

UNIVERSIDADE ESTADUAL DE PONTA GROSSA
SETOR DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS
DEPARTAMENTO DE TURISMO

GRACIELLE RIBEIRO

O FESTIVAL UNIVERSITÁRIO DA CANÇÃO – FUC: ANÁLISE COMO UM EVENTO
TURÍSTICO OU CULTURAL NA CIDADE DE PONTA GROSSA – PR

PONTA GROSSA
2009

GRACIELLE RIBEIRO

O FESTIVAL UNIVERSITÁRIO DA CANÇÃO – FUC: ANÁLISE COMO UM EVENTO
TURÍSTICO OU CULTURAL NA CIDADE DE PONTA GROSSA – PR

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado para
obtenção do título de Bacharel em Turismo na
Universidade Estadual de Ponta Grossa, Área de
Turismo.

Orientador: Prof. Dr. Cláudio Jorge Guimarães

PONTA GROSSA
2009

Dedico à minha família, e amigos especiais.

AGRADECIMENTOS

Há pessoas quem aparecem em nossas vidas para mudar nossos caminhos. Outras permanecem caminhando juntos. São a essas pessoas que agradeço, que por um motivo ou outro, contribuíram para minha formação pessoal e acadêmica.

Primeiramente agradeço à minha família, pelo apoio dado desde o momento da escolha do curso até o presente, pelo investimento feito durante minha educação e pela confiança depositada durante todos esses anos.

Ao meu orientador, professor Cláudio Jorge Guimarães, pela sua experiência no assunto e paciência durante a produção deste trabalho. Sem sua ajuda eu não saberia nem por onde começar...

Aos demais professores do departamento de Turismo e que participaram diretamente da formação acadêmica de nossa turma: Márcia Maria Dropa, Luiz Fernando de Souza, Maria Augusta Pereira Jorge, Larissa Mongruel Martins, Graziela Scalise Horodiski, Carlos Alberto Maio, Paulo Roberto Baptista Stacowiak, Rúbia Gisele Tamontin Mascarenhas. Todos me passaram algum conhecimento que pôde ser aproveitado neste trabalho, e que serão úteis também no futuro.

Sem colegas de turma não existiria o grupo que conclui esta etapa. Agradeço pela companhia de todos que passaram pela turma 2006-2009, fosse por um ano, para uma disciplina de dependência ou até o fim.

Dentre estes colegas, algumas tornaram-se grandes amigas, um grupo de apoio mútuo para diversas situações: Fernanda Holzmann Nogueira, Laís Ramos Trisoglio, Maria Fernanda Cordeiro, Thalissa Naramoto Tezuka, Larissa Abou Nouh, Simone Menezes, Amanda Fritz, Louise Morais, Karina Druciaki Coloda, Pamela Silva Ribas. Parcerias dentro e fora da UEPG, e que quero manter nesta próxima etapa de nossas vidas.

Agradeço especialmente à minha amiga de longa data Caroline Knaut, e à minha prima Aline Preisler. Ambas, uma perto e outra não tão perto, ajudaram a tornar os dias de realização deste trabalho menos estressantes.

Enfim, agradeço a todos que direta ou indiretamente participaram desta etapa de minha vida, e que torcem pelo meu sucesso.

RESUMO

Este trabalho tem por objetivo analisar de que forma o Festival Universitário da Canção – FUC é visto pelos diferentes envolvidos e como este evento se relaciona com a atividade turística. Para tanto, foram estudados o turismo e o lazer, turismo cultural, turismo de eventos e os festivais de música no Brasil, contextualizando historicamente o FUC. A partir da coleta de dados sobre o evento, foi analisada a evolução deste através das edições, as novidades implantadas e seus impactos sociais e econômicos na cidade de Ponta Grossa – PR. Foi realizada uma pesquisa com o público do 22º FUC, em junho de 2009, pesquisas com os competidores e com pessoas que são ou já foram envolvidas com o evento. Como resultado, verificou-se que o FUC é um evento de grande importância cultural para a região, mas que ainda não movimenta o turismo na cidade de maneira considerável. Conclui-se, também, que este é um evento que proporciona o intercâmbio cultural entre os músicos participantes. Dessa forma, o evento é um incentivador à cultura na cidade e um evento importante para sua comunidade.

Palavras-chave: Festival Universitário da Canção, eventos, cultura.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

GRÁFICO 1 –	Respostas do público à pergunta “É de Ponta Grossa?” ..	39
GRÁFICO 2 –	Respostas do público à pergunta “Já participou de outras edições do FUC?”	40
GRÁFICO 3 –	Respostas do público à pergunta “Pretende participar de outras edições?”	40
GRÁFICO 4 –	Respostas do público à pergunta “Como ficou sabendo do evento?”	41
GRÁFICO 5 –	Respostas do Júri Popular à pergunta “É de Ponta Grossa?”	42
GRÁFICO 6 –	Respostas do Júri Popular à pergunta “Já participou de outras edições do FUC?”	42
GRÁFICO 7 –	Respostas do Júri Popular à pergunta “Pretende participar de outras edições?”	43
GRÁFICO 8 –	Respostas do Júri Popular à pergunta “Como ficou sabendo do evento?”	43

SUMÁRIO

Introdução	07
Capítulo 1 – TURISMO CULTURAL E EVENTOS	10
1.1 Turismo, Lazer e Segmentação	10
1.2 Turismo Cultural e Turismo de Eventos	15
1.3 Festivais de Música e Eventos	19
Capítulo 2 – O FESTIVAL UNIVERSITÁRIO DA CANÇÃO	25
2.1 A Censura nas primeiras edições	25
2.2 Reativação e consolidação	29
2.3 Melhorias no FUC e seu papel no Turismo de Eventos	33
Capítulo 3 – O FUC COMO EVENTO TURÍSTICO	38
3.1 Pesquisa de público e com participantes	38
3.2 FUC – um evento turístico?	46
Considerações Finais	50
Referências	52
Apêndice 1 – Questionário respondido pelo público	55
Apêndice 2 – Questionário respondido pelo Júri Popular	56
Apêndice 3 – Questionário respondido pelos músicos participantes	57

INTRODUÇÃO

O turismo é uma atividade presente no terceiro setor da economia, o de prestação de serviços. Por esse motivo, engloba uma variedade de segmentos sociais, culturais e naturais, e dentre estes segmentos do turismo encontram-se os eventos.

O objetivo deste trabalho foi o estudo do Festival Universitário da Canção – FUC, como um evento em turismo. Este festival teve sua 1ª edição em 1980, mas passou por uma interrupção entre 1986 e 1995, quando foi retomado e é realizado anualmente desde então. Este trabalho é uma análise do festival no decorrer das edições, analisando sua trajetória e suas possibilidades enquanto evento em turismo.

Em relação à metodologia, trata-se de um estudo com parte qualitativa e parte quantitativa. A pesquisa quantitativa foi realizada com o público que frequentou o 22º FUC, realizado em junho de 2009. Já a pesquisa qualitativa foi realizada com questionamentos aos participantes desta mesma edição do festival. A partir dos materiais coletados e analisados compreende-se de que forma este evento contribui com o turismo dentro do município de Ponta Grossa – PR.

O material utilizado para este trabalho foi o levantamento de dados em fontes bibliográficas em livros de turismo, eventos, cultura e áreas afins; artigos acadêmicos, matérias publicadas em veículos de comunicação impressa e digital, através de material do acervo do Museu Campos Gerais e entrevistas com pessoas relacionadas ao evento. Nas entrevistas, foi aplicada a técnica de amostragem por acessibilidade ou conveniência¹.

Foi realizado um estudo de caso, onde foi analisada a evolução do festival, sua relação com a comunidade e sua possibilidade como evento em turismo na cidade.

A escolha do tema aconteceu pelo interesse da autora no setor de eventos, e por unir esse interesse a um evento realizado na cidade e que pudesse ser estudado. Dessa forma, foi realizado um estudo nos impactos culturais e sociais deste evento.

¹ Segundo Gil, “o pesquisador seleciona os elementos a que tem acesso, admitindo que estes possam, de alguma forma, representar o universo.” (1999, p. 104)

Teoricamente, a pesquisa está fundamentada principalmente nos autores Ansarah, Bahl e Barreto para o aprofundamento do estudo do turismo e suas segmentações. Allen et. al., Britto e Fontes, e Yeoman et. al, foram citados nas relações entre turismo e eventos. Mello foi a referência usada no contexto dos festivais.

As informações sobre o FUC foram retiradas de jornais em circulação na cidade e na página virtual do evento www.uepg.br/fuc.

O objetivo geral deste trabalho foi analisar de que maneira o FUC é visto pelos diferentes envolvidos, público e participantes, e como se relaciona com a atividade turística.

O trabalho é constituído por três capítulos. No primeiro, é feita uma contextualização sobre turismo, segmentação e o lazer; sobre turismo cultural e turismo de eventos e em seguida sobre a história dos festivais de música.

No segundo capítulo foi realizada a análise da história do FUC, dividida entre o período inicial organizado pelo Diretório Central dos Estudantes da UEPG e sua reativação pela Divisão de Assuntos Culturais da Pro-Reitoria de Extensão e Assuntos Culturais, consta também uma das melhorias do evento e seu papel no turismo de eventos.

O terceiro capítulo relata as pesquisas realizadas na 22ª edição do FUC com seus resultados e análise dos mesmos, e por fim, faz uma discussão se o festival pode ou não ser considerado um evento turístico.

Falar é completamente fácil, quando se tem palavras em mente que se expresse sua opinião... Difícil é expressar por gestos e atitudes, o que realmente queremos dizer.

(Carlos Drummond de Andrade)

1 TURISMO CULTURAL E EVENTOS

1.1 TURISMO, LAZER E SEGMENTAÇÃO

O turismo é um fenômeno social diversificado. Há diversos tipos de turismo, classificados por diferentes critérios, como o ambiente, o clima, a cultura, a gastronomia, entre outros. Nos últimos anos, o desenvolvimento dos transportes, o aumento do tempo livre e das condições de vida das pessoas e seu desejo de sair dos grandes centros, foram fatores que alteraram o setor turístico. Com isso, houve o aumento do fluxo de turistas e a melhoria na infraestrutura e nos equipamentos turísticos.

As empresas percebem que atender somente um tipo de desejo não satisfaz o cliente que busca por produtos específicos. Diante destes fatores, tem início o desenvolvimento de novos produtos que atendam as novas necessidades dos turistas. A segmentação do mercado turístico foi consequência destas mudanças, visto que as necessidades e desejos humanos são muitos e variam de pessoa para pessoa. Como exemplo, pode-se citar a necessidade de descanso, de conhecer pessoas e lugares novos, busca de , contemplação da natureza, aventuras, religião, entre outros. (Moraes in Ansarah, 1999)

A segmentação de mercado é utilizada para agrupar consumidores com desejos e necessidades semelhantes entre si. Beni afirma que o principal aspecto para segmentar o mercado turístico é o motivo da viagem (1997).

A segmentação é entendida como uma forma de organizar o turismo para fins de planejamento, gestão e mercado. Os segmentos turísticos podem ser estabelecidos a partir dos elementos de identidade da oferta e também das características e variáveis da demanda.

O Ministério do Turismo estabelece como características da demanda os seguintes fatores:

- Elasticidade: é a vulnerabilidade em relação a mudanças na estrutura dos preços e nas diversas condições econômicas;
- Sensibilidade: adaptação em relação às condições sociopolíticas;
- Sazonalidade: é a dependência das épocas de temporadas como férias, feriados etc., além das estações e condições climáticas.

Ainda segundo o Ministério, as variáveis da demanda podem ser fatores demográficos, como idade e sexo; fatores sociológicos, como crenças religiosas, profissão, estado civil, formação educacional e nível cultural; fatores econômicos, no caso da renda; e fatores turísticos, onde se enquadram transporte e alojamento utilizado, destinos preferidos, objetivo e duração da viagem, atividades de entretenimento.

