivais, galerias, artistas, músicos, festivais, teatro, arquitetura. etc).

Infelizmente os dados entregues à organização constam somente a quantidade de participantes durante os quatro dias de evento, e não selecionam nas pesquisas os turistas nacionais e internacionais.

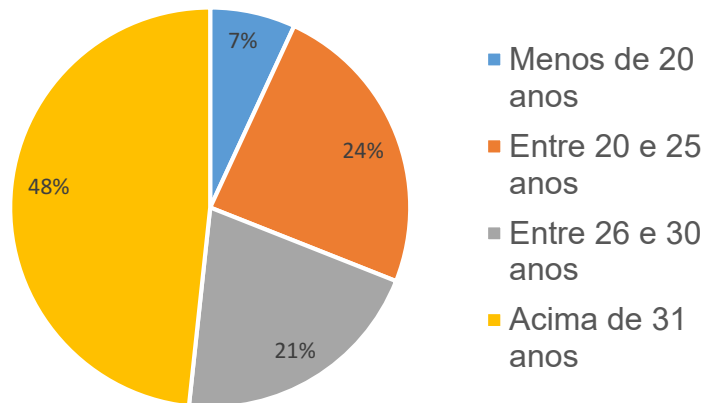
#### 4.2 PERFIL DO PÚBLICO

Após o envio do formulário através do *link* gerado pelo *google* às pessoas que curtiam a página oficial do festival, para análise da avaliação que estes fazem dos serviços prestados durante o evento, 29 pessoas entre banda e público se disponibilizaram a responder o formulário que contou com perguntas objetivas e subjetivas de caráter qualitativo e quantitativo, além de perguntas conceituais para as quais foram utilizadas a seguinte escala de medição: ÓTIMO, BOM, REGULAR e PÉSSIMO.

A decisão de escolha às pessoas que curtiam a página do evento, reflete na especificidade dos participantes que estão, de certo modo, envolvidos com os acontecimentos do evento Palco do *Rock*. Caracterizar o perfil destes atores é de extrema importância para a identificação da pretensão e perspectiva destes com relação ao serviço prestado, acarretando na compreensão a respeito da percepção que este ator tem diante deste serviço.

Constatou-se, entre os participantes, a predominância masculina, com 66% do total composto por homens, além de 62% confirmarem fazer parte do público contra 38% que informaram ser integrantes de bandas. Foram abordadas também, outras características particulares, como a faixa etária e renda média familiar dentre as respostas.

GRÁFICO 1 – Faixa etária dos participantes

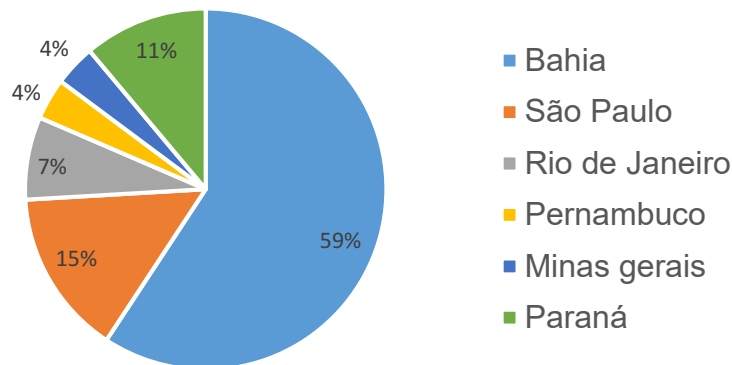


Fonte: Pesquisa de Campo, 2016.

De acordo com o gráfico 1, percebe-se que o perfil dos participantes é composto, em sua maioria, por um público adulto, estando 48% inseridos na faixa que abrange 31 anos ou mais, cujos integrantes costumam ser mais exigentes, não tolerando um serviço simples, desejando que este se iguale a sua perspectiva ou a supere.

As pessoas que participam do evento Palco do *Rock* são originários de diversas partes do Brasil. O formulário aplicado, permitiu identificar àqueles que possuem residência fixa fora da cidade de Salvador.

GRÁFICO 2 – Estado em que os participantes residem

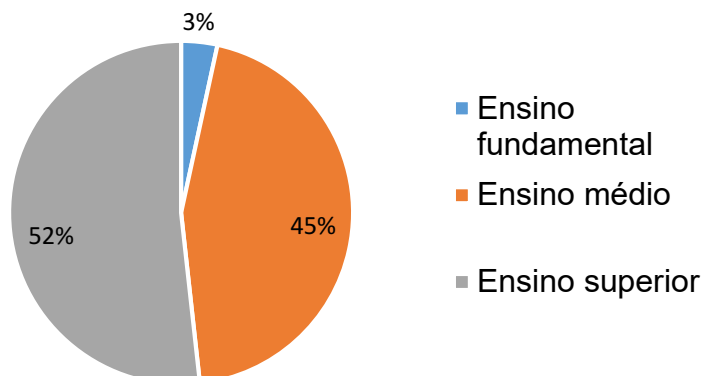


Fonte: Pesquisa de Campo, 2016.

Com relação aos locais de residência, todos os que responderam aos formulário são provenientes de estados brasileiros – considerando-se, assim, turistas domésticos. Apesar de a maioria residirem no estado da Bahia, totalizando 59%, em análise individual das respostas, constatou-se que estes estão residentes também, dos municípios de Barreiras, Vitória da Conquista e Juazeiro. Nota-se ainda que 15% são do estado de São Paulo e 11% do Rio de Janeiro, os quais se localizam na região Sudeste do país, onde existe uma grande concentração de renda e, conseqüentemente, uma população que viaja mais.

Outro fator considerado é o nível de escolaridade destes participantes, cujas respostas podem ser vistas no Gráfico 3

GRÁFICO 3 – Nível de Escolaridade dos participantes

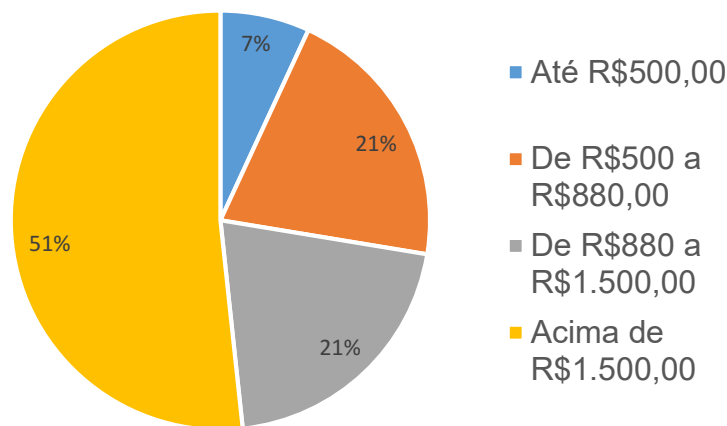


Fonte: Pesquisa de Campo, 2016.

No que diz respeito ao nível de escolaridade, 52% dos participantes possui Ensino Superior. Constata-se então se tratar de pessoas com acesso à informação e por isso, pode-se considerar que é um público mais exigente, o que dá credibilidade à sua opinião com relação ao evento.

Ainda sobre o público, no formulário continha uma questão acerca da renda familiar mensal dos participantes.

GRÁFICO 4 – Renda familiar mensal dos participantes



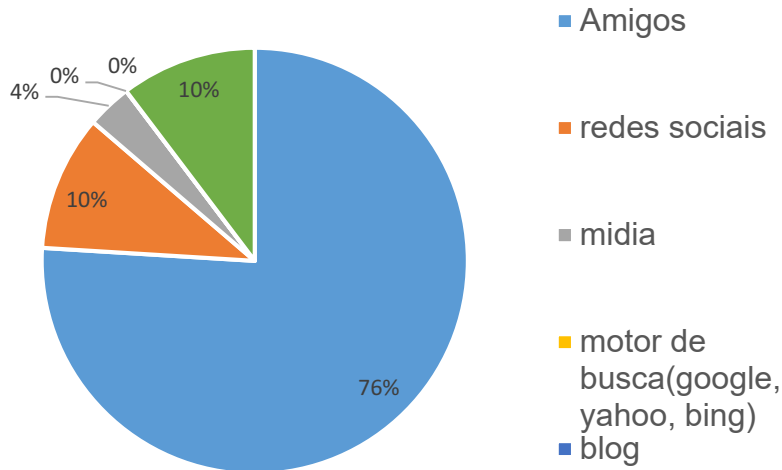
Fonte: Pesquisa de Campo, 2016.

No que diz respeito à renda família, a maioria, com um total de 51%, informou obter mensalmente um valor acima de 1.500 reais, o que não significa que estas pessoas têm um poder aquisitivo elevado, mas podem arcar com os gastos enquanto participante do evento. Isso se comprova no Gráfico 4, o qual aponta que a minoria das pessoas utilizam o espaço reservado para acampamento. Disponibilizado durante o festival.

Após responderem às questões de identificação, foram realizadas perguntas acerca do evento. Das pessoas que responderam o formulário, a maioria (79%) já havia participado do festival, contra 21% que disseram ter participado pela primeira vez. Essa questão se mostra bastante relevante, visto que o formulário foi enviado na intenção de que pessoas que acompanham o evento expressassem suas opiniões acerca deste.

Foi perguntado no formulário como os participantes tiveram conhecimento do evento, como pode ser visto no gráfico a seguir.

GRÁFICO 5 – Como o participante conheceu o evento

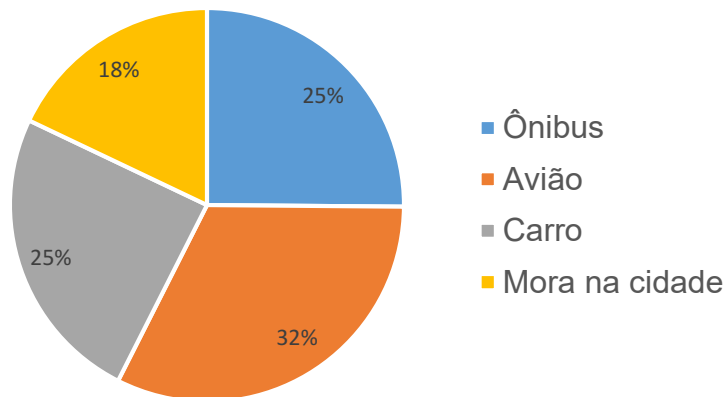


Fonte: Pesquisa de Campo, 2016.

Os participantes informaram, em sua maioria, que conheceram o evento através de amigos, que teve um total de 76%, o que mostra ser o boca a boca, ainda domina o meio de comunicação e isso deve ser levado em consideração também, pelos órgãos competentes, que deve oferecer infraestrutura adequada e suporte para a excelência na prestação de serviços, haja vista que, se as pessoas vão ao evento, conhecem a cidade e saem com uma boa impressão do que viveu, vai passar às outras pessoas essa sensação e possivelmente despertar o seu desejo de também conhecer a cidade. O gráfico apontou também que, somente 4% dos participantes conheceram o evento a partir da mídia, o que leva a questão do investimento do *marketing* para que o evento tenha maior visibilidade e posterior a isto, atraindo mais turistas. Podemos identificar ainda que, nenhum dos participantes tiveram conhecimento do evento partir do *blog* da Associação, o que pode mostrar a necessidade de investimento nos meios que gestores e organizadores utilizam para apresentar os acontecimentos do festival às pessoas.

Foi perguntado aos participantes, quais meios de transportes elas utilizaram para chegarem ao evento.

GRÁFICO 6 – Meios de transportes utilizados pelos participantes

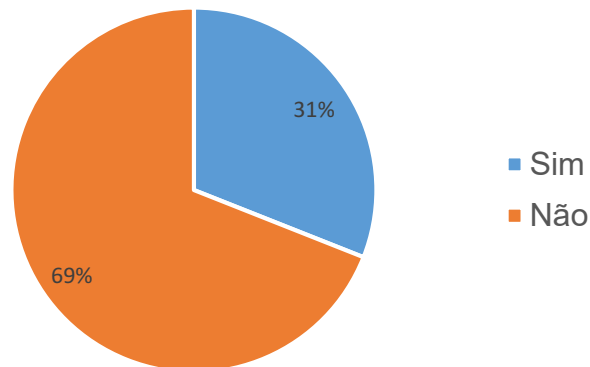


Fonte: Pesquisa de Campo, 2016.

Sobre o meio de transporte utilizado para chegar ao evento, a maioria dos participantes responderam que utilizam o avião, que totalizou em 32%. Este resultado se mostrou relevante, visto que, este meio de transporte é um dos serviços utilizados para identificar a entrada e saída de turistas na cidade, e afirma a questão de que apesar de a maioria dos participantes residirem no estado da Bahia, estão fora da cidade de Salvador, reforçando a questão do turismo doméstico.

Já que o festival disponibiliza um espaço interativo infantil, viu-se a necessidade de identificar se os participantes possuem filhos e se os levam ao evento, no intuito de verificar se o espaço criado é justificável. A maioria dos participantes informaram não possuir filhos (52%), contra um percentual de 48% que informaram ter.

GRÁFICO 7 – Se leva os filhos ao evento

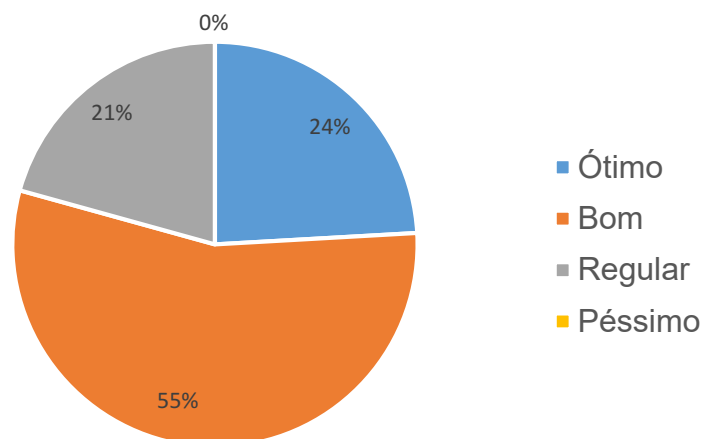


Fonte: Pesquisa de Campo, 2016.

A pesquisa apontou que a maioria dos participantes não levam os filho ao evento, apesar de a diferença entre ambos ser significativa, ter um público de 31% que levam seus filhos ao evento, mostra que a gestão e organização estão atentos em quesitos como este, quando identificam que essas crianças estão presentes no festival e criam mecanismos de enquadrar o público infantil.

Para conhecimento da opinião do participante em relação à estrutura do evento, foram realizadas perguntas referentes ao espaço físico e prestação de serviços.

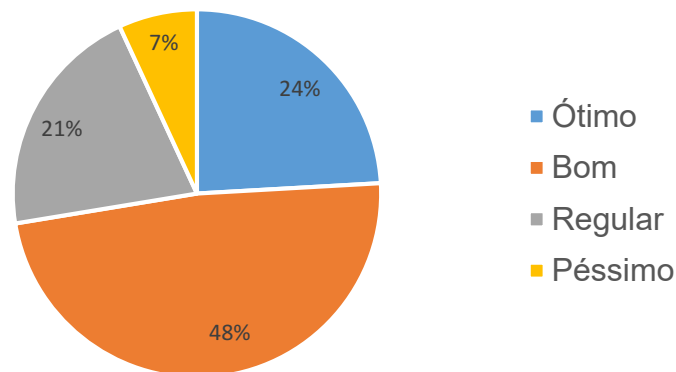
GRÁFICO 8 – Facilidade de acesso



Fonte: Pesquisa de Campo, 2016.

No que tange à facilidade de acesso para o evento, em geral se obteve o conceito de “bom” (55%). 24% opinaram como ótimo e 21% como regular. Nenhum dos participantes escolheu a opção “péssimo”. Isso mostra que a maioria dos participantes se sentem confortáveis em se deslocar para chegar ao evento e não encontram muitas dificuldades até chegarem ao local, sendo esta questão positiva já que um bom acesso ao local desejado, é importante principalmente para o indivíduo que não está familiarizado com o local se sentir confiante para se locomover dentro da cidade, podendo fazer com que este sinta vontade de conhecer outros pontos da cidade.

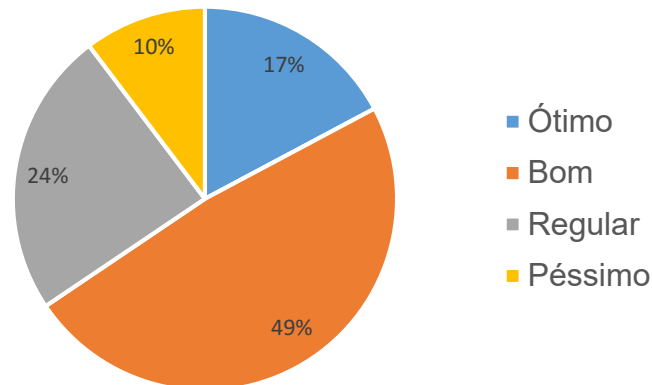
GRÁFICO 9 - Limpeza



Fonte: Pesquisa de Campo, 2016.

A percepção dos participantes quanto à limpeza no local do evento apontam para uma conceituação positiva partindo de 72%, distribuídos em 48% com conceito bom e 24% com conceito ótimo, enquanto 28% dos participantes afirmaram desagrado com a limpeza oferecida no local.

GRÁFICO 10 - Segurança

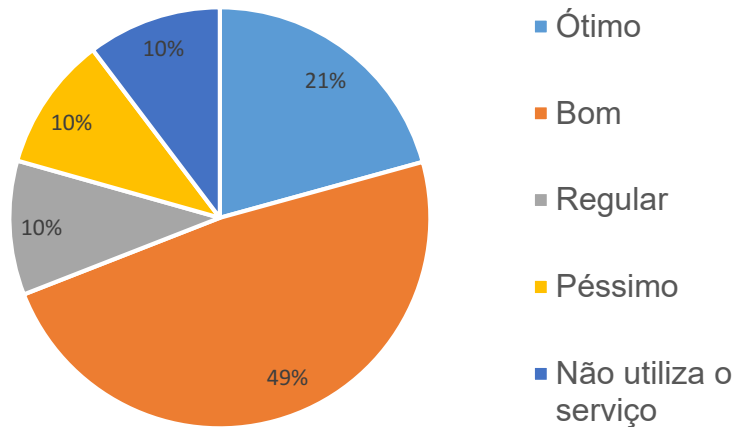


Fonte: Pesquisa de Campo, 2016.

No quesito segurança, o serviço prestado pela Polícia Militar recebeu conceituação positiva, sendo considerado bom por 48,3% dos participantes, e ótimo por 17%. Ainda assim 34% destes participante se sentiram insatisfeitos com este serviço. É possível perceber que, em geral a segurança atende às necessidades d participante do evento durante os dias em que é realizado, necessitando talvez, de uma melhor distribuição destes agentes no espaço, já que, nos anos em que a autora teve oportunidade de estar presente no evento identificou que estes ficam concentrados apenas próximo ao palco e não nos arredores do local do evento.

No evento existem *stands* de vendas de acessórios e camisetas, além de alguns objetos.

GRÁFICO 11 – Stands de vendas

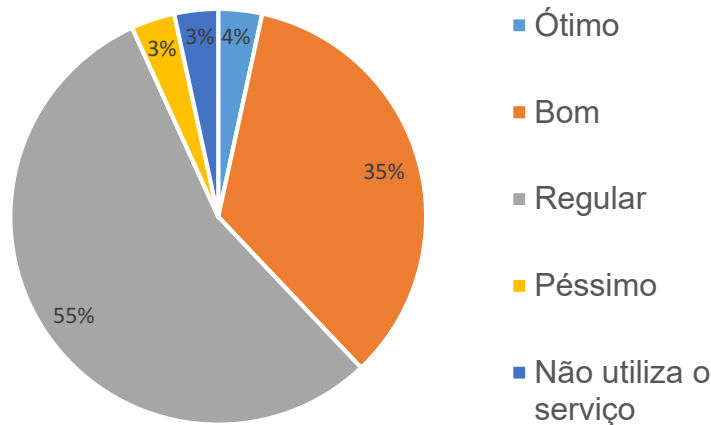


Fonte: Pesquisa de Campo, 2016.

Para 49% dos participantes os *stands* de vendas foram considerados bons, seguido de 21% que escolheram a opção ótimo, ocorrendo uma avaliação negativa por parte de 20% dos participantes, além de 10% terem informado que não compram os itens oferecidos por estes *stands*. Com isso, percebe-se que, apesar de a maioria dos participantes do evento considerarem este quesito positivo, cabe aos gestores e organizadores identificarem a preferência deste público e diversificar a oferta para que possam conquistar as pessoas que não estão consumindo os itens e obter uma porcentagem mínima de conceituação negativa.

A última questão referente à prestação de serviços durante o evento foi a de alimentação, já que também é um serviço importante para o turismo.

GRÁFICO 12 – Alimentação



Fonte: Pesquisa de Campo, 2016.

No quesito alimentação, o serviço oferecido no evento recebeu conceituação negativa, em sua maioria sendo considerado regular por 55% dos participantes e 3% péssimo, além de mais 3% destes, informarem que não utilizam o serviço. Somente 39% consideraram o serviço bom e 4% ótimo.

Diante desta questão, vê-se a necessidade de verificar a preferência dos participantes através de pesquisa qualitativa para este quesito, solicitando a opinião destes para que haja uma adequação e possível diversidade de ofertas, já que o serviço de alimentos e bebidas está diretamente relacionado com o turismo de eventos.

Nas questões qualitativas, solicitou-se às pessoas que apontassem em uma escala de 1 a 10 o quanto consideravam o evento importante. A nota obtida foi 9,1. Solicitou-se, ainda, que as pessoas informassem o que consideram como positivo e negativo no evento para ter uma ideia de como estes veem o evento enquanto participante e futuramente poderem levar estas questões aos organizadores para que possam atender às ideias relevantes e melhorar a visibilidade do festival no intuito de atrair mais pessoas.

Como ponto positivo foi destacado:

- a) a possibilidade de bandas que estão tentando entrar no cenário musical poderem mostrar seu trabalho;
- b) a reunião entre amigos de outros locais;

- c) alternativa para aqueles que não são atraídos pelo típico carnaval;
- d) a perpetuação do cenário local/nacional
- e) resistência do *Rock* em uma cidade em que o axé é imposto e hipervalorizado.

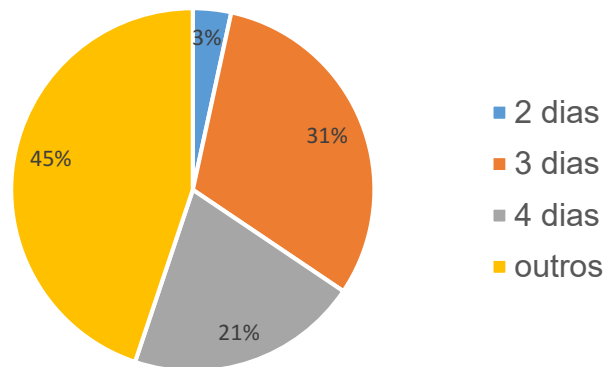
Os pontos negativos destacados foram:

- a) segurança do local;
- b) mudança para o Jardim de Alah;
- c) ausência de posto de emergência;
- d) distanciamento dos atuais organizadores com o público;
- e) infraestrutura; e
- f) escassez de variedade no quesito alimentação.

Quando perguntado aos participantes quais seriam suas contribuições no intuito de melhoria do evento, pode-se perceber, diante das respostas, que existe um distanciamento entre a organização atual do evento e os participantes, além da imagem de preferência destes por algumas bandas, o que acaba beneficiando algumas e prejudicando outras. Foi citada, também, a questão de prestação de contas com mais transparência e auxílio maior do Governo do estado para que possam melhorar a prestação de serviços e a estruturação das bandas que vêm de locais distantes da cidade de Salvador.

Solicitou-se que os participantes informassem a média de dias que permanecessem na cidade quando participam do evento, conforme o Gráfico 13.

GRÁFICO 13 – Permanência dos participantes na cidade de Salvador

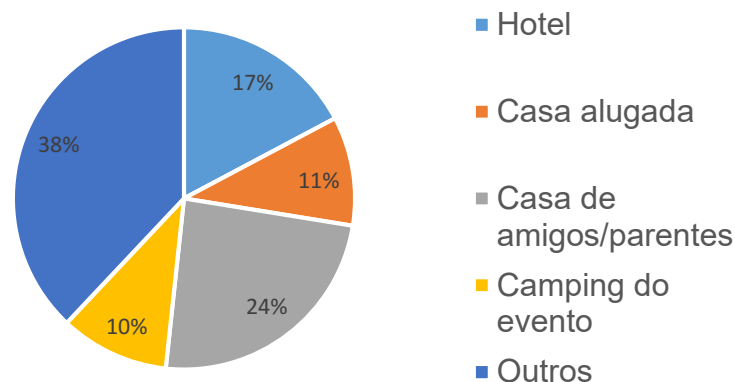


Fonte: Pesquisa de Campo, 2016.

A maioria dos participantes optaram pela opção outros<sup>16</sup>, com um total de 44,8%, seguido de 31% que responderam que permanecem na cidade durante 3 dias e 20,7% informaram que permanecem 4 dias. Apenas 3,4% informaram que permanecem por dois dias na cidade de acordo com o gráfico.

Perguntou-se aos participantes quais meios de hospedagem estes utilizam.

GRÁFICO 14 – Meios de hospedagens utilizados pelos participantes



Fonte: Pesquisa de Campo, 2016.

<sup>16</sup>Em análise das respostas individual, foi identificado que as que responderam a opção “outros” são residentes da cidade de Salvador ou permanecem mais que 4 dias na cidade. Mas podemos considerar que mais de a metade dos participantes permanecem por mais de dois dias durante sua participação no evento.

A maioria dos participantes, um total de 38% responderam a opção outros, que se identificou em análise das respostas individuais do formulário, para aqueles que moram na cidade ou se hospedam nas casas de organizadores; 24% ficam hospedados em casas de amigos/parentes, seguidos de 17% que se hospedam em hotéis e por fim 10% que informaram utilizar como meio de hospedagem o *camping* disponibilizado no evento. Podemos identificar essa questão como um ponto negativo para o turismo, visto que utilizar meios de hospedagem não cadastrados, não é contabilizado no momento de avaliação de entrada e saída de turistas na cidade.

Deste modo, poderiam ser feitos acordos entre as redes de hotéis e gestores do evento, para caracterizar esses participantes como turistas a receita da cidade. Cadastrar o *camping* do evento, que apesar de ser gratuito obteve o menor percentual com 10% dos participantes informando que o utilizam.

Ao final da pesquisa, perguntou-se às pessoas se elas visitam outros locais da cidade nos dias que permanecem exclusivamente como participante do festival. 58% disseram que visitam outros locais, contra 42% que disseram não visitar. Foram identificados como de maior visitação: Pelourinho e Centro histórico em geral, além de bares e restaurantes, praias e museus, que foram citados mais de duas vezes.

Com isto, podemos perceber a importância deste público que chega à cidade e usufrui de outros locais destinados ao turismo, considera-se a partir disto que, para receber estas pessoas, vê-se a importância de infraestrutura e utilização do *marketing* turístico para atrair um público maior à cidade, dando-lhe maior visibilidade.

A avaliação do serviço feita pelos participantes permite afirmar que, apesar das dificuldades apontadas tanto por estes quanto pelos organizadores, os serviços prestados durante o evento Palco do *Rock* foi considerado, quase totalmente, como sendo de boa qualidade, considerando aqui os aspectos específicos a este evento.

Fica então evidente que, o evento tem potencial para tornar-se produto turístico, visto que atrai um público ao qual pode-se considerar sua opinião e que utiliza os serviços destinados também ao turismo. Além disto, apesar de a gestão e organização lutar para que o evento possa acontecer, vê-se a necessidade de um contato mais direto com seu público, afim de melhorar a cada ano o festival alternativo de acordo com as necessidades deste.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

O Turismo ao longo dos anos vem tendo seus conceitos e definições modificados, mas não há dúvidas de que essa atividade relaciona indivíduos e a localidade visitada por diversos meios, necessitando do máximo de excelência para atender seus visitantes através de infraestrutura que responda às necessidades da população flutuante e principalmente da população local.

A atividade além de movimentar pessoas e dinheiro vem adquirindo modalidades de diversos segmentos interligando dentre outros cultura e eventos. Este último vem evoluindo desde de a Antiguidade e abrangendo diversidades de outros segmentos tornando-se significativamente importante para a atividade turística e economia internacional.

O turismo de eventos, juntamente com o cultural intensifica a relação das pessoas com a sociedade e seu meio, a partir da curiosidade de conhecer o que está fora dos seus padrões sociais.

Por ser o evento um segmento que pode demandar mais de 50 outros segmentos da economia que dentre pode-se citar o transporte, lazer e hospedagem, pode-se então afirmar, diante do que foi mencionado na pesquisa que esse segmento é de fundamental importância para a localidade em que é realizado.

Diante da análise de informações e dos dados coletados e em pesquisa sobre o potencial turístico do evento alternativo Palco do *Rock*, pode se chegar as seguintes conclusões a saber.

O festival, através dos seus representantes, vem lutando ao longo dos anos para que as bandas de *Rock* possam ter representatividade, através de solicitações aos órgãos públicos e pessoas de títulos importantes, manifestações.

Além disto, tem como objetivo principal oferecer como alternativa às pessoas, um evento com essa especificidade na época de festejos da cidade de Salvador, e que mesmo sem o apoio significativo para a visibilidade deste, consegue a cada ano atingir um público de maior quantidade e despertar o interesse de bandas internacionais que se disponibilizam a tocarem no evento, podendo futuramente atingir um público internacional.

Contudo, através da pesquisa realizada com os participantes, notou-se o incômodo destes em relação ao distanciamento e prestação de contas da gestão e

organização do evento. Haja vista que, como foi relatado em pesquisas bibliográficas, é importante essa proximidade entre os organizadores/ gestores, para que se possa ter um retorno positivo na realização do evento e uma boa relação com seu público-alvo.

Comprovou-se a dificuldade existente da relação entre a gestão do evento órgãos do Governo do Estado, além da Prefeitura, através das informações obtidas e vivenciadas enquanto participante do festival. As informações mostram que apesar de ser disponibilizado apoio e patrocínio, desde o início, o evento sofre dificuldades para obter verbas, havendo a dúvida quanto a sua realização, contando ainda com a falta de infraestrutura adequada para atender as demandas de um evento deste porte.

Identificou-se a partir do formulário, que os participantes do evento têm, em sua maioria, nível de escolaridade Superior e renda familiar acima de 1.500 reais, além de permanecerem na cidade por mais de 3 dias. Além de os dados apontarem que a maioria utiliza o avião como meio de transporte para chegarem ao evento.

Com essas informações, pode-se considerar este público, como um público de poder aquisitivo considerável e que conhece os procedimentos básicos para a realização de um evento, portanto mais exigentes. E essa questão pode ser comprovada quando nos pontos negativos as pessoas citaram a falta de infraestrutura, segurança e posto de emergência.

Vê-se a necessidade de verificar a preferência dos participantes através de pesquisa qualitativa para este quesito, solicitando a opinião destes para que haja uma adequação e possível diversidade de ofertas, já que o serviço de alimentos e bebidas está diretamente relacionado com o turismo de eventos.

Para melhor atender ao seu público, sugere-se à organização e gestão que sejam realizadas pesquisas de satisfação durante e após o evento para que possam identificar mudanças significativas dos participantes, para identificar se através das redes sociais ou *site* possam dar um *feedback* aos participantes, no intuito de mostrar que suas solicitações serão avaliadas e com isso melhorando a relação de ambos.

Sugere-se ainda, que seja realizado um método de pesquisa para identificação dos participantes enquanto: residentes, turistas nacionais e internacionais, para que a abrangência do evento seja comprovada não somente em redes sociais, mas em documentos oficiais.

Assim, o Palco do *Rock* pode ser considerado um evento de grande porte e que tem potencial turístico, cabendo aos gestores e organizadores divulgar em âmbito internacional, através de evidências o potencial deste, e aos órgãos competentes valorizar e apresentar essa vertente para o mundo dando-lhe suporte para tal, podendo apresentá-lo como produto turístico.

## REFERÊNCIAS

ABEOC. **Dimensionamento econômico da Indústria de eventos no Brasil.** Disponível em: <http://www.abeoc.org.br/wp-content/uploads/2014/10/II-dimensionamento-setor-eventos-abeoc-sebrae-171014.pdf>. Acesso em: 12 de mar. de 2016.

ABEOC. **Impacto econômico dos eventos internacionais realizados no Brasil, 2014.** Disponível em: <http://www.abeoc.org.br/2014/10/pesquisa-de-impacto-economico-dos-eventos-internacionais-realizados-no-brasil/>. Acesso em: 12 de mar. de 2016.

Associação Cultural Clube do Rock da Bahia. **Retorno dos cachês das bandas** Disponível em: <http://www.accrba.blogspot.com.br/search/label/Palco%20do%20Rock%202009>. Acesso em: 12 de mar. de 2016.

BAHIA. **Prodetur Nacional.** Disponível em: <http://www.prodeturbahia.turismo.ba.gov.br/o-programa/prodetur-nacional/>. Acesso em 22 de abr. de 2016.

COSTA, Flávia Roberta. **Turismo e patrimônio cultural:** interpretação e qualificação 2ª edição – São Paulo, SP; Ed. Senac São Paulo, 2014.

Fan Page oficial do evento. Disponível em: <https://www.facebook.com/FestivalPalcoDoRock/info>. Acesso em 10 de mar. de 2016.

Festival Palco do Rock. Disponível em: <https://www.facebook.com/FestivalPalcoDoRock/?fref=ts>. Acesso em: 16 de mar. de 2016.

GIL, Antônio Carlos. **Como Elaborar Projetos de Pesquisa.** 4. Ed. São Paulo: Atlas. 2002.

GLOBO. **Interdição do centro de convenções.** 2015 Disponível em: <http://g1.globo.com/bahia/noticia/2015/07/centro-de-convencoes-em-salvador-e-interditado-pela-sucom.html>. Acesso em 12 de mar. de 2016.

Governo do Estado. **Linha do tempo** Disponível em: <http://carnaval.bahia.com.br/>. Acesso em 21 de mar. de 2016.

IBAHIA. **"Hábito de ir às praças se perdeu ao longo do tempo", avalia presidente da Saltur.** Disponível em: <http://www.ibahia.com/detalhe/noticia/habito-de-ir-as-pracas-se-perdeu-ao-longo-do-tempo-avalia-presidente-da-saltur/?cHash=5432342c6839376952f397042829fa90>. Acesso em: 27 de mar. de 2016.

IGNARRA, Renato Luiz. **Fundamentos do Turismo 2ª Edição Revista e Ampliada**– São Paulo, SP; Ed. Afiliada, 2003.

JusBrasil. **Lei municipal 5.404-98.** Disponível em: [cm-salvador.jusbrasil.com.br/legislacao/825333/lei-5404-98#art-3](http://cm-salvador.jusbrasil.com.br/legislacao/825333/lei-5404-98#art-3). Acesso em: 22 de mar. de 2016.

LARAIA, Roque de Barros. **Cultura: um conceito antropológico** – Rio de Janeiro, RJ; Ed. Zahar, 1986.

MARTIN, Vanessa. **Manual prático de eventos**– São Paulo, SP; Ed. Atlas, 2003.

MATIAS, Marlene. **Organização de Eventos: Procedimentos e técnicas**; 4ª ed. Atualizada –Barueri, SP: Ed. Manole, 2007.

OLIVEIRA, Antônio oliveira de. **Turismo e desenvolvimento: planejamento e organização**– São Paulo, SP: Ed. Atlas, 2002.

PALCO DO ROCK. Disponível em: <http://palcodorock.wix.com/2016>. Acesso em: 18 de mar. de 2016.

Reijou. Disponível em: <http://www.reidjou.com>. Acesso em: 21 de mar. de 2016.

SALTUR. **A Saltur**. Disponível em: <http://www.saltur.salvador.ba.gov.br/index.php/a-saltur>. Acesso em: 21 de abr. de 2016.

SECULT BA. Disponível em: <http://www.cultura.ba.gov.br>. Acesso em: 20 de abr. de 2016

SECULT BA. **Palco do Rock é opção alternativa no Carnaval de Salvador.** Disponível em: <http://www2.cultura.ba.gov.br/2011/02/28/festival-alternativo-palco-do-rock-2011-%E2%80%93-17%C2%AA-edicao/>. Acesso em: 23 de mar. de 2016.

SETUR. Disponível em: Acesso em: 21 de abr. de 2016.

SETUR. **Histórico**. Disponível em: <http://www.setur.ba.gov.br/modules/conteudo/conteudo.php?conteudo=16>. Acesso em: 21 de abr. de 2016.

SILVA, Francisca de Paula Santos da. **Turismo em rede: uma teia de múltiplas relações** – O XXVI Congresso da ABAV – Salvador; Faculdade de Turismo da Bahia, 2000.

TENAN, Ilka Paulete Svissero. **Eventos: Coleção ABC do Turismo**– São Paulo, SP; Ed. Aleph, 2002.

Terra. **20º Palco do Rock comemora resistência do rock baiano.** Disponível em: <http://musica.terra.com.br/20-palco-do-rock-comemora-resistencia-do-rock-baiano,119ea34291674410VgnVCM4000009bcceb0aRCRD.html>. Acesso em 24 de mar. de 2016.

## APÊNDICE A – Roteiro de Entrevista com Organizadora do Festival Palco do Rock, Sandra de Cássia Magalhães.

Esta pesquisa tem como objetivo de coletar informações acerca do evento Palco do Rock para colaboração em trabalho científico.

Para a realização da mesma suas contribuições são muito relevantes.

Desde já, agradecimento pela colaboração.

Atenciosamente,

Carine

### DADOS PESSOAIS

- 1- Nome:
- 2- Profissão:
- 3- Formação:

### HISTÓRICO, EVOLUÇÃO, PERSPECTIVAS DO EVENTO

4. Como iniciou e qual o intuito que se tinha no momento em que foi idealizada a criação da Associação Clube do Rock da Bahia?
5. Quando e como se deu origem do Festival Palco do Rock?
6. Existe alguma sede do evento. Se sim, onde fica, é próprio ou alugada?
7. O Palco do Rock vem sendo realizado em que localidades? Como se dá esta escolha?
8. Estes locais oferecem as condições necessárias para a realização do porte deste evento? Aponte as dificuldades e facilidades, por gentileza.
9. Se houve mudança de local, quais foram os motivos? E que impactos geraram na organização do evento?
10. Podemos ver no evento o espaço interativo que oferece diversos serviços de vendas. Quando e como se deu início?
11. No local do evento existe um espaço para *camping*, este é cadastrado, custa algum valor, disponibiliza algum serviço?
12. Algumas pessoas acreditam que o evento deve ser levado à Avenida, e outras que isto tiraria a essência do dele. Qual sua opinião em relação a isto?

13. Este ano de 2016, no carnaval de Salvador o bloco do Carlinhos Brown trouxe a cidade duas bandas respeitadas do *Rock*: Angra e Sepultura. Você vê como um impacto negativo para o evento palco do *Rock*?
14. Qual a real dificuldade que o Palco do *Rock* está enfrentando atualmente, tanto em relação ao reconhecimento quanto à infraestrutura física?

#### ORGANIZAÇÃO DO EVENTO

15. Quais os recursos utilizados para a realização do evento Palco do *Rock*? Em termos de equipe, quantos são e fazem o quê? São constituídas comissões?
16. Quantas pessoas são contratadas para planejamento, organização e gestão do evento?
17. Quais órgãos patrocinam e apoiam o evento?
18. Quem são os parceiros?
19. Como é feito o *marketing* do evento?
20. Contam com apoio da mídia impressa, televisiva, e outras?
21. Existe alguma relação entre o Palco do *Rock* e rede de hotéis e afins para direcionar pessoas que participam ou tocam no evento?
22. Qual a relação do evento com a comunidade?
23. O site oficial do Palco do *Rock* está fora do ar, esta situação decorre de manutenção do *site* ou será permanente?
24. O evento é avaliado pelos seus participantes? Se sim, o que dizem, qual o retorno é dado?

#### IMPACTOS PARA O TURISMO DE SALVADOR

25. Qual a importância do evento Palco do *Rock* para a cidade de Salvador e para o Estado da Bahia?
26. Quando o site estava disponível constava que nos dias de realização do evento, o Palco do *Rock* atraía cerca de 32mil pessoas. De que modo é calculado a quantidade de participantes?
27. Tem-se dados de quantos turistas internos e externos chegam a participar do evento?

## APÊNDICE B – Formulário *online* aos participantes do Festival Palco do Rock.

Prezado(a), Este questionário faz parte de uma pesquisa acadêmica da aluna Carine Nascimento do curso de Turismo e Hotelaria da Universidade do Estado da Bahia – UNEB, acerca do perfil do público participante do evento Palco do Rock (PdR).

A participação desta pesquisa a faculdade e seus dados serão mantidos em sigilo.

Desde já, agradecimento pela colaboração.

Atenciosamente,

Carine

### IDENTIFICAÇÃO

Nome

- 1- Idade
- 2- Estado em que reside
- 3- Gênero
- 4- Estado Civil
- 5- Nível de escolaridade
- 6- Renda familiar mensal
- 7- Categoria
  - a) Público
  - b) Banda

### SOBRE O EVENTO PALCO DO ROCK

- 8- É a primeira vez que participa do PdR
- 9- Como conheceu o evento
- 10-Que meio de transporte utilizou para chegar a cidade sede do evento
- 11-Possui filhos
- 12-Leva seu(s) filho(s) ao evento
- 13-De 1 a 10, o quanto você considera o evento importante
- 14-O que acha que poderia melhorar no evento

### SOBRE PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS DO EVENTO

- 15-Facilidade de acesso para o evento

16-Limpeza

17-Segurança

18-Alimentação

19-Stands de vendas das lojas de roupas e acessórios

#### PERMANÊNCIA NA CIDADE DE SALVADOR

20-Em qual local fica hospedado

21-Quanto tempo permanece na cidade

22-Quando não está no evento, visita outros locais da cidade

23-Caso sim, cite lugares que visita

## ANEXO A – BRASÃO OFICIAL DO EVENTO PALCO DO ROCK

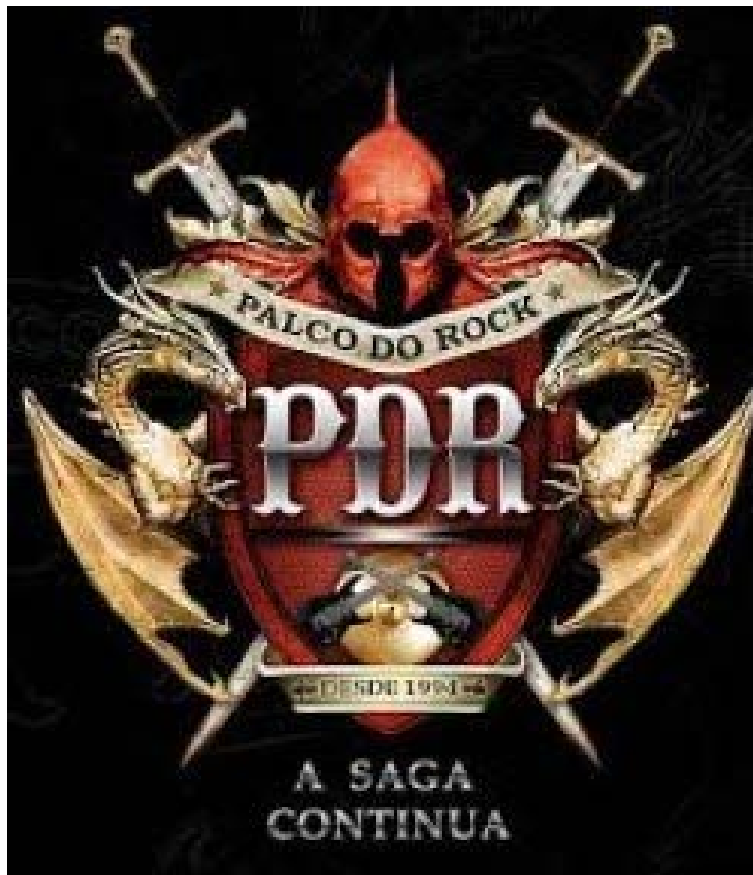


FIGURA 1 – Brasão oficial do Palco do Rock.

FONTE – REIDJOU, 2014.

ANEXO B – SLOGANS DO EVENTO PDR DE 2006<sup>17</sup> a 2016

FIGURA 2 – Slogan Palco do Rock 12ª Edição.

FONTE – Palco do Rock, 2006.



FIGURA 3 – Slogan Palco do Rock 13ª Edição.

FONTE – Palco do Rock, 2007.

---

<sup>17</sup> Não existem slogans do evento nos anos de 1991 até 2005.



FIGURA 4 – Slogan Palco do Rock 14ª Edição.

FONTE – Palco do Rock, 2008.



FIGURA 5 – Slogan Palco do Rock 15ª Edição.

FONTE – Palco do Rock, 2009.



FIGURA 6 – Slogan Palco do Rock 16ª Edição.

FONTE – Palco do Rock, 2010.



FIGURA 7 – Slogan Palco do Rock 17ª Edição.

FONTE – Palco do Rock, 2011.



FIGURA 8 – Slogan Palco do Rock 18ª Edição; Essa é a sua história.

FONTE – Palco do Rock, 2012.



FIGURA 8 – Slogan Palco do Rock 19ª Edição; Salvando o que nos resta.

FONTE – Palco do Rock, 2013.



FIGURA 8 – Slogan Palco do Rock 20ª Edição. Pela paz em todo mundo.

FONTE – Palco do Rock, 2014.



FIGURA 10 – Slogan Palco do Rock 21ª Edição; Brasileiro filho do Nordeste sou cabra da peste.

FONTE – Palco do Rock, 2015.



FIGURA 10 – Slogan Palco do Rock 22ª Edição; Saga esperança.

FONTE – Palco do Rock, 2016.