

UNIVERSIDADE FEDERAL DE SERGIPE
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM SOCIOLOGIA
MESTRADO EM SOCIOLOGIA

MILDES FERNANDO OLIVEIRA SANTOS

ANATOMIA DO ESPETÁCULO URBANO:
O CASO DA CIDADE DE ARACAJU-SE

SÃO CRISTÓVÃO

2025

MILDES FERNANDO OLIVEIRA SANTOS

ANATOMIA DO ESPETÁCULO URBANO:

O CASO DA CIDADE DE ARACAJU

Dissertação de Mestrado apresentada ao Programa de Pós-graduação em Sociologia da Universidade Federal de Sergipe como parte dos requisitos para a obtenção do título de Mestre em Sociologia.

Orientador: Prof. Dr. Rogério Proença de Sousa Leite

SÃO CRISTÓVÃO

2025

UNIVERSIDADE FEDERAL DE SERGIPE
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM SOCIOLOGIA
MESTRADO EM SOCIOLOGIA

MILDES FERNANDO OLIVEIRA SANTOS

ANATOMIA DO ESPETÁCULO URBANO:
O CASO DA CIDADE DE ARACAJU-SE

Comissão Julgadora:

Prof. Dr. Rogério Proença de Sousa Leite – Orientador

Prof. Dr. Marcelo Alario Ennes – Examinador Interno

Prfa. Dra. Josevânia Nunes Rabelo – Examinador Externo

SÃO CRISTÓVÃO

2025

**FICHA CATALOGRÁFICA ELABORADA PELA BIBLIOTECA CENTRAL
DA UNIVERSIDADE FEDERAL DE SERGIPE**

S237a Santos, Mildes Fernando Oliveira
Anatomia do espetáculo urbano : o caso da cidade de Aracaju /
Mildes Fernando Oliveira Santos / Mildes Fernando Oliveira Santos
; orientador Rogério Proença de Sousa Leite. – São Cristóvão, SE,
2025.
134 f. : il.

Dissertação (mestrado em Sociologia) – Universidade Federal
de Sergipe, 2025.

1. Sociologia urbana. 2. Política urbana – Aracaju (SE). 3. City
promotion. 4. Promoção de cidades – Aracaju (SE). I. Leite, Rogério
Proença de Sousa, orient. II. Título.

CDU 316.334.56(813.7)

**Depois a gente sai, sem ter aonde ir
Mas não tem essa não, o mundo é mesmo assim
Tem luar e sol, fá e si bemol no violão
E quando o dia raiar, e vir a vida a nascer
Te amo Aracaju, resolvi te viver**

Viver Aracaju – Ismar Barreto

AGRADECIMENTOS

A pessoa que termina o mestrado hoje nem imaginava quantas coisas viveria um período tão curto que é a pós graduação. Sou muito grato à cada uma dessas mudanças que me fizeram crescer intelectualmente, na maturidade e enquanto ser humano. É muito difícil elencar ordem e todas as pessoas que me ajudaram a atravessar esse ciclo de alguma maneira, dito isso eu gostaria de começar agradecendo ao Professor Rogério Proença pela orientação, conselhos e sensibilidade fundamentais para que eu pudesse permanecer e concluir esta etapa da vida acadêmica e pessoal com êxito, agradeço também ao amigo e Professor Ewerthon Clauber pelas conversas e incentivos no campo da sociologia, também agradeço aos professores, amigos de turma, ao PPGS e muitas pessoas e momentos que a vida universitária proporciona, agradeço à minha família, aqui representados por meu pai, Mildes, minha mãe Adriana e minhas irmãs Fernanda e Júlia, mas também agradeço à minha nova família, Marina Morena e nossa filhotinha Flora Luz, que transformou meu olhar sobre a vida com o amor incondicional que conheci. Sou grato também por ter nascido em Aracaju, e poder realizar esse trabalho que faz dessa cidade relevante objeto de estudo sobre a espetacularização, novas práticas de gestão, e desejo que possa servir de fonte para trabalhos que venham debater as cidades contemporâneas no âmbito da sociologia urbana e áreas afins. Sou grato ao divino e tão ordinário existir.

RESUMO

A pesquisa analisa como as políticas urbanas contemporâneas têm atuado para promover a cidade de Aracaju como um produto voltado para o consumo e o turismo. A investigação parte da relação entre eventos turísticos, intervenções estéticas e a construção simbólica da imagem da cidade, considerando a valorização de espaços destinados ao lazer, cultura e eventos temporários. A cidade passa a ser concebida como uma mercadoria, cuja imagem se torna elemento central na disputa por investimentos e na busca por competitividade no mercado urbano. O estudo discute como essas intervenções contribuem para a criação de paisagens espetacularizadas, caracterizadas pela promoção de cenários planejados para o consumo e pela transformação de elementos históricos e culturais em atrativos turísticos. Essa lógica de intervenção urbana prioriza a valorização de áreas com potencial econômico, especialmente aquelas associadas ao turismo e ao setor imobiliário, enquanto as necessidades da população em regiões periféricas permanecem secundarizadas. A pesquisa também analisa como as estratégias de City Marketing promovem uma imagem idealizada da cidade, que nem sempre reflete as condições reais vividas pelos seus habitantes. A análise conclui que esse processo aprofunda as desigualdades socioespaciais, contribuindo para a fragmentação do território e para a mercantilização dos espaços urbanos, em uma dinâmica que privilegia interesses econômicos em detrimento do bem-estar coletivo.

Palavras-chave: Espetacularização Urbana, Políticas Urbanas, Aracaju, City Marketing, Desigualdades Socioespaciais.

ABSTRACT

The research analyzes how contemporary urban policies have promoted the city of Aracaju as a product aimed at consumption and tourism. The investigation explores the relationship between tourist events, aesthetic interventions, and the symbolic construction of the city's image, highlighting the valorization of spaces dedicated to leisure, culture, and temporary events. The city is increasingly conceived as a commodity, where its image becomes a central element in the competition for investments and in strengthening its position in the urban market. The study discusses how these interventions contribute to the creation of spectacularized landscapes, characterized by the promotion of scenographic environments designed for consumption and by the transformation of historical and cultural elements into tourist attractions. This logic of urban intervention prioritizes the enhancement of areas with economic potential, especially those linked to tourism and the real estate sector, while the needs of the population in peripheral regions remain overlooked. The research also examines how City Marketing strategies promote an idealized image of the city, which often does not correspond to the lived realities of its inhabitants. The analysis concludes that this process deepens socio-spatial inequalities, contributing to the fragmentation of urban territory and the commodification of urban spaces, in a dynamic that prioritizes economic interests over collective well-being.

Keywords: Urban Spectacularization, Urban Policies, Aracaju, City Marketing, Socio-Spatial Inequalities.

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

BANESE – Banco do Estado de Sergipe

BNH – Banco Nacional de Habitação

CMDPCD - Conselho Municipal de Defesa dos Direitos da Pessoa com Deficiência

COHAB/SE – Companhia de Habitação de Sergipe

COI – Comitê Olímpico Internacional

EMBRATUR - Agência Brasileira de Promoção Internacional do Turismo

EMSURB - Empresa Municipal de Serviços Urbanos

FECOMÉRCIO – Federação do Comércio de Bens, Serviços e Turismo de Sergipe

FGTS – Fundo de Garantia por Tempo de Serviço

FUNCAJU - Fundação Cultural Cidade de Aracaju

FUNCAP – Fundação de Cultura e Arte Aperipê de Sergipe

GMA - Guarda Municipal de Aracaju

IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística

ICMS - Imposto Sobre Circulação de Mercadorias e Serviços.

INOCOOP/BASE – Instituto de Orientação Às Cooperativas Habitacionais da Bahia e Sergipe

IPTU – Imposto Predial e Territorial Urbano

MTUR – Ministério do Turismo

OAB – Ordem dos Advogados do Brasil

PCD - Pessoa Com Deficiência

PCdoB – Partido Comunista do Brasil

PMA- Prefeitura Municipal de Aracaju

PT – Partido dos Trabalhadores

SAMU - Serviço de Atendimento Móvel de Urgência

SEASIC - Secretaria de Assistência Social e Cidadania

SECOM – Secretaria Especial da Comunicação Social

SEEL - Secretaria de Estado de Esporte e Lazer

SEJESP - Secretaria Municipal da Juventude e do Esporte

SEMCATUR - Secretaria Municipal da Cultura e Turismo

SEMFAS - A Secretaria Municipal de Assistência Social

SESC – Serviço Social do Comércio

SETEEM - Secretaria de Estado do Trabalho, Emprego e Empreendedorismo

SETRANSP - Sindicato das Empresas de Transporte de Passageiros de Aracaju

SETUR – Secretaria de Estado do Turismo de Sergipe

SFH – Sistema Financeiro de Habitação

SMTT - Superintendência Municipal de Transportes e Trânsito

TIC - Tecnologias de Informação e Comunicação

ZAR - Zona de Adensamento Restrito

ZEU – Zona de Expansão Urbana

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Foto aérea do Quadrilátero de Pirro em 1924.	20
Figura 2 - Expansão Urbana de Aracaju	22
Figura 3 - Farol da Farolândia antes da Revitalização	24
Figura 4 – Terreno da Coroa do Meio	26
Figura 5 - Atalaia no fim da década de 1980	27
Figura 6 – Perímetro da Zona de Expansão Urbana de Aracaju	28
Figura 7 - Slogan da Prefeitura na gestão de Marcelo Deda	34
Figura 8 - Slogan da Prefeitura na segunda gestão do Pref. Marcelo Déda	36
Figura 9 - Banner da Campanha do Shopping Jardins.	37
Figura 10 - Letreiro instalado em frente aos Arcos da Orla de Atalaia.	40
Figura 11 - Monumento do Caju com tela do artista plástico Eurico Luís.	40
Figura 12 - Monumento Ser Feliz Aracaju.	41
Figura 13 - Caranguejo da Passarela do Caranguejo.	42
Figura 14 - Relógio do Mercado Municipal e Edf.do Estado de Sergipe..	42
Figura 15 - Imagens impulsionadas por agências turísticas no Google.	45
Figura 16 - Principais Destinos no Verão	46
Figura 17 - Matéria do Governo do Estado sobre o turismo em 2024.	47
Figura 18 - Slogan da gestão de Edvaldo Nogueira	48
Figura 19 - Vista aérea da Treze de Julho	55
Figura 20 - Calçadão da Treze	56
Figura 21 - Entrada principal do Shopping Jardins	58
Figura 22 - Entorno enobrecido do Parque Augusto Franco	59
Figura 23 - Edifício sede da OAB-SE	61
Figura 24 – Dois dos principais hotéis da Orla de Atalaia.	62
Figura 25 – Prédios na Orla de Atalaia	64
Figura 26 - Arcos da Orla de Atalaia no período do Pré Caju 2024.	65
Figura 27 - Condomínios de Casas na Zona de Expansão de Aracaju	66
Figura 28 - Entorno Enobrecido do Farol da Farolândia.	67
Figura 29 - Propaganda digital dos festejos juninos promovidos pelo Governo.	73
Figura 30 - Vila do Forró	74
Figura 31 - Banner Credi Junino	75

Figura 32 - Roda gigante no Arraiá do Povo	76
Figura 33 - Palco Principal do Arraiá do Povo	76
Figura 34 - Banner Forró Caju 2024.	77
Figura 35 - Forró na praça General Valadão	78
Figura 36 - Forró dos Bairros, no bairro Bugio	79
Figura 37 - Público no Forró Caju.	79
Figura 38 - Segundona do Turista na Rua São João	81
Figura 39 - Banner da Vila da Páscoa Iluminada.	82
Figura 40 - Área de Comerciantes da Vila da Páscoa Iluminada.	83
Figura 41 - Palco da Vila da Páscoa Iluminada.	83
Figura 42 - Banner da Vila da Criança.	84
Figura 43 - Vista aérea da Vila da Criança.	85
Figura 44 - Banner da Vila do Natal Iluminado.	85
Figura 45 - Pista de Patinação da Vila do Natal Iluminado.	86
Figura 46 – Montanha Russa na Vila do Natal Iluminado.	86
Figura 47 - Vila do Natal Iluminado.	87
Figura 48 - Decorações do Natal Iluminado no Calçadão da Praia Formosa.	88
Figura 49 - Natal Iluminado na Praça Fausto Cardoso.	89
Figura 50 - Banner do Projeto Verão.	91
Figura 51 - Projeto Verão na Praia da Cinelândia.	92
Figura 52 - Batalha de rima no Projeto Verão.	92
Figura 53 - Viradão do Forró na Orla do Pôr do Sol.	93
Figura 54 - Beach Wrestling na programação esportiva do evento	93
Figura 55 - Corrida da Cidade de Aracaju	95
Figura 56 – Estrutura de Palco do Aniversário de Aracaju.	95
Figura 57 - Reveillon Aracaju 2024.	96
Figura 58 – Foliões com o estandarte do bloco Rasgadinho.	98
Figura 59 - Edição antiga do Rasgadinho na Rua João Pessoa.	99
Figura 60 - Show de artistas locais no Rasgadinho	100
Figura 61 - Bloco Afro no Rasgadinho 2024.	101
Figura 62 - Vendedor ambulante Marcelo.	101
Figura 63 – Banner Pré Caju 2024.	102
Figura 64 - Pré Caju na Orla de Atalaia	103
Figura 65 – Matéria do Jornal Sergipense	104

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	11
1.1 Estrutura da Dissertação	14
1.2 Metodologia	15
2 POLÍTICAS URBANAS NO BRASIL	17
2.1 Políticas Urbanas no Brasil	17
2.2 Planejamento Estratégico à Brasileira	23
3 A CIDADE DE ARACAJU E A FORMAÇÃO DE SUA IMAGEM	28
3.1 Formação da Cidade de Aracaju	28
4 A ANATOMIA DO ESPETÁCULO ARACAJUANO	40
4.1 City Marketing e o Discurso Legitimador	42
4.1.2 A Elaboração do Produto Cidade: Aracaju-SE	53
4.2 Espetáculo pela Afirmação da Vida Socialmente Dominante	61
4.3 Espetacularização e o Setor de Eventos	78
4.3.1 Espetáculo Transitório	81
CONSIDERAÇÕES FINAIS	116
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	121
SITES CONSULTADOS	126
ANEXOS	131

1 INTRODUÇÃO

As cidades podem ser compreendidas como centros de influência na vida econômica, política, social e cultural de grande parte da população mundial e funcionam como atores sociais (Castells e Borja, 1996), na medida em que se relacionam entre si em uma dinâmica que, com o passar do tempo, ganhou complexidade proporcional ao avanço tecnológico e à interconectividade advindos da globalização. Assim, a cidade que se adensa no contexto da Revolução Industrial, no século XIX, torna-se também palco de diversos fenômenos sociais urbanos que, posteriormente, se tornariam objeto de estudo, especialmente da Sociologia Urbana que teve suas origens na Escola de Chicago.

As diferentes noções de governança dessas cidades constituem um dos principais objetos de estudo da Sociologia Urbana, uma vez que o fenômeno urbano abrange uma série de problemáticas relacionadas à convivência de diversos grupos sociais em um mesmo espaço citadino. Questões como infraestrutura urbana, desigualdades sociais, habitação, transporte, saúde, educação, além de índices de emprego e de violência, são influenciadas diretamente pelas decisões tomadas por gestores públicos e agentes privados. Somadas aos aspectos socioculturais e simbólicos, essas questões contribuem para a formação da “Imagem da Cidade”, conforme o conceito trabalhado por Fortuna (1997). O autor entende a cidade como dotada de uma identidade própria, assim como os indivíduos, sendo essa identidade composta por atravessamentos entre a dimensão material e espacial, além de aspectos culturais, econômicos e simbólicos.

Na perspectiva atual das cidades contemporâneas, as políticas urbanas têm sido implementadas com a intenção de formular “imagens urbanas” atraentes do ponto de vista do investimento turístico, permitindo que as cidades se insiram em processos de concorrência entre si (Fortuna, 1997). Por meio desses investimentos, cada cidade busca desenvolver suas paisagens de forma a torná-las mais interessantes para esse mercado urbano. Outra maneira de alterar a imagem da cidade envolve o uso de seu patrimônio histórico como mercadoria cultural. Assim, regiões centrais passam por processos de “revitalização”, nos quais ícones locais, tradições e elementos histórico-culturais simbólicos são resgatados para criar um ambiente que, inserido nas esferas

de consumo urbano, oferece o patrimônio e a história do lugar como produto. (Leite, 2007)

O presente trabalho de dissertação correlacionará as temáticas Políticas Urbanas e Imagens da Cidade em um estudo que objetiva compreender em qual sentido as políticas urbanas aplicadas na cidade de Aracaju estão modificando a imagem da cidade. A hipótese trazida aqui inclui primeiramente a ideia de que as políticas públicas e políticas urbanas aplicadas à cidade de Aracaju seguem o modelo neoliberal representado pelo colapso do planejamento urbano estatal descrito por Maricato (1997), e que este modelo induz a criação de paisagens espetacularizadas como parte de sua forma de conceber a cidade tanto quanto um empreendimento, quanto um produto a ser consumido dentro das esferas turísticas e cotidianas de seus habitantes, de maneira a agregar valor mercadológico a essa cidade produto, e torna-la competitiva com outras cidades em seus serviços oferecidos (Vainer, 2007).

Esse fenômeno é influenciado pela lógica da sociedade de consumo (Baudrillard, 1995) e se manifesta em elementos como grandes construções emblemáticas, revitalizações de áreas centrais para fins turísticos, festivais culturais e até a criação de áreas que servem para o lazer e o consumo, mas que também visam fortalecer a "marca" da cidade.

Baudrillard (1995) e Featherstone (1995) afirmam que o ato de consumir transcende o uso funcional dos bens, passando a refletir desejos, identidades e aspirações criados e manipulados pela mídia e pela publicidade. Eles argumentam que vivemos em um "sistema de signos", onde os objetos são comprados não por sua utilidade, mas pelo que representam. Assim, a realidade é substituída por uma "hiper-realidade" composta por imagens e símbolos, tornando o consumo uma ferramenta de controle social.

A espetacularização urbana é o processo pelo qual a cidade e seus elementos passam a ser projetados, apresentados e vivenciados como uma espécie de espetáculo (Debord, 2002). Esse fenômeno é caracterizado pela transformação de espaços urbanos em atrações visuais e culturais voltadas para o entretenimento, o turismo e o consumo, muitas vezes com o objetivo de valorizar a imagem da cidade ou atrair investimentos. (Harvey, 1992)

Na espetacularização urbana, a arquitetura, as intervenções culturais, os eventos e até o cotidiano urbano são pensados para criar uma experiência impactante e atrativa, muitas vezes priorizando a estética e o impacto visual em vez da funcionalidade para os moradores. A cidade é transformada em um "palco" onde se apresentam e exibem valores culturais, sociais e econômicos que atendem, principalmente, aos interesses do turismo e da mídia, e os moradores locais frequentemente assumem o papel de "espectadores" ou "figurantes" nesse cenário.

Aracaju faz-se relevante como objeto desse estudo pela sua característica de capital de um estado, porém com menor influência econômica em relação a outras cidades que são escolhidas para estudos acerca da espetacularização urbana, a exemplo das capitais Salvador (Vieira, 2013), e Rio de Janeiro (Rocha, 2017). Com isso busca-se compreender o fenômeno da espetacularização urbana em uma cidade que tradicionalmente não obedece às mesmas complexas dinâmicas de grandes centros urbanos priorizados pelos estudos da área da Sociologia Urbana.

Segundo Carlos Fortuna (2013), na tradição da sociologia urbana, as metrópoles nascidas da industrialização europeia e norte-americana, juntamente com as chamadas cidades globais têm ocupado o lugar de referencial teórico-metodológico, Wirth (1997) vai afirmar que é possível explicar tanto as características da vida urbana, bem como diferenças entre cidades de natureza e dimensões diversas através das três seguintes variáveis – dimensão, densidade e grau de heterogeneidade. Seria dizer que quanto maior a dimensão espacial, a densidade populacional e o grau de heterogeneidade entre os habitantes da cidade, maior a presença dos fenômenos característicos da vida urbana nos grandes aglomerados urbanos.

Havendo a sociologia urbana dado em grande parte prioridade aos grandes aglomerados urbanos como seu objeto, os estudos relacionados às cidades pequenas e médias se tornam inovadores por estas possuírem características muito heterogêneas entre si e operarem de maneira distinta das grandes metrópoles (Fortuna, 2013). Nesse sentido a cidade de Aracaju faz-se relevante enquanto objeto de estudo de políticas urbanas como meio de se conduzir alterações nas suas paisagens, uma vez que a cidade possui características que a diferencia dos grandes centros urbanos brasileiros mesmo não sendo uma cidade média, mas sim a capital do menor estado da federação.

Políticas Urbanas nesse trabalho são debatidas levando em consideração os contextos históricos brasileiros de aplicação dessas políticas, passando primeiro pela ideia do Poder Público enquanto principal condutor dessas políticas, até um segundo momento em que essas políticas passam a ser exercidas em sua maior parte pela iniciativa privada, de maneira que a própria ideia de planejamento urbano muda o seu sentido. O planejamento urbano passa pela noção de diretrizes formais a serem seguidas dentro da lógica de concepção e uso do espaço urbano que costuma ser associada ao Poder Público enquanto agente realizador, e a alteração dessa configuração traz mudanças conceituais, de métodos de efetivação dessas políticas, e por fim resultados práticos nas paisagens e nos modos de vida urbanos, nesse sentido a pergunta de partida para esse trabalho é: de que maneira as Políticas Urbanas contemporâneas são capazes de alterar as paisagens das cidades? O termo Políticas Urbanas neste trabalho tratará tanto de intervenções de ordem pública, quanto de iniciativa privada.

Ao estudar o fenômeno da espetacularização (Debord, 2002) no contexto urbano da cidade de Aracaju, estudaremos também as características que são impulsionadas especialmente por uma dinâmica econômica própria do atual momento do sistema capitalista, que, através do pensamento neoliberal, enfatiza a suposta eficiência do mercado em detrimento do Estado, com ênfase a um novo espírito do capitalismo, baseado na lógica do empreendedorismo, da acumulação flexível e do consumo.

1.1 Estrutura da Dissertação

O trabalho está dividido em três capítulos, o primeiro deles, intitulado Políticas Urbanas no Brasil tem o objetivo de introduzir uma discussão teórica sobre políticas urbanas no Brasil, que passa por identificar a maneira que o Estado brasileiro atuou em relação à questão urbana em diferentes momentos da história, identificando o momento em que o debate passou a ser mais presente na sociedade brasileira, e que através da mobilização social culminou na presença do capítulo Política Urbana na Constituição de 1988, que é regulamentado a partir do Estatuto das Cidades em 2001. O Estatuto das Cidades contém os novos marcos legais das políticas urbanas

aplicadas nos municípios, e trouxe também como importante princípio, a ideia de função social da propriedade.

O segundo capítulo inicia os estudos empíricos dessa dissertação, realizando uma breve retrospectiva sócio-histórica acerca do surgimento e crescimento da cidade de Aracaju, cujo objetivo do uso dessa abordagem está em compreender como problemáticas presentes desde a fundação da nova capital vão desenrolar historicamente rumo ao reforço e perpetuação de diferentes formas de desigualdades, essas como sendo partes fundamentais para a fragmentação do território urbano que é imagetivamente reforçada pelo Espetáculo. A partir dessa contextualização os conhecimentos teóricos trabalhados no primeiro capítulo acerca das políticas urbanas e da lógica empresarial na gestão das cidades começarão a ser relacionados às imagens urbanas de Aracaju.

O terceiro Capítulo será composto pelo campo da pesquisa, que aprofundará no estudo do fenômeno do espetáculo urbano em Aracaju, o conceito da Espetacularização Urbana como sendo uma ideia que deriva da noção de Espetáculo dada por Debord (2002), que aplicada ao contexto urbano pode ser identificada em Aracaju a partir de três principais eixos: O espetáculo por via do City Marketing como discurso legitimador do modelo do planejamento estratégico, da formação histórica das paisagens urbanas relacionadas a concentração de riqueza e modelo da vida socialmente dominante e por fim, a manifestação do espetáculo urbano por via dos eventos que alteram transitoriamente espaços da cidade, que se tornam espaços voltados ao consumo.

1.2 Metodologia

A metodologia do presente trabalho dissertativo baseada em enfoque qualitativo, com plano de análise longitudinal para os estudos sobre a evolução urbana e os processos de espetacularização da cidade. O estudo é composto por duas etapas principais: A primeira etapa presente em todo o trabalho é baseada em fontes secundárias e consiste em uma revisão bibliográfica, que trará os aspectos teóricos e conceitos que constituirão e fundamentarão a discussão trazida acerca das políticas urbanas no Brasil e em Aracaju.

O enfoque da relação entre o conceito de políticas urbanas e imagem da cidade se dará através de uma bibliografia que abordará de maneira breve o histórico das políticas urbanas no Brasil e seu modo de realização, bem como os pensamentos que influenciaram a forma de se conduzir essas políticas no país, para que posteriormente seja direcionado o enfoque para a cidade de Aracaju dentro do contexto nacional. Utilizaremos também a pesquisa bibliográfica para a elaboração de uma sócio história da cidade de Aracaju, por esta ser o objeto de estudo, é importante trazê-la em suas especificidades de forma contextualizada, uma vez que muitas das problemáticas urbanas que se fazem presentes na cidade são reforçadas pela inclinação dos gestores em priorizar espaços de consumo, mas também de um passado urbanístico que permitiu que a cidade emergisse uma população consumidora desses espaços.

A segunda etapa consiste em pesquisa bibliográfica e documental, através de textos acadêmicos, matérias jornalísticas, imagens produzidas pelas páginas oficiais de agentes urbanos, turísticos, da prefeitura de Aracaju, do Governo do Estado e coletadas in loco que subsidiaram como material de análise empírica acerca da realização de eventos que alteram as dinâmicas de uso e a materialidade das paisagens urbanas de forma transitória na cidade.

No campo da sociologia urbana, o uso da imagem como procedimento metodológico tem se consolidado como um recurso analítico relevante para a compreensão das transformações do espaço, das práticas sociais e dos regimes de visibilidade que estruturam a vida urbana contemporânea. Fotografias e registros audiovisuais permitem apreender dimensões da cidade que nem sempre se manifestam de forma explícita nos discursos institucionais ou nos dados estatísticos, tornando visíveis usos do espaço, formas de apropriação, conflitos e encenações do urbano.

Nesse sentido, a imagem opera como um documento social, capaz de registrar materialmente processos urbanos em curso. Walter Benjamin (1994) destaca que determinados fragmentos visuais condensam tensões históricas e sociais, funcionando como vestígios que revelam as contradições do tempo presente. Aplicada à análise urbana, essa perspectiva permite compreender a cidade não apenas como um espaço funcional, mas como um campo de disputas simbólicas e narrativas visuais.

A sociologia visual, conforme argumenta Howard Becker (1995), atribui às imagens um papel metodológico que ultrapassa a função ilustrativa, ao possibilitar a

formulação de questões sociológicas sobre padrões de comportamento, ordenamentos espaciais e formas de controle social. Assim, o interesse analítico não reside apenas no conteúdo da imagem, mas nas condições sociais de sua produção, circulação e recepção.

No contexto específico dos estudos urbanos, Boris Kossoy (2001) reforça que a fotografia deve ser compreendida como um artefato cultural situado, atravessado por escolhas, enquadramentos e intencionalidades, o que exige do pesquisador uma postura reflexiva diante do material imagético. A imagem, portanto, não é tomada como reflexo neutro da realidade urbana, mas como parte integrante dos processos de construção simbólica da cidade.

2 POLÍTICAS URBANAS NO BRASIL

Este capítulo tem como objetivo apresentar um breve panorama das discussões feitas por diversos autores sobre as políticas urbanas no Brasil. O foco será dado aos marcos históricos e legais abordados na literatura, que influenciaram mudanças na forma de conduzir essas políticas e de lidar com os desafios da vida urbana no país. Além disso, o capítulo descreverá como essas políticas são formuladas e implementadas, destacando os resultados refletidos no aprofundamento de problemas urbanos já existentes. Por fim, abordará como o atual modelo questão da espetacularização urbana, resulta do modelo contemporâneo de gestão das cidades, marcado pelo contexto globalizado e competitivo. Nesse cenário, a cidade é tratada como um produto de consumo e administrada sob uma lógica empresarial, em que sua imagem é moldada por políticas urbanas alinhadas ao modelo neoliberal de gestão.

2.1 Políticas Urbanas no Brasil

É possível identificar paralelos entre as origens do Urbanismo e da Sociologia. O Urbanismo, como campo de estudo voltado ao planejamento e organização das cidades e áreas urbanas, surgiu no contexto pós-industrial com o objetivo de resolver questões formais nas cidades que recebiam um fluxo intenso de pessoas migrando do campo para o ambiente urbano (Lefebvre, 1968). Esse período marcou o início das intervenções espaciais planejadas e da formulação de modelos ideais de cidade, visando solucionar as novas problemáticas da vida urbana. Simultaneamente, o fenômeno urbano vinculado ao modo de produção industrial é também o contexto que favoreceu o surgimento da Sociologia como ciência, e esta se dedica, em grande parte, ao estudo dos fenômenos característicos da vida humana nas cidades, e investiga como as características singulares dos espaços urbanos influenciam diferentes formas de manifestação da vida social.

Choay (1979) vai nos dizer que a idealização das cidades surge com os utopistas do século XIX, ou pré-urbanistas, que buscavam refletir acerca do que seria a “cidade ideal” e vai permanecer até o século XX com os urbanistas que tendenciavam para um dos três modelos: Os progressistas, com a ideia de trazer a modernidade e progresso tecnológico para a cidade e suas paisagens, os culturalistas que buscavam fazer das cidades espaços menores, mais humanos, sem levar em consideração a ideia do desenvolvimento econômico como diretriz de pensamento e os naturalistas que pensavam cidades integradas ao campo, num contexto de autossuficiência. Estes ideais de cidade iriam dar origem a diversas formas de mesclas desses modelos de pensamento.

Ainda nos tempos atuais a visão do urbanista moderno é a que prepondera como sendo aquele que possui os conhecimentos específicos e técnicos necessários para conceber de maneira inovadora um projeto de uma região específica da cidade através de um plano estatal, cuja incorporação pela população do espaço proposto é pré-definida e não contra-usual (Leite, 2007), obedecendo a intenção projetual. Essa noção de política urbana demonstra a ausência de participação popular nas decisões que afetam o próprio espaço de uso cotidiano. Essa ausência da presença popular reflete também um modo do estado brasileiro de realizar política pública de forma tecnocrática que segundo Maricato (2009) tem como tônica no Brasil a seguridade da ordem burguesa, marcada pela manutenção de privilégios e desigualdades.

As políticas higienistas são consideradas por Guimarães, et al (2017) como indutoras de uma produção bibliográfica que é considerada o fundamento dos estudos urbanos no Brasil num período que vai do início do século XX até a década de 1940. Esses estudos apresentavam propostas político-administrativas advindas de um recorte racionalista/higienista/sanitário, que estava ligado a um contexto de reformas urbanas influenciado pelas reformas parisienses do Barão de Haussmann. Segundo os autores, foi somente a partir dos anos 1960 que a produção acadêmica sobre a rede urbana brasileira aumentou e diversificou-se, contando com significativa contribuição da sociologia, pondo-se diante da noção de uma sociedade urbana-industrial considerada pobre, na periferia de uma economia mundial que acelerava sua internacionalização.

Nesse contexto a produção elaborada entre os anos 1960 e 1970 enfatizou a discussão de processos macroestruturais, além das questões específicas de países dependentes como o Brasil ao qual sua urbanização foi descrita como de caráter

“caótico” por estudos inspirados principalmente nas considerações teóricas da CEPAL. Sobre a produção bibliográfica desse período os autores afirmam:

[...]aprofundou a análise de questões como a intensidade, os determinantes e os impactos das migrações rural-urbanas sobre as cidades: as condições de ocupação, integração e moradia das classes subalternas e a “marginalidade”; a expansão das favelas e periferias, a precariedade habitacional e a carência de infraestrutura e de serviços de consumo coletivo que atingia a classe trabalhadora[...] (GUIMARÃES et al, 2017, p. 205)

O debate sobre políticas urbanas no Brasil é dado segundo Filho (2013), Vainer (2007), Maricato (1997) e Jelinek (2006) inicialmente na premissa de que o estado modificou a sua forma de atuar com o decorrer do tempo, chegando a uma configuração de Estado que além de formular leis, também passa a criar e executar políticas públicas que são fundamentadas em premissas, possuem objetivos gerais e finalidades pré-definidas.

Nos países da América Latina, incluindo o Brasil, o modelo modernista de Política Urbana vai ser por muito tempo o que irá vigorar, este partia da noção de um estado centralizador, capaz de assegurar equilíbrio econômico e social e um mercado de massas, e foi somado aos ideais positivistas de progresso linear, conforme destaca Maricato (1997), que também compreende o modelo de planejamento urbano dessa época como de viés ideológico, por não ter atingido os objetivos propostos de superação do atraso e da pobreza, mesmo tentando replicar os anos de *Welfare State*. Veira (2011) afirma que as ações de políticas públicas desse período contribuíram para o crescimento das cidades, mas num segundo momento serviriam para interferir no controle da vida nas mesmas, transformando a população urbana em um “contingente de consumidores”, sendo o verdadeiro norte dessas políticas um projeto de infraestrutura econômica.

Lopes (2011, p. 54) destaca que “a urbanização brasileira da segunda metade do século XX colocou a cidade no centro da vida econômica, política e cultural, passando a influenciar e a comandar a organização do espaço”. Esse processo urbano, contudo, esteve profundamente associado às transformações no setor agrícola, como aponta Paula (2018), ao afirmar que o avanço tecnológico na agricultura brasileira, integrando-a ao setor industrial, ocorreu de forma “conservadora e dolorosa”, devido aos impactos sociais e ambientais. Entre os problemas gerados por essa modernização agrária, destacam-se o êxodo rural e a intensificação da já acentuada concentração fundiária, fenômenos que alteraram significativamente o

panorama socioespacial das regiões e impactaram a sociedade brasileira como um todo.

Uma consequência do êxodo rural foi a necessidade de uma maior intervenção estatal relacionada à infraestrutura urbana, relacionada às necessidades básicas da população para que as engrenagens do sistema produtivo pudessem funcionar, havendo avanços na área de transporte, educação e habitação. (Carvalho, E. 2002)

Henry Lefebvre, autor francês que cunhou o termo "Direito à Cidade" em seu livro de mesmo nome, argumenta que um dos maiores desafios dos conglomerados urbanos pós-revolução industrial é compreender as complexas e frequentemente opostas necessidades dos habitantes urbanos:

“[...] As necessidades sociais têm um fundamento antropológico; opostas e complementares, compreendem a necessidade de segurança e a de abertura, a necessidade de certeza e a necessidade de aventura, a da organização do trabalho e a do jogo, as necessidades de previsibilidade e do imprevisto, de unidade e de diferença, de isolamento e de encontro, de trocas e de investimentos, de independência (e mesmo de solidão) e de comunicação, de imediaticidade e de perspectiva a longo prazo” (LEFEBVRE, 1968, p. 105).

Inspirado por essa concepção de Direito à Cidade proposta por Lefebvre, o Estatuto da Cidade no Brasil busca criar uma base de direitos que favoreça um desenvolvimento urbano mais equitativo, contrabalançando as desigualdades e os impactos da lógica capitalista, que prioriza retornos imediatos para investimentos públicos e privados, muitas vezes em detrimento das populações periféricas. Esse estatuto é fruto de um contexto histórico em que as políticas urbanas começaram a ganhar protagonismo, impulsionadas por debates públicos e a maior participação popular.

O fortalecimento das lutas sociais pela derrubada do regime militar entre os anos 1970 e início dos anos 1980 foi essencial para trazer a questão urbana ao centro do debate político no Brasil. Durante esse período, movimentos organizados em bairros periféricos e por segmentos profissionais, de gênero e etnia, articularam uma proposta para a Assembleia Nacional Constituinte de 1986, que culminou na Emenda Popular da Reforma Urbana. Esse movimento uniu diversas demandas específicas, envolvendo mutuários do BNH, inquilinos, moradores de loteamentos clandestinos, cortiços e favelas, entre outros grupos marginalizados (Tonella, 2013).

Somente com a Constituição de 1988 e a subsequente reforma institucional, especialmente nos municípios, começou a se adotar um novo modelo de política e

gestão urbana. Esse modelo baseava-se na participação democrática dos atores no processo decisório, no universalismo quanto aos direitos sociais urbanos e na redistribuição dos custos da urbanização. Entre as medidas estruturantes, a nova orientação previa mecanismos para combater desigualdades históricas, como o compartilhamento da responsabilidade por programas habitacionais entre a federação, os estados e os municípios, e a criação obrigatória de planos diretores para cidades com mais de vinte mil habitantes (Tonella, 2013).

A Constituição de 1988 foi a primeira das constituições brasileiras a positivar a união indissociável entre a propriedade e a sua função social, abrindo caminho para a criação de mecanismos que objetivavam garantir a função social das propriedades em território urbano, como forma de combater a especulação imobiliária. (Jelinek, 2006).

Em 2001 foi promulgado o Estatuto da Cidade, nome oficial da lei 10.257, que regulamentou o capítulo “Política Urbana” da Constituição, criando instrumentos agora em forma de lei para a efetivação de uma política urbana. Segundo Batista e Gasperoto (2014), os principais instrumentos regulamentados pelo Estatuto são:

Gestão Democrática – O Município deverá elaborar planos, projetos e leis com a participação popular por meio de debates, audiências e consultas públicas mediante formação de órgãos colegiados de política urbana. O intuito é trazer maior participação popular nas decisões públicas como forma de garantir melhor qualidade ao processo de gestão.

Plano Diretor – Instrumento que dá as diretrizes para o desenvolvimento dos municípios, contendo normas de uso e ocupação do solo urbano e deve ser construído com a participação da população

IPTU Progressivo no Tempo – Esse instrumento previsto no Estatuto das Cidades tem por objetivo evitar a ociosidade dos terrenos urbanos ao aumentar a alíquota por cinco anos consecutivos, em caso de a obrigação de parcelar, edificar ou utilizar não estar sendo atendida durante cinco anos. É um dos mecanismos que tem por objetivo obrigar o proprietário do terreno a cumprir com a função social da propriedade.

Desapropriação com Pagamentos em Títulos da Dívida Pública – Uma vez passado os cinco anos de cobrança do IPTU progressivo sem que o proprietário tenha cumprido a obrigação de parcelamento, edificação ou utilização do solo, o município poderá proceder a desapropriação do imóvel, com pagamento em títulos da dívida

pública. Este sendo mais um instrumento que utiliza o princípio da função social da propriedade para punir especuladores urbanos.

Usucapião Especial – É um instrumento de política urbana que possibilita àquele que estiver ocupando como moradia um terreno ou imóvel urbano durante cinco anos ininterruptos e sem oposição possuir o direito de posse sobre este, desde que não seja proprietário de outro imóvel urbano ou rural. Dessa forma o direito de posse é passado ao indivíduo que deu função social à propriedade antes abandonada em território urbano.

Direito de Superfície – Esse instrumento de política urbana possibilita que o proprietário de um terreno urbano transfira à título gratuito ou oneroso, o direito a outra pessoa construir em seu terreno, sem que esta pessoa possua propriedade do mesmo, dessa maneira tornaria flexível a utilização dos terrenos urbanos.

Direito de Preempção – Garante ao Poder Público a preferência em adquirir um imóvel urbano que seja objeto de alienação onerosa entre particulares, ou seja, ao manifestar interesse em vender um imóvel urbano, o proprietário primeiramente deverá oferecer ao Município, que terá 30 dias para manifestar-se e usufruir da preferência na compra.

Estudo de Impacto de Vizinhança – Para que se conceda a licença ou autorização para construção, ampliação ou funcionamento, será exigido um documento técnico que será executado de forma a avaliar os efeitos positivos e negativos do empreendimento ou atividade no aspecto da qualidade de vida da população residente na área e proximidades.

O Estatuto da Cidade tem a intenção de estabelecer diretrizes para a política urbana no Brasil. Com a criação de instrumentos como a gestão democrática, o plano diretor e o IPTU progressivo, o Estatuto busca promover a função social da propriedade e conter a especulação imobiliária. Além disso, prevê a participação popular no planejamento urbano e incentiva a utilização adequada do solo urbano, visando a criação de cidades organizadas e socialmente inclusivas, onde o uso do espaço atenda ao interesse coletivo.

A noção de política urbana brasileira acabou sendo em grande parte fruto do esforço estatal em investir no ambiente urbano, derivou de modelos usados por países do “primeiro mundo” no mesmo período, com a diferença de se tratar de um país da periferia global, onde esse modelo será aplicado em apenas uma parte das cidades, ou da sociedade, de forma a contribuir para que as cidades brasileiras até hoje fossem

marcadas pela modernização incompleta ou excludente. Como consequência as metrópoles brasileiras são marcadas por uma gigantesca ocupação ilegal do uso do solo, verdadeiros “lugares fora das ideias”, de modo que nos anos 90 cada metrópole brasileira abrigava outra metrópole em seu interior composta de moradores de favelas (Maricato, 2000; 2009).

2.2 Planejamento Estratégico à Brasileira

Após a urbanização predominante nos anos 1970, o Brasil experimentou, na década de 1980, um acentuado crescimento das regiões metropolitanas. Esse processo gerou uma grande disparidade entre a demanda por serviços e direitos urbanos, como moradia, saúde, educação, emprego e transporte, e a oferta fornecida pelo setor público. Como consequência, houve um aumento das habitações irregulares e o agravamento da chamada "violência urbana" (Vieira, 2011).

Favorecidas pela dinâmica e pelas particularidades do processo de desenvolvimento brasileiro, que concentrou em suas áreas a produção, a riqueza e as melhores oportunidades de emprego e sustento, as grandes metrópoles do país começaram a sofrer impactos significativos a partir dos anos 1980, quando o modelo de desenvolvimento até então adotado se esgotou. Com o agravamento da crise econômica, da crise fiscal do Estado e uma acelerada escalada inflacionária que ocorreu mais tarde que em outras nações, nos anos 1990, o governo brasileiro aderiu às recomendações do Consenso de Washington¹, intensificando a inserção do Brasil na globalização por meio de uma rápida e abrupta abertura econômica. Esse processo incluiu a reestruturação produtiva, um extenso programa de privatizações, a redução do papel econômico e regulador do Estado, além de maior ênfase nos mecanismos de mercado. Essas medidas agravaram o cenário social do país, marcado por taxas

¹ O Consenso de Washington é um conjunto de dez medidas formuladas em novembro de 1989 por economistas de instituições financeiras de Washington D.C., como o FMI, o Banco Mundial e o Departamento do Tesouro dos EUA. As medidas incentivavam a competição cambial, as exportações e a gestão das finanças públicas, tornando-se a política oficial do FMI em 1990 para promover o "ajustamento macroeconômico" em países em desenvolvimento com dificuldades.

de crescimento instáveis e baixas, deterioração das condições de trabalho e renda, e um aumento das desigualdades sociais e espaciais, afetando especialmente as grandes regiões metropolitanas, onde o mercado de trabalho era mais desenvolvido. (Carvalho; Pasternak; Bógus, 2010).

A partir dos anos 1990, alinhando-se às tendências globais, as cidades passaram a ser vistas como "mercadorias", e os gestores públicos passaram a se comportar como "gerentes de cidades". Os "Planos Diretores", instituídos em 1988, foram substituídos por "Planos Estratégicos". O marketing começou a influenciar a gestão urbana, posicionando as cidades no mercado de consumo nacional. De forma geral, essas abordagens envolvem os gestores urbanos (administradores e empresários) na criação de projetos e ações para atrair investimentos financeiros. Nesse contexto, o turismo tornou-se um indicador chave para a atração de capital externo e para estimular investimentos locais (Vieira, 2011).

Havendo um declínio da perspectiva de um estado condutor de políticas públicas, a iniciativa privada, apoiada pelos ideais liberais, num mundo cada vez mais globalizado passa a ter maior influência, sobretudo pela própria ideia de cidade globalizada, sobre as consequências desse declínio de perspectiva, Vieira afirma:

Deste modo a gestão e credibilidade do Poder Público foram se fragilizando, ao passo que as ideias liberais fomentavam o crescimento das iniciativas privadas. A especulação Imobiliária causada pelo mercado imobiliário tornou-se cada vez mais dominada por setores privados e intensificava a desproporcionalidade entre oferta e demanda dos serviços urbanos. Sendo que a primeira era significativamente inferior à segunda. (VIEIRA, 2011, p.81).

Dentre os modelos que concorreram para ocupar o vazio deixado pelo padrão tecnocrático-centralizado está o modelo chamado *planejamento estratégico*. O modelo é inspirado em conceitos e técnicas oriundos do planejamento empresarial, e com isso a cidade passa a ser tratada como uma empresa, uma vez que para os defensores do modelo, estariam submetidas às mesmas condições e desafios frente a mundialização da economia e comunicação. Desse modo a nova problemática central das cidades passa a ser a *competitividade urbana*, e que este modelo implica numa apropriação da cidade por interesses empresariais globalizados (Vainer, 2007).

Para Harvey (1992), a estabilidade estrutural da modernização das cidades foi substituída pela instabilidade, pelo que é efêmero, pelo espetáculo e mercantilização da cultura. Com isso ganham importância inédita a marca, a imagem. O autor afirma, a nível de comparação, que o investimento na marca chega a ter, para o setor

industrial, a mesma importância que o investimento em equipamentos, e da mesma forma aconteceria com cidades. Harvey nos diz que uma das características da condição Pós-moderna nas cidades é a fragmentação escancarada do território urbano, o que pode ser entendido como uma ausência de tentativa tanto de mascarar desigualdades, quanto de afirmar a noção de unidade na cidade que antes era promovida pela ideia do planejamento centralizado, sendo agora a cidade palco para intervenções em sua maioria de caráter privado.

A nova racionalidade do modo de produção neoliberal é difundida através de diferentes agentes nacionais e internacionais que através de um discurso hegemônico influenciam o que seria o novo ideal de gestão das cidades, como afirma Sánchez (2001):

[...]o processo de produção do espaço social é ao mesmo tempo objetivo e subjetivo. Como parte da nova racionalidade do capitalismo, capaz de potencializar a eficiência econômica e a reorganização territorial[...] (Sánchez, 2001, p. 30)

Trata-se de uma retórica persuasiva que, em sua manifestação urbana, define uma agenda predominante para as cidades, estabelecendo diretrizes claras para ações e programas, consolidando a hegemonia política sobre o pensamento e a gestão urbana. Como parte dessa estratégia, são implementadas políticas que visam promover e validar certos projetos urbanos, apresentados como símbolos contemporâneos. Essas iniciativas são frequentemente divulgadas como "cidades-modelo", e a disseminação dessas ideias ocorre em conjunto com as principais fontes de produção de discursos, como governos locais em colaboração com a mídia, além de instituições internacionais, como a União Europeia e agências multilaterais. (Sánchez, 2001)

A identificação desses elos políticos entre as agências multilaterais de cooperação e alguns dos principais ideólogos encarregados da difusão do "novo modelo de gestão urbana" (constitutivamente vinculado às representações e práticas da Cidade-mercadoria), permite-nos o entendimento das conexões entre o chamado "pensamento global" e a ideologia neoliberal, sendo alguns exemplos desses agentes difusores: Ayuntamiento de Barcelona e Oficina Regional para América Latina e Caribe do Programa de Gestão Urbana das Nações Unidas (autores da publicação que alavancou o "modelo-Barcelona"), Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento – PNUD e Banco Mundial. (Sánchez, 2001)

Enquanto para o caso brasileiro do “modelo-Curitiba” a legitimidade de seu sucesso estaria nas diversas premiações outorgadas à Prefeitura Municipal por estas mesmas agências citadas, somadas aos destaques em artigos de difusão internacional elaborados por consultores do Banco Mundial e da ONU, alçados à condição de especialistas internacionais. (Sánchez, 2001)

Seguindo a tendência ideológica internacional, cidades do Brasil e da América Latina em geral, contrataram os serviços de consultoria dos catalães e de seus discípulos ou consultores que aplicam conceitos e modelos similares, o que impulsiona o planejamento estratégico como modelo único a se utilizar na gestão das cidades brasileiras, conforme afirma Vainer (2007), que também distingue duas formas de visualizar a ação dos gestores frente à lógica do planejamento estratégico e a competitividade entre cidades ou “concorrência intercidades” (Fortuna, 1997):

Enquanto de um lado, especialistas no marketing urbano destacam a necessidade de diagnosticar o tipo de consumidor sensível aos atributos que cada cidade pode oferecer e dos possíveis mercados nos quais ela pode ser vendida, o posicionamento utilizado por Vainer (2007) e a literatura mobilizada pelo autor defende que os insumos valorizados pelo capital transnacional são os mesmos independentemente das características e atribuições das cidades, portanto não seria um amplo mercado de infinitas possibilidades para cada cidade, e sim um mercado restrito com posicionamentos pré-definidos:

Frente a diagnóstico tão universal, não fica difícil entender por que as propostas constantes de todos os planos estratégicos, sejam quais forem as cidades, pareçam-se tanto umas com as outras: todos devem vender a mesma coisa aos mesmos compradores virtuais que têm, invariavelmente, as mesmas necessidades. (Vainer, 2007, p.80)

O projeto de eliminar a divisão rígida entre os setores público e privado é bastante claro: o termo “privado”, embora frequentemente ambíguo, não se refere a interesses ou grupos privados de forma geral, nem à esfera pessoal e íntima da vida social, que se oporia ao público. Se esse fosse o caso, a expressão incluiria todos os cidadãos, já que todos possuem interesses particulares. No entanto, essa interpretação é ilusória. O que se busca, ao propor o fim dessa separação rígida, é algo diferente: “privado” aqui se refere especificamente aos interesses privados dos capitalistas. (Vainer, 2007)

O panorama aqui apresentado das políticas urbanas no Brasil revela a complexidade das transformações que as cidades têm enfrentado ao longo do tempo. A análise das diferentes abordagens adotadas ao longo das últimas décadas evidencia como as políticas urbanas, apesar de suas intenções de modernizar e aprimorar as condições de vida nas cidades, frequentemente perpetuam problemas históricos e geram novos desafios. Com isso, o debate sobre a gestão urbana se amplia, refletindo sobre as dinâmicas de poder, as desigualdades sociais e os impactos das políticas neoliberais no espaço urbano. Em decorrência desses processos, surge a necessidade de uma abordagem mais crítica e contextualizada das especificidades de cada cidade. Neste contexto, o próximo capítulo se dedicará a explorar o caso de Aracaju, oferecendo uma análise detalhada de como essas políticas urbanas se concretizam no cenário local, com destaque para as dinâmicas de crescimento urbano e os modelos de planejamento que guiaram a cidade desde sua fundação até o momento presente.

3 A CIDADE DE ARACAJU E A FORMAÇÃO DE SUA IMAGEM

Este capítulo visa explorar a evolução histórica e as transformações urbanas de Aracaju, destacando como as políticas urbanas que vigoraram contribuíram para a configuração atual da cidade. A partir de uma análise sócio-histórica, discutiremos as diferentes fases do crescimento urbano da capital sergipana, que, desde sua fundação, teve como objetivo projetar uma imagem de modernidade para a província. Através de uma análise crítica, investigaremos as mudanças no modelo de planejamento urbano, desde a primeira concepção de planejamento estatal até a adoção do Planejamento Urbano Estratégico, que surgiu em resposta à crise do modelo anterior. Este processo será examinado com foco nas políticas urbanas implementadas e nas contradições socioespaciais resultantes dessas intervenções, proporcionando uma compreensão mais ampla dos desafios e das perspectivas da cidade na atualidade.

3.1 Formação da Cidade de Aracaju

Aracaju tem sua fundação no dia 17 de março de 1855, e teve como justificativa para seu surgimento a necessidade de se ter uma área portuária para que auxiliasse o comércio de cana de açúcar, visto que a antiga capital, a histórica São Cristóvão não possuía fácil acesso marítimo. Então escolheu-se urbanizar uma área de manguezal até então ocupada por pequenas vilas de pescadores (Carvalho, 2013).

Segundo Rabelo (2009) o motivo para a escolha do local da cidade havia ficado oficializado pelo imperativo de um porto para exportação do açúcar, mas que devemos considerar o interesse de João Gomes de Melo (Barão de Maruim), proprietário de terras na região que viria ser a nova capital (Freire, 1977) como fator decisivo, uma vez que este era influente conselheiro do Presidente da província, Inácio Joaquim Barbosa, e obteve grandes lucros com a demarcação da planta de

Aracaju. Outra razão diz respeito ao pensamento liberal econômico e ideias progressistas em ascensão naquele contexto que vinculavam o desenvolvimento econômico da província com uma maior riqueza material e modernização, especialmente no sentido de “distinguir as elites dos outros grupos sociais” (Santos W. 2007, p. 62). É possível afirmar que existia uma idealização, ou expectativa quanto ao que deveria simbolizar a cidade, esta deveria representar simbolicamente o desenvolvimento e o progresso da província.

De todo modo, neste período a cidade de Aracaju só começou a ser construída através da intervenção do “Poder Público”. Estas ações criaram não apenas uma nova estrutura para a localidade, como também gerou uma representação sobre o “progresso”, a “modernidade” e variadas inovações. Constitui-se assim uma imagem que tanto se estabelece na dimensão física, concreta quanto no aspecto abstrato, despertando imaginários. (VIEIRA, 2011, p.32)

A partir de então acelerou-se a etapa de construção dessa que viria a ser a nova capital da Província de Sergipe, seguindo o projeto das 36 quadras que foram chamadas de “Quadrilátero de Pirro”, que remete ao engenheiro projetista responsável pela elaboração do projeto: Sebastião José Basílio Pirro. Carvalho (2013) vai questionar a afirmação da cidade planejada, uma vez que segundo a autora o fato de ter havido o desenho projetual das quadras iniciais, não significaria que houve um plano de como seguir com o desenvolvimento da cidade daí em diante.

Para Rabelo (2009) apesar de constar que Aracaju inicia seu desenvolvimento a partir de uma região povoada na colina de Santo Antônio no documento de transferência da Capital, essa ideia seria um mito, a cidade havia se iniciado em terreno vazio, onde hoje é o centro da cidade, pois na mentalidade dos seus idealizadores, Aracaju seria a região do Quadrilátero. Aquele espaço de negros, pescadores e descendentes de índios, foi apenas um pretexto para a mudança da capital de São Cristóvão para Aracaju [...] isso não quer dizer que houve muros restringindo os espaços da cidade, mas havia, nitidamente, no projeto uma segregação socioespacial rígida. A nova capital desde seus primeiros anos já mostrava desordem em seu crescimento, falta de planejamento e acima de tudo segregação socioespacial somada à grande especulação da região que carregava a expectativa de uma nova e promissora capital, como afirmam SILVA (2009) e Rabelo (2009).

Além disso, havia sido sancionado em 1865 um Código de Posturas na região do tabuleiro que ditava as regras construtivas, que muitas vezes por falta de mão de obra e de dificuldade no acesso de materiais, dificultava o estabelecimento da maior parte das famílias, especialmente as de baixa renda. Por conta disso, a ocupação se dava principalmente às margens dessa região.

Figura 1 - Foto aérea do Quadrilátero de Pirro em 1924.



Fonte: Acervo Lineu Lins.

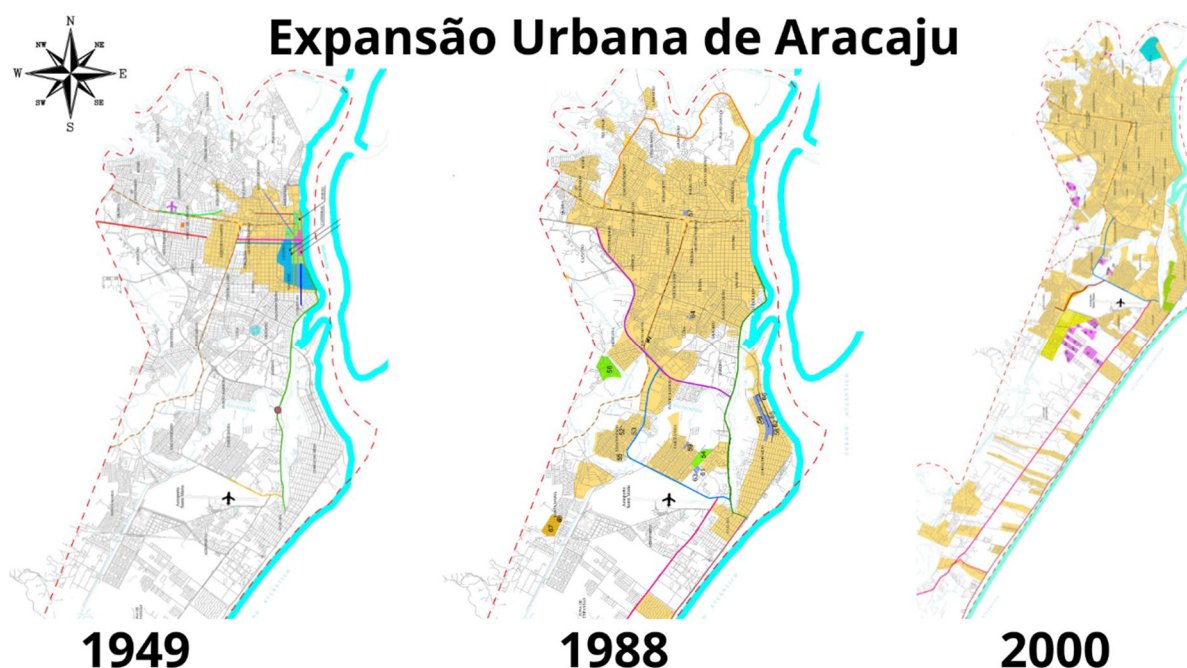
A nova cidade em suas 36 quadras em formato de tabuleiro de xadrez impedia através de seu primeiro Código de Posturas a moradia de pessoas menos abastadas que não tinham condições de obedecer a critérios construtivos estabelecidos. Além dos critérios construtivos, este primeiro Código de Posturas já trazia questões sobre o comportamento das pessoas dentro do Quadrilátero, indicando uma preocupação em relação à manutenção de uma imagem que remetesse ao que se condizia com o grau de “civilidade” esperado para a nova capital, nesse sentido Santana afirma que:

[...] a questão de moral e da ordem pública já estava presente. Conforme artigo 12— sobre comportamentos das pessoas na cidade —, ficava inteiramente vedado a qualquer pessoa “lavar-se de dia nas praias, rios, ou

em qualquer lugar público” e se “não estiver vestido de maneira que não offenda (sic) á moral pública,” o infrator dessa norma corria o risco de ser preso ou pagar uma multa no valor de 20\$000 réis. (SANTANA, 2011, p. 36).

Segundo Silva (2009), ainda no início do século XX era possível perceber um zoneamento dentro da ainda recente Aracaju, que acontecia não como consequência de um plano, mas do modo de administrar a cidade, que crescia de forma a segregar o local de moradia das famílias abastadas, que viviam em casarões dentro do tabuleiro inicial, dos trabalhadores das indústrias, localizadas mais ao norte, que moravam na primeira ocupação clandestina na cidade. Consequentemente, a confirmação de que por mais recente que fosse a cidade, esta seria estabelecida utilizando os mesmos princípios segregacionistas das classes dominantes, que vão dar manutenção a privilégios através da sua influência econômica, assim reforçado por Carvalho (2013) quando afirma que a implantação da infraestrutura pública da cidade iniciou-se na região central, indo posteriormente no sentido da Zona Sul da cidade sempre destinada à ocupação das classes mais abastadas, enquanto as Zonas Norte e Oeste vão sendo ocupadas pela população menos favorecida e de forma espontânea.

Nogueira (2004) dirá que o fator renda, que desde o princípio dividia as pessoas no espaço físico da cidade, junto a fatores geográficos, como regiões alagadas, rios e estuários foram cruciais para que a cidade se formasse conforme os vazios urbanos que essas condições impunham, fazendo da mesma uma cidade de baixa acessibilidade naquele contexto. É então que se pode aferir a fragmentação entre a imagem da cidade projetada, desenvolvida, e a cidade ocupada em suas margens.

Figura 2 - Expansão Urbana de Aracaju

Fonte: CARVALHO, 2013, com alterações do autor.

Durante a primeira metade do século XX, Aracaju contou com poucos investimentos públicos voltados para a construção de habitações populares, sendo esse um cenário de escassez de políticas voltadas à população de baixa renda. Segundo CARVALHO (2013), até 1964, data da criação do Banco Nacional de Habitação (BNH) e do Sistema Financeiro de Habitação (SFH), apenas dois conjuntos habitacionais haviam sido construídos na cidade: Agamenon Magalhães e Cidade dos Funcionários, os quais foram as primeiras iniciativas para atender a essa demanda crescente.

A partir da Instituição do BNH/SFH e pouco tempo depois, com o surgimento do “FGTS” (Fundo de Garantia por Tempo de Serviço) foi dado início ao período de maior expansão da infraestrutura pública de Aracaju, no sentido de fazer essa infraestrutura chegar aos que viriam a se tornar novos conjuntos habitacionais através da Companhia de Habitação de Sergipe - COHAB/SE e do Instituto de Orientação Às Cooperativas Habitacionais da Bahia e Sergipe - INOCOOP/BASE. Através desses investimentos federais, os novos conjuntos habitacionais são criados com subsídios e financiamentos de casas próprias para populações de baixa renda são alguns deles: Conjuntos Orlando Dantas, Augusto Franco, Sol Nascente, Santos Dumont, Santa Tereza, Tiradentes etc. (CARVALHO, 2013).

Segundo Campos (2006) Até o ano de 1986 quando foi extinto o BNH/SFG, nacionalmente haviam sido construídas 4,5 milhões de unidades residenciais sob

essa política, esse número representou 25 do total da produção imobiliária daquele período. Em paralelo a isso, o autor também ressalta que 25% de todas as unidades habitacionais da cidade de Aracaju eram fruto das políticas envolvendo os órgãos INOCOOP e COHAB, o que evidencia o papel do estado como principal indutor do crescimento da cidade de Aracaju.

Vieira (2011) destaca que o objetivo principal dessas habitações era atender às classes sociais de baixa renda, o que acabou gerando desafios financeiros para o Estado a partir da década de 1980, quando o SFH começou a enfrentar um declínio. A inadimplência nos pagamentos das parcelas dos imóveis se intensificou, tanto devido à crise econômica que afetava os mutuários quanto pelas tentativas de aliviar as consequências políticas dessa situação, com o governo buscando maneiras de evitar punições para aqueles que estavam em atraso.

Após o fim do BNH, a responsabilidade pelo financiamento e mediação das habitações foi transferida para a Caixa Econômica Federal, que adotou critérios mais rigorosos para a adesão de seus mutuários. Com isso, as flexibilidades políticas que eram características do antigo SFH foram eliminadas, sendo substituídas por um sistema que visava o lucro, em vez de focar na redução do déficit habitacional das classes de baixa renda. Como resultado, os financiamentos passaram a beneficiar predominantemente a classe média, afastando-se do objetivo original das políticas habitacionais.

Na década de 1980, com a mudança do órgão responsável pela implementação das políticas habitacionais, também ocorreu uma transformação na forma de aplicar essas políticas. O foco passou a ser nas negociações diretas entre as construtoras e a Caixa Econômica Federal, o que facilitou a adoção de práticas como a política de estocagem de terras, priorizando relações de mercado em detrimento de abordagens mais voltadas para a população de baixa renda. A política de estocagem de terras foi assim ativamente praticada neste contexto. A área do que veio a ser chamado posteriormente de Zona de Expansão Urbana de Aracaju (ZEU) é um bom exemplo deste processo, em que, por baixos preços, as Construtoras adquiriram grandes lotes de terrenos que posteriormente vieram a ser explorados. VIEIRA (2011, p. 41).

Um exemplo de desenvolvimento de uma centralidade a partir da confluência do poder público com a iniciativa privada como força motriz está no bairro Farolândia, o bairro que foi criado a partir do Conjunto Habitacional Augusto Franco leva esse nome por sediar o primeiro farol da cidade de Aracaju, este implantado ainda no Séc.

XIX, a pedido do então governador da província, Inácio Barbosa. O farol foi desativado e tombado ainda na década de 1990, e em 2009, passou por uma revitalização, que também repaginou a praça onde fica a rótula que contorna o monumento.

A partir da década de 90, a Universidade Tiradentes (UNIT) abriu seu campus principal no bairro Farolândia, o que trouxe uma maior rotatividade populacional para a região, aquecendo o mercado imobiliário com a vinda de estudantes de outras regiões do estado, ou mesmo de estados vizinhos como Alagoas e Bahia. O sucesso da UNIT que hoje compõe o maior conglomerado educacional do nordeste brasileiro, o Grupo Tiradentes, foi responsável por influenciar intensamente nas melhorias de infraestrutura que aconteceram posteriormente na região, e para expansão da área urbanizada do Bairro Farolândia, como afirma CARVALHO (2013)

Figura 3 - Farol da Farolândia antes da Revitalização



Fonte: CARVALHO, 2013, com alterações do autor.

Atualmente é um dos lugares que atende a uma das maiores amplitudes comerciais e de serviços da cidade, sem que se tenha perdido sua característica residencial como mais importante. Nele há duas feiras, dois supermercados de grande porte, mercearias, armazéns, empórios, lojas de roupas, lojas de eletrônicos, lojas de materiais de construção, consultórios médicos, odontológicos, centros de beleza e estética, bares, farmácias etc.

Uma maneira de interpretar essa necessidade que o Conjunto teve de se formar comercialmente de modo a suprir todas as necessidades de sua população faz paralelo à argumentação utilizada por SILVA (2013, p. 68) que descreve como determinadas regiões da cidade acabam tornando-se centrais do ponto de vista social, ao suprir a demanda por comércio e bens de serviço da região circundante. Segundo o autor, essa centralidade social acaba por se diferenciar da centralidade espacial, sendo uma das principais causas para o declínio do centro comercial de Aracaju, uma vez que do ponto de vista da população, é vantajoso que se precise de menor deslocamento para acesso de produtos ou serviços que antes só eram encontrados no Centro Comercial.

Na margem direita da desembocadura do rio Sergipe desenvolveram-se os bairros Coroa do meio e Atalaia. Inicialmente, o bairro Coroa do Meio foi projetado nos anos 1970 como uma área de expansão urbana, idealizada para atrair famílias de classe média com infraestrutura de alto padrão, incluindo o primeiro shopping da cidade e áreas residenciais de alta densidade. Porém, desde o início, o projeto enfrentou desafios ambientais significativos, pois o bairro foi construído em uma área de manguezais e terrenos alagadiços, o que exigiu grandes aterros e obras de contenção. (Santos, 2009)

Figura 4 – Terreno da Coroa do Meio



Fonte: Blog Aracaju Saudade, 2015.

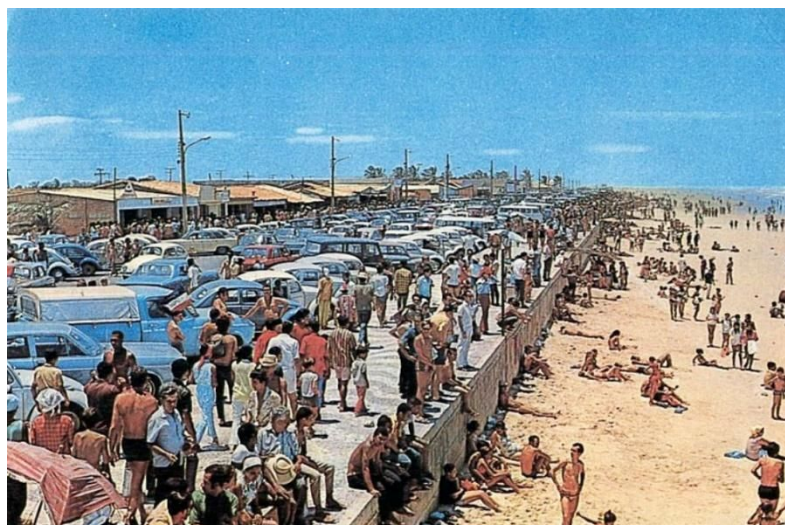
Apesar do projeto inicial voltado para uma população de renda mais alta, o Coroa do Meio acabou atraindo ocupações informais, em especial devido à falta de interesse da classe média em habitar uma área com problemas de infraestrutura e risco de inundações. Isso levou a uma ocupação mista, onde convivem áreas nobres, com hotéis e estabelecimentos comerciais na orla, e áreas de ocupação irregular, com palafitas e moradias subnormais. (Santos, 2009)

Ao longo do tempo, a configuração socioespacial do bairro se tornou um reflexo da desigualdade, onde o crescimento desordenado e as ocupações informais coexistem com zonas mais valorizadas. Esse cenário de contrastes transformou o Coroa do Meio em um exemplo de segregação urbana, evidenciando os desafios das políticas habitacionais e de infraestrutura em áreas de expansão urbana em Aracaju (Santos, 2009)

Enquanto a história do bairro Atalaia, em Aracaju, está fortemente ligada à sua localização litorânea e aos processos de urbanização e transformação social que ocorreram ao longo dos anos. Inicialmente, a Atalaia era um conjunto de núcleos de povoamento dispersos, cada um conhecido por um nome próprio, como Bacupari, Aroeiras e Boca do Rio. Essa região era habitada por famílias que viviam principalmente da pesca e da agricultura, utilizando as marés e os rios como fontes de subsistência. Com o tempo, essas comunidades começaram a atrair veranistas, pessoas que buscavam o local para lazer e banhos de mar, especialmente nas décadas de 1930 e 1940. (Neto, 2015)

A urbanização da Atalaia se intensificou com a construção de uma estrada de acesso e a inclusão do bairro no processo de expansão da capital sergipana para o sul, e o local, ao longo dos anos, passou a ser um espaço frequentado pela elite da cidade.

Figura 5 - Atalaia no fim da década de 1980



Fonte: Acervo Amâncio Cardoso e Francisco José Alves

A construção de casas e estabelecimentos para veraneio transformou o bairro em uma área de lazer e turismo, processo que se consolidou ainda mais nas décadas seguintes. O bairro foi oficialmente integrado à cidade com infraestrutura urbana e novos empreendimentos, resultando em uma Atalaia moderna e focada no setor turístico e residencial de alto padrão. (Neto, 2015)

A Zona de Expansão Urbana de Aracaju (ZEU) foi definida pela Lei Municipal de nº 873, de 01 de outubro de 1982, e compreende todo o litoral costeiro sul. A Zona de Expansão é situada na porção sul do município, tendo como limites, ao sul, o rio Vaza Barris, o Oceano Atlântico a leste, o município de São Cristóvão a oeste, havendo o Canal Santa Maria entre os municípios e, ao norte, o bairro Aeroporto. (Aracaju, 1982)

Figura 6 – Perímetro da Zona de Expansão Urbana de Aracaju



Fonte: França, 2011.

A área que tradicionalmente era ocupada por grandes propriedades rurais passa a ter grandes terrenos vendidos para construtoras que futuramente iriam se beneficiar de grande valorização dos seus terrenos como mencionado anteriormente, uma vez estabelecido a Zona de Expansão Urbana, a infraestrutura estatal começa a ser direcionada mais ainda para o sentido sul. Ainda em 1980 havia sido aberta a Rodovia dos Náufragos, que facilitava a relação da zona com o centro da cidade, valorizando o preço dos terrenos na região. (França, 2005).

A Zona de Expansão Urbana de Aracaju, localizada na porção sul da cidade, foi incorporada ao perímetro urbano visando responder à demanda habitacional e ao interesse de novos investimentos. Com o apoio do Estado, foi aberta para empreendimentos habitacionais e comerciais, promovendo uma ocupação que é, muitas vezes, fragmentada e dispersa. Essa área é caracterizada pela presença de condomínios horizontais fechados e conjuntos habitacionais populares, que atraíram tanto a classe média quanto a população de baixa renda. (França, 2011)

O Estado tem papel central na promoção do crescimento da ZEU, facilitando o acesso e viabilizando infraestrutura básica. Essa intervenção ocorre por meio de leis, como o Plano Diretor, que regulamenta a ocupação do solo e define diretrizes para a área, embora muitas vezes sejam inadequadas para as condições ambientais sensíveis da região. O Estado e o setor imobiliário atuam juntos, de modo que os proprietários de terra e investidores se beneficiam da valorização dos terrenos em áreas anteriormente agrícolas e desocupadas, que passam a ser ocupadas com empreendimentos residenciais e comerciais. (França, 2011)

A ZEU enfrenta graves problemas ambientais e de infraestrutura, decorrentes da ocupação acelerada e da falta de planejamento adequado. A região possui áreas sensíveis, como dunas, lagoas e manguezais, que sofrem com a especulação imobiliária e as construções desordenadas. A coleta de esgoto e o sistema de drenagem são inadequados, resultando em inundações frequentes durante períodos de chuva, o que causa impacto direto nas comunidades locais. Além disso, o esgotamento sanitário, ainda precário, ameaça contaminar o lençol freático, gerando riscos para a saúde pública e degradando o meio ambiente. (França, 2011)

O estudo de França (2011) aponta que a legislação e o planejamento urbano na ZEU não acompanham o ritmo da ocupação, resultando em um desequilíbrio entre o adensamento populacional e a infraestrutura disponível. O Plano Diretor de Aracaju prevê a Zona de Adensamento Restrito (ZAR) para a área, estabelecendo normas de uso e ocupação do solo que visam proteger o meio ambiente e limitar a densidade populacional. Contudo, as permissões para construções e loteamentos acabam sendo concedidas, contribuindo para o aumento da pressão sobre o ecossistema local.

Com esse panorama histórico do surgimento e desenvolvimento de Aracaju até o momento contemporâneo, nota-se que a cidade foi fundada com o objetivo de representar uma imagem de modernidade para a província. Em seus diferentes períodos de expansão, Aracaju passou por transformações que buscaram alinhar sua estrutura urbana com as noções vigentes de "modernidade". Inicialmente marcada pela ideia de planejamento estatal, a cidade posteriormente incorporou o modelo de Planejamento Urbano Estratégico, uma abordagem que surgiu com a crise do modelo anterior e que orienta as políticas públicas locais até hoje.

4 A ANATOMIA DO ESPETÁCULO ARACAJUANO

A partir dos estudos realizados sobre Políticas Urbanas no Brasil foi possível observar que diversos fenômenos associados às consequências do modelo neoliberal nas cidades foram descritos como formas de Espetáculo ou Espetacularização Urbana, desse modo, a proposta do presente trabalho é compreender as diferentes formas do fenômeno e como ele está manifesto na cidade de Aracaju, que será o nosso objeto de estudo.

A noção de espetáculo tratado nesse trabalho é descrita por Debord (2003), Em seu livro “A Sociedade do Espetáculo”, o autor no contexto dos anos 60 já compreendia que o capitalismo operava de forma mais profunda que a interface econômica enquanto relação produtiva, mas que este estaria presente e sustentado pela sua afirmação simbólica nas relações sociais, uma vez que para o autor, as pessoas estariam se relacionando de forma mediatizada por representações que constituiriam o modelo da vida socialmente dominante. O autor argumenta que o espetáculo é parte das relações sociais e ao mesmo tempo um rompimento de sua finalidade, passando essa a ser pautada sob uma lógica de consumo. Nesse sentido a ideia defendida por Debord consiste em afirmar que o modelo capitalista global fomenta a si próprio através da produção desses símbolos que se tornam centrais nas relações entre indivíduos, com isso as aparências, tendências, costumes, estilos de vida, e por fim produtos das mais diversas cadeias produtivas estariam tomando o protagonismo frente a uma realidade negada pela valorização do que está aparente enquanto mercadoria.

Na forma do indispensável adorno dos objetos hoje produzidos, na forma da exposição geral da racionalidade do sistema, e na forma de setor econômico avançado que modela diretamente uma multidão crescente de imagens-objetos, o espetáculo é a principal produção da sociedade atual. (Debord, 2003, p.15)

Outro autor que trata da formação simbólica gerada por uma sociedade do consumo, Featherstone (1995) ao falar da estetização da vida, afirma que a manipulação comercial de imagens através da publicidade, da mídia e de várias formas de espetáculo no cotidiano urbano cria uma constante renovação de desejos pela imagem. Dessa forma, a sociedade de consumo vai além de simplesmente

propagar o materialismo; ela também envolve as pessoas com imagens que despertam desejos e apresentam a realidade de forma estetizada e fantasiosa gerada num fluxo veloz de signos e imagens que saturam a vida cotidiana.

No debate que trata do conceito de espetáculo associado ao contexto urbano, Vieira (2016, p. 344) o descreve como “Um projeto normativo de mercantilização da vida urbana a partir da criação de determinados espaços voltados para o consumo.” Desse modo o autor argumenta que diversos agentes, identificados como empreendedores urbanos dotados de maior poder político e econômico nas cidades direcionam esforços em realizar intervenções nos espaços urbanos que culminam em uma mercantilização desses locais.

Por detrás dessas intervenções cuja consequência é uma apropriação de elementos culturais, patrimoniais para uma finalidade mercantil (Leite, 2007) está o mecanismo de política pública que modifica as imagens das cidades com o objetivo de promoção destas perante circuitos de concorrência intercidades (Fortuna, 1997), compreendido por *City Marketing*, ou Marketing Urbano. Nesse caso os agentes urbanos colocam seus esforços em garantir que a cidade possua uma capacidade de mercantilização de seus serviços nos mais distintos mercados utilizando-se de estratégias advindas do marketing para inserirem-se nos rigores de um mercado global. (Vainer, 2002; Almeida e Engel, 2017; Sánchez, 1999)

Num contexto de produção capitalista dos espaços urbanos, as cidades estão submetidas a intensa pressão que impõe um constante ciclo de produtividade em relação a produção de atrativos mercadológicos e turísticos que possam conquistar mais moradores, investidores e turistas que vão contribuir com o aumento do poder econômico, ao mesmo tempo essa pressão é resultante de um intenso cenário competitivo entre cidades, uma vez que em maior ou menor escala, estas estariam envolvidas numa relação em que o marketing urbano exerce forte influência sobre suas economias. (Almeida e Engel, 2017)

O presente capítulo está estruturado em três subtópicos principais, os quais são apresentados como distintas facetas do fenômeno da espetacularização urbana em Aracaju. A escolha de separá-los dessa forma tem a finalidade de auxiliar na compreensão do fenômeno da Espetacularização associado ao contexto urbano, e é fundamentada na recorrência do termo na literatura sobre estudos urbanos nas ciências sociais. Vale destacar que essa divisão não implica que essas sejam as únicas formas de compreender o fenômeno, tampouco sugere que tais processos

ocorram de maneira isolada. Ao longo do capítulo, será possível observar que as diferentes manifestações do espetáculo urbano frequentemente se interrelacionam e se manifestam de maneira simultânea.

4.1 City Marketing e o Discurso Legitimador

Ao trazer a ideia de City Marketing como primeiro ponto a ser discutido no capítulo sobre a anatomia do espetáculo urbano do presente trabalho, buscamos reforçar que há primeiramente uma racionalidade por trás do fenômeno da espetacularização urbana, sem a qual não seria possível legitimá-lo enquanto forma hegemônica de pensamento sobre o modo de se gerir cidades por parte dos gestores públicos, dos agentes privados e principalmente da relação entre ambos na elaboração do discurso que viabiliza a prática do planejamento estratégico.

Para Sánchez (2010) a noção de cidade-espetáculo destaca a crescente influência da imagem urbana como uma forma de linguagem capaz de expressar aspectos seletivos da vida e da materialidade da cidade. Essa imagem é disseminada por meio de processos técnico-políticos que visam sua penetração social. A construção dessas imagens urbanas tem sido marcada pelo uso predominante da linguagem visual, que reduz a necessidade de discurso verbal, sendo uma característica fundamental para o sucesso das campanhas publicitárias. Essas mensagens visuais são direcionadas a públicos específicos, enquanto o bom relacionamento entre a administração pública e a mídia é essencial para o êxito das estratégias de comunicação e promoção da cidade.

Para os gestores públicos, uma noção positiva de cidade não viria desvinculada dos agentes públicos “responsáveis” por tal mudança positiva (ou percepção de mudança), de modo que é estrategicamente benéfico para eles investir no Marketing Urbano como forma de promover a cidade (sob determinada gestão). Em suma, as campanhas de grupos políticos vinculados às gestões públicas, encontram nesse marketing espaço para suas continuidades, motivadas pelo desejo de permanência nos cargos de poder e aumento de influência política por parte desses agentes que costumam possuir vínculos também com a iniciativa privada.

Para Vainer (2007) um dos elementos essenciais para o funcionamento do planejamento estratégico é a criação das condições de sua instauração enquanto discurso e projeto de cidade, ou seja, é essencial que se estabeleça perante a sociedade citadina uma unidade de pertencimento semelhante ao pertencimento patriótico, este enaltecendo com orgulho as atividades presentes em todos os campos e o passado da cidade. A ideia de endossar um discurso legitimador também aparece quando Castells e Borja elaboram sobre o papel promotor do governo local:

b) Cabe ainda ao governo local a promoção interna à cidade para dotar seus habitantes de “patriotismo cívico”, de sentido de pertencimento, de vontade coletiva de participação e de confiança e crença no futuro da urbe. Esta promoção interna deve apoiar-se em obras e serviços visíveis, tanto os que têm um caráter monumental ou simbólico como os dirigidos a melhorar a qualidade dos espaços públicos e o bem-estar da população (Castells e Borja, 1996, p.160).

Esse sentimento pode ser estimulado por estratégias de marketing que cumprem a função de reforçá-lo ao mesmo tempo em que estimulam a formação de uma visão distorcida de cidade, no sentido de enaltecimento de suas características tanto físicas, quanto simbólicas, vinculadas aspectos socioculturais de uma parcela dominante da sociedade.

Ainda que a cidade de Aracaju possua uma história mais recente que outras cidades do estado de Sergipe, encontra-se submetida dentro da lógica das políticas de City Marketing que incorporadas à noção empresarial de gestão modulam a “marca” da cidade de forma promovê-la como um atrativo único e dotado de um patrimônio cultural que tem por objetivo ser de forma unânime reconhecido e identificado por sua população.

4.1.1 A Construção de uma “Cajucidade” e seus Elementos

Para dar início ao estudo de campo nessa área, utilizaremos alguns exemplos das formas como o city marketing é aplicado por diferentes atores urbanos realizando uma breve análise do uso dos slogans em diferentes gestões da Prefeitura de Aracaju como introdução para reflexões acerca do sentido e da manifestação de estratégias de city marketing. Os slogans servem como a síntese do que a gestão quer comunicar como sua prioridade, e saber a prioridade que uma gestão busca comunicar pode revelar as diferentes tendências de gestão pública em diferentes contextos históricos.

Em Aracaju nos anos 2000 predominaram dois slogans principais: “Aracaju: Cidade de Todos” e “Aracaju: Cidade da Qualidade de Vida” vinculados às gestões PT e PCdoB. A ideia de “Cidade de Todos” foi uma consonância projetual com “Brasil: Um País de Todos”, que foi Slogan dos Governos Lula (2003-2010), possuindo a mesma proposta, trazia consigo a noção de inclusão da população de menor renda aos serviços públicos e melhorias urbanas, no sentido de afirmar um poder público que estava a favor da classe trabalhadora mais desfavorecida (Vieira, 2011), em uma cidade onde todos os cidadãos teriam acesso a essas melhorias.

Figura 7 - Slogan da Prefeitura na gestão de Marcelo Deda



Foto: Edinah Mary.

Já o Slogan que evoca a ideia de “Cidade da Qualidade de Vida”, é também o que mais reverberou entre a própria população da cidade, e foi incorporado como sendo parte da identidade Municipal, indo além de apenas um referencial de política pública que vigorou na década de 2000. Para Vieira (2011), seu surgimento está ligado um modelo urbano que propõe de maneira oficial a intervenção estatal que favoreça o crescimento urbano vinculado à preservação do meio ambiental somado a redução das desigualdades sociais.

Aracaju havia sido eleita a capital com melhor qualidade de vida do norte e nordeste através de um estudo da Fundação Getúlio Vargas (FGV, 2005), calculou o Índice de Condições de Vida – ICV, que avaliou além de fatores de renda familiar, informações sobre a satisfação dos habitantes acerca de 12 quesitos, como a oferta de serviços públicos, moradia e percepção da violência (Instituto Marcelo Deda, 2005). O estudo serviu de lastro para a ação de marketing da Prefeitura de Aracaju que acabou consolidando o slogan como sendo da própria cidade em si (Não antes da gestão do então Prefeito Marcelo Deda ter capturado o mérito do resultado do estudo).

A noção de “Cidade da Qualidade de Vida” foi reforçada por uma matéria jornalística do programa televisivo Globo Repórter de 2008, que afirmava ter utilizado informações cedidas de forma exclusiva pelo Ministério da Saúde, que coletou informações de 54 mil habitantes das 26 capitais e do Distrito Federal. O suposto estudo se baseava nos hábitos individuais caracterizados como “bons comportamentos”, que promoviam saúde e bem-estar, como a prática de exercícios físicos, presença de frutas e verduras na dieta, índices de tabagismo etc. Nesse estudo outras cidades se destacaram pela presença de hábitos saudáveis na população, mas a cidade de Aracaju foi a que totalizou a soma dos melhores comportamentos.

É notável a diferença na concepção de qualidade de vida entre os dois estudos citados, o primeiro trata de dados sobre características socioeconômicas, percepção da população sobre serviços públicos e violência urbana, enquanto o segundo apenas sobre hábitos pessoais que promovem o bem-estar, especificamente o bem-estar em seu aspecto fisiológico. A esse ponto para a propagação de uma imagem de qualidade de vida para Aracaju via ações de Marketing, não importava o critério exato do estudo, desde que este corroborasse com o slogan.

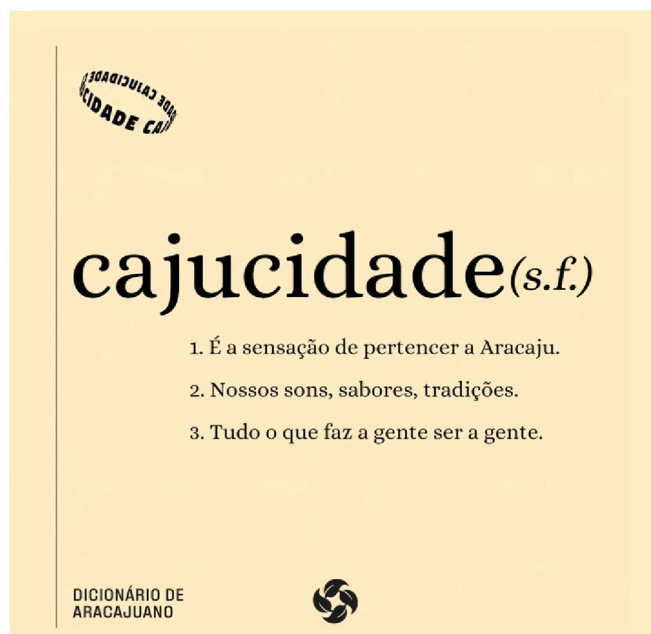
Figura 8 - Slogan da Prefeitura na segunda gestão do Pref. Marcelo Déda



Fonte: Portal Alarde, 2012.

O sucesso desse slogan esteve em sua capacidade de promover a cidade de Aracaju frente ao “Mercado de Cidades” ao apropriar-se dos resultados do estudo da FGV (2005), e por ter sido incorporado pela população como forma de enaltecimento à Aracaju, um argumento até certo ponto lastreado em dados que tanto os agentes urbanos, em especial o setor turístico utilizam como forma de atrair investidores e consumidores, como contribui para aumentar o sentimento de pertencimento à cidade, e à naturalidade aracajuana.

Figura 9 - Banner da Campanha do Shopping Jardins.



Fonte: Shopping Jardins, 2023.

Assim como a Baianidade (Mariano, 2019) e a Pernambucanidade (Silva, 2019), que já eram trabalhadas enquanto ideias que buscavam uma unidade pautada na identificação de um povo por via de elementos culturais como forma de compor sua identidade, Sergipe vive o processo de construção de uma identidade própria, sua Sergipanidade, havendo ainda no caso da cidade de Aracaju, e de forma muito recente, o uso do termo “Cajucidade” que representaria esse sentimento de pertencimento à capital.

É importante compreender, no âmbito das reflexões sociológicas sobre identidade, que a formação da identidade municipal é correlata à formação das identidades nacionais, e pode ser considerada como um fenômeno que possui paralelos significativos para que possa ser estudado através do diálogo com autores que tratam das formações de identidades nacionais.

A noção de "comunidade imaginada" de Benedict Anderson (2008), oferece uma perspectiva interessante ao tratar da natureza do nacionalismo e como as nações modernas são construídas social e culturalmente através da imaginação coletiva, e em muito se assemelha com o processo de afirmação do que seria a construção de uma identidade municipal.

Importante ressaltar que apesar do declínio das comunidades tradicionais, parte do processo de afirmação dessa identidade da cidade está no resgate aos

elementos culturais e tradições de grupos que constituíram inicialmente a população do lugar, numa “paradoxal conservação inovadora do elemento tradicional” (Fortuna, 1997, p. 2) que tem por objetivo servir tanto como mercadoria cultural (Leite, 2007), quanto retórica para o projeto neoliberal de promoção do local no contexto de concorrência intercidades.

A utilização de símbolos tradicionais para fins de promoção de um local que Fortuna (1997) chama de Destradicionalização, dialoga pelo pressuposto de “invenção” ou “construção social” que Hobsbawm e Ranger (1997) utilizam em seu livro “A invenção das tradições” quando estes contrapõem-se à noção de que necessariamente tradições são hábitos, costumes, ou simbolismos relacionados ao passado parados no tempo sendo repetidos de maneira ritualisticamente idênticas, mas sim sofrendo transformações e adequações que acompanham o curso das mudanças sociais, podendo dessa maneira, modificarem-se, serem deixadas de lado ou surgirem a partir de um novo apelo a símbolos do passado.

Hobsbawm e Ranger (1997) afirmam que diferente do que a teoria da “modernização” vai afirmar, as tradições não somente estão presentes através de símbolos advindos de sociedades “tradicionais”, mas que surgem também em outros contextos históricos, de forma que podem ser utilizadas para justificar uma ideologia vigente, como é o caso da formação de símbolos de identidade nacional, como a criação da bandeira dos países, canções nacionalistas invocando pensamentos positivistas de progresso social, ou o próprio hino nacional.

A intenção do uso dos símbolos na construção da identidade municipal por parte de agentes urbanos é criar um consenso, fomentar uma noção predominante de características e elementos culturais que seriam representativos da cidade, e muito se assemelha ao pensamento de Hall (2006) acerca da formação da cultura nacional:

Para dizer de forma simples: Não importa quão diferentes seus membros possam ser em termos de classe, gênero ou raça, uma cultura nacional busca unificá-los numa identidade cultural, para representá-los todos como pertencendo à mesma e grande família nacional (HALL, 2006, p.59).

Em conformidade com a projeto de construção de um estado nação, houve então como retórica a ideia de elencar elementos culturais que representassem os projetos de identidades nacionais com o objetivo de uniformizar em torno desses símbolos a construção da identidade de diferentes povos. De maneira semelhante, numa escala menor, é possível observar a seleção de elementos culturais do passado

de forma a simbolizar a identidade de uma população munícipe e de uma cidade, o que enquanto intenção de projeto se confirma, porém na configuração dos espaços e das diferentes relações, culturas e modos de vida das cidades, a realidade se apresenta de forma mais complexa que o ideal imaginado.

Bhabha (1998) em sua crítica, afirma que a historicidade de uma nação é parte da própria narrativa proposta nos projetos de estados nação, dessa maneira analisar a formação da identidade nacional por via do discurso unificador seria uma maneira de dar visibilidade maior a determinados grupos elencados para formar essa identidade, à revelia de todos os outros aspectos culturais presentes naquele local, promovendo um “deslizamento de categorias” (como sexualidade, raça, afiliação de classe, gênero e “diferença cultural”) no momento de escrever uma nação, de modo que o autor propõe a priorização da noção de temporalidade, que dá a possibilidade de análise por via de cada uma das categorias, e assim compreender o fenômeno de formação nacional de maneira que abarque os conflitos que estão presentes nesse processo que busca homogeneizar diferentes categorias e populações de uma região através da difusão de uma perspectiva hegemônica de nação.

Através da reflexão trazida por Bhabha, é possível estabelecer semelhanças entre a construção de uma identidade nacional ao debate da construção de uma “identidade de projeto” (Castells, 1999) de uma cidade na supressão de categorias identitárias que não estariam sendo contemplados enquanto parte da formação dessa identidade, ao mesmo tempo a supressão da noção de conflito de narrativa nessa construção, uma vez que o objetivo é fomentar um sentimento de pertencimento e pátria que legitime um projeto que visa elencar a “Cidade Pátria” (Vainer, 2000) enquanto competitiva numa lógica de consumo turístico em contexto globalizado das cidades que no modelo de gestão do planejamento estratégico são também empresas e mercadorias.

O mecanismo de difusão desse discurso segundo Sánchez (1999), o marketing urbano, existe vinculado com a noção de planejamento urbano estratégico, uma vez que este é um forte instrumento capaz de gerar consensos acerca do direcionamento dos investimentos públicos na cidade, que por sua vez seriam utilizados em modificar as “imagens de marca” (de forma que a cidade é compreendida por esses agentes enquanto empresa) e projeta-la no exterior, através da mercantilização de seus principais produtos, a exemplo do turismo, cultura ou serviços de ponta.

Alguns elementos representativos e incentivadores da identidade Aracajuana estão dispostos fisicamente pela cidade através de obras de arte, monumentos, ou mesmo edificações que compõem paisagens e se tornam cartões postais, alguns exemplos são os Arcos da Orla de Atalaia, O Caju da Treze de Julho, O Caranguejo da Orla e o monumento “Ser Feliz Aracaju”.

Figura 10 - Letreiro instalado em frente aos Arcos da Orla de Atalaia.



Foto: do autor, 2025.

Figura 11 - Monumento do Caju com tela do artista plástico Eurico Luís.



Foto: do autor, 2025.

Figura 12 - Monumento Ser Feliz Aracaju.



Foto: do autor, 2025

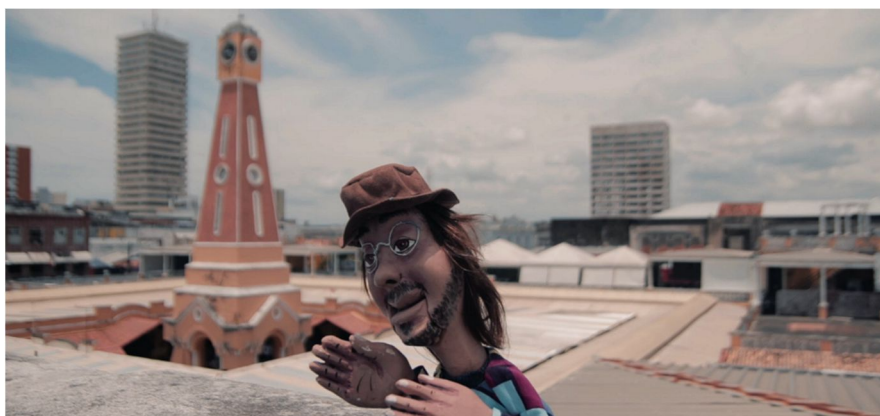
Figura 13 - Caranguejo da Passarela do Caranguejo.



Foto: do autor, 2025

Por vezes estruturas arquitetônicas podem transformar-se em elementos representativos da identidade da cidade, como é o caso do Edifício do Estado de Sergipe, o maior prédio da cidade de Aracaju, apelidado de Maria Feliciano, nome que posteriormente foi transformado em nome oficial do edifício em homenagem à Maria Feliciano dos Santos, natural de Sergipe, ficou famosa nos anos 1960, foi considerada a maior mulher do mundo (Radar SE, 2024). O edifício fica próximo a outro elemento simbólico do município de Aracaju, o Relógio do Mercado Municipal.

Figura 14 – Relógio do Mercado Municipal e Edifício do Estado de Sergipe.



Cena de Videoclipe com o Relógio do Mercado e Maria Feliciano ao fundo. Foto: do autor, 2021.

4.1.2 A Elaboração do Produto Cidade: Aracaju-SE

Até o momento, foram citadas as estratégias de City Marketing voltadas principalmente para o público-alvo morador da cidade de Aracaju, na perspectiva da modulação de sua imagem de cidade e apelo ao sentimento de pertencimento. Esse aspecto justifica à população a implementação de um projeto neoliberal de gestão pública que ao tratar a cidade como “Pátria, Empresa e Mercadoria” (Vainer, 2007) visa também atrair tanto investidores quanto consumidores externos por via da difusão dessa “embalagem” cultural e turística do produto cidade.

Para apreender as formas pelas quais a imagem da cidade de Aracaju é mercantilizada para o público externo, primeiramente é necessário compreender que os mecanismos de disseminação em larga escala dos aspectos seletivos da vida e da materialidade da cidade não são um fenômeno novo, o que há de novo é a mercantilização e espetacularização das cidades submetidas a uma lógica de

consumo de espaços e concorrência entre atrativos turísticos numa economia globalizada (Harvey, 1992).

Sobre a temática da modulação da imagem da cidade através de paisagens selecionadas, a autora Diniz (2009) possui uma dissertação inovadora, na qual através da análise sócio-histórica das paisagens retratadas em um acervo coletado contendo 510 cartões postais, busca compreender a formação da imagem da cidade de Aracaju. Em seu trabalho a autora encontra e debate limitações específicas do uso dos cartões postais enquanto documentos que representariam uma fotografia histórica do ambiente urbano da cidade, uma vez que são imagens capturadas de locais e ângulos específicos, em horários desconhecidos, de diferentes épocas. Nesse sentido a autora busca trazer a leitura não somente das imagens e seus contextos históricos, mas de diferentes aspectos, como a justificativa da escolha desses locais enquanto representativos da cidade, e quais foram os padrões encontrados na representação da cidade através desses cartões.

De forma sucinta, a autora busca revelar de maneira crítica através de seu estudo de campo envolvendo a análise dos cartões, questionários e entrevistas com moradores como há uma percepção de uma cidade inventada por parte de diferentes agentes públicos e privados:

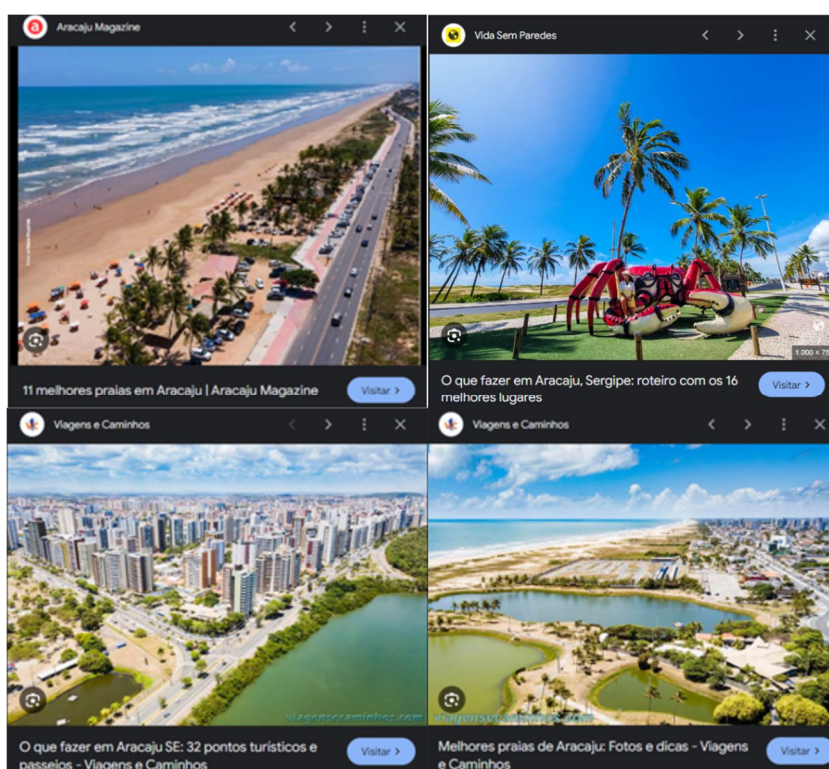
“[...]Aracaju foi moldada e se apresenta hoje como a imagem de uma bela capital, cidade tranquila, admirada por todos, que a têm como o melhor local para se viver, um exemplo de organização...enfim, como a capital com melhor qualidade de vida do país! De certa forma, isso evidencia a falta de uma visão mais crítica da população em relação às questões urbanas e ao modo de viver, fato esperado ao se tratar com imagem, nitidamente falsa e expressão da forte manipulação da mídia na sociedade contemporânea” Diniz (2009, p 4).

Atualmente, observam-se ações de marketing, principalmente por parte do setor turístico, voltadas para a representação das paisagens da cidade de Aracaju. Para esse setor, a imagem de uma cidade amigável, pacífica, com praias e opções de lazer e consumo, é vista como capaz de atrair mais visitantes consumidores, gerando, assim, lucro. Paralelamente, a construção da imagem de Aracaju como um destino turístico desejável parece intensificar a sensação de pertencimento entre os habitantes. Nesse sentido, a população, já convencida pela imagem promovida, contribui ativamente para o processo de espetacularização da cidade.

Uma pesquisa publicada em janeiro de 2024 pelo Ministério do Turismo com dados coletados em 2023, identificou que para 47% dos entrevistados, as redes

sociais são a principal fonte de informação sobre um destino turístico (MTur, 2024), e esse dado é relevante quando observamos a internet como um novo portfólio de cidades através das redes sociais e plataformas de busca. Ferramentas de busca se adaptam ao elencarem em sua maioria páginas de agências de turismo no topo dos resultados quando se pesquisa por uma cidade, como também acontece no caso da busca pela palavra “Aracaju” no Google, o maior serviço de buscas do mundo:

Figura 15 - Imagens impulsionadas por agências turísticas no Google.



Fonte: Google Imagens, 2024

Ainda na mesma pesquisa, 51% dos brasileiros buscam destinos ensolarados e com praias em suas viagens, o que ajuda a compreender a predominância da paisagem litorânea nas imagens selecionadas por agências turísticas para representar a cidade de Aracaju, uma vez que a proposta é atrair visitantes (consumidores). Ao mesmo tempo que a cidade de Aracaju em seus cartões postais é em grande parte representada pelas imagens de suas praias (Diniz, 2009), digitalmente, no marketing turístico, a imagem da capital sergipana também aparece representada por essas paisagens, especialmente as da Orla de Atalaia, como afirmam Freitas e Lima (2020) ao tratarem da hierarquização dos atrativos turísticos:

Em Aracaju, o potencial de atratividade natural concentra uma grande variedade de atrativos que possuem relevância já consolidada para a atividade turística na Praia de Atalaia. A infraestrutura turística mais bem equipada está nesta praia que centraliza em sua orla, os meios de hospedagem, os serviços de alimentação, bebida e comércio, bem como equipamentos de usufruto público. (Freitas e Lima, 2020, p. 114)

Os dados da pesquisa do MTur mostram que em relação aos principais destinos no verão, o estado de Sergipe é citado por apenas 1% dos brasileiros, como mostra a figura 16:

Figura 16 - Principais Destinos no Verão



Fonte: Ministério do Turismo, 2024.

É relevante destacar que, em 2008, Aracaju foi reconhecida como “Destino Indutor do Turismo de Sergipe”, em uma iniciativa vinculada à política pública de turismo no Brasil, promovida pelo Ministério do Turismo. A ação fez parte do Programa de Regionalização do Turismo, com o Projeto Destinos Indutores, que envolveu uma parceria entre os governos estadual e municipal. O projeto visava apoiar a estruturação de destinos turísticos de acordo com padrões internacionais de qualidade, além de definir parâmetros para avaliar o desenvolvimento e criar um plano de ação para que esses destinos atingissem o nível de excelência proposto, dessa

forma, o turismo em Aracaju vem se desenvolvendo com o objetivo de equilibrar seus indicadores de desempenho em relação às outras capitais, buscando melhorar sua competitividade no setor. (Silva e Santos, 2015)

Figura 17 - Matéria do Governo do Estado sobre o turismo em 2024.



Fonte: Sergipe, 2024.

Uma das razões para a escolha da cidade de Aracaju enquanto relevante objeto para estudar o fenômeno da espetacularização urbana está em perceber como mesmo havendo esforços por parte do setor turístico para torná-la competitiva em atrativos principalmente entre as capitais, Aracaju não pertence aos destinos mais procurados, nem entre as capitais, tampouco entre as cidades nordestinas de uma forma geral, mas está sendo atravessada intensamente por um crescente processo de espetacularização de sua imagem e expansão do setor turístico. Cabe ao presente trabalho portanto, realizar um apontamento das formas em que esse processo pode ser percebido enquanto fenômeno multifacetado, conectando suas manifestações às compreensões presentes principalmente na bibliografia da sociologia urbana, geografia, urbanismo e outras áreas que produzem conhecimentos que colaboram para um maior entendimento da atual racionalidade referente à gestão de cidades.

Uma exigência recente do Mercado Global de Cidades que possui impacto na construção de imagem da cidade, influenciando em sua competitividade está presente

no atual Slogan da Prefeitura de Aracaju, da gestão do Prefeito Edvaldo Nogueira (2017-2024) e visa incorporar a o título de Cidade Inteligente à Aracaju:

Figura 18 - Slogan da gestão de Edvaldo Nogueira



Fonte: Aracaju, 2017.

O conceito de Cidade Inteligente ou “Smart City” é trabalhado por Lopes e Leite (2021), que estabelecem um estado da arte acerca das diferentes concepções de Cidade Inteligente dadas por diferentes autores, sintetizados em uma tabela (Anexo I) que os separa por diferentes tendências conceituais, onde de uma forma geral as principais linhas conceituais para "smart cities" descritas no trabalho podem ser resumidas em:

Tecnologia e infraestrutura digital: Inicialmente, o conceito de smart cities surgiu na década de 1990 com foco nas Tecnologias de Informação e Comunicação (TIC), incorporadas à infraestrutura urbana. Cidades inteligentes foram associadas à capacidade de coletar, integrar e analisar dados para melhorar a eficiência dos serviços urbanos.

Governança e capital social: Com o tempo, o conceito evoluiu para incluir não apenas aspectos tecnológicos, mas também governança e participação cidadã. O papel do capital social e do engajamento comunitário se tornou central para o desenvolvimento urbano inteligente, destacando a importância da transparência e da colaboração entre governos, cidadãos e empresas.

Inovação tecnológica como motor: Empresas como IBM e Cisco enfatizaram a dimensão tecnológica, considerando cidades inteligentes como altamente instrumentadas, interconectadas e com sistemas avançados de análise de dados. No entanto, essa abordagem tem sido criticada por reduzir a complexidade das cidades e favorecer soluções centralizadas.

Integração de tecnologia e cidadania: A visão mais recente defende que a tecnologia deve ser usada para empoderar cidadãos, adaptando as inovações às

necessidades das pessoas e não o contrário. Além disso, a participação ativa da população no uso e desenvolvimento dessas tecnologias é fundamental para tornar as cidades verdadeiramente inteligentes.

Educação e capital humano: Outro componente essencial para o conceito de cidades inteligentes é o foco no capital humano e intelectual. Cidades inteligentes atraem talentos criativos e investem em educação de qualidade, o que contribui para o desenvolvimento contínuo e sustentável da cidade.

Sustentabilidade e crescimento inteligente: O conceito também inclui estratégias de crescimento sustentável e inteligente, ligadas ao planejamento urbano. Essas estratégias buscam combater problemas urbanos como poluição, congestionamento e exclusão social, por meio de soluções que equilibram o uso de tecnologias com o bem-estar da comunidade.

Essas diferentes linhas conceituais mostram que o termo "smart cities" é multifacetado, abarcando tanto a aplicação de tecnologias avançadas quanto a promoção de um desenvolvimento urbano inclusivo, sustentável e orientado para o cidadão.

Portanto, apesar de diferentes abordagens, diversas delas parecem indicar que o mais importante de se tornar 'inteligente' é utilizar recursos de forma efetiva e centrada no cidadão. Isso pode ser feito utilizando-se das vantagens tecnológicas que cada vez mais avançam, permitindo que novos campos de assimilação de informação sejam explorados. A expectativa de se tornar "smart" é que esses adventos sejam utilizados para melhorar a qualidade de vida do cidadão, somado a uma melhoria dos serviços públicos e governança transparente. (Lopes e Leite (2021, n.p)

Sobre o processo de "smartização" da cidade de Aracaju, observa-se como essa tendência, baseada principalmente em tecnologias digitais, se insere em uma cidade de menor escala fora dos grandes centros urbanos globais. Esse processo, que se origina no Norte Global, onde se concentram os polos de inovação e as grandes empresas de tecnologia, visa modernizar a gestão pública por meio de soluções digitais e informatizadas. No entanto, ele também revela desafios significativos, como a falta de transparência, a exclusão social e a dificuldade de acesso a informações importantes para os cidadãos. (Alves, 2021)

A análise de Alves (2021) se concentra no período de 2017 a 2020 e parte de 2021, e discute como a smartização está fortemente ligada ao capital privado, com governos cada vez mais orientados por dados fornecidos por grandes corporações tecnológicas. Isso introduz novas perspectivas de controle, onde decisões públicas

são frequentemente influenciadas por interesses privados, gerando preocupações sobre o impacto desse controle nas vidas dos cidadãos. Além disso, a adoção dessas tecnologias nem sempre é acompanhada de uma comunicação clara com a população, deixando lacunas em termos de acessibilidade e transparência.

O autor aponta que, em Aracaju, há uma ausência de documentos norteadores sobre os programas de smart city e uma falta de explicação sobre os agentes envolvidos, bem como sobre o destino e o tratamento dos dados coletados. Isso se agrava quando se nota que as tecnologias são implementadas sem que os cidadãos tenham o conhecimento adequado sobre o que está acontecendo em sua cidade. Tal cenário confirma a hipótese de que esse processo pode ampliar as assimetrias sociais, especialmente no que diz respeito à transparência das informações sobre os projetos e a participação cidadã.

Em vez de uma condição fixa ou permanente, a ideia de inteligência urbana deve ser entendida como um processo contínuo. As cidades não se tornam automaticamente "inteligentes" com a simples adoção de tecnologias digitais, mas passam por fases de implantação, nas quais podem tanto avançar quanto retroceder, dependendo das necessidades da cidade e da população. Essa visão de inteligência urbana como um processo dinâmico sugere que é mais apropriado falar em "níveis" ou "gradações" de inteligência. (Alves, 2021)

Embora as cidades sejam espaços repletos de complexidades, disputas e dinâmicas sociais, a implementação de soluções digitais baseada na pragmática computacional nem sempre será suficiente para resolver os desafios urbanos. A cidade, vista como um organismo vivo, não pode ser tratada como um experimento controlado em laboratório, e o uso de tecnologias digitais, por si só, não garante uma gestão urbana mais eficaz ou inclusiva. (Alves, 2021)

Como estratégia de Marketing Urbano, o título de cidade inteligente possui o duplo papel de modular tanto a imagem da cidade, vinculando-a à ideia de desenvolvimento tecnológico e civilizatório, voltado a atrair uma parcela de potenciais investidores ao mesmo tempo em que certifica a "competência" da gestão que conseguir capitalizar a obtenção do título perante a opinião pública.

Para Vainer (2007) é falsa a ideia de que é seria necessária uma avaliação dos possíveis mercados aos quais uma cidade pode ser vendida, pois isso significaria haver uma multiplicidade na demanda de cidades que permitisse pensamentos e modelos de gestão diferentes do atual planejamento estratégico. Para o autor, o que

há é um pensamento único norteando os projetos de gestão, que são baseados num conceito pré-estabelecido de cidade. Nesse sentido a própria ideia de cidade inteligente é apenas uma atualização às demandas de investidores em um mercado global de cidades, e não uma proposta que atenda às necessidades pautadas espontaneamente por seus habitantes e gestores.

Frente a diagnóstico tão universal, não fica difícil entender por que as propostas constantes de todos os planos estratégicos, sejam quais forem as cidades, pareçam-se tanto umas com as outras: todos devem vender a mesma coisa aos mesmos compradores virtuais que têm, invariavelmente, as mesmas necessidades. (Vainer, 2007, p. 80)

As estratégias de City Marketing incorporadas na cidade de Aracaju fazem parte de um plano que busca legitimar o modelo neoliberal de gestão de cidades ao alimentar um sentimento de pátria perante os moradores do município, ao mesmo tempo em que com sua proposta de alavancar uma imagem de cidade com seus diferenciados atrativos naturais, turísticos e culturais, vende a cidade para diversos segmentos mercadológicos.

Em busca de angariar capital político com a população da cidade, o Governo do Estado de Sergipe, de maneira articulada com a Prefeitura de Aracaju e a iniciativa privada, tem optado por dar especial atenção às intervenções urbanas voltadas ao lazer, como será abordado no próximo sub tópico que tratará das intervenções urbanas advindas do setor de eventos.

4.2 Espetáculo pela Afirmação da Vida Socialmente Dominante

Além das intervenções advindas do pretexto cultural que envolvam o espaço urbano das cidades, esta pesquisa propõe pensar a espetacularização também quanto ao seu aspecto que representa a afirmação de um “modelo presente da vida socialmente dominante” (Debord, 2003, p.13). Dessa forma o espetáculo pode ser observado através das paisagens geradas pela desigualdade socioespacial presentes nas cidades brasileiras, uma vez que em determinados espaços constariam

concentradamente símbolos de uma população economicamente dominante, característicos da acumulação fundiária histórica no país.

O presente trabalho tem como intuito apresentar o panorama do fenômeno da espetacularização urbana na cidade de Aracaju, e nesse momento as imagens de paisagens que demarcam a desigualdade socioespacial, somadas à análise de dados disponíveis acerca das regiões apresentadas juntamente com dados obtidos através de observação direta servirão para dar reforço argumentativo à noção de espetáculo trabalhada.

Aqui cabe uma análise que leva em conta tanto aspectos materiais do espaço urbano, como infraestrutura e verticalização, mas também aspectos socioculturais como fator de renda domiciliar, usos e sociabilidades desses espaços. O uso desses dados tem o objetivo de trazer a noção de que o espetáculo urbano não é apenas reprodução de um padrão cultural da vida dominante, mas alimentado por uma relação de poder econômico que se expressa historicamente de forma material nas cidades através da concentração de riqueza em regiões específicas.

Nesse sentido, a percepção de valor agregado a um produto levando em conta somente a percepção simbólica fomentada por um modo de produção e consumo pode deixar escapar as implicações concretas que produtos de diferentes valores agregados podem ter na qualidade de vida dos cidadãos, por exemplo, a constatação de que existem moradias mais ou menos dignas do ponto de vista estrutural e do conforto, não nega a ideia de que há uma construção simbólica acerca das moradias enquanto bens de consumo, por outro lado não seria possível afirmar que a necessidade de se habitar é uma necessidade que existe apenas por parte de indivíduos sucumbidos ao espetáculo, mas que por via deste e de suas representações, esses indivíduos seriam socialmente estratificados. O espetáculo se apropria de necessidades fundamentais, ao mesmo tempo em que fomenta necessidades ilusórias.

Às paisagens que revelam uma assimetria de poder gerada pela desigualdade socioespacial normalmente formadas por processos de “enobrecimento”, Zukin (2000) vai dar o nome de “paisagem de poder”. Em sua análise sobre as “paisagens de poder”, a autora aborda como espaços urbanos vêm sendo transformados para servir a interesses econômicos e culturais específicos, em vez de refletirem a diversidade e as necessidades da comunidade. Em locais requalificados, essas mudanças muitas vezes resultam em uma estética ordenada e segura, voltada para investidores e

turistas, mas que pode excluir os moradores locais e simplificar a vida urbana em torno do consumo.

A urbanização "gentrificada", conforme Zukin descreve, remodela o espaço público para parecer inclusivo, quando, na realidade, atende a normas de comportamento e vigilância que reforçam a exclusão de certos grupos. Esse controle invisível no espaço urbano reflete a perda da essência pública e democrática das cidades, substituindo o encontro social diversificado pela homogeneização e pela privação de interações espontâneas. A autora ressalta a importância de políticas urbanas que promovam uma verdadeira inclusão social, valorizando a presença e a cultura das comunidades locais.

A tendência de aumento de políticas urbanas advindas cada vez mais de iniciativas privadas, somada às inclinações políticas do Estado Brasileiro que tem como atuação histórica a manutenção e defesa dos interesses das elites (Fernandes, 2006) produz uma discrepância de paisagens urbanas que em muitos casos vão refletir a acumulação, bem como maior ou menor interesse mercadológico em diferentes regiões.

Leite (2007) afirma que a partir da prática do *gentrification* é que a noção de centralidade passou a ser correlacionada com o poder, até então as principais instituições econômicas e políticas estavam dispersas geograficamente nas cidades, para o autor não se trata de otimizar as atividades econômicas e os potenciais de investimentos ao concentrar parte delas em novas centralidades, mas sim de por via de seus elementos visuais gerar afirmação simbólica do poder que representa uma camada social que busca apropriar-se de específicos espaços das cidades.

Em Aracaju, os espaços apropriados por essa camada social afirmam o espetáculo, de um lado, através de uma maior presença do poder público na produção e provimento de equipamentos urbanos, manutenção de espaços e áreas de lazer e infraestrutura urbana, por outro, através da concentração de empreendimentos residenciais (altamente verticalizados) e comerciais de alto padrão construtivo.

O último documento intitulado "Pobreza e Desigualdade Social 2017" (Anexo II) produzido pelo Observatório Social de Aracaju, apontou que os bairros com maior percentual de famílias de baixa renda estão localizados na região norte e oeste da cidade, refletindo o movimento realizado pela expansão urbana da cidade sentido sul, no qual principalmente as elites passaram a ocupar regiões próximas ao mar. Esse movimento se desacelerou nos últimos anos, mas a Zona de Expansão Urbana de

Aracaju continua sendo local para novos empreendimentos privados de alto padrão construtivo, que remontam o modelo dos “Enclaves Fortificados” (Caldeira, 2000).

Para melhor fundamentar a leitura Debordiana da espetacularização, é importante citar e contextualizar as principais regiões da cidade que representam a vida socialmente dominante em prol de uma descrição anatômica da espetacularização urbana da cidade, para isso, será realizado um breve estudo de áreas representam bairros nobres: Treze de Julho, Jardins, São José e Atalaia.

Bairro Treze de Julho

O local da cidade mais emblemático quando o assunto é áreas enobrecidas, o bairro 13 de Julho, em Aracaju, é amplamente reconhecido por seu desenvolvimento urbano e infraestrutura de alto padrão, caracterizando-se como um dos bairros mais nobres e requisitados da cidade. Situado próximo ao rio Sergipe, o bairro oferece um ambiente costeiro com áreas verdes e espaços públicos bem planejados, como a Praça da Imprensa e a Orla 13 de Julho, onde se encontra uma área para práticas esportivas e passeios. Sua infraestrutura é bem consolidada, abrigando prédios residenciais de luxo e um comércio diversificado, com lojas, clínicas e academias. A proximidade com o centro de Aracaju e com vias importantes da cidade, além das opções de serviços e lazer, torna a 13 de Julho um bairro bem equipado e valorizado.

O bairro 13 de Julho, em Aracaju, é marcado pelo alto padrão socioeconômico e pela forte presença das classes média e alta. Com um processo de urbanização gradual, passou de uma área de pescadores e casas de veraneio para uma das regiões mais valorizadas da cidade, consolidando-se como um espaço nobre e verticalizado a partir dos anos 1980. A infraestrutura do bairro reflete seu perfil abastado, oferecendo iluminação eficiente, saneamento adequado e uma ampla gama de estabelecimentos sofisticados, como cafés, galerias de luxo e bares refinados. Além disso, destaca-se pelo baixo índice de violência e pela manutenção rigorosa de seus espaços públicos, como o calçadão da orla, que se tornou um ponto central de lazer e interação social para seus moradores e visitantes. Esse cenário reforça a imagem do Treze de Julho como um dos locais mais privilegiados e bem-cuidados de Aracaju (Leite e Jesus, 2024).

Figura 19 - Vista aérea da Treze de Julho



Foto: Viagens e Caminhos, 2024.

O processo de enobrecimento do bairro 13 de Julho, em Aracaju, foi marcado por uma série de transformações que o consolidaram como uma área de alto padrão na capital sergipana. Originalmente, o bairro era caracterizado por residências horizontais e um perfil mais popular, onde o ambiente de lazer e atividades à beira-rio prevalecia. No entanto, a partir da década de 1980, começou um processo de revitalização urbana, impulsionado por investimentos públicos e privados que modificaram profundamente o perfil do bairro. (Rabelo, 2009).

Esse movimento de enobrecimento envolveu a construção de edificações verticais e a implementação do Calçadão da Treze de Julho, que foi inaugurado em 1988 e passou por reformas em 1998. O calçadão, projetado para dinamizar o lazer e o consumo na área, rapidamente se tornou um símbolo da nova identidade do bairro. O foco nas atividades de lazer e a criação de espaços que enfatizavam o conceito de urbanismo de alto padrão levaram a uma valorização expressiva dos imóveis. A área tornou-se atrativa para a elite local e foi associada ao estilo de vida sofisticado, sendo o bairro dotado de uma estrutura de serviços que incluía cafés, restaurantes e lojas. A introdução de prédios altos também transformou o bairro em um exemplo de gentrificação, com a substituição gradual dos antigos moradores por uma população de maior poder aquisitivo, consolidando o bairro como um espaço de exclusividade e representatividade social em Aracaju (Rabelo, 2009).

O processo de enobrecimento do bairro 13 de Julho em Aracaju envolveu tanto agentes públicos quanto privados. Entre as principais construtoras responsáveis pela transformação da área, destacaram-se a Construtora Nordeste LTDA e NORCON, mas outras empresas imobiliárias que investiram na verticalização do bairro, introduzindo edifícios residenciais de alto padrão. Esse desenvolvimento foi acompanhado por uma série de incentivos públicos, que incluíram a criação e revitalização de infraestrutura, como o Calçadão Viana de Assis, concluído em 1988, reformado em 1998 e o Calçadão da Praia Formosa. Essas intervenções urbanísticas visavam aumentar o valor imobiliário da região e atrair moradores de alto poder aquisitivo (Rabelo, 2009)

Figura 20 - Calçadão da Treze



Calçadão Viana de Assis, ao fundo a paisagem verticalizada da Treze de Julho. Foto: Joelma Gonçalves, 2024.

Além das construtoras e do governo, também houve a participação ativa de agentes financeiros e publicitários, que criaram campanhas de marketing para promover a imagem do bairro como um espaço de luxo e sofisticação. Essas propagandas reforçaram a identidade elitizada da 13 de Julho, moldando a percepção pública do local como uma área destinada a consumidores de alta renda. A Prefeitura de Aracaju contribuiu para esse processo ao administrar recursos públicos de forma

desigual, destinando investimentos significativos ao bairro em detrimento de outras regiões menos favorecidas da cidade (Rabelo, 2009).

Bairro Jardins

O Bairro Jardins também aparece no mapa da figura 17 como local de moradia da parcela populacional de maior poder econômico de Aracaju. Oficialmente criado em 1998, o bairro desenvolveu-se rapidamente como uma das regiões mais nobres de Aracaju, principalmente devido à sua localização estratégica próxima aos bairros Salgado Filho e 13 de Julho. Machado (2010) explora como uma infraestrutura robusta e a presença de grandes empreendimentos, como o Shopping Jardins, tornaram a região um polo atrativo para moradores de alta renda, gerando um aumento constante no valor dos terrenos e imóveis locais. Esse processo de valorização, segundo o estudo, acabou tornando o bairro inacessível para pessoas de baixa renda, consolidando-o como uma “ilha” de exclusividade socioeconômica.

O autor identifica os agentes produtores do espaço urbano que desempenharam papéis essenciais nessa transformação. Construtoras tiveram papel central ao investir na construção de edifícios e condomínios de alto padrão voltados para consumidores de alto poder aquisitivo, promovendo alterações significativas na paisagem e na demografia do bairro. Entre as principais empresas envolvidas, a NORCON se destaca como uma construtora de longa trajetória em Aracaju, contribuindo para a verticalização e enobrecimento do bairro, assim como outras incorporadoras que realizaram projetos voltados às classes média alta e alta. Esses empreendimentos aumentaram a densidade populacional e elevaram o custo de vida, fazendo do bairro um local associado ao status social elevado. (Machado, 2010)

O Estado, representado por administrações municipais e órgãos de planejamento urbano, também teve um papel determinante nesse desenvolvimento. Políticas de incentivo ao setor imobiliário e investimentos em infraestrutura, incluindo pavimentação, iluminação pública e saneamento, criaram as condições necessárias para que o bairro se tornasse um espaço privilegiado na cidade, num processo semelhante ao bairro Treze de Julho. Além disso, a concessão de alvarás para novos empreendimentos, sem políticas habitacionais que atendessem a diferentes faixas de renda, reforçou o processo de segregação social e espacial, permitindo que o bairro

fosse ocupado majoritariamente por moradores de alto poder aquisitivo. (Machado, 2010)

Promotores imobiliários e agentes do setor comercial tiveram uma influência decisiva na transformação do bairro. O Shopping Jardins, por exemplo, tornou-se um ponto central de lazer e compras, consolidando o bairro como um polo de consumo de alto padrão. Esse empreendimento atraiu uma série de lojas de marcas nacionais e internacionais, tornando o bairro um destino de compras e lazer sofisticado. A presença de serviços premium, como restaurantes, academias e clínicas de alto nível, atraiu ainda mais moradores da elite, fortalecendo o perfil socioeconômico da área e acentuando a exclusão de segmentos menos favorecidos. (Machado, 2010)

Figura 21 - Entrada principal do Shopping Jardins



Shopping Jardins, principal empreendimento privado e indutor da valorização imobiliária da região, em seu entorno, há forte verticalização de edifícios. Fonte: Tripadvisor, 2024.

Figura 22 - Entorno enobrecido do Parque Augusto Franco



Imagem Panorâmica dos edifícios de alto padrão no entorno do Parque da Sementeira, Jardins.

Fonte: Olavo Cavalcante, 2018.

Os estudos de Rabelo (2009) e Machado (2010), também examinam os impactos ambientais e as implicações desse desenvolvimento rápido e concentrado. A localização dos bairros Treze de Julho e Jardins, próxima a manguezais, praias e áreas ecologicamente sensíveis, representam um desafio para a preservação ambiental. A intensa ocupação do solo e o rápido crescimento urbano afetaram o ecossistema local, aumentando o risco de assoreamento e poluição das águas. Diante disso, os estudos enfatizam a necessidade de um planejamento urbano que vá além do controle do crescimento desordenado e promova a inclusão social e a sustentabilidade ambiental, oferecendo alternativas para uma ocupação mais diversificada e que valorize a preservação do patrimônio natural dessas regiões, uma vez que “o poder público constrange muito menos o setor privado para investir proveitosamente no espaço urbano e frequentemente há uma clara confluência de interesses entre o governo da cidade e os setores empresariais”. (Sánchez, 1999, p. 119)

Bairro São José

O bairro São José, em Aracaju, possui uma longa história e uma identidade nobre que perdura até os dias de hoje, atraindo moradores de classe média alta. Sua formação se deu a partir da fusão das áreas de Fundição e Bariri. A Fundição, localizada ao sul do Centro e à margem do Rio Sergipe, abrigava depósitos de

inflamáveis e os primeiros clubes de regatas, como o Cotinguiba Esporte Clube e o Clube Sportivo Sergipe, fundados em 1909, além do late Clube de Aracaju, de 1953.

A área de Bariri, por sua vez, era originalmente uma região pantanosa, próxima ao local conhecido como Carro Quebrado (atual Salgado Filho), onde riachos foram aterrados e canalizados, configurando o entorno da Paróquia São José e do Hospital São Lucas. Após a década de 1940, com a expansão da cidade, o bairro São José se consolidou como um endereço residencial para a alta sociedade, afastando-se da área central que se tornava mais comercial.

O bairro São José, em Aracaju, começou seu processo de urbanização nas primeiras décadas do século XX, após o aterramento da área na década de 1930. Durante as décadas de 1950 e 1960, o bairro contribuiu para a expansão da cidade em direção ao sul. Esse período marcou uma fase de intensa ocupação, com famílias migrando do Centro e de outros bairros para o São José. Além disso, jovens empreendedores e famílias recém-formadas também escolhiam a área para construir suas primeiras residências, reforçando o desenvolvimento do bairro como uma nova área de prestígio na cidade. (Chaves, 2019)

No aspecto que relaciona o bairro às imagens de consumo de uma população socialmente dominante, o bairro São José possui características que o difere dos bairros citados anteriormente. Por conta do contexto histórico de seu desenvolvimento, as tipologias arquitetônicas predominantes do bairro não são verticalizadas, apesar de haver edifícios dispersos em seu território. O bairro São José, em Aracaju, passou por um processo de transformação onde antigas residências deram lugar a estabelecimentos comerciais, especialmente escritórios de advocacia, engenharia, arquitetura, além de clínicas e hospitais. Hoje, o setor de saúde é um dos mais representativos na área, atraindo diariamente milhares de pessoas tanto da capital quanto do interior em busca de atendimento médico. No setor educacional, o bairro mantém algumas das escolas mais tradicionais da cidade, como o Colégio Patrocínio de São José, o Colégio Atheneu Sergipense e o Colégio Dom Luciano Cabral Duarte. A presença comercial crescente pressiona os núcleos residenciais restantes, onde muitos moradores, especialmente idosos, ainda resistem a sair. (Blog Celi Hotel, 2016)

Figura 23 - Edifício sede da OAB-SE



Edifício da OAB-SE, antigo palacete pertencente à abastada família Rollemberg, outras edificações nos estilos eclético e moderno podem ser encontradas pelo bairro São José. Fonte: Prburley, 2017.

O bairro São José apesar de estar incluso na faixa de bairros com população de maior renda familiar da cidade, não produz paisagens contemporâneas características da acumulação do capital, ligadas ao poder econômico, ou mesmo é região de interesse do mercado imobiliário, que durante décadas transformou as paisagens dos bairros Treze de Julho e Jardins, nesse sentido é uma excessão na produção de imagens urbanas espetacularizadas, ou símbolos de consumo da vida socialmente dominante.

Bairro Atalaia

A transformação do bairro Atalaia em uma área enobrecida de Aracaju está diretamente ligada ao processo de urbanização que ocorreu ao longo das últimas décadas, especialmente a partir da década de 1970, quando o bairro passou a ser visto como um local de valorização imobiliária e expansão do turismo. Inicialmente, a região era composta por áreas de lazer mais simples e residências de veraneio, com foco no turismo local, mas foi ao longo dos anos que essa paisagem foi moldada pela combinação de investimentos públicos e privados, especialmente no que diz respeito à infraestrutura e ao setor turístico. (Santos e Soares, 2021)

Um dos maiores marcos dessa transformação foi a completa urbanização da orla da Praia de Atalaia, que passou a ser um dos maiores atrativos do bairro. Com a implementação de arcos ornamentais na orla, passarelas de acesso à praia e esculturas de personalidades ilustres, o local ganhou uma aparência mais sofisticada, o que ajudou a aumentar seu apelo tanto para moradores quanto para turistas. Essas intervenções visaram não apenas embelezar a área, mas também torná-la mais acessível e segura para o público que frequentava a praia. O resultado foi uma orla revitalizada, que passou a refletir o status do bairro, transformando-o em um símbolo de Aracaju. (Santos e Soares, 2021)

Além disso, a Atalaia foi dotada de uma série de equipamentos de lazer e espaços públicos que contribuíram para seu enobrecimento. O bairro passou a contar com ciclovias, quadras poliesportivas, lagos artificiais e um kartódromo, características típicas de bairros que têm como objetivo atrair uma população de classe média-alta e turistas. A presença do Projeto Tamar, com seu oceanário na orla, reforçou ainda mais a identidade do bairro como um ponto turístico de relevância nacional, atraindo visitantes não apenas pela beleza natural, mas também pelas atividades voltadas à preservação ambiental e educação sobre a fauna marinha. (Santos e Soares, 2021)

A concentração de 90% da rede hoteleira de Aracaju na Atalaia também é um reflexo dessa valorização do bairro, já que ele se tornou o principal centro turístico da cidade. A proximidade da praia, aliada à infraestrutura de qualidade e a oferta de serviços de lazer, fez com que o bairro atraísse investimentos significativos, desde grandes hotéis até pequenas pousadas e estabelecimentos comerciais de luxo, que, por sua vez, impulsionaram ainda mais a valorização imobiliária da região. Esse processo de gentrificação, ou valorização do bairro, também resultou em um aumento nos preços dos imóveis e uma mudança no perfil socioeconômico dos moradores, com a predominância de famílias de classe média-alta e profissionais liberais. (Santos e Soares, 2021)

Figura 24 – Dois dos principais hotéis da Orla de Atalaia.



Fonte: Google Street View, 2024.

Até o final da década de 1990, o bairro enfrentava algumas restrições legais em relação à construção de edifícios altos. Após uma mudança nos limites de altura, a partir de meados dos anos 2010, o número de construções verticais aumentou significativamente, alterando a paisagem local. Atualmente, o bairro ainda possui vários terrenos vazios, mas o processo de urbanização e consolidação continua evidente. (Santos e Soares, 2021)

Figura 25 – Prédios na Orla de Atalaia



Pela tarde os edifícios fazem sombra na faixa de areia. Foto: do autor, 2025.

No sentido da espetacularização urbana, o bairro Atalaia é uma região que compreende todas as manifestações do fenômeno trabalhadas neste estudo, visto que a imagem turística da cidade é construída principalmente através das paisagens urbanas que compõem a região, especialmente da sua Orla, que é o lugar de maior presença turística da cidade, como acontece de forma geral com as capitais litorâneas no Brasil.

Sua economia voltada ao consumo turístico de seus espaços, a atuação do setor de eventos na alteração transitória de suas paisagens e o enobrecimento da região, somados, formam paisagens urbanas que são utilizadas como sendo representativas da Imagem da Cidade (Fortuna, 1997) via city marketing.

Figura 26 - Arcos da Orla de Atalaia no período do Pré Caju 2024.



Foto: Washington Reis, 2024.

Acumulação Dispersa e Enclaves Fortificados

A zona de expansão urbana é objeto de estudo do trabalho de França (2005) enquanto local marcado pela presença de condomínios fechados horizontais, estes frutos das políticas urbanas iniciadas ainda nos anos oitenta, e que são uma maneira das classes economicamente dominantes, se auto segregarem, de forma a conferir a si próprias um status de superioridade através da construção de condomínios fechados de casas, ou “Enclaves Fortificados” (Caldeira, 2000), descritos pela autora como “propriedade privada para uso coletivo e enfatizam o valor do privado ao mesmo tempo em que desvalorizam o que é público e aberto na cidade”.

Estes tipos construtivos são caracterizados no famoso livro “Cidade de Muros” (2000) de Teresa Pires do Rio Caldeira, como sendo associados especialmente aos modelos construtivos habitacionais, de trabalho, consumo e lazer que costumam ser envoltos por muros e obedecerem a uma lógica privada dentro do espaço urbano atrelada a um estilo de vida que foi incorporado pela e vendido para a classe média/alta como sendo de alto *status*. Na obra em questão a autora fala sobre a disseminação desses Enclaves Fortificados na cidade de São Paulo, e a obra muito bem serve de modelo para falar de uma nova maneira de expressão da segregação socioespacial presente nas capitais brasileiras. A premissa segundo Caldeira é a de

que os empreendimentos que seguem a lógica do Enclave Fortificado contribuem para demarcar a segregação por serem pensados como mundos a parte, distante dos “perigos” da cidade, e com a proposta de serem o mais independentes possível das demais áreas urbanas. O acesso controlado, a noção de status atribuída, juntamente com a tentativa de autossuficiência, a homogeneização social e a forma com que estes empreendimentos são implantados no território urbano literalmente separam as classes sociais, escancaram, e aprofundam desigualdades das cidades brasileiras.

Figura 27 - Condomínios de Casas na Zona de Expansão de Aracaju



Fonte: Google Earth, 2025.

Na Zona de Expansão de Aracaju é possível encontrar diversos empreendimentos que correspondem ao padrão dos Enclaves Fortificados, e segundo França (2005), correspondem não somente a uma nova forma de moradia na cidade de Aracaju, mas indica direções novas do processo de expansão urbana, e de fato é possível observar como a iniciativa privada passa a ter predomínio na indução tanto

da expansão urbana, como no direcionamento do próprio investimento público em infraestrutura urbana.

Os bairros Farolândia e Coroa do Meio, localizados na zona sul de Aracaju, tornaram-se áreas de interesse para construtoras, caracterizando-se por territórios fragmentados, nos quais convivem populações de diferentes faixas econômicas. Esses bairros enfrentam um crescente processo de valorização imobiliária, o que tem atraído um novo público pertencente à classe média e a elite econômica da cidade, contrastando com as populações iniciais desses bairros.

Figura 28 - Entorno Enobrecido do Farol da Farolândia.



Fonte: do autor, 2025.

A construção dessas paisagens revela uma dimensão simbólica da cidade que, ao mesmo tempo em que estimula o consumo e o turismo, redefine a relação entre a população local e o espaço urbano. A imagem da cidade passa a ser cuidadosamente planejada para transmitir uma identidade visual que atenda às expectativas de visitantes e investidores, criando uma atmosfera de espetáculo permanente. Essa

estratégia reforça a ideia de uma cidade-cenário, onde o valor estético se sobrepõe às dinâmicas sociais e às necessidades cotidianas da população residente.

No entanto, essa espetacularização tende a privilegiar setores específicos da sociedade, consolidando processos de segregação socioespacial. Os investimentos em requalificação frequentemente se concentram em áreas de maior interesse turístico e imobiliário, relegando outras regiões da cidade a uma situação de abandono. Assim, a espetacularização aprofunda as desigualdades urbanas e limita o acesso democrático ao espaço público.

4.3 Espetacularização e o Setor de Eventos

A espetacularização urbana com enfoque nas alterações de paisagens que ocorrem de forma transitória na cidade para a realização de eventos específicos, nesse caso parte desses estudos focalizam o olhar nos exemplos de megaeventos esportivos, como a Copa do mundo (Vieira, 2016) e as Olimpíadas de (Paiva, 2019), e analisam o fenômeno por vista das cidades que sediam esses eventos como forma de atrair um fomento econômico por vias do turismo.

O modelo de planejamento estratégico que é adotado no Brasil é inspirado nas intervenções que aconteceram em Barcelona, no contexto dos anos 80 e que seu urbanismo se tornou referência em 1992 (Vainer, 2007) por via da realização das Olimpíadas daquele ano que segundo Mascarenhas (2014, p. 60) esse modelo “realizou a façanha de conjugar as exigências dos Jogos com os objetivos fundamentais da gestão urbana, de estender infraestrutura e benefícios à periferia.” Ainda assim apesar da referência o autor também destaca o viés mais intervencionista das Olimpíadas brasileiras na materialidade urbana e um vínculo muito maior com a ideia de construção de espaços de consumo.

Uma vez que modelo do planejamento estratégico tem seu surgimento como resposta à crise da legitimidade dos modelos tradicionais de gestão das cidades e traz consigo a noção neoliberal da menor influência do estado nas políticas urbanas como uma solução para essa crise, é a partir desse contexto passam a predominar as parcerias entre os setores público e privado e estas conforme afirma Sánchez (1999, p.119) “passam a definir a maneira de afrontar os problemas urbanos, deixando

muitas vezes em plano secundário os programas e projetos de cunho social.” Nesse plano o interesse das ações dos agentes urbanos estaria sendo regido pela lógica do retorno econômico por via do consumo (Vieira 2016; Sánchez, 1999; Leite, 2007).

No plano internacional, é perceptível que os megaeventos esportivos se tornaram, nas últimas três décadas, uma das estrelas principais da atual “sociedade do espetáculo”. Contando com volumosos recursos públicos e privados, e dispondo de fabulosa cobertura midiática, são eventos cuja globalidade não se mede apenas pela mobilização de praticamente todas as nações do mundo, afiliadas às respectivas entidades organizadoras internacionais e desejosas de participação nos certames. (Mascarenhas, 2014, p. 56)

Além da situação de evidência em que uma cidade que sedia megaeventos esportivos está posta, ela precisa estar adequada a uma série de exigências dos comitês responsáveis pela realização desses eventos, a exemplo das exigências do Comitê Olímpico Internacional (COI), segundo Mascarenhas (2014, p. 57) essas exigências são relacionadas às instalações necessárias para a realização das modalidades olímpicas que acontecerão no evento, mas também condições estruturais para alojamento dos atletas, dos membros dos comitês olímpicos, e também da imprensa. Intervenções na infraestrutura urbana das cidades olímpicas também são realizadas de forma a comportar esses eventos, uma vez que há a disposição de grande volume de dinheiro público e privado, cuja função é garantir que o evento aconteça da maneira mais rentável possível.

Intervenções como instalações arquitetônicas monumentais, alargamento de vias para melhoria da mobilidade urbana causam grande impacto na paisagem urbana, e estes projetos são resultado de uma coalizão governamental com grandes interesses imobiliários e a construção civil, nesse sentido “ela é, sobretudo, subordinada, mais do que antes, aos interesses do grande capital” (Mascarenhas, 2014, p.57).

Tamanha subordinação à busca pela visibilidade internacional da cidade através dos megaeventos pode ser identificada quando para sediar eventos relacionados à copa do mundo, o Governo do Estado da Bahia criou uma Secretaria Estadual para assuntos da Copa do Mundo da FIFA Brasil 2014, cuja missão, conforme enfatiza Vieira (2016, p.187) era de assegurar a realização com pleno êxito da Copa das Confederações de 2013, e a Copa do Mundo de 2014 através de uma

coordenação de ações entre os entes federativos e a sociedade civil, de modo a cumprir as exigências da FIFA para a realização dos eventos.

O mercado do espetáculo pode ser compreendido a partir da constituição de três principais atores: os *difusores*, que compreenderiam os proprietários com a exclusividade de transmissão em cada território; os *patrocinadores*, ou os donos exclusivos de cada produto envolvido no espetáculo, e que também possuem em diferentes níveis poder de influência na constituição do evento; e por fim as *cidades* como lugares-sede do espetáculo (Vieira, 2016, p. 189).

O estudo do mercado do espetáculo por via de megaeventos neste trabalho, faz-se útil na medida que contextualiza historicamente como a ocorrência desses megaeventos foram fundamentais para alterações urbanas que serviram de modelo de gestão a ser seguido por outras cidades, todavia é importante deixar claro que para a cidade objeto da presente pesquisa, analisaremos eventos de menores dimensões, e que interferem na paisagem urbana de forma transitória, ainda que sirvam à lógica de formação de espaços para o consumo.

Para o sociólogo alemão Georg Simmel (2013), o conceito de *rendez-vous* representa uma forma específica de encontro social que é característico das interações nas cidades modernas. Simmel observa que, nas grandes cidades, os encontros assumem um caráter impessoal e funcional, tornando-se pontos de passagem rápidos e coordenados por horários e agendas, em vez de relações profundas e pessoais. Esse tipo de encontro representa o ritmo acelerado da vida urbana, onde os indivíduos se cruzam para propósitos específicos, mas sem o compromisso de construir laços duradouros.

No contexto mais amplo da obra do autor, o *rendez-vous* destaca o contraste entre a sociedade tradicional e a moderna. Nas sociedades tradicionais, as interações são baseadas em relações pessoais e comunitárias, onde os encontros são prolongados e ricos em significado. Em oposição, o *rendez-vous* nas sociedades modernas simboliza a fragmentação dos laços sociais e a predominância das relações baseadas em conveniência e funcionalidade. Essa fragmentação e a efemeridade dos encontros urbanos refletem a ambivalência da vida moderna: por um lado, eles permitem uma forma de liberdade e anonimato, mas, por outro, geram um sentimento de superficialidade e alienação.

A essência sociológica do *rendez-vous* reside na tensão entre a pontualidade e fugacidade da relação, por um lado, e em sua fixação espaço-temporal, por outro. O *rendez-vous* – e de modo algum apenas aquele erótico ou ilegítimo – destaca-se psicologicamente da forma crônica da existência pelo traço do

único, do palpitante, que brota apenas na ocasião especial; e, por se desprender assim como uma ilha do decurso contínuo dos conteúdos da vida, ele ganha um suporte especial para a consciência precisamente nos fatores formais de seu tempo e de seu lugar. (Simmel, 2013, p.87)

Através de uma leitura inspirada em Simmel dos eventos transitórios, a fixação espaço temporal estaria dada pelo local e itinerário dos eventos, e a pontualidade e fugacidade da relação estaria na quebra da “forma crônica da existência” ou desprendimento do “decurso contínuo dos conteúdos da vida”, que transformaria os usos e sociabilidades dos espaços urbanos. A noção trazida por este trabalho, no entanto, compreende esses espaços como de consumo, tanto do ponto de vista de produtos culturais, como de mercadorias e serviços (transporte, alojamento, consumo de bebidas e alimentos vendidos por ambulantes informais ou credenciados pelos órgãos que organizam o evento). Através da formação desses espaços transitórios de consumo, onde o rendez-vous contemporâneo emerge, é que se reafirma a lógica do espetáculo urbano numa confluência entre o setor turístico e de eventos.

4.3.1 Espetáculo Transitório

Os estudos acerca da espetacularização que é advinda das intervenções urbanas ocasionadas pelas demandas das organizações de megaeventos são particularmente vinculados às grandes metrópoles, e nesse sentido, a cidade de Aracaju torna-se relevante enquanto objeto para estudo do fenômeno associado ao setor de eventos, que por sua vez opera de forma diferente frente às alterações urbanas, de maneira que neste trabalho chamaremos de “transitórias” pelo caráter efêmero das instalações.

É fundamental destacar que os eventos locais e regionais promovidos especialmente pelo poder público também podem ser considerados parte da estratégia de marketing urbano ao cumprirem as funções de melhorar a imagem da gestão vigente, impulsionar o setor de eventos e sua cadeia produtiva, atraindo também o público consumidor advindo do turismo de eventos. Coutinho e Coutinho (2007), realizaram um estudo sobre o turismo de eventos enquanto um atenuante à sazonalidade do setor turístico. O texto explora a forte relação entre a realização de eventos e o desenvolvimento do turismo, destacando como essa interação gera impacto econômico significativo nas cidades que sediam tais eventos. A organização e promoção de eventos, além de integrar-se à atividade turística, são vistas como uma

solução eficaz para impulsionar a economia local, especialmente em períodos de baixa temporada. Cidades que enfrentam ociosidade no setor hoteleiro encontram no turismo de eventos uma oportunidade de aumentar a taxa de ocupação dos hotéis e dinamizar o comércio local, beneficiando setores variados da economia.

Esse tipo de turismo não só aquece a economia, mas também pode promover o desenvolvimento social e cultural. O envolvimento do setor privado, da população e do poder público é essencial para garantir o sucesso desse tipo de iniciativa, que requer planejamento cuidadoso e diagnóstico constante para maximizar os benefícios. Segundo o autor, eventos podem atrair turistas de várias partes do país e do mundo, contribuindo de maneira relevante para o crescimento econômico e gerando empregos. Além disso, a captação de eventos oferece oportunidades para aumentar a arrecadação de impostos, melhorar a imagem da cidade e criar uma identidade turística específica voltada à realização de eventos. (Coutinho e Coutinho, 2007).

Estudos da EMBRATUR indicam que turistas de eventos tendem a gastar até três vezes mais do que turistas de lazer, permanecendo mais tempo na cidade e consumindo mais serviços. Isso equilibra a oferta e demanda no setor hoteleiro, além de proporcionar um aumento na arrecadação de impostos. Também é mencionado que, além dos ganhos financeiros, a cidade anfitriã pode obter um retorno expressivo de imagem, especialmente se o evento for amplamente divulgado na mídia, o que fortalece sua reputação como destino turístico. (Coutinho e Coutinho, 2007)

As autoras também abordam como eventos promovem um intercâmbio cultural entre participantes e a população local, introduzindo novas tendências e tecnologias, o que contribui para o enriquecimento cultural da cidade. Em suma, o turismo de eventos é apresentado como uma estratégia eficaz e sustentável para cidades que desejam fortalecer sua economia, melhorar sua imagem e se posicionar como destinos turísticos de destaque. (Coutinho e Coutinho, 2007).

A cidade de Aracaju enquanto capital concentra grande parte dos principais eventos do estado, sendo alguns deles: Forró Caju, Projeto Verão, Arraiá do Povo, Pré Caju, dentre muitos outros. É comum haver um cronograma de festividades locais nas cidades brasileiras, o que por si não significa um processo crescente de espetacularização da cidade, porém o caso de Aracaju nesse setor tem chamado a atenção da população graças às atuações Estaduais e Municipais nos altos investimentos em eventos, com destaque para a gestão do Governador Fábio Mitidieri, e do Prefeito Edvaldo Nogueira. Nesse sentido será feito um diagnóstico dos principais

eventos realizados na cidade no ano de 2024, quais agentes estão envolvidos em suas realizações e como esses investimentos modulam a imagem da cidade por via de intervenções urbanísticas que criam espaços para consumo através de instalações arquitetônicas efêmeras.

Festejos Juninos

Figura 29 - Propaganda digital dos festejos juninos promovidos pelo Governo.



Fonte: Governo do Estado, 2024.

“Sergipe é o País do Forró” é a frase inicial de uma canção popular dos anos 1990, que fez sucesso na voz do cantor sergipano Rogério. A frase tornou-se popular e é utilizada em peças publicitárias dos mais diversos segmentos, e retorna com grande apelo popular todos os anos no período junino.

Governo do Estado de Sergipe, por meio da Fundação de Cultura e Arte Aperipê (Funcap), Secretaria Especial da Comunicação (Secom), Secretaria de Estado do Turismo (Setur) e Banese, totalizou no ano de 2024 o valor de 27 milhões investidos no Arraiá do Povo e Vila do Forró, os quais 7 milhões vieram de patrocinadores privados como: Eneva, Pisolar, Deso, Maratá, GBarbosa e Serviço Social do Comércio (Sesc). O Evento aconteceu na Orla de Atalaia, envolvendo 118 atividades econômicas e 389 atrações nos 60 dias de festejos juninos. O investimento representa um aumento de 80% em relação ao mesmo evento do ano anterior, e impulsionou o setor turístico, setor de bares e restaurantes, rede hoteleira, comerciantes de fogos e ambulantes (Sergipe, 2024).

Figura 30 - Vila do Forró



Foto: Diego Souza/Fax Aju, 2024.

O Arraiá do povo de 2024 foi dividido em duas instalações maiores conectadas, a primeira, chamada “Vila do Forró” funciona como instalação turística com elementos temáticos da cultura nordestina voltadas ao período junino, localizada na Praça de Eventos da Orla de Atalaia, foi equipada com barracas de empresas do setor gastronômico local credenciadas pela prefeitura, além de comércios diversos voltados ao consumo turístico, dois palcos, espaço para apresentações de quadrilhas juninas, espaços religiosos (católicos), espaços instagramáveis, parque de diversões e serviços públicos e de assistência social, como Corpo de Bombeiros, Polícia Militar, Delegacia da Mulher, Conselho Tutelar e barraca de prevenção à DSTs. (Sergipe, 2024).

Uma novidade na edição de 2024 do Arraiá do povo é a instalação de um ponto do banco BANESE, na Vila do Forró, no qual uma de suas funções é impulsionar a estratégia de crédito consignado de até 3 mil reais para servidores públicos Municipais, Estaduais e Federais utilizarem nos festejos juninos. (Banese, 2024).

Figura 31 - Banner Credi Junino

Fonte: Banese, 2024.

A segunda instalação é a área de shows, localizada em área de estacionamento aos fundos do sentido ao qual os comércios da região estão voltados. Lá ocorrem as apresentações musicais, com estrutura de palco feita para comportar shows de artistas nacionais, além de camarotes, como o Camarote da Acessibilidade, também há bares e ambulantes e no início da noite funciona uma roda gigante de 20 metros de altura, construída em parceria com a rede de supermercados Gbarbosa.

Figura 32 - Roda gigante no Arraiá do Povo

Foto: Diego Souza/Governo do Estado, 2024.

Figura 33 - Palco Principal do Arraiá do Povo



Foto: Isis Oliveira, 2024.

A cidade de Aracaju disputa o título de “melhor São João do Brasil” com Campina Grande, e no ano de 2024 tornou-se ainda mais competitiva com a ampliação de investimento nos festejos juninos. Somando-se à programação do Arraiá do Povo, há também o Forró Caju, que é realizado pela Prefeitura de Aracaju, por meio da Fundação Cultural Cidade de Aracaju (Funcaju), órgão responsável por promover e apoiar atividades culturais na cidade. A organização conta com o apoio de outras secretarias municipais, bem como de parcerias com o setor privado e, em alguns anos, com recursos do governo estadual e federal.

Figura 34 - Banner Forró Caju 2024.



Fonte: PMA, 2024.

O Forró Caju é um dos maiores e mais tradicionais festivais de São João do Brasil, realizado anualmente em Aracaju, capital de Sergipe. O evento ocorre em junho, durante o período das festas juninas, e é uma celebração da cultura nordestina, especialmente da música e da dança de forró, que é o ritmo predominante. O festival acontece principalmente na Praça de Eventos do Mercado Central de Aracaju e atrai milhares de pessoas, tanto moradores locais quanto turistas. Durante o Forró Caju, ocorrem shows de artistas da música nordestina, incluindo bandas e cantores de forró pé-de-serra, xote, baião, estilos mais modernos de forró, e arrocha.

A prefeitura coordena todos os aspectos da festa, incluindo a contratação de artistas, a montagem da infraestrutura (palcos, som, segurança etc.), a organização do comércio local e a promoção do evento. O Forró Caju é uma das principais atrações do calendário junino de Aracaju, e a gestão municipal vê o festival como uma oportunidade estimular o turismo na cidade, fomentar a economia, atender às demandas de trabalhadores ligados ao setor cultural e de eventos, e aumentar sua popularidade.

Diferentemente do Arraiá do Povo, o Forró Caju é um festival de música, que ocorre numa região da cidade em que no horário do evento, pela noite, não possui atividade turística, ou qualquer tipo de atividade comercial, o que modifica o público-alvo principal, que passa a não ser mais o público familiar, população flutuante ou público infantil, mas sim um público adulto que consome shows musicais dos gêneros. Nesse sentido, a Prefeitura de Aracaju, em parceria com a Federação do Comércio de Bens, Serviços e Turismo de Sergipe (Fecomércio), acrescentou o evento “Forró na Praça”, realizado na praça General Valadão, como parte da programação do Forró Caju, lá ocorrem apresentações de cortejos juninos, trio pé de serra e grupos de cultura popular. Também há o comércio realizado por ambulantes e barracas de comidas típicas.

Figura 35 - Forró na praça General Valadão



Fonte: Imprensa 24h, 2024.

Outra modificação do Forró Caju foi a inserção da programação do “Forró nos Bairros” como parte do evento, levando shows de artistas locais da cidade para os bairros de Aracaju. Nessa edição os bairros contemplados foram Bugio, Farolândia, 17 de Março e Mosqueiro.

Figura 36 - Forró dos Bairros, no bairro Bugio



Foto: Fax Aju, 2024.

O Forró Caju 2024 contou com uma programação extensa, dividida em dois palcos principais: Palco Luiz Gonzaga e Palco Gerson Filho. No total, houve cerca de 40 apresentações espalhadas entre os dois palcos, distribuídas ao longo de várias

noites de festas juninas, amparadas também pelos serviços sociais, com ênfase nas campanhas de conscientização e de apoio ao público PCD. O evento principal contou com a presença de 60 mil pessoas em sua última noite de shows.

Figura 37 - Público no Forró Caju.



Foto: Alberto César, 2024.

Além do Arraiá do Povo e do Forró Caju, Aracaju em seu período junino também conta com as festividades da tradicional “Rua de São João”. Localizada no centro histórico de Aracaju, é um importante ponto de referência cultural e turístico da cidade. Sua história está profundamente ligada às tradições juninas de Sergipe, especialmente ao São João, um dos eventos mais celebrados na região. A rua é famosa por suas festas de São João, onde se reúnem barracas, comidas típicas e atrações culturais, como shows musicais e quadrilhas juninas, atraindo visitantes de diversas partes. Este espaço se tornou um símbolo das festividades juninas, promovendo uma atmosfera festiva e de confraternização. O sucesso das festas na Rua de São João também se deve à mobilização da comunidade e ao apoio da prefeitura de Aracaju, que tem promovido e estruturado as festividades ao longo dos anos. (Governo do Estado, 2024)

O Governo do Estado realizou a retomada da “Segundona do Turista”, um evento semanal que tem o objetivo de garantir eventos juninos na Rua São João que acontecem até o mês de dezembro, com apresentações musicais de artistas

sergipanos, a iniciativa tem o objetivo de manter as atividades turísticas vinculadas ao período junino na Rua São João, e ao mesmo tempo fomentar o setor cultural local:

A Segundona do Turista tem como objetivo valorizar os artistas locais e descentralizar a cultura, trazendo atrações de todo o estado para uma festa onde o forró e as tradições sergipanas são protagonistas. No “País do Forró”, a festa segue até dezembro, sempre às segundas-feiras. (Governo do Estado, 2024).

Figura 38 - Segundona do Turista na Rua São João



Foto: Igor Matias, 2024.

Vilas e Instalações Temáticas

Além do período junino, o setor público tem investido em instalações temáticas referentes à outras datas comemorativas com potencial de impulsionar o consumo turístico dos espaços, como é o caso da “Vila da Páscoa Iluminada”. Uma das formas utilizadas pela atual gestão do Governador Fábio Mitidieri para impulsionar o consumo turístico por parte de visitantes e moradores da cidade, é a criação das “Vilas” temáticas de datas comemorativas: Vila da Páscoa, Vila do Forró, Vila da Criança, Vila do Natal.

Figura 39 - Banner da Vila da Páscoa Iluminada.



Fonte: Sergipe, 2024.

A Vila da Páscoa Iluminada é uma instalação com o tema da Páscoa, que ocorreu na região dos Lagos da Orla de Atalaia, realizada da Funcap e Fecomércio, é composta de “igrejinha cenográfica, palco 360° dentro de um dos lagos, decoração e iluminação temáticas, encenação da Paixão de Cristo, apresentações musicais cristãs, feira de artesanato e área gastronômica, fábrica de chocolate e oficinas recreativas.” (Governo do Estado, 2024).

O argumento utilizado pelo Governo do Estado enquanto entidade pública para a realização da instalação temática cristã foi a aposta no turismo religioso. O evento aconteceu entre os dias 8 e 31 de março, e no total, contou com 46 atrações musicais cristãs, encenação da Paixão de Cristo aos sábados e domingos. Além de ser direcionado ao público cristão, o evento também contou com atividades e instalações para o público infantil.

Figura 40 - Área de Comerciantes da Vila da Páscoa Iluminada.



Fonte: Fanf1, 2024.

Figura 41 - Palco da Vila da Páscoa Iluminada.



Foto: Arturo Paganini, 2024.

Além da Vila da Páscoa Iluminada e da Villa do Forró, no ano de 2024 o Governo do Estado realiza a Vila da Criança. A Vila da Criança 2024 na Orla de Atalaia em Aracaju ofereceu várias atrações e atividades para crianças e famílias, incluindo um cinema com capacidade para 100 pessoas, onde foram exibidos filmes de curta-metragem em sessões diárias. Também havia um teatro com capacidade para 80 pessoas por sessão, apresentando espetáculos selecionados por edital. Além disso, casas temáticas com personagens lúdicos e uma minicidade com simulações de ambientes reais, como farmácia e mercado, foram atrações populares.

Figura 42 - Banner da Vila da Criança.



Fonte: Sergipe, 2024.

O parque de diversões incluiu brinquedos como roda-gigante e cama elástica, além de opções acessíveis para pessoas com deficiência. Outras atividades incluíram oficinas recreativas no Aquário de Recreação, e uma arena gamer com computadores para jogos online.

Além das atrações, a Vila ofereceu serviços como praça de alimentação, fraldário, apoio do Samu, Conselho Tutelar, e espaços para economia criativa. A realização foi coordenada pela Secretaria de Assistência Social e Cidadania (Seasic) e a Fundação de Cultura e Arte Aperipê (Funcap), com patrocínio do Banese e apoios de empresas locais, como a Energisa, Companhia de Saneamento de Sergipe (Deso) e Netiz.

Figura 43 - Vista aérea da Vila da Criança.



Foto: Igor Matias, 2024.

O Conjunto de Vilas Temáticas ainda conta com a Vila do Natal Iluminado. A Vila do Natal Iluminado na Orla de Atalaia em Aracaju é um evento que visa destacar a beleza e o espírito natalino com instalações atraentes para todas as idades. Em sua edição recente, o espaço incluiu cerca de 60 atrações artísticas, com apresentações de músicos locais e grupos de corais, além de instalações temáticas, como uma igreja cenográfica e uma casa do Papai Noel.

Figura 44 - Banner da Vila do Natal Iluminado.



Fonte: Sergipe, 2024.

Entre as principais instalações da Vila estão uma árvore de Natal de LED, uma roda-gigante, pista de patinação no gelo, e uma montanha russa onde o acesso é organizado por sistema de fila. A pista de patinação exige a troca de ingressos por alimentos não perecíveis, promovendo um caráter social ao evento. A estrutura conta também com espaço de alimentação com bares e lanchonetes, comércio de artesanatos, espaços de lazer pensados para famílias e crianças, além de ambulantes no seu entorno.

Figura 45 - Pista de Patinação da Vila do Natal Iluminado.



Foto: Arthuro Paganini, 2024.

Figura 46 – Montanha Russa na Vila do Natal Iluminado.



. Foto: Sergipe/ Igor Matias, 2024.

Figura 47 - Vila do Natal Iluminado.



. Foto: Sergipe/ Igor Matias, 2024.

Utilizando-se de dados da Fecomércio e do Observatório de Sergipe, o Governo do Estado avalia que a organização das Vilas em Sergipe tem trazido benefícios expressivos para o estado. Durante o Arraiá do Povo 2023, realizado nos meses de junho e julho, a Vila do Forró contribuiu significativamente para o aumento da arrecadação de ICMS, que alcançou R\$ 26,7 milhões, além de criar três mil postos de trabalho e impulsionar em 92% o movimento no comércio. Em dezembro, a Vila do Natal também trouxe resultados positivos, gerando um faturamento de R\$ 1,2 milhão, com destaque para os setores de hotelaria, aluguel de veículos, alimentação, artesanato, vendedores ambulantes e lojistas. (Governo do Estado, 2024).

Além da instalação na Orla de Atalaia, existe outra de temática natalina localizada nas praças Fausto Cardoso, Olímpio Campos e Almirante Barroso no Centro da Cidade, o “Natal Iluminado”, realizada pela Fecomércio, Prefeitura de Aracaju, Governo do Estado, com o apoio da SETRANSP e os patrocínios das empresas Maratá, Energisa e Celi. O Natal Iluminado do Centro serviu de inspiração projetual para a criação da Vila do Natal Iluminado, e ambos ocorrem simultaneamente em Aracaju, contando com a presença de turistas e da população local. A edição de 2024 também expandiu o circuito do Natal Iluminado para outras regiões da cidade, como a Orla do Bairro Industrial, Orla do Bairro Porto Dantas e Orla

Pôr do Sol. Essas áreas receberam decorações temáticas e iluminações especiais, ampliando o alcance das celebrações e promovendo a inclusão de diferentes comunidades no espírito festivo. A iniciativa não apenas valorizou os espaços públicos, mas também incentivou o turismo e a economia local, atraindo visitantes e fomentando o comércio nas regiões decoradas.

Figura 48 - Decorações do Natal Iluminado no Calçadão da Praia Formosa.



Fonte: Aracaju, 2024.

Figura 49 - Natal Iluminado na Praça Fausto Cardoso.



Foto: Michel de Oliveira, 2023.

A decoração inclui luzes coloridas, figuras natalinas, árvores de Natal decoradas e, frequentemente, um presépio. As árvores, postes e outros elementos da praça são iluminados. Além da decoração, a praça passa a ser palco para atividades, apresentações culturais, como corais, shows musicais, peças teatrais, intervenções artísticas abertas ao público, que buscam trazer a atmosfera natalina. Durante o evento, equipamentos voltados ao público infantil são dispostos em seu espaço, que possui a proposta familiar.

Durante o período do Natal Iluminado, a Praça Fausto Cardoso, assim como outras áreas decoradas, registrou um aumento significativo no fluxo de pessoas. A presença de turistas e moradores locais movimentou o comércio, com a instalação de barracas de artesanato, gastronomia e serviços diversos. A economia criativa foi especialmente beneficiada, com artesãos locais expondo e comercializando seus produtos, enquanto vendedores ambulantes aproveitaram o aumento do público para incrementar suas vendas. A atmosfera festiva e a variedade de atrações consolidaram o Natal Iluminado como um evento central no calendário cultural de Aracaju, fortalecendo o senso de comunidade e celebrando as tradições natalinas de forma inclusiva e participativa.

Verão Sergipe

O Verão Sergipe é um evento cultural e turístico realizado pelo Governo do Estado de Sergipe durante a alta temporada, geralmente entre os meses de janeiro e fevereiro. Diferente do Projeto Verão de Aracaju, que se concentra na capital, o Verão Sergipe costuma ocorrer em diferentes cidades do estado, como Estância, Pirambu, e Aracaju, entre outras, levando atividades culturais, esportivas e de lazer a várias regiões.

O evento é conhecido pelas suas atrações musicais gratuitas, que incluem shows de artistas nacionais e locais em grandes palcos montados nas praias, movimentando a cena cultural e atraindo turistas de todo o Brasil. Além da música, o Verão Sergipe promove atividades esportivas como campeonatos de vôlei, futevôlei, e beach soccer, incentivando a prática esportiva e a ocupação saudável dos espaços

públicos. Também são realizadas atividades culturais como exposições, feiras de artesanato, apresentações de teatro e dança.

Promovido pela Secretaria Especial da Comunicação (Secom) em parceria com a Secretaria de Estado do Turismo (Setur), a Fundação de Cultura e Arte Aperipê (Funcap), a Secretaria de Estado do Trabalho, Emprego e Empreendedorismo (Seteem) e a Secretaria de Estado de Esporte e Lazer (Seel), o Verão Sergipe voltou ao calendário de eventos do estado após mais de uma década suspenso, e como parte da agenda de eventos do Verão Sergipe, está o Projeto Verão, realizado anualmente em Aracaju, sendo um evento que articula cultura, esporte, lazer e turismo, consolidando-se como um marco sociocultural da cidade. Organizado pela Prefeitura, o evento ocorre entre janeiro e fevereiro, tendo como cenário principal a Orla de Atalaia. Com uma programação ampla e diversificada, o Projeto Verão atrai tanto o público local quanto turistas, oferecendo atividades culturais e esportivas que promovem a ocupação saudável do espaço urbano e valorizam a cultura sergipana. Um dos pontos altos do evento são as atrações musicais gratuitas, que contam com apresentações de artistas nacionais e locais de diferentes gêneros, democratizando o acesso à cultura e reforçando a identidade cultural regional.

Figura 50 - Banner do Projeto Verão.



Fonte: Aracaju, 2024.

Além da música, o evento integra competições esportivas como vôlei de praia, futevôlei e skate, incentivando a prática esportiva e estimulando a convivência comunitária. No espaço gastronômico, os visitantes podem experimentar pratos

típicos da culinária sergipana, fortalecendo o mercado local e promovendo a identidade culinária da região. A feira de artesanato também merece destaque, pois apoia a economia criativa ao oferecer produtos que refletem a tradição cultural de Aracaju, desde bijuterias a peças decorativas e roupas feitas com materiais regionais. A programação é pensada para todas as faixas etárias, com atividades recreativas, oficinas e apresentações voltadas ao público infantil, ampliando o caráter inclusivo do evento.

O Projeto Verão é organizado pela Prefeitura Municipal de Aracaju, especialmente por meio da Secretaria Municipal da Cultura e Turismo (SEMCATUR) e da Fundação Cultural Cidade de Aracaju (Funcaju). Essas instituições são responsáveis por planejar e coordenar as atividades do evento, incluindo a definição da programação musical, esportiva e cultural, além de cuidar da infraestrutura, logística e segurança. Em alguns anos, o evento também conta com o apoio de patrocinadores e parcerias com empresas privadas, o que contribui para ampliar a estrutura e a oferta de atrações.

No ano de 2024, o Projeto Verão trouxe três dias de atrações musicais nacionais e locais, além de contar com uma Arena Criativa, que ofereceu uma Tenda Multicultural, com oficinas, concurso de esculturas de areia, mostras musicais, batalhas de rima e apresentações diversas. Além disso, contou com a Tenda Games, onde foram realizados campeonatos de jogos eletrônicos.

Figura 51 - Projeto Verão na Praia da Cinelândia.



Fonte: Radar Sergipe, 2024.

Figura 52 - Batalha de rima no Projeto Verão.



Fonte: Isoka Souza, 2024

A edição de 2024 ainda contou com o “Viradão do Forró”, um evento localizado na Orla do Pôr do Sol, que levou shows de artistas locais para os moradores e visitantes da região.

Figura 53 - Viradão do Forró na Orla do Pôr do Sol.



Foto: Ascom Funcaju, 2024.

O evento contou também com a programação esportiva com atividades como Vôlei de Praia, Beach Tênis, Hand Beach, Futevôlei, Funcional, Beach Soccer, Futmesa, Dança, Skate, Capoeira, Lutas e Patinação.

Figura 54 - Beach Wrestling na programação esportiva do evento



. Fonte: Ascom/Sejesp, 2024.

Aniversário da Cidade

A festa de aniversário de Aracaju é um evento marcante para a cidade e ocorre anualmente no dia 17 de março, data em que se celebra sua fundação em 1855. Com uma programação diversificada, as festividades ao longo dos anos incluíram desde cerimônias oficiais e homenagens até atividades culturais e esportivas que celebram a história e o desenvolvimento da capital sergipana.

Nas décadas passadas, as comemorações eram bastante formais e voltadas para cerimônias cívicas, com desfiles de escolas, apresentações de bandas marciais, e solenidades que homenageavam personagens históricos e autoridades. À medida que a cidade crescia, a festa de aniversário foi se tornando um evento mais inclusivo, incorporando shows, exposições e atividades recreativas.

A partir dos anos 2000, as festividades começaram a atrair um público mais amplo, com a Prefeitura investindo em eventos culturais gratuitos e shows musicais com artistas locais e nacionais, realizados em espaços como a Orla de Atalaia e a Praça dos Mercados Centrais. A edição de 2024 das comemorações do aniversário

de Aracaju, que celebrou os 169 anos da cidade, incluiu uma programação ampla e diversa que se estendeu ao longo de março. Com eventos espalhados por várias regiões da cidade, as festividades contemplaram desde apresentações culturais até inaugurações e ações de inclusão. Além dos shows, a Corrida Cidade de Aracaju tornou-se uma tradição no aniversário, com corredores de todo o país participando de uma prova que passa por pontos históricos e paisagens da cidade, promovendo o esporte e integrando a população em um momento simbólico de celebração.

Figura 55 - Corrida da Cidade de Aracaju



Foto: Marcos Panxão/PMA

Nos últimos anos, as celebrações passaram a incluir atividades voltadas para todos os públicos, como feiras de artesanato, apresentações folclóricas, eventos gastronômicos e exposições de fotografias e documentos históricos sobre Aracaju, oferecendo aos moradores e visitantes uma oportunidade de se reconectar com a cultura local. Esses eventos não apenas comemoram a história da cidade, mas também destacam seu crescimento e a ideia de valorização das raízes culturais sergipanas, reforçando o sentido de pertencimento e identidade local.

Figura 56 – Estrutura de Palco do Aniversário de Aracaju.



Foto: Ana Lícia Menezes, 2024.

Réveillon Aracaju

Os Réveillons em Aracaju são eventos celebrados com grande estrutura, especialmente na Orla de Atalaia, um dos pontos turísticos mais icônicos da cidade. Organizado pela Prefeitura de Aracaju, o evento conta com shows de artistas locais e nacionais, além de uma queima de fogos à meia-noite que ilumina a praia, criando um cenário vibrante para moradores e turistas.

Além da Orla, diversos hotéis, bares e restaurantes promovem festas privativas, oferecendo ceias e atrações musicais para quem busca comemorar a virada do ano de forma mais reservada. Isso movimenta a economia local, especialmente os setores de hospedagem e alimentação, pois atrai visitantes de estados vizinhos.

Em 2024, por exemplo, a programação incluiu mais de 14 horas de apresentações ao longo de dois dias, com atrações nacionais e locais. Este modelo ampliado visa consolidar Aracaju como um destino turístico, contribuindo para o setor hoteleiro, de gastronomia e transporte, com a expectativa de atrair milhares de visitantes para a cidade (Aracaju, Senotícias, AB Sergipe, 2024).

Figura 57 - Reveillon Aracaju 2024.



Foto: Sérgio Silva/PMA, 2024

Para a realização do Réveillon de Aracaju em 2024, a Prefeitura de Aracaju traçou um plano operacional envolvendo múltiplos órgãos municipais e com apoio de instituições estaduais. A Guarda Municipal de Aracaju (GMA) atuou com 300 agentes, enquanto a Polícia Militar mobilizou 200 homens. Recursos tecnológicos, como câmeras de reconhecimento facial, drones e um ônibus de videomonitoramento, foram empregados para aumentar a segurança. A Empresa Municipal de Serviços Urbanos destinou cerca de 300 agentes à limpeza e organização do espaço, além de controlar o descarte de resíduos.

A mobilidade urbana também foi reforçada pela Superintendência Municipal de Transportes e Trânsito (SMTT), que planejou o trânsito na Orla da Atalaia. A Vigilância Sanitária e Epidemiológica e o Posto Médico ofereceram atendimento, com leitos e suporte médico do Serviço de Atendimento Móvel de Urgência (SAMU), que disponibilizou ambulâncias de suporte avançado e básico. A Secretaria Municipal de Assistência Social (SEMFAS) apoiou a acessibilidade e proteção social, com serviços de assistência para o público e apoio ao Conselho Municipal de Defesa dos Direitos da Pessoa com Deficiência (CMDPcD) e ao Conselho Tutelar.

Eventos Carnavalescos

O Carnaval em Aracaju, embora não seja um dos maiores do Brasil, carrega uma tradição única e profunda, expressando a identidade cultural da capital sergipana por meio de blocos de rua, música ao vivo e manifestações artísticas que envolvem a cidade de norte a sul. O evento é caracterizado pela forte presença de blocos tradicionais que, muitas vezes, são enraizados nas comunidades locais e representam décadas de história, sendo transmitidos de geração em geração. A celebração integra as raízes culturais locais com influências externas, resultando em um carnaval diverso e popular, acessível a todas as idades e classes sociais.

Entre os blocos de destaque, o Rasgadinho se sobressai como o coração do carnaval aracajuano, com um percurso que se estende por diversos bairros centrais e envolve milhares de foliões. Este bloco, reconhecido como Patrimônio Cultural e Imaterial de Sergipe, funciona como um ponto de convergência para a população local e para turistas, que juntos aproveitam atrações musicais que vão do frevo ao axé. Além dele, blocos menores como o *Bloco dos Cabeçudos* e *Bobou a Gente Pinga* contribuem para a pluralidade e descentralização do evento, promovendo a folia em bairros menos centrais e trazendo uma perspectiva comunitária à festa.

Figura 58 – Foliões com o estandarte do bloco Rasgadinho.



Foto: Divulgação – Rasgadinho, 2024.

A participação da Prefeitura de Aracaju e o apoio do Governo do Estado são fundamentais para a estrutura e segurança do evento, que conta com operações específicas de trânsito, limpeza e policiamento, garantindo uma experiência segura e organizada para todos os foliões. Em conjunto com associações de moradores e entidades culturais, a gestão pública colabora para que cada bloco e cada festa de rua mantenham as tradições locais e possam se expressar de maneira autêntica. Esse conjunto de esforços e diversidade de blocos faz do carnaval aracajuano um evento memorável, que honra as tradições de Sergipe ao mesmo tempo em que se adapta às novas demandas de seu público.

O bloco Rasgadinho, fundado em 1962 por Seu Leopoldo, se tornou uma das maiores manifestações culturais do Carnaval de Aracaju. Com uma história de mais de 50 anos, o Rasgadinho é reconhecido como Patrimônio Cultural e Imaterial de Sergipe. O bloco se destaca por sua animação e a tradição de usar roupas rasgadas, uma característica que remete à sua origem. A edição de 2024 do Rasgadinho ocorrerá de 10 a 13 de fevereiro e será realizada nos bairros Suíça, Cirurgia e Getúlio Vargas. Para esta festividade, o Governo de Sergipe investiu aproximadamente R\$ 2 milhões, garantindo a presença de mais de 90 atrações musicais. (Sergipe, 2024).

Figura 59 - Edição antiga do Rasgadinho na Rua João Pessoa.



Foto: Acervo Edele Ramos

O Rasgadinho em 2024 contou com dois cortejos de trios elétricos, e quatro estruturas de palcos temáticos, em formato de festival de música de diferentes gêneros, sendo eles:

- Circuito Rasgadinho - Coração da Cidade: Rua Maruim, Av. Pedro Calazans, Rua Estância, Rua Gararu e Avenida Edézio Vieira de Melo (Explosão)
- Circuito Seo Leopoldo: Avenida Edézio Vieira de Melo (Explosão)
- Palco Forró, Palco Samba, Rasga Beats - Eletrônico: Avenida Pedro Calazans
- Espaço Meu Papagaio: Cruzamento das ruas Estância e Gararu. (Infonet, 2024)

Figura 60 - Show de artistas locais no Rasgadinho



No carnaval de Aracaju, a Prefeitura investe principalmente na organização e infraestrutura para apoiar os blocos de rua, que são parte fundamental das festividades da cidade. Em 2024, por exemplo, mais de 70 blocos foram autorizados para desfilar em diferentes pontos da capital sergipana. A gestão municipal colabora fornecendo segurança, limpeza, suporte de trânsito, e estrutura como banheiros químicos para os eventos, visando garantir que os festejos ocorram de maneira organizada e acessível. Além disso, a Empresa Municipal de Serviços Urbanos (Emsurb) realiza mutirões de limpeza nas ruas onde os blocos circulam para manter a cidade em boas condições durante a folia.

A condução das festividades carnavalescas em Aracaju tem ao mesmo tempo buscado fortalecer o Rasgadinho enquanto evento principal, no qual há forte

investimento público, mas também dar maior autonomia para eventos carnavalescos organizados por associações, grupos organizados e setor privado, na justificativa de fortalecimento da autonomia das manifestações festivas espontâneas da sociedade, que se reflete na grande quantidade de blocos de rua ocorrendo no ano de 2024 na cidade.

No caso dos blocos de rua, as alterações das dinâmicas de uso e apropriação dos espaços dos cortejos são alteradas de forma transitória, sem que haja nenhuma mudança na estrutura física no espaço urbano utilizado pelos foliões, de maneira que a formação de espaços para consumo é dada apenas pela alteração do sentido de uso desses espaços, o que se difere de todos os casos de espetacularização transitória citadas até então no presente trabalho, que necessitam de estruturas arquitetônicas efêmeras instaladas em pontos específicos do espaço urbano. As estruturas que serviriam para alojar os equipamentos de som e de iluminação, os espaços de palco e camarim estão instalados em um veículo automotor, o trio elétrico, bem como o comércio de bebidas fica por parte de ambulantes que acompanham o itinerário.

Figura 61 - Bloco Afro no Rasgadinho 2024.



Fonte: Flickr rasgadinhocarnaval, 2024.

Figura 62 - Vendedor ambulante Marcelo.



Foto: Portal Infonet, 2020.

Figura 63 – Banner Pré Caju 2024.



Fonte: Divulgação Pré Caju, 2024.

Dando continuidade às grandes festividades em Aracaju, o Pré-Caju é outro evento marcante que antecipa o carnaval e compõe o calendário de eventos da cidade, funcionando como uma prévia da folia. Esse evento de pré-carnaval já se consolidou na capital sergipana como uma celebração popular e, ao longo de suas edições, reuniu uma série de blocos e atrações que envolvem milhares de foliões, sendo o maior evento de caráter particular da cidade.

A festa é marcada pelo formato de trios elétricos que percorrem a avenida ao som de grandes artistas da música brasileira, especialmente do axé e outros ritmos típicos do carnaval.

Um dos principais pontos positivos do Pré-Caju é o impacto econômico que o evento gera para Aracaju. O fluxo de turistas aquece setores como hotelaria, gastronomia e transporte, além de impulsionar o comércio informal. A festa também tem um papel relevante na divulgação da cultura sergipana para o restante do país, colocando a cidade no mapa dos grandes eventos carnavalescos. Outro aspecto positivo é a diversidade musical que o evento proporciona, trazendo artistas consagrados e novos talentos, o que contribui para a valorização da música brasileira.

No entanto, o Pré-Caju também gera algumas controvérsias. Entre os pontos negativos, destacam-se os impactos ambientais e a dificuldade de mobilidade urbana durante os dias de festa, especialmente quando realizada em áreas centrais da cidade. O aumento do consumo de bebidas alcoólicas e o grande fluxo de pessoas podem acarretar problemas relacionados à segurança pública, exigindo um planejamento eficiente para evitar ocorrências. Além disso, parte da população questiona o alto investimento público que, em algumas edições, foi necessário para a realização do evento, especialmente em momentos de crise econômica, uma vez que conta com o apoio da Prefeitura e Governo do Estado.

Figura 64 - Pré Caju na Orla de Atalaia



Foto: Leonardo Barreto/TV Sergipe, 2024.

Repercussão

Apesar da grande adesão da população a esses eventos cobertura midiática recente sobre os gastos públicos em festas e eventos em Aracaju se intensificou após notícias destacarem altos cachês para artistas nacionais, enquanto os músicos locais recebiam valores mais modestos. A polêmica aumentou quando foi divulgado que no evento de comemoração de 169 anos da cidade, a cantora Ludmilla, substituindo Iza, custaria R\$ 770 mil aos cofres da cidade, com veículos como Manguê Jornalismo e F5 News discutindo a prioridade desses investimentos em comparação com áreas essenciais, como saúde e educação. Os portais de notícias, trouxeram à tona o debate sobre as prioridades dos gastos públicos ao noticiar que a Prefeitura de Aracaju e o Governo de Sergipe investiram somas consideráveis em festividades como o São João e o Carnaval, eventos de grande porte que atraem turistas e mobilizam a economia local, mas que também levantam questões sobre a justiça na distribuição desses valores entre artistas nacionais e locais.

Figura 65 – Matéria do Jornal Sergipense



A partir da divulgação de dados, verificou-se que a Prefeitura de Aracaju gastou aproximadamente R\$ 7 milhões com cachês de atrações de renome nacional em apenas três festividades, de acordo com as reportagens. Essa situação gerou controvérsia porque, em contraste, os artistas locais, fundamentais para a

manutenção da cultura sergipana, recebem quantias substancialmente inferiores. Isso foi destacado pelo portal Mangue Jornalismo, que também apontou a insatisfação de artistas e produtores culturais locais em relação a essa disparidade, indicando que, embora o investimento em atrações de renome possa trazer benefícios econômicos, ele nem sempre fortalece a cena cultural regional.

O F5 News abordou a questão do investimento direto do governo federal em eventos culturais locais, especificamente os festejos juninos em Sergipe, com uma verba de R\$ 16 milhões liberada pelo Ministério da Cultura. Esse aporte é visto como um incentivo ao turismo e à preservação do patrimônio cultural, mas também reflete uma tendência de destinar recursos para áreas que nem sempre representam um retorno de longo prazo para as demandas sociais e infraestruturais do estado. Para alguns críticos, há uma necessidade de equilibrar esses incentivos com investimentos em setores essenciais como saúde, educação e saneamento, que também são primordiais para o bem-estar da população.

O portal Agência Cidades, por sua vez, explorou o limite legal e administrativo dos gastos públicos com eventos, enfatizando a importância de haver transparência e clareza nos orçamentos e nas justificativas das alocações. Essa publicação abordou a pressão sobre a Prefeitura de Aracaju para manter uma gestão equilibrada entre o incentivo cultural e as outras áreas prioritárias, especialmente em tempos de restrições financeiras. Além disso, a mídia questionou se o retorno econômico de festividades tão caras justifica o investimento, ou se há uma desproporção entre o valor gasto e o benefício percebido pela população.

A cobertura midiática revela um panorama de divergência entre gestores públicos, agentes culturais, e a população em geral. Muitos veem o investimento em eventos culturais como um incentivo necessário para promover a identidade e o turismo de Aracaju, defendendo que tais eventos movimentam a economia local, atraem visitantes e valorizam a cultura nordestina. Por outro lado, há uma parcela da população e de especialistas que considera esses gastos excessivos em comparação com as demandas sociais, especialmente quando artistas locais não recebem o mesmo apoio financeiro.

Essa discussão reflete uma questão mais ampla de governança e planejamento urbano-cultural: como garantir que os recursos destinados à cultura e ao entretenimento também promovam o desenvolvimento sustentável e atendam às necessidades mais amplas da cidade e de seus habitantes. Essa abordagem critica a

necessidade de um balanço adequado entre preservação cultural, incentivo ao turismo, e atenção às demandas sociais essenciais para a população, proporcionando uma visão ampla sobre o uso dos recursos públicos em Aracaju.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Ao longo desta dissertação, buscou-se compreender a espetacularização urbana de Aracaju, explorando as transformações no espaço urbano impulsionadas por políticas urbanas e estratégias de City Marketing. Este fenômeno, característico das dinâmicas neoliberais contemporâneas, transforma a cidade em um produto de consumo, onde o valor mercadológico da "imagem urbana" ganha centralidade. Em Aracaju, o estudo das intervenções urbanísticas revela uma estratégia de valorização estética e simbólica, direcionada tanto ao turismo quanto à construção de uma identidade que atraia investimentos.

Diante disso, surge um questionamento fundamental: se práticas de city marketing e promoção de eventos fazem parte da realidade da maioria das cidades contemporâneas, o que diferencia Aracaju dentro desse contexto global? De fato, estratégias de espetacularização urbana são amplamente utilizadas por governos municipais para atrair investimentos e reforçar a identidade urbana. No entanto, o caso de Aracaju se destaca pela intensidade e rapidez com que essas intervenções ocorreram dentro do contexto de uma cidade sem um histórico consolidado de forte apelo turístico ou grande urbanização. Enquanto metrópoles globais já passaram por ciclos mais longos de espetacularização, Aracaju vivencia esse fenômeno de forma acelerada nas últimas décadas, alterando rapidamente suas dinâmicas sociais e econômicas.

O diferencial deste estudo está em evidenciar como, em cidades médias como Aracaju, a espetacularização não apenas reconfigura a imagem urbana, mas também interfere diretamente no acesso à cidade por parte de diferentes classes sociais. A promoção de eventos e a criação de uma identidade urbana voltada ao consumo e ao turismo moldam não apenas a paisagem, mas também a estrutura de oportunidades e restrições para seus habitantes. Assim, o argumento inovador da dissertação reside na análise desse fenômeno em um espaço urbano que não era tradicionalmente um polo de city marketing, mas que passou a incorporar essa lógica como estratégia central de gestão como movimento que dialoga com a atual tendência neoliberal de gestão de cidade.

Nesse sentido, a espetacularização urbana não apenas transforma a paisagem da cidade, mas também influencia diretamente o comportamento dos cidadãos.

Espaços públicos que antes eram locais de encontro passam a ser regulados por normas que impedem certas manifestações políticas e culturais, enquanto grandes eventos são promovidos para reforçar uma imagem de progresso e modernidade. Essa estratégia é amplamente utilizada por governos e corporações para fortalecer sua influência sobre a população, criando uma sensação de pertencimento que, na realidade, esconde processos de segregação social e de controle simbólico.

Outro aspecto relevante da espetacularização é a sua relação com o turismo e o consumo. Cidades que adotam essa lógica passam a ser projetadas para atender às expectativas de visitantes e investidores, muitas vezes em detrimento das necessidades dos moradores. Grandes eventos, como festivais culturais e feiras internacionais, tornam-se mecanismos para atrair capital e projetar uma identidade urbana específica, ainda que essa identidade não represente a totalidade da população. Dessa forma, a cidade se torna um produto a ser consumido, e a experiência urbana passa a ser mediada por uma lógica mercantilizada.

A pesquisa apresentou que o aumento da produção de imagens turísticas voltadas ao consumo reflete uma gestão voltada para o mercado, com a promoção de eventos e intervenções temporárias que reforçam a lógica de cidade-espetáculo. Esta orientação não apenas altera a percepção pública sobre Aracaju, mas também intensifica a mercantilização dos espaços, muitas vezes em detrimento das necessidades dos moradores locais. Assim, a espetacularização se manifesta não apenas em projetos físicos, mas também no imaginário coletivo, contribuindo para a formação de um modelo de cidade que privilegia a atratividade e o consumo em detrimento do uso cotidiano e das demandas sociais autênticas.

A análise do City Marketing em Aracaju revela que a construção de uma imagem de cidade está intrinsicamente ligada a uma narrativa legitimadora promovida pelo poder público e reforçada pela iniciativa privada. Esse discurso busca consolidar a cidade como um produto atrativo em um mercado globalizado, moldando não apenas a paisagem urbana, mas também a percepção de moradores e turistas. Em Aracaju, o City Marketing torna-se uma ferramenta para destacar o "potencial de consumo" da cidade, apresentando-a como um destino de qualidade de vida e sofisticação.

No entanto, essa estratégia de marketing urbano não é apenas uma forma de promoção, mas também uma prática de controle social, na medida em que define quais aspectos da cidade devem ser exibidos e valorizados. Ao enfatizar elementos

que reforçam a ideia de modernidade e progresso, o City Marketing contribui para um processo de exclusão simbólica, onde as áreas e as populações que não correspondem a esse ideal acabam marginalizadas. Nesse contexto, o discurso legitimador se torna um mecanismo que privilegia certos grupos sociais e suas aspirações, reforçando as desigualdades e os interesses de setores com maior poder econômico.

Esse processo, analisado à luz de autores como Guy Debord (1997), David Harvey (2005), Sharon Zukin (1995) e Henri Lefebvre (2001), evidencia como a organização das cidades não se dá apenas pelo planejamento urbano técnico, mas também por uma construção simbólica que busca ordenar comportamentos e reforçar relações de poder. O espaço urbano, nesse contexto, deixa de ser apenas um local de convivência espontânea e se torna uma ferramenta de controle social, onde as interações são reguladas por dinâmicas de consumo e normatização da vida cotidiana.

Além disso, ao legitimar a intervenção da iniciativa privada na gestão dos espaços urbanos, o City Marketing acaba por subordinar o planejamento da cidade às exigências de um mercado competitivo, em que a cidade é vista como uma marca a ser comercializada. Esse fenômeno impulsiona uma lógica de valorização imobiliária e de mercantilização do espaço público, onde a função social da cidade é frequentemente comprometida, fortalecendo uma economia urbana voltada ao consumo, na qual os investimentos em infraestrutura e em publicidade favorecem a criação de uma imagem idealizada e conveniente para interesses econômicos, mas que nem sempre atende às necessidades da população local.

A espetacularização não se limita à estética e ao consumo; ela reforça a desigualdade ao privilegiar determinados grupos sociais e suas aspirações, ao passo que marginaliza outros. Em Aracaju, por exemplo, essa dinâmica é visível em regiões onde a infraestrutura urbana e os elementos visuais ressaltam a presença e o estilo de vida da elite econômica, criando espaços que servem mais para demonstração de status do que para integração social.

O estudo sobre a espetacularização urbana pela afirmação da vida socialmente dominante mostra que a cidade, além de seu papel como espaço físico, atua como um reflexo das relações de poder e das divisões socioeconômicas históricas. Diante dessas reflexões, torna-se evidente que a espetacularização urbana é uma ferramenta poderosa para reforçar estruturas de poder e aprofundar desigualdades. Enquanto a

cidade é vendida como um espaço de inovação e dinamismo, muitos de seus habitantes são excluídos das decisões que afetam diretamente seu cotidiano.

Esse processo está intrinsecamente ligado à acumulação de capital e à concentração fundiária, reforçando um modelo de cidade em que o valor econômico dos espaços urbanos está diretamente associado à sua capacidade de atrair investimentos e simbolizar status. Assim, áreas nobres, altamente valorizadas e dotadas de infraestrutura diferenciada, representam não apenas o “progresso” da cidade, mas também a materialização das desigualdades socioespaciais, um cenário que limita a inclusão social e alimenta um ciclo de exclusão e valorização imobiliária para poucos.

Além disso, o trabalho evidencia que a percepção de valor dos espaços urbanos não é neutra; ela é construída e reforçada por políticas de incentivo ao consumo e por narrativas que promovem certos bairros como referências de qualidade de vida e sofisticação. Em contraste, áreas que não correspondem a esse modelo idealizado permanecem negligenciadas, ampliando as disparidades entre os habitantes de Aracaju. Ao estruturar a cidade em zonas de espetáculo que privilegiam a elite, o poder público contribui para um cenário onde o uso dos espaços urbanos é cada vez mais excludente e menos acessível.

A análise do espetáculo dos eventos em Aracaju evidenciou como os eventos temporários, especialmente os de grande porte, contribuem para uma reconfiguração transitória dos espaços urbanos. Essas transformações impactam não apenas a estética da cidade, mas também seu uso, promovendo áreas voltadas ao consumo e ao turismo. Em Aracaju, esses eventos reforçam a imagem da cidade como um destino atrativo, onde o lazer e o entretenimento são articulados como elementos centrais da vida urbana, sobretudo para atender ao público externo.

Os eventos promovidos em Aracaju, como grandes festas e festivais, exemplificam a transitoriedade das alterações espaciais, sem grandes modificações na infraestrutura duradoura. Isso resulta em uma cidade projetada para o espetáculo, onde os espaços são adaptados temporariamente para o consumo, sem que ocorram benefícios estruturais permanentes para os residentes.

Além disso, a espetacularização urbana por meio de eventos fortalece a parceria entre o setor público e a iniciativa privada, que, juntos, contribuem para a promoção e o financiamento dessas festividades. Embora tais parcerias tragam benefícios econômicos, como o aumento do comércio local e da ocupação hoteleira,

elas frequentemente relegam as demandas sociais a um plano secundário. Em Aracaju, essa dinâmica torna-se evidente na priorização de investimentos temporários em detrimento de políticas que promovam a melhoria dos serviços públicos e da infraestrutura permanente, o que levanta questionamentos sobre o real impacto desses eventos para a comunidade local.

Portanto, com o presente trabalho reforçamos a importância de se repensar a relação entre políticas de City Marketing e o bem-estar social. É necessário que Aracaju busque um desenvolvimento urbano que respeite as particularidades locais, promovendo uma imagem que seja inclusiva e represente todos os segmentos sociais da cidade. Em vez de focar unicamente no espetáculo visual e na competição por investimentos, uma política urbana mais equilibrada pode tornar Aracaju não apenas uma cidade atraente para turistas, mas um espaço justo e acolhedor para seus moradores, superando as limitações de uma cidade transformada apenas para o consumo.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ALMEIDA, G. G. F. de; ENGEL, V. **A cidade-mercadoria e o marketing urbano na (re)construção da imagem dos espaços públicos: o caso da marca da cidade do Rio de Janeiro** | The merchandise city and urban marketing in (re) constructing the image of public spaces: the case of the city of Rio de Janeiro. **Revista Brasileira de Estudos Urbanos e Regionais**, [S. l.], v. 19, n. 1, p. 89, 2017.

ALVES, Guilherme Ricardo Oliveira. **Aracaju: cidade humana, inteligente e criativa para quem?**. São Cristóvão, SE, 2021.

ANDERSON, Benedict. **Comunidades imaginadas: reflexões sobre a origem e a difusão do nacionalismo**. São Paulo: Companhia das Letras, 2008.

ARACAJU. **Lei Municipal nº 873, de 01 de outubro de 1982**. Dispõe sobre [descrever o assunto, se aplicável]. Publicada em [informar a fonte, se conhecida, como Diário Oficial].

ARANTES, Otília Beatriz Fiori. **Uma estratégia fatal: a cultura nas novas gestões urbanas. A cidade do pensamento único: desmanchando consensos**. Tradução. Petrópolis: Editora Vozes, 2000.

BATISTA FILHO, Nelson Pereira; GASPEROTO, Hélder Henrique Jacovetti. **Política urbana e seus instrumentos**. Revista Unar, Araras (Brasil), v.9, n.2., 2014, 12p.

BARTHES, Roland. **A câmara clara: nota sobre a fotografia**. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1984.

BAUDRILLARD, Jean. **A sociedade do consumo**. Rio de Janeiro: Elfos Ed. Lisboa: Edições 70, 1995.

BECKER, Howard S. **Visual sociology, documentary photography, and photojournalism**. Studies in the Anthropology of Visual Communication, v. 1, n. 1, p. 3–26, 1995.

BENJAMIN, Walter. **Magia e técnica, arte e política: ensaios sobre literatura e história da cultura**. 7. ed. São Paulo: Brasiliense, 1994.

BHABHA, Homi K. **O local da cultura**. Ed. UFMG: Belo Horizonte, 1998.

BRASIL, Lei 5788/90. **Estatuto da Cidade**. Presidente da República em 10 de julho de 2001.

CALDEIRA, Teresa Pires do Rio. **Cidade de muros**. 2ª edição, São Paulo, Editora 34, Edusp, 2003.

CAMPOS, A. C. **A Construção da Cidade Segregada: O Papel do Estado na Urbanização de Aracaju**. In: ARAUJO, H. N.; VILAR, J. W. C.; WANDERLEY, L.L.

CARVALHO, Edemir de, **Cidades Brasileiras, crescimento e desigualdade social**, ORG & DEMO, n3, p. 45-54, 2002.

CARVALHO, Inaiá Maria Moreira de; PASTERNAK, Suzana; BÓGUS, Lúcia Machado. **Transformações metropolitanas: São Paulo e Salvador**. *Cadernos CRH*, Salvador, v. 23, n. 59, p. 387-407, ago. 2010.

CARVALHO, Lygia Nunes, **As Políticas Públicas de Localização da Habitação de Interesse Social Induzindo a Expansão Urbana em Aracaju/SE**, São Paulo, 2013.

CASTELLS, Manuel e BORJA, Jordi. **As cidades como atores políticos**. In *Novos Estudos*, nº. 45, p. 152 a 166. São Paulo: CEBRAP, 1996.

CASTELLS, Manuel. **O Poder da Identidade**. Vol. II. São Paulo: Paz E Terra. 6ª edição, 2008.

CHAVES, Carolina. **Casas modernas de Aracaju: documento e memória**. Inventário e Documentação, 2019.

CHOAY, Françoise. **O urbanismo – utopias e realidades: uma antologia**. São Paulo: Perspectiva, 2002.

DEBORD, Guy. **A Sociedade do Espetáculo**. Rio de Janeiro: Contraponto, 1997.

DINIZ, Dora Neuza Leal. **Aracaju: a construção da imagem da cidade**. Dissertação (mestrado) – Universidade de São Paulo, Faculdade de Arquitetura e Urbanismo, Programa de Pós-Graduação em Arquitetura e Urbanismo da FAAUSP, São Paulo, 2009.

FEATHERSTONE, Mike. **Cultura de Consumo e Pós-Modernismo**. São Paulo: Studio Nobel, 1995.

FERNANDES, Florestan. **A Revolução Burguesa no Brasil: ensaio de interpretação sociológica**. 5 ed. Globo, São Paulo, 2006.

FORTUNA, Carlos. **Évora: Um Caso de Destradicionalização da Imagem de Cidade**. 1997.

FRANÇA, Sarah L. A. **Os Condomínios Horizontais Fechados na Zona de Expansão Urbana de Aracaju: Uma Nova Modalidade de Segregação**. In VI Encontro Nacional da ANPEGE, 2005, Anais..., Fortaleza: UFCE, 2005.

FRANÇA, Sarah Lúcia Alves. **Um novo “estilo” de moradia contemporânea: Condomínios horizontais em Aracaju SE**. *Minha Cidade*, São Paulo, ano 16, n. 181.03, Vitruvius, ago. 2015

FRANÇA, Sarah Lúcia Alves. **Zona de Expansão Urbana de Aracaju: Conflitos entre Ocupação e Condições Ambientais.** XIV Encontro Nacional da ANPUR, 2011, Rio de Janeiro, RJ, Brasil.

FREIRE, Felisbello. **História de Sergipe.** Rio de Janeiro, Petrópolis, Vozes e Governo do Estado de Sergipe, 1977.

FREITAS, Lara B. A; LIMA, Letícia B. B. M. **Hierarquização de atrativos turísticos em Aracaju e Ilha Mem de Sá, Sergipe.** *Revista Iberoamericana de Turismo*, v. 10, n. 2, p. 105-122, 2020.

FUNDAÇÃO GETÚLIO VARGAS. **Qualidade de vida nas capitais brasileiras.** Rio de Janeiro: FGV, 2005.

HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade.** DP&A: Rio de Janeiro, 2006.

HARVEY, David. **A condição pós-moderna: Uma pesquisa sobre as origens da mudança cultural.** São Paulo, Edições Loyola 1992.

HOBBSAWN, Eric J & T. Ranger (eds.) "Introdução". **A invenção das tradições.** Rio de Janeiro, 1997.

JELINEK, Rochelle. **O princípio da função social da propriedade e sua repercussão sobre o sistema do Código Civil.** Porto Alegre, 2006.

JUNIOR, M. E; NUNES, O. V. R; PASSOS, R. M. **Grandes Projetos, Grandes Eventos, Turistificação do Território: da Produção Cultural à Mercantilização e Espetacularização da Cidade e da Cultura Urbana.** R. B. Estudos Urbanos e Regionais V.16, p.125-138, 2014.

LEFEBVRE, Henri. **O Direito à Cidade.** São Paulo: Centauro, 2001. 144 p.

LEITE, R. P., & Jesus, C. F. P. de. (2024). **Territórios da incerteza no Brasil contemporâneo: sociabilidades de bairro e violência urbana.** *Civitas: Revista De Ciências Sociais*, 24(1), e44918.

LEITE, Rogério Proença. **Contra-usos da Cidade: Lugares e Espaço Público na Experiência Contemporânea.** 2. ed. Campinas, SP: Editora da Unicamp, 2007. 376 p.

LEITE, Rogerio Proença; VIEIRA, Ewerthon C. J. (orgs.). **Distopias urbanas /** Organizadores: 1. ed. Aracaju, SE: Criação Editora, 2021.

LOPES, Daniel; LEITE, Vittorio. **Cidades inteligentes: conceitos e aplicações.** Brasília: Escola Nacional de Administração Pública, 2021.

LOPES, Edmilson. **Conflitos socioambientais urbanos no contexto de periferização da metrópole: Uma Perspectiva a Partir das UTPs (Unidades**

Territoriais de Planejamento) da RMC - Região metropolitana de Curitiba, Curitiba, 2011.

LYNCH, Kevin, **A Imagem da Cidade**, The Image of City, 1960, São Paulo: Editora WMF Martins Fontes, 2011.

MARIANO, Agnes. **A invenção da baianidade**: segundo as letras de canções. 2. ed.- Salvador: EDUFBA, 2019.

MARICATO, E. **As ideias fora do lugar e o lugar fora das ideias**: Planejamento Urbano no Brasil. Rio de Janeiro, 2009.

MARICATO, E. **Brasil 2000**: qual planejamento urbano?. Rio de Janeiro, 2000.

MASCARENHAS, Gilmar. **Cidade mercadoria, cidade-vitrine, cidade turística**: a espetacularização do urbano nos megaeventos esportivos. Caderno Virtual de Turismo, Rio de Janeiro, v. 14, n. 1, p. 52-65, nov. 2014.

MELO, Cindy Rosa. **Reflexões sobre o Calçadão Praia Formosa em Aracaju-SE**: a produção de um cartão postal. **Distopias urbanas** / 1. ed. Aracaju, SE: Criação Editora, 2021.

NETO, Anquilino José de Brito. **“AO SUL DE ARACAJU...”** Memória e História da Atalaia Velha (1900-1952). São Cristóvão, 2015.

NETO, Edvaldo Alves de Souza, **“Ô levanta nego, cativo se acabou”**: experiências de libertos em Sergipe durante o pós-abolição (1888-1900) – São Cristóvão, 2016.

NOGUEIRA, Adriana D. **Análise Sintático Espacial das Transformações Urbanas de Aracaju (1855-2003)**. Salvador, 2004.

O Bairro Jardins: Processo de Crescimento Urbano, Consolidação de Estratos Socioeconômicos e “Ilhas” de Segregação Social, Geonordeste, ano XXI, n.1, 2010
PAIVA, Ricardo Alexandre. **Megaeventos**: a arquitetura do espetáculo e o espetáculo da arquitetura. São Paulo, 2019

PAULA, Larissa Araújo Coutinho de. **Êxodo rural seletivo**: Reflexões sobre a migração de jovens e mulheres nos espaços rurais, Artigo, 2018.

PILÃO, Valéria. **A TRANSFORMAÇÃO URBANA POR MEIO DE MEGAEVENTOS E DA CULTURA**: QUEM GANHA?. Revista Aurora, vol. 9, no 01, nov. 2016.

RABELO, Josevânia Nunes, **Sociabilidades e Enobrecimento**: O Bairro Treze de Julho em Aracaju, Dissertação, São Cristóvão/SE, 2009.

ROCHA, Ana Beatriz da, REIS, Paulo. **“Rio Cidade Olímpica” e a construção de uma (nova) imagem para a Zona Portuária do Rio de Janeiro**.Thésis, Rio de Janeiro, v. 2, n. 4, p. 63-84, nov./dez. 2017.

SÁNCHEZ, F. **Buscando um lugar ao sol para as cidades:** o papel das atuais políticas de promoção urbana. Revista Paranaense de Geografia, n. 4, 1999.

SANTANA, Cleber de Oliveira, **Ê GENTE QUE SAMBA!** Práticas Culturais e Sociabilidades na cidade de Aracaju/SE, PUC/SP, São Paulo, 2011.

SANTOS, Jadson J. SOARES, Maria J.N. **Contradições Entre o Urbano e o Natural:** o processo de construção e ocupação da orla de atalaia em aracaju, Sergipe. Revista de Geografia (Recife) V. 38, No. 2, 2021

SANTOS, Mário Jorge Silva. **A (re)produção da segregação socioespacial na Região Metropolitana de Aracaju (SE):** interfaces da ação do Estado e do capital. São Cristóvão, SE, 2018.

SANTOS, Sheila Costa. **A Análise Da Transformação Urbana Do Bairro Coroa Do Meio Mediante Teoria Da Sintaxe Espacial.** Aracaju, 2009.

SANTOS, Waldefrankly Rolim de Almeida, **Práticas e Apropriações na Construção do Urbano na Cidade de Aracaju/SE,** São Cristóvão, 2007.

SILVA, César Henriques Matos e, **Espaço Público Político e Urbanidade:** O Caso do Centro de Aracaju, Salvador, 2009.

SILVA, Joab Almeida; SANTOS, Criatiane A.J. **Análise da competitividade do turismo no município de Aracaju.** Revista de Turismo Contemporâneo – RTC, Natal, v. 3, n. 2, p. 188-210, jul./dez. 2015.

SIMMEL, Georg. **A metrópole e a vida mental.** Em VELHO, Otávio G. (org), O fenômeno urbano, Rio de Janeiro: Guanabara, 1987 (1902).

SOUZA, R.M. (org.) **O Ambiente Urbano:** Visões geográficas de Aracaju. Aracaju: EdUFS, 2006. p. 223-246.

TONELLA, Celene. **Políticas Urbanas no Brasil:** Marcos Legais, Sujeitos e Instituições. Revista Sociedade e Estado, v. 28, n. 1, p. 29-52, jan./abr. 2013.

VAINER, Carlos B. **Pátria, empresa e mercadoria:** Notas sobre a estratégia discursiva do Planejamento Estratégico Urbano, 2007.

VIEIRA, Ewerthon C. J. **Espetacularização da Cidade e (Re)apropriações Culturais:** Políticas Urbanas e as Novas Imagens de Consumo de Salvador-BA. São Cristóvão, 2016.

VIEIRA, Ewerthon Clauber Jesus, **Políticas Urbanas e Imagens da Cidade:** Da “Terra Dura” ao Bairro de “Santa Maria” em Aracaju-SE, São Cristóvão, 2011.

ZUKIN, Sharon. **Paisagens Urbanas Pós-Modernas:** Mapeando Cultura e Poder, 2000.

SITES CONSULTADOS:

95 FM. **Forró Caju 2024 é encerrado com 60 mil pessoas na Praça dos Mercados.** 2024. Disponível em: <http://www.955fm.com.br/cotidiano/2024/06/35435/forro-caju-2024-e-encerrado-com-60-mil-pessoas-na-praca-dos-.html>. Acesso em: 15 set. 2024.

A8SE. **João Samuel Rosa e Timbalada:** confira atrações da festa de Réveillon 2024 em Aracaju. 2023. Disponível em: <https://a8se.com/noticias/entretenimento/agenda/jao-samuel-rosa-e-timbalada-confira-atracoes-da-festa-de-reveillon-2024-em-aracaju/>. Acesso em: 26 out. 2024.

AGÊNCIA CIDADES. **Quanto a Prefeitura pode gastar com show?** 10 nov. 2024. Disponível em: <https://www.agenciacydades.com.br/reportagens/quanto-a-prefeitura-pode-gastar-com-show/156/>. Acesso em: 10 nov. 2024.

AJN1. **Forró Caju 2024:** Bugio e Augusto Franco recebem o forró nos bairros neste sábado e domingo. 2024. Disponível em: <https://ajn1.com.br/urbano/forro-caju-2024-bugio-e-augusto-franco-recebem-o-forro-nos-bairros-neste-sabado-e-domingo/>. Acesso em: 14 set. 2024.

ANATOMIA DE UM BAIRRO. **De colônia de pescadores a cartão postal.** [s. d.]. Disponível em: <https://greices.wixsite.com/anatomiadeumbairro/o-que-citr>. Acesso em: 12 nov. 2024.

ARACAJU. **Prefeito Edvaldo anuncia programação do Réveillon 2024 de Aracaju.** 21 out. 2024. Disponível em: https://www.aracaju.se.gov.br/noticias/102759/prefeito_edvaldo_anuncia_programacao_do_reveillon_2024_de_aracaju.html. Acesso em: 22 out. 2024.

BACANUDO. **Ícônico Caju foi revitalizado.** 2021. Disponível em: https://bacanudo.com/leitura/5208/Iconico_Caju_foi_revitalizado. Acesso em: 12 set. 2024.

BANESE. **Banese libera Credi Junino com valor pré-aprovado de R\$ 3 mil.** 2024. Disponível em: <https://www.banese.com.br/o-banese/imprensa/2024/05/31/banese-libera-credi-junino-com-valor-pre-aprovado-de-r-3-mil>. Acesso em: 10 set. 2024.

BLOG CELI HOTEL. **São José: um santo lugar!** 2016. Disponível em: <https://blogcelihotel.wordpress.com/2016/02/19/sao-jose-um-santo-lugar/>. Acesso em: 11 nov. 2024.

F5 NEWS. **Corrida Cidade de Aracaju:** tradição, cultura e história. 2020. Disponível em: <https://www.f5news.com.br/esporte-/corrida-cidade-de-aracaju-tradicao-cultura-e-historia.html>. Acesso em: 20 out. 2024.

F5 NEWS. **Cultura libera R\$ 16 milhões para festejos juninos em SE.** 2024. Disponível em: https://www.f5news.com.br/politica/cultura-libera-r-16-milhoes-para-festejos-juninos-em-se_47242/. Acesso em: 8 nov. 2024.

FACEBOOK. **Cajucidade.** 2023. Disponível em: <https://www.facebook.com/watch/?v=870207204049452>. Acesso em: 07 set. 2024.

FAXAJU. **Forró Caju 2024:** Festa supera as expectativas e emociona multidão na Praça dos Mercados em Aracaju. 2024. Disponível em: <https://www.faxaju.com.br/sergipe/forro-caju-2024-festa-supera-a-expectativas-e-emociona-multidao-na-praca-dos-mercados-em-aracaju/>. Acesso em: 16 set. 2024.

G1. **Aracaju é campeã em qualidade de vida.** Globo Repórter, 2008. Disponível em: <https://g1.globo.com/globoreporter/0,,MUL1035187-16619,00-ARACAJU+E+CAMPEA+EM+QUALIDADE+DE+VIDA.html>. Acesso em: 01 set. 2024.

G1. **Letreiro “Eu amo Aracaju” é instalado na orla da Atalaia.** 2016. Disponível em: <https://g1.globo.com/se/sergipe/noticia/2016/03/letrado-eu-amo-aracaju-e-instalado-na-orla-da-atalaia.html>. Acesso em: 09 set. 2024.

G1. **Natal Iluminado em Aracaju:** confira a programação. 2023. Disponível em: <https://g1.globo.com/se/sergipe/noticia/2023/11/26/natal-iluminado-em-aracaju-confira-a-programacao.ghtml>. Acesso em: 8 out. 2024.

GE. **Corrida Cidade de Aracaju 2024:** horário, pontos de largada e trajeto. 2024. Disponível em: <https://ge.globo.com/se/noticia/2024/03/18/corrida-cidade-de-aracaju-2024-horario-pontos-de-largada-e-trajeto.ghtml>. Acesso em: 17 out. 2024.

IMPRENSA 24H. **São João na Praça do Forró Caju 2024.** 2024. Disponível em: <https://imprensa24h.com.br/sao-joao-na-praca-do-forro-caju-2024/>. Acesso em: 13 set. 2024.

INFONET. **Carnaval 2024:** confira a programação de hoje do Rasgadinho. 2024. Disponível em: <https://infonet.com.br/noticias/cultura/carnaval-2024-confira-a-programacao-de-hoje-do-rasgadinho/>. Acesso em: 2 nov. 2024.

INFONET. **Carnaval aquece comércio informal em Aracaju.** 2024. Disponível em: <https://infonet.com.br/noticias/economia/carnaval-aquece-comercio-informal-em-aracaju/>. Acesso em: 4 nov. 2024.

INSTITUTO MARCELO DEDA. **Aracaju é apontada como a melhor capital do Norte e Nordeste em qualidade de vida.** Instituto Marcelo Deda, 2005. Disponível em: <https://www.institutomarcelodeda.com.br/aracaju-e-apontada-como-a-melhor-capital-do-norte-e-nordeste-em-qualidade-de-vida/>. Acesso em: 03 set. 2024.

ISTO É SERGIPE. **História do Seu Bairro:** Bairro São José, em Aracaju. 2013. Disponível em: <https://istoessergipe.blogspot.com/2013/06/historia-do-seu-bairro-bairro-sao-jose.html>. Acesso em: 11 nov. 2024

MANGUEJORNALISMO. **O pobre país do forró esbanja dinheiro com festa: o governo do estado empenhou quase R\$ 8 milhões com contratações somente em maio.** 2024. Disponível em: <https://manguejornalismo.org/o-pobre-pais-do-forro-esbanja-dinheiro-com-festa-o-governo-do-estado-empenhou-quase-r-8-milhoes-com-contratacoes-somente-em-maio/>. Acesso em: 10 nov. 2024.

MANGUEJORNALISMO. **Prefeitura de Aracaju gastou mais de R\$ 7 milhões com cachês de artistas nacionais em três festas neste ano: os nacionais daqui amargaram valores pífios.** 2024. Disponível em: <https://manguejornalismo.org/prefeitura-de-aracaju-gastou-mais-de-r-7-milhoes-com-caches-de-artistas-nacionais-em-tres-festas-neste-ano-os-nacionais-daqui-amargaram-valores-pifios/>. Acesso em: 10 nov. 2024.

RADARSE. **Maria Feliciano: uma história de vida comovente.** 2024. Disponível em: <https://www.radarse.com.br/Cotidiano/2024/04/14319/Maria-Feliciano-uma-historia-de-vida-comovente.html>. Acesso em: 11 set. 2024.

RADARSE. **Projeto Verão se consolida como um dos maiores eventos de SE.** 2024. Disponível em: <https://www.radarse.com.br/Cotidiano/2024/03/14018/Projeto-Vero-se-consolida-como-um-dos-maiores-eventos-de-SE.html#>. Acesso em: 16 out. 2024.

SE NOTÍCIAS. **Prefeitura de Aracaju divulga programação do Réveillon 2024: veja atrações.** 2023. Disponível em: <https://senoticias.com.br/se/prefeitura-de-aracaju-divulga-programacao-do-reveillon-2024-veja-atracoes/>. Acesso em: 24 out. 2024.

SE. **Conselho Tutelar garante fiscalização dos direitos da criança e do adolescente no Arraiá do Povo.** 2024. Disponível em: https://www.se.gov.br/noticias/sergipe-pais-do-forro/conselho_tutelar_garante_fiscalizacao_dos_direitos_da_crianca_e_do_adolescente_no_arraia_do_povo. Acesso em: 09 set. 2024.

SE. **Estado fomenta cultura e economia sergipana com realização do Rasgadinho 2024.** 2024. Disponível em: https://www.se.gov.br/noticias/governo/estado_fomenta_cultura_e_economia_sergipana_com_realizacao_do_rasgadinho_2024. Acesso em: 29 out. 2024.

SE. **Forró tradicional domina a programação da "Segundona do Turista".** 2024. Disponível em: https://www.se.gov.br/noticias/educacao-cultura/forro_tradicional_domina_a_programacao_da_segundona_do_turista. Acesso em: 25 set. 2024.

SE. **Governador apresenta balanço dos festejos juninos e anuncia calendário de eventos até março de 2025.** 2024. Disponível em: https://www.se.gov.br/noticias/governo/governador_apresenta_balanco_dos_festejos_juninos_e_anuncia_calendario_de_eventos_ate_marco_de_2025#:~:text=Festejos%20Juninos%202024,%27%2C%20na%20Orla%20de%20Atalaia. Acesso em: 07 set. 2024.

SE. Governo de Sergipe disponibiliza mapa da Vila do Natal Iluminado. 2024. Disponível em:

https://www.se.gov.br/setur/noticia/governo_de_sergipe_disponibiliza_mapa_da_vila_do_natal_iluminado. Acesso em: 6 out. 2024.

SE. Projeto Verão 2024: parceria entre Prefeitura e Governo de Sergipe garante sucesso nos três dias de evento. 2024. Disponível em:

https://www.se.gov.br/noticias/verao-sergipe/projeto_verao_2024_parceria_entre_prefeitura_e_governo_de_sergipe_garante_sucesso_nos_tres_dias_de_evento. Acesso em: 10 out. 2024

SE. Retomada da "Segundona do Turista" na Rua São João incentiva tradição do forró e geração de renda para sergipanos. 2024. Disponível em:

https://www.se.gov.br/noticias/governo/retomada_da_segundona_do_turista_na_rua_sao_joao_incentiva_tradicao_do_forro_e_geracao_de_renda_para_sergipano. Acesso em: 21 set. 2024.

SE. Roda gigante estreia no Arraiá do Povo em 2024 com entrada gratuita.

2024. Disponível em: https://www.se.gov.br/noticias/sergipe-pais-do-forro/roda_gigante_estreia_no_arraia_do_povo_em_2024_com_entrada_gratuita#:~:text=Uma%20das%20atrações%20mais%20procuradas,pessoas%20de%20todas%20as%20idades. Acesso em: 11 set. 2024.

SE. Vila da Páscoa terá 24 dias de programação nos lagos da Orla de Atalaia para celebrar maior festa cristã. 2024. Disponível em:

https://www.se.gov.br/noticias/governo/vila_da_pascoa_tera_24_dias_de_programacao_nos_lagos_da_orla_da_atalaia_para_celebrar_maior_festa_crista. Acesso em: 30 set. 2024.

SERGIPE REPÓRTER. Natal iluminado 2024: Orla de Atalaia entra no clima natalino em pleno Pré-Caju. 2024. Disponível em:

<https://sergipereporter.com.br/natal-iluminado-2024-orla-de-atalaia-entra-no-clima-natalino-em-pleno-pre-caju/>. Acesso em: 12 nov. 2024.

SERGIPE TRADE TOUR. Rogério e o país do forró. Disponível em:

<https://sergipetradetour.com.br/blog/CLAUDEFRAKLIN-MONTEIROSANTOS/ROGERIO-E-O-PAIS-DO-FORRO/39>. Acesso em: 14 set. 2024.

SERGIPENSE. Substituindo Iza, Ludmilla custará R\$ 770 mil aos cofres de Aracaju. 2024. Disponível em:

<https://www.sergipense.com.br/substituindo-iza-ludmilla-custara-770-mil-aos-cofres-de-aracaju>. Acesso em: 10 nov. 2024.

SINDIJUS. Prefeitura de Aracaju gastou mais de R\$ 7 milhões com cachês de artistas nacionais em três festas neste ano. 2024. Disponível em:

[https://arquivo.sindijus.org.br/prefeitura-de-aracaju-gastou-mais-de-r\\$-7-milhoes-com-caches-de-artistas-nacionais-em-tres-festas-neste-ano.html](https://arquivo.sindijus.org.br/prefeitura-de-aracaju-gastou-mais-de-r$-7-milhoes-com-caches-de-artistas-nacionais-em-tres-festas-neste-ano.html). Acesso em: 7 nov. 2024.

TERRA. **Apenas 22% dos brasileiros buscam agências ao planejar viagem.** 2024. Disponível em: [https://www.terra.com.br/vida-e-estilo/turismo/apenas-22-dos-brasileiros-buscam-agencias-ao-planejar-viagem,686eba78df9733f0ae419a4b2699348bcyrwt28y.html#:~:text=Para%2047%25%20dos%20entrevistados%2C%20a,amigos%20e%20familiares%20\(45%25\).&text=O%20Viagem%20em%20Pauta%20conversou,de%20comportamento%20do%20consumidor%20brasileiro](https://www.terra.com.br/vida-e-estilo/turismo/apenas-22-dos-brasileiros-buscam-agencias-ao-planejar-viagem,686eba78df9733f0ae419a4b2699348bcyrwt28y.html#:~:text=Para%2047%25%20dos%20entrevistados%2C%20a,amigos%20e%20familiares%20(45%25).&text=O%20Viagem%20em%20Pauta%20conversou,de%20comportamento%20do%20consumidor%20brasileiro). Acesso em: 13 set. 2024.

TRAJETO ALEATÓRIO. **Slam Sergipe: Projeto Verão 2024.** 2024. Disponível em: <https://trajetoaleatorio.com.br/2024/03/02/slam-sergipe-projeto-verao-2024/>. Acesso em: 15 out. 2024.

UNIVERSO POLÍTICO. **Forró Caju 2024:** São João na Praça valoriza cultura local e impulsiona a economia em Aracaju. 2024. Disponível em: <https://universopolitico.com.br/forro-caju-2024-sao-joao-na-praca-valoriza-cultura-local-e-impulsiona-a-economia-em-aracaju/>. Acesso em: 12 set. 2024.

VERMELHO. **Aracaju é considerada capital brasileira da qualidade de vida.** 2008. Disponível em: <https://vermelho.org.br/2008/04/07/aracaju-e-considerada-capital-brasileira-da-qualidade-de-vida/>. Acesso em: 05 set. 2024.

ANEXOS

ANEXO I: Definições de "smart city"

Abordagem	Autor	Definição
Centrada em tecnologia	Bakıcı et al. (2012)	Smart city como uma cidade avançada e de alta tecnologia que conecta pessoas, informações e elementos da cidade usando novas tecnologias para criar uma cidade sustentável, mais verde, comércio competitivo e inovador e uma maior qualidade de vida.
	Barrioueuvo et al. (2012)	Ser uma cidade inteligente significa usar toda a tecnologia e recursos disponíveis de forma inteligente e coordenada para desenvolver centros urbanos que sejam integrados, habitáveis e sustentáveis
	Washburn et al. (2010)	O uso de tecnologias de computação inteligente para tornar os componentes e serviços essenciais da infraestrutura de uma cidade - que incluem administração municipal, educação, saúde, segurança pública, imóveis, transporte e serviços públicos - mais inteligentes, interconectados e eficientes.
	Marsal-Llacuna et al. (2014)	As iniciativas de Cidades Inteligentes tentam melhorar o desempenho urbano usando dados, informações e tecnologias da informação (TI) para fornecer serviços mais eficientes aos cidadãos, monitorar e otimizar a infraestrutura existente, aumentar a colaboração entre diferentes atores econômicos e encorajar modelos de negócios inovadores em ambos setores público e privado.
	Chen (2010)	As cidades inteligentes aproveitam as vantagens das comunicações e as integram à infraestrutura das cidades para otimizar as operações elétricas, de transporte e outras operações logísticas de apoio à vida diária, melhorando assim a qualidade de vida de todos.
	Mckinsey & Co (2018)	Cidades inteligentes colocam dados e tecnologia digital para funcionar com o objetivo de melhorar a qualidade de vida. Dados mais abrangentes e em tempo real oferecem às agências públicas e privadas a capacidade de observar os eventos à medida que eles acontecem, entender como os padrões de demanda estão mudando e responder com soluções mais rápidas e de baixo custo. Em particular, as tecnologias inteligentes mudam a natureza e a economia da infraestrutura. Eles reduzem o custo de coleta de informações sobre os padrões de uso do cidadão
	Tamai (Fujitsu), (2014)	Considerando o conceito de cidade inteligente como métodos para melhorar a qualidade de vida dos residentes e resolver problemas relacionados com questões como o ambiente, economia e energia, define-se uma cidade inteligente como um local que promove uma sociedade inteligente centrada no homem onde as revoluções sociais e de negócios são apoiadas por tecnologias de informação e comunicação.
	Alves et al. (2019)	Em um grande número de publicações, a integração de sistemas/serviços urbanos através das TIC é a característica definidora das Smart Cities como um modelo ideal. Na busca por alcançar tal modelo, o que se observa na prática é a priorização de setores urbanos a eleição de focos de atenção.
Centrada nos cidadãos e qualidade de vida	Cretu (2012)	Dois correntes principais de ideias de pesquisa: 1) cidades inteligentes devem fazer tudo relacionado à governança e economia usando novos paradigmas de pensamento e 2) cidades inteligentes dizem respeito a redes de sensores, dispositivos inteligentes, dados em tempo real e integração de TIC em todos os aspectos da vida humana.
	Caragliu et al. (2011)	Uma cidade é inteligente quando os investimentos em capital humano e social e em infraestruturas de comunicação tradicionais (transportes) e modernas (TIC) alimentam o crescimento econômico sustentável e uma elevada qualidade de vida, com uma gestão inteligente dos recursos naturais, através da governança participativa.
	Eger (2009)	Comunidade inteligente - uma comunidade que toma uma decisão consciente de implantar tecnologia agressivamente como um catalisador para resolver suas necessidades sociais e comerciais - sem dúvida se concentrará na construção de infraestruturas de banda larga de alta velocidade, mas a oportunidade real está em reconstruir e renovar um senso de lugar e, no processo, um sentimento de orgulho cívico. [...] Comunidades inteligentes não são, em sua essência, exercícios na implantação e uso de tecnologia, mas na promoção do desenvolvimento econômico, crescimento do emprego e aumento da qualidade de vida. Em outras palavras, a propagação tecnológica de comunidades inteligentes não é um fim em si mesma, mas apenas um meio de reinventar as cidades para uma nova economia e sociedade com benefícios claros e convincentes para a comunidade.
	Guan (2012)	Uma cidade inteligente, segundo o ICLEI - Local Governments for Sustainability, é uma cidade preparada para oferecer condições para uma comunidade saudável e feliz nas condições desafiadoras que as tendências globais, ambientais, econômicas e sociais podem trazer.
Focada em conhecimento	Thite (2011)	Experimentos criativos ou de cidade inteligente [...] que visam alimentar uma economia criativa por meio do investimento em qualidade de vida que, por sua vez, atrai trabalhadores do conhecimento para viver e trabalhar em cidades inteligentes. O nexo de vantagem competitiva mudou [...] para as regiões que podem gerar, reter e atrair os melhores talentos.
	Komninos (2011)	Cidades (inteligentes) como territórios com alta capacidade de aprendizagem e inovação, que está embutida na criatividade de sua população, suas instituições de criação de conhecimento e sua infraestrutura digital de comunicação e gestão do conhecimento.
	Kourtit e Nijkamp (2012)	As cidades inteligentes são o resultado de estratégias criativas e intensivas em conhecimento com o objetivo de melhorar o desempenho socioeconômico, ecológico, logístico e competitivo das cidades. Essas cidades inteligentes são baseadas em uma combinação promissora de capital humano (por exemplo, força de trabalho qualificada), capital de infraestrutura (por exemplo, instalações de comunicação de alta tecnologia), capital social (por exemplo, ligações de rede intensas e abertas) e capital empresarial (por exemplo, criativo e de risco atividades de negócio)
	Kourtit et al. (2012)	As cidades inteligentes têm alta produtividade, pois têm uma parcela relativamente alta de pessoas altamente educadas, empregos intensivos em conhecimento, sistemas de planejamento voltados para resultados, atividades criativas e iniciativas voltadas para a sustentabilidade.
Focada na integração de infraestrutura	Hall (2000)	Uma cidade que monitora e integra as condições de todas as suas infraestruturas críticas, incluindo estradas, pontes, túneis, ferrovias, metrô, aeroportos, portos, comunicações, água, energia, até mesmo grandes edifícios, pode otimizar seus recursos, planejar suas atividades de manutenção preventiva e monitorar os aspectos de segurança enquanto maximiza os serviços aos seus cidadãos.
	Harrison et al (IBM) (2010)	Uma cidade conectando a infraestrutura física, a infraestrutura de TI, a infraestrutura social e a infraestrutura de negócios para alavancar a inteligência coletiva da cidade.
	Nam e Pardo (2011)	Uma cidade inteligente infunde informações em sua infraestrutura física para melhorar as conveniências, facilitar a mobilidade, aumentar a eficiência, conservar energia, melhorar a qualidade do ar e da água, identificar problemas e corrigi-los rapidamente, recuperar-se rapidamente de desastres, coletar dados para tomar melhores decisões, implantar recursos de forma eficaz e compartilhar dados para permitir a colaboração entre entidades e domínios.
Abordagens holísticas e/ou sustentáveis	IDA (2012)	Cidade inteligente é uma entidade local - um distrito, cidade, região ou pequeno país - que adota uma abordagem holística para empregar tecnologias de informação com análise em tempo real que incentiva o desenvolvimento econômico sustentável.
	Lazarou e Kucica (2012)	Uma comunidade de meio porte de tecnologia, interconectada e sustentável, confortável, atrativa e segura.
	Thuzar (2011)	As cidades inteligentes do futuro precisarão de políticas de desenvolvimento urbano sustentável onde todos os residentes, incluindo os pobres, possam viver bem e a atração das cidades seja preservada. [...] cidades inteligentes são cidades que têm alta qualidade de vida; aquelas que buscam o desenvolvimento econômico sustentável por meio de investimentos em capital humano e social e em infraestrutura de comunicação moderna (transporte e tecnologia de comunicação da informação); e administrar os recursos naturais por meio de políticas participativas. As cidades inteligentes também devem ser sustentáveis, convergindo objetivos econômicos, sociais e ambientais.

	Zygiaris (2013)	Uma cidade inteligente é entendida como uma certa capacidade intelectual que aborda vários aspectos sócio-técnicos e socioeconómicos inovadores do crescimento. Esses aspectos levam a concepções de cidade inteligente como “verde” referindo-se à infraestrutura urbana para proteção do meio ambiente e redução da emissão de CO ₂ , “interconectada” relacionada à revolução da economia de banda larga, “inteligente” declarando a capacidade de produzir informação de valor agregado a partir do processamento da cidade dados em tempo real de sensores e ativadores, enquanto os termos cidades “inovadoras” e “do conhecimento” referem-se indistintamente à capacidade da cidade de aumentar a inovação com base em capital humano experiente e criativo.
--	-----------------	---

Fonte: adaptado de Albino et al. (2015)

ANEXO II: Pobreza e Desigualdade Social 2017.