Com enfoque na demanda, a segmentação é definida através da identificação de certos grupos de consumidores, caracterizados a partir de fatores que determinam suas decisões, preferências e motivações, ou seja, a partir das características e das variáveis da demanda.

Com relação ao número de turistas, os maiores segmentos deste mercado são: turismo de descanso ou férias; de negócios e compras; desportivo; ecológico; rural; de aventura; religioso; cultural; científico; gastronômico; estudantil; de eventos; de saúde; e de incentivos. Cobra (2005, p.160)

Pessoas que viajam por motivos alheios ao turismo, como no caso de viagens a negócios, acumulam essas obrigações com a prática do turismo. Além de utilizar a infraestrutura de hospedagem e alimentação, o visitante pode praticar o turismo nos momentos livres da viagem. Se forem oferecidas facilidades para tanto, esta prática torna-se ainda mais viável, como a oferta de mapas turísticos, ou até mesmo de transportes aos atrativos que saiam em horários programados de determinadas regiões da cidade.

Mesmo que existam tais facilidades, muitas pessoas não podem viajar, seja por motivo econômico, por falta de tempo ou limitações físicas. Assim, estas pessoas utilizam os recursos de turismo e lazer da sua própria cidade para satisfazer as necessidades e desejos que forem possíveis. O mesmo acontece no caso dos turistas de negócios. Frequentam cinemas, teatros, parques, shoppings, eventos artísticos, culturais e de outras áreas de seus interesses. Visitam também os atrativos e produtos turísticos da sua região.

Segundo Moraes in Ansarah:

“Produto turístico é um conjunto de bens e serviços que objetivam satisfazer o cliente. É tangível (bens de consumo e industriais), pois se compõe de uma parte concreta (equipamentos hoteleiros e de restauração e meios de transportes), assim como intangível (prestação de serviços, um conjunto de ações que possibilita usufruir esses bens).” (1999, p. 19)

Considera-se atrativo o elemento natural ou cultural que atrai o turista a uma localidade (Barreto, 2002). Isso acontece quando é algo novo, diferente do cotidiano das pessoas. No caso dos residentes que visitam os atrativos, deve-se ao fato de colaborar na divulgação turística da sua cidade e aproveitar seu tempo de lazer para conhecer melhor sua história. O lazer envolve atividades esportivas, culturais, naturais e artísticas. Pode ser realizado tanto na própria casa quanto em outros lugares.

A prática do lazer na forma como a conhecemos atualmente teve início na Revolução Industrial, que aconteceu na Inglaterra no século XVIII. Neste período, o êxodo dos moradores do campo para trabalhar nas indústrias da cidade aumentou a concentração de riqueza nas áreas urbanas. Com isto formou-se uma nova classe alta na sociedade, constituída por aqueles que não tinham a terra como fonte de renda, como banqueiros, financistas e comerciantes. Estes seriam as primeiras pessoas a pensar em atividades recreativas para seu tempo fora do trabalho, e assim que teve início o desenvolvimento dos transportes, foram os primeiros a fazer viagens de lazer.

O lazer, visto pelo aspecto da classe trabalhadora, teve início com a produção de bens de consumo em série. Para garantir consumidores suficientes, era necessário dar aos trabalhadores tempo para consumir seus salários e fazer a economia girar. Assim, foi concedido tempo maior de descanso entre as jornadas de trabalho, além da instituição dos domingos e, posteriormente, das férias. Neste momento, o tempo livre é apenas um artifício para se consumir mais, pois Dumazedier registra que:

“(...) o lazer é o tempo que cada um tem para si, depois de ter cumprido, segundo as normas sociais do momento, suas obrigações profissionais, familiares, sócio-espirituais e sócio-políticas. É o tempo vital que cada um procura defender, contra tudo que o impedir de ocupar-se consigo mesmo. É antes de tudo a liberação de cada um, seja pelo descanso, seja pela televisão (...), seja pelo cultivo do intelecto.” (1980, p.109)

A partir do século XIX o lazer passou a ser visto como uma necessidade das pessoas para recompor suas forças de trabalho. Na medida em que são criados equipamentos e atividades específicas para o lazer, este se torna um bem de consumo, e o turismo está incluído neste contexto (Barreto, 2002). Assim, festivais e eventos são um segmento importante do lazer.

O tempo livre das pessoas obedece uma hierarquia de necessidades, segundo Acerenza in Barreto: de fim de jornada; de fim de semana; e de férias.

Citando Barreto: “(...)o turismo só pode acontecer dentro do tempo livre de fim de semana ou de férias. No tempo livre após o trabalho, podem ser exercidas atividades de outro tipo de lazer.” (2002, p. 63)

Segundo Dumazedier (1980, p. 109), existe ainda o tempo conhecido como “fim da vida profissional”, no qual se enquadram os aposentados, que passam a ter parte maior de seu tempo disponível para o turismo e atividades de lazer, uma vez que já cumpriram com suas obrigações sociais ao longo da vida.

São nos períodos do fim de jornada e de fim de semana que as pessoas realizam suas atividades de lazer na cidade, como visitas a museus, locais históricos, eventos, parques e outros atrativos que a cidade possui. No caso da cidade de Ponta Grossa, para a população residente o FUC é um evento de lazer de fim de jornada, pois o festival é realizado durante a noite.

Com as viagens realizadas a lazer e suas variações, a segmentação do mercado turístico foi concretizada, e ao estabelecer os segmentos, pode-se dar o enfoque adequado na promoção dos destinos. Não se pode aplicar a mesma estratégia para atrair estudantes e empresários, assim como não se pode tratar o turismo cultural da mesma forma que o turismo científico. (Tabares, 1991)

Marcellino in Müller e Costa (2002, p. 42-46) avalia que a consideração do lazer na sociedade atual deve levar em conta os seguintes aspectos:

- a cultura vivenciada no tempo disponível das obrigações sociais, combinando os aspectos tempo e atitude;
- um tempo que pode ser utilizado para vivência de valores que contribuam para mudanças de ordem moral e cultural;
- ser portador de um duplo aspecto educativo, como veículo e objeto de educação, considerando não apenas as possibilidades de descanso e entretenimento, mas também de desenvolvimento pessoal e social.

Assim, o lazer não é necessariamente uma atividade ociosa. Esta atividade pode ser realizada com caráter lúdico, de divertimento, e também como uma forma de adquirir conhecimentos que não se recebe no ambiente escolar ou de trabalho. Neste caso se enquadram as visitas a museus, locais históricos, e também os eventos artísticos e culturais.

Em relação aos eventos culturais, mais especificamente aos musicais, estes são elementos importantes no lazer em uma cidade. Desde os shows de música popular aos de música clássica, causam interesse no seu grupo específico, e

através do seu caráter não obrigatório despertam um desejo ou uma necessidade que pode ser atendida na própria cidade.

Tem ainda o fator econômico do lazer na cidade de residência. Assim, o dinheiro gasto na prática do lazer permanece no local de origem e, acrescido à renda deixada pelos turistas que frequentaram o mesmo evento, mantém a economia local em atividade.

Quando um turista viaja com o objetivo de participar de um evento, este torna-se um praticante do Turismo de Eventos, que será definido a seguir.

1.2 TURISMO CULTURAL E TURISMO DE EVENTOS

O Turismo Cultural e o Turismo de Eventos são dois dos segmentos do Turismo definidos pela Organização Mundial do Turismo – OMT. Podem se relacionar entre si no caso de eventos que tenham contribuição cultural e tragam turistas para uma localidade. Este trabalho propõe inserir o Festival Universitário da Canção como um exemplo desta relação.

De acordo com Barreto citando a OMT, o Turismo Cultural se caracteriza:

“(…) pela procura por estudos, cultura, artes cênicas, festivais, monumentos, sítios históricos ou arqueológicos, manifestações folclóricas ou peregrinações.” (2000, p. 20)

Para Hughes (2004), o termo “turismo cultural” emprega diferentes atividades, embora relacionadas:

- Turismo cultural “universal”: não é realizado com propósito cultural, mas engloba o contato do turista com a cultura local, mesmo que de modo deliberado. Acontece em um simples passeio do turista pela cidade.
- Turismo cultural “variado”: geralmente é o caso de turistas que procuram sociedades que não sofreram alterações comerciais ou industriais e, segundo o autor, mantêm um “estilo de vida em extinção”. São exemplos as colônias de descendentes de imigrantes, que mantêm os mesmos costumes desde a chegada ao local.
- Turismo cultural “limitado”: engloba visitas a atividades artísticas e culturais do local, e não o seu modo de vida diferenciado. Neste segmento são incluídos os festivais como o Festival Universitário da Canção, feiras, jardins zoológicos, parques nacionais e eventos culturais nativos.
- Turismo cultural “setorizado”: é a divisão dos itens anteriores em turismo histórico ou de patrimônio e turismo de artes.

“O turismo cultural compreende uma infinidade de aspectos, todos eles passíveis de serem explorados para a atração de visitantes. A arte é um dos elementos que mais atraem turistas. A pintura, a escultura, as artes gráficas, a arquitetura são elementos procurados pelos turistas. Assim, os museus se constituem nos primeiros atrativos a serem procurados pelos visitantes de uma localidade.” (Ignarra, 1999, p. 120)

Outros elementos são apropriados pelo turismo cultural com a intenção de promover este segmento e a comunidade local, como a música, dança, folclore, artesanato, gastronomia típica, manifestações religiosas, história da comunidade etc.

O Turismo Cultural pode ser considerado uma expressão do gosto pela cultura e do modo de vida de outros povos, sendo um meio de compreender as diferenças entre os seres humanos. Este segmento do Turismo pode ser relacionado aos elementos locais que podem ser trabalhados como atrativos e que possuam uma conotação cultural. (Bahl, 2004)

Dentre os benefícios proporcionados pelo turismo cultural, destacam-se a valorização da identidade cultural, o resgate e a divulgação da cultura, a preservação do patrimônio histórico e cultural e o intercâmbio cultural. Além destes fatores, a geração de renda e empregos na comunidade beneficia o setor econômico local.

O turismo cultural estimula os fatores culturais dentro de uma localidade, além de ser um meio de fomentar recursos para atrair visitantes e incrementar o desenvolvimento econômico da região. A cultura como atrativo turístico é considerada uma atividade econômica de importância global, que abrange elementos econômicos, sociais, culturais e ambientais. (Batista, CVT, p. 31)

Em termos econômicos e sociais, o turismo cultural, assim como outros segmentos do setor, destaca-se por ser um instrumento de amenização de desequilíbrios regionais; proporcionar impactos positivos nos setores primário, secundário e terciário da economia; contribuir para o aumento da arrecadação de impostos; e contribuir para a melhoria de vida das populações, através de seus efeitos multiplicadores de renda, produção e emprego.

No sentido cultural, o turismo tende a ser um incentivador do patrimônio histórico aguçando o sentido de pertencimento da comunidade receptora, revertendo em ações de proteção e cuidado dessa comunidade em prol da conservação da sua própria história. Já em termos ambientais, a sociedade tende a agir da mesma forma, na qual cada morador deve se sentir responsável pela proteção e conservação do meio ambiente em que está inserido.

A definição de uma atividade como turismo cultural está relacionada à motivação do turista em vivenciar o patrimônio histórico e cultural e eventos culturais. Segundo o Ministério do Turismo:

“Vivenciar implica, essencialmente, em duas formas de relação do turista com a cultura ou algum aspecto cultural: a primeira refere-se ao conhecimento, aqui entendido como a busca em aprender e entender o objeto da visita; a segunda corresponde a experiências participativas, contemplativas e de entretenimento, que ocorrem em função do objeto de visita.” (apostila do PRT, p. 14)

O Festival Universitário da Canção é um evento cultural, pois tem como objetivo principal a divulgação musical, tanto em termos locais quanto nacionais, além do entretenimento. É também um evento com potencial para atrair turistas. Portanto, pode futuramente ser inserido no segmento do Turismo de Eventos em Ponta Grossa.

Bahl define evento como:

“um acontecimento que ocorre a partir de um motivo e de atividades programadas a serem desenvolvidas em um local e tempo determinados, congregando indivíduos com interesses e objetivos comuns, de mobilização da cadeia produtiva e de serviços públicos de uma localidade.” (2004, p. 18)

A partir do momento que um evento passa a gerar deslocamentos específicos e influenciar no fluxo turístico de uma localidade, seus participantes provenientes de outras regiões são considerados parte do segmento do Turismo de Eventos.

Mathias in Bahl define Turismo de Eventos como:

“o conjunto de atividades exercidas por pessoas que viajam a fim de participar dos diversos tipos de eventos que visam ao estudo de alternativas, de dimensionamento ou de interesses de determinada categoria profissional, associação, clube, crença religiosa, corrente científica ou outra organização com objetivos profissional-cultural, técnico-operacional, de aperfeiçoamento setorial ou de atualização.” (2003, p. 251)

Este segmento é considerado atualmente uma alternativa para o crescimento e consolidação da atividade turística no Brasil, já que a sua diversidade de atividades é uma possibilidade de se agregar este produto aos já existentes e que estão inseridos em outros segmentos. Com isso, a atratividade do local cresce, potencializando o destino turístico.

Dependendo de seu formato, um evento pode ser considerado isoladamente uma atividade de negócio, um atrativo turístico, uma opção de entretenimento, ou até mesmo uma união de duas ou mais destas características.

Os eventos também funcionam como uma ferramenta de marketing para o local, pois expõe a cidade na mídia, além de influenciar na decisão do turista de voltar para conhecer melhor a região, e de divulgar o destino para outras pessoas.

Eventos culturais englobam as manifestações enquadradas ou não na definição de patrimônio cultural. O Ministério do Turismo define patrimônio cultural como “os bens de natureza material e imaterial que expressam ou revelam a memória e a identidade das populações e comunidades.”

No caso de eventos musicais, estes contribuem na disseminação da cultura local ou na divulgação de culturas diferentes, dependendo de sua formação. E o turismo de eventos pode alterar as características da comunidade local, atraindo turistas e gerando divisas na cidade, através da utilização de meios de hospedagem, alimentação e transporte. (Bahl, 2004)

O turismo de eventos pode gerar diversos impactos sobre a comunidade. Dentre eles, destacam-se a geração de renda extra através da venda de ingressos acima das expectativas; empregos extras nas áreas de turismo e eventos; os moradores se beneficiam ao ter a possibilidade do acesso à culturas diferentes da sua por meio destes eventos. Segundo Yeoman et al.:

“Eventos culturais como os festivais não são só promotores importantes do destino para o turismo interestadual e internacional, mas também fornecem uma injeção significativa de dinheiro na economia local.” (2006, p. 170)

Dessa forma, os eventos beneficiam a economia ao trazer dinheiro de fora através dos turistas, que consomem a cidade como um todo, além dos moradores, que também consomem durante o evento. São também uma alternativa nos períodos de baixa sazonalidade, proporcionando equilíbrio na relação entre oferta e demanda durante todas as estações do ano. Isso mantém a economia constantemente ativa e a cidade sempre com potencial para receber turistas.

Portanto, em termos econômicos, o Turismo de Eventos pode gerar benefícios, tais como incremento na receita global da cidade sede do evento; melhoria na imagem local, uma vez que o participante do evento é um elemento divulgador; geração de emprego e receita; e melhorias na infraestrutura como consequência do desenvolvimento turístico.

1.3 FESTIVAIS DE MÚSICA E EVENTOS

Os festivais são identificados como uma das formas de turismo e lazer que apresenta o crescimento mais rápido (Yeoman et. al., 2006). Assim, os festivais podem contribuir não apenas na captação de turistas, mas também no desenvolvimento da identidade regional. No caso do FUC, isso se aplica na etapa regional do evento, quando participam compositores da Região dos Campos Gerais.

Os festivais são descritos por Hughes como:

“(...) eventos especiais nos quais há concentração de atividades em curto período de tempo. Em geral, duram um fim de semana, porém, há casos de festivais maiores, com duração de várias semanas. Costumam ser regulares, com ocorrência anual, mas alguns são menos freqüentes.” (2004, p. 94)

O conceito de “festival” pode compreender eventos diversos desde os festivais de Rock aos de MPB. Pode ser tanto um grande evento em uma metrópole quanto um festival das cidades do interior do país, e também pode ser de música, teatro, cinema, entre outras áreas. Em todos os casos, trazem benefícios tanto para a arte como para a cidade onde é realizado. Entre os dois extremos, existem ainda os encontros, concursos, saraus, entre outros eventos musicais, todos sob o título de festival, competitivos ou não.

Os festivais podem ter duas concepções diferentes. Na primeira, é apenas uma maneira de reunir manifestações artísticas, durante certo período e com apenas um gênero artístico, por exemplo um festival de samba ou de teatro. É considerado uma feira de amostras de arte, pois não é realizado com caráter competitivo. Seu objetivo é colocar ao alcance da população as novas tendências, novas obras, ou até mesmo expor artistas conhecidos.

Na segunda concepção, os festivais são caracterizados pela competitividade. No caso dos festivais de música, outro diferencial é a apresentação de mostras inéditas na competição (Mello, 2003). É neste conceito que se enquadra o Festival Universitário da Canção.

Existem festivais que datam do século XVI, como o Three Choirs², mas a grande maioria teve início na década de 1960, e por diversas razões. Dentre elas estava a intenção de manifestar e promover conhecimento, permitir a frequência dos

² Festival de corais e música clássica, realizado anualmente e a cada ano na catedral de uma das cidades de Gloucester, Hereford e Worcester, na Inglaterra, documentado desde 1715.

residentes locais às artes, compartilhar um interesse comum, e mais recentemente, agregar valor ao potencial turístico da região. Assim como o Temple Bar Blues Festival³, o Festival Universitário da Canção utiliza a música como o produto turístico mais agradável e atraente possível (Hughes, 2006).

Como exemplo cita-se a cidade de Edimburgo, na Escócia, conhecida como a “cidade dos festivais”. Lá são realizados, anualmente, 15 festivais, nacionais e internacionais e com os mais diversos temas. Estes eventos movimentam a cidade turística e economicamente, além de envolver a comunidade, seja como expectadores ou auxiliando na realização. (Yeoman et al., 2006)

A essência do festival é um número variado de artistas, reunidos no mesmo lugar durante certo período de tempo. Isso pode ser utilizado como apelo turístico, mostrando a possibilidade de se conhecer artistas que podem não aparecer em outra oportunidade, além dos próprios artistas, que participam destes festivais e aproveitam o momento para conhecer outras cidades.

Os festivais são uma forma de desenvolver atrações turísticas e atividades de lazer para um destino. A contribuição de voluntários tornou-se uma característica de muitos eventos culturais e esportivos, inclusive sendo aplicada no FUC.

Yeoman et al. afirma que os festivais detêm uma posição significativa em três áreas na condição humana. Na primeira, celebram um sentimento de local, através da organização de atividades inclusivas em ambientes específicos. Em segundo lugar, os festivais fornecem um veículo para a comunidade hospedar os visitantes e compartilhar de tais atividades, como representação de valores, interesses e aspirações. E na terceira área, são uma manifestação exterior da identidade da comunidade, oferecendo uma forma de identificação distinta para cada local ou pessoa. (2006, p. 55)

Embora sejam trabalhados como forma de turismo, em muitos festivais a plateia é fundamentalmente local e não conta com pessoas de uma região ampla. Isso acontece no FUC, e será mostrado nos resultados da pesquisa deste trabalho. Os turistas são apenas outro mercado potencial que pode ser trabalhado e que, portanto, pode gerar renda extra.

No Brasil, na década de 1930, já se realizavam competições parecidas com os festivais da canção. Eram os concursos de músicas carnavalescas – marchinhas

³ Festival de blues que acontece anualmente no mês de julho, em Dublin, na Irlanda.

– que aconteciam no Rio de Janeiro. Atualmente, estes concursos foram resgatados, sendo realizados novamente.

Os festivais tiveram início na forma como ficaram conhecidos em 1960, inspirados no Festival Della Canzone Italiana – Festival da Canção Italiana, popularmente conhecido como Festival de San Remo, sendo realizado sem interrupção desde 1951 nesta cidade ao norte da Itália.

Promovidos por emissoras de rádio, redes de televisão, teatros e movimentos estudantis, os festivais funcionavam como meio de revelar intérpretes, compositores e instrumentistas.

O primeiro festival da canção competitivo no Brasil aconteceu em dezembro de 1960 pela Rádio e TV Record em São Paulo, e era chamado I Festa da Música Popular Brasileira. Neste evento a vencedora foi “Canção do Pescador”, de autoria de Newton Mendonça e interpretada por Roberto Amaral que, assim como os outros intérpretes, fazia parte do elenco fixo da Record. Não se tem registros detalhados deste festival, uma vez que este tipo de evento passaria a fazer sucesso nacional somente em 1965.

Em março de 1965 foi realizado o primeiro festival da TV Excelsior, oficialmente chamado de I Festival Nacional de Música Popular Brasileira. Foram 13 canções escolhidas em 3 eliminatórias, e a final aconteceu no dia 6 de abril, no Teatro Astoria, sede da TV Excelsior Rio canal 2, no Rio de Janeiro. Os prêmios somavam 21 milhões de cruzeiros⁴, e a primeira colocada foi “Arrastão”, de Vinícius de Moraes e Edu Lobo.

Além desta primeira edição, em 1966 foi realizado o II Festival Nacional de Música Popular Brasileira, tendo como vencedora a canção “Porta-estandarte”, de Geraldo Vandré e Fernando Lona.

Neste período também tiveram destaque: as quatro edições do Festival da Música Popular Brasileira, realizado pela TV Record de São Paulo entre os anos de 1966 a 1969 e o FIC – Festival Internacional da Canção – realizado inicialmente pela TV-Rio e depois assumido pela TV Globo, entre 1966 e 1972. Segundo Severiano, o VII FIC, realizado em 1972, foi o último da considerada “Era dos Festivais”, encerrando um momento importante para a MPB na televisão. (1998, p. 174)

Após esta fase, já na década de 1980, enquanto na cidade de Ponta Grossa – PR era realizada a primeira edição do FUC, a TV Globo promoveu o MPB-80 no Rio

⁴ O Cruzeiro foi a moeda utilizada no Brasil no período entre 1942 e 1967.

de Janeiro, que teve também edições em 1981 e 1982. A mesma emissora realizou em 1985 o Festival dos Festivais, evento que teve como campeã a canção “Escrito nas estrelas”, interpretada por Tetê Espíndola.

Estes festivais continuaram sendo realizados ao longo dos anos. Além destes, outros concursos sob o título de festival apareceram no país. Estes eventos causavam mobilização da comunidade das cidades onde eram realizados, e também serviam como vitrine para compositores e intérpretes que, mais tarde, se tornariam ícones da Música Popular Brasileira. Dentre estes, cita-se Elis Regina, Gilberto Gil, Chico Buarque, Wilson Simonal e Milton Nascimento.

Como estes eventos eram transmitidos pelas rádios e emissoras de televisão brasileiras, podem ser considerados elementos do lazer popular dessa época. Haviam também os frequentadores destes festivais, que saíam de diversas cidades para assistir ao vivo às apresentações e, quando não estavam no evento, desfrutavam da infraestrutura de hospedagem, alimentação e entretenimento da cidade.

No início dos anos 2000, foi feita uma tentativa de resgate dos festivais exibidos na televisão quando a TV Globo realizou o Festival da Música Brasileira, em São Paulo. A escolha das melhores músicas foi feita através de telefonemas do público, que elegeram a canção “Brincos”, de Amauri Falabella, como a melhor do festival.

Em 2005 a TV Cultura produziu o Festival Cultura – A Nova Música do Brasil. Este aconteceu em São Paulo, e teve como campeã a canção “Contabilidade”, de Danilo Moraes e Ricardo Téperman.

Atualmente, eventos como os da “Era dos Festivais” ainda são realizados, mas sem o destaque na mídia que recebiam no passado, e em menor escala. Ao longo do ano acontecem cerca de 40 festivais de música no Brasil⁵.

Dentre eles, há eventos de diversos gêneros musicais, como os festivais de MPB em várias cidades, Festival Nacional de Voz e Violão em Maricá – RJ, Festival de Interpretação de Música Sertaneja em Ouro Fino – MG, o Festival Nacional de Marchinhas no Rio de Janeiro, e inclusive o Festival Universitário da Canção em Ponta Grossa – PR, objeto de estudo deste trabalho, e que será contextualizado a seguir.

⁵ Número de festivais anunciados em 2008 no site www.festivaisdobrasil.com.br.

Para alcançar o conhecimento, acrescente coisas todos os dias. Para alcançar a sabedoria, remova coisas todos os dias.

(Lao Tse)

2 O FESTIVAL UNIVERSITÁRIO DA CANÇÃO

2.1 A CENSURA NAS PRIMEIRAS EDIÇÕES

No final da década de 1970, a música popular brasileira passou pelo seu período de maior crescimento. Isso se deu devido à consolidação da indústria fonográfica e televisiva. A partir desse momento, a música tornou-se presença constante na vida dos habitantes das grandes cidades, sendo um veículo de manifestação bastante utilizado.

Cientes deste contexto, em 1980, os membros do Diretório Central dos Estudantes da Universidade Estadual de Ponta Grossa – DCE-UEPG – organizaram o 1º FUC – Festival Universitário da Canção, com o objetivo de promover e estimular a música dentro da cidade.

A comissão organizadora do evento contou com o apoio da Prefeitura Municipal de Ponta Grossa, por intermédio da Secretaria Municipal de Cultura e Esporte. Mas segundo Fernando Durante, nas edições organizadas pelo DCE, a verba para realização e premiação era retirada do próprio Diretório, que na época recebia uma porcentagem das mensalidades dos acadêmicos, além de ser o responsável por uma apostilaria, que vendia os textos datilografados utilizados pelos professores da Universidade, e pela administração do Restaurante Universitário.

Nos dias 24, 25 e 26 de abril de 1980 aconteceu a 1ª edição do festival, realizado no Auditório da Reitoria da UEPG. Já no início, teve grande receptividade do público, comprovando o sucesso da MPB na época.

“O ‘1º FUC – Festival Universitário da Canção’ acontece com enorme sucesso no Auditório da Reitoria da UEPG. Mais de mil pessoas estiveram presentes na abertura desse festival, na última 5ª feira. Porém, vale frisar aqui que, aquele auditório tem capacidade apenas para 400 pessoas.” (Jornal Diário dos Campos de 26 de abril de 1980)

A música campeã, escolhida entre 47 inscritas, foi “Germe do medo”, de José Santos Júnior, que recebeu prêmio de 20 mil cruzeiros.

Neste mesmo ano, no mês de dezembro, aconteceu em Curitiba o “1º Festival Paranaense da Música Popular Brasileira”, que reuniu compositores de 13 cidades do estado. De acordo com Luiz Roberto Soares, Secretário Municipal da Cultura e do Esporte na época:

“...a realização de um festival de música popular brasileira, de amplitude estadual, tem como finalidade principal a descentralização das atividades culturais, dando oportunidade ao surgimento de novos valores na área da MPB.” (Jornal Diário dos Campos de 30 de abril de 1980)

O FUC viabiliza a orientação, divulgação e abre campo de trabalho para novos compositores, e também integra áreas culturais e proporciona o desenvolvimento de artistas no meio.

“Além da valorização do cancionero popular brasileiro, o FUC se destaca como um espaço e um incentivo muito importante para os compositores, letristas e intérpretes oferecendo-lhes uma oportunidade de exibirem seus talentos a um público numeroso e entusiasta.” (Jornal Diário dos Campos de 21 de junho de 1983)

Neste período, o Brasil ainda sofria os impactos causados pela ditadura militar da década de 1960, e dentre estes impactos está a censura. Os órgãos repressores eram contrários às mudanças sociais, impondo regras em nome da justiça, da ordem e da segurança nacional. O que não fosse, segundo os responsáveis, correto de acordo com a moral e os bons costumes, era suspeito e alvo de perseguição policial.

De acordo com Carneiro:

“Com a instauração de uma ditadura militar em 1964, as atividades polícia política foram reorientadas pelos primeiros Atos Institucionais, a outorga da Constituição de 1969 e a promulgação do AI-5 que, no seu conjunto, (re)instalaram o Estado de Segurança Nacional. A partir deste momento criou-se uma verdadeira ‘comunidade de informações’ preconizada em nome da Doutrina de Segurança Nacional. Agentes categorizados da repressão foram acionados com vistas a produzir informações e centralizar os informes que deveriam alimentar a ação do recém-criado Serviço Nacional de Informações (SNI) e demais órgãos de inteligência militares [...]. Em foco continuavam os intelectuais, artistas, professores universitários, editoras e livrarias.” (2002, p. 67-68)

A música, o teatro e o cinema foram atividades constantemente vigiadas, e na maioria das ocasiões esta vigilância era tratada como rotina policial. Instrumentos reguladores, como leis de imprensa e classificações etárias estiveram presentes no cotidiano do país. Assim, não havia repressão a esta censura por parte da sociedade, uma vez que esta considerava tais atitudes normais, e lhes conferiam legitimidade. (Carocha, 2006)

O indivíduo que propusesse mudanças sociais recusando as normas impostas poderia se transformar num suspeito em potencial. Como a música é uma forma de manifestação popular, compositores e artistas em geral foram alvos desta perseguição.

Devido a este fator político, as músicas que eram inscritas no FUC deviam ser enviadas, sendo o documento original com duas cópias anexas, sem borrão ou rasura, ao Departamento de Polícia Federal Regional do Paraná, que as encaminhavam ao Departamento Federal de Segurança Pública, em Brasília DF,

para passarem pela avaliação da censura. A avaliação podia demorar até 30 dias, e se alguma canção fosse desaprovada por este órgão, seria automaticamente eliminada do festival.

No FUC, isto ocorreu pela primeira vez em 1981, na 2ª edição do evento. Duas canções foram vetadas pela censura e não puderam competir, sendo elas: “Mútuo banquete” e “Amor real”, ambas de autoria de José Carlos Alves Pereira.

Em todo o Brasil, os compositores que tiveram suas canções vetadas na íntegra ou parcialmente desenvolveram mecanismos específicos para tentar driblar a censura. Utilizavam figuras de linguagem, metáforas, criação de palavras e inseriam efeitos sonoros como buzinas e batidas de carros no momento da música que estava censurado. Dessa forma, estes compositores transmitiam sua mensagem para o público, mesmo que de forma sutil. (Carocha, 2006)

Ainda assim, diversos artistas se mudaram para fora do país, em exílios voluntários ou forçados. Os compositores que permaneceram no país eram pressionados pelo regime autoritário, e mais diretamente pela censura.

“A cultura nos anos militares era uma reflexão do confronto dos artistas brasileiros com a realidade do poder no país. Mais do que uns poucos mitos haviam sido destruídos. Grande parte dos artistas e intelectuais do país havia endossado a visão populista, e frequentemente nacionalista radical, do início da década de 1960. eles se apercebiam, enquanto os generais-presidentes se sucediam, que aquelas visões estavam mortas pelo menos ate uma outra geração.” (SKIDMORE, p.242-243)

Porém esta repressão por parte do regime militar não impediu a realização das demais edições do FUC. Sua 3ª edição foi realizada em 1982, nos dias 20, 21 e 22 de maio deste ano, sob a coordenação de João Carlos Fortes. Foram 36 músicas selecionadas, e a vencedora foi “Nossos caminhos não seguidos”, de Cláudio Maurício Chaves.

Na 4ª edição, o DCE contou com a empresa Propon Publicidade no apoio à organização do FUC. Esta edição aconteceu nos dias 16, 17 e 18 de junho de 1983, e teve como música vencedora “Fusão de duas gerações”, de autoria de Anna Romanowski. Até então, o festival era um evento voltado ao público universitário.

A censura voltou a vetar uma canção na 5ª edição, em 17, 18 e 19 de maio de 1984. Não foram encontrados registros com o nome da música e de seu autor.

Ainda na 5ª edição, o DCE, então sob a presidência de Gabriel Kravchychyn, muda a locação do evento, transferindo-o para o Cine Teatro Ópera. Com essa mudança, o evento deixou o ambiente da UEPG e se estendeu para a massa

popular da cidade de Ponta Grossa PR. No dia da final, aproximadamente duas mil pessoas compareceram ao evento⁶, e a campeã foi “Índio Brasil”, de Hélio Chaves, Maurício Galan, Cristina Miranda Ribas e Hércio Ribeiro.

Já com a mudança para Juca Francisquini como presidente do DCE, e apesar do sucesso do festival realizado no Cine Teatro Ópera, em 1985 o FUC voltou a ter sua 6ª edição no Auditório da Reitoria, durante os dois dias das eliminatórias, 02 e 03 de maio. A final, realizada no dia 04 de maio, aconteceu no Ginásio de Esportes Oscar Pereira, onde foi declarada campeã a canção “Faróis”, de César Nadal de Souza. Foi também local do show de encerramento do FUC, com o cantor Oswaldo Montenegro, realizado com o apoio do departamento de Cultura da Prefeitura Municipal de Ponta Grossa. Segundo Fernando Durante, cerca de 4 mil pessoas compareceram.

Em 1986, o DCE passou por problemas financeiros, e após a 7ª edição o evento ficou suspenso por oito anos. Voltou a ser realizado em 1995, então sob a coordenação da Pró-Reitoria de Extensão e Assuntos Culturais, através da Divisão de Assuntos Culturais – DAC/UEPG.

Nesta primeira fase de realização do FUC, este era voltado a comunidade universitária e pontagrossense em geral. Embora houvesse a participação de compositores oriundos de outras cidades, ainda não possuía a repercussão atual entre os festivais do Brasil.

2.2 REATIVAÇÃO E CONSOLIDAÇÃO

⁶Embora este seja um número retirado da imprensa da época (Jornal Diário dos Campos de 22 de maio de 1984), antes de passar por um processo de restauração, o Cine Teatro Ópera tinha capacidade para 1200 pessoas na platéia e mais 200 na galeria, totalizando 1400 pessoas. Atualmente, comporta 700 pessoas no seu auditório principal.

Após oito anos da última edição, em 1995 a Universidade Estadual de Ponta Grossa, por meio da Divisão de Assuntos Culturais da Pró-Reitoria de Extensão e Assuntos Culturais – DAC/PROEX – assumiu a organização do Festival Universitário da Canção.

A DAC teve como apoiadores ao evento a Prefeitura Municipal de Ponta Grossa, o Banco do Estado do Paraná – BANESTADO, a Secretaria de Estado da Cultura, a TV Esplanada canal 7 e o DCE.

Sob a coordenação do chefe da DAC, Gilberto Zardo, o 8º FUC aconteceu nos dias 01, 02 e 03 de junho de 1995. Os dois primeiros dias, quando acontecem as eliminatórias, foram realizados no Auditório da Reitoria da UEPG, e a final foi no Teatro Municipal, com show de encerramento de Carlinhos Vergueiro, consagrado ao vencer, em 1975, o Festival Abertura, da Rede Globo.

“A Universidade Estadual de Ponta Grossa e o Diretório Central de Estudantes marcaram ponto positivo ao reativar o Festival Universitário da Canção, um evento que jazia no esquecimento absoluto. (...) O importante foi a tentativa de descobrir novos talentos (...)” (Jornal Diário dos Campos de 04 de junho de 1995)

A retomada do FUC serviu como exemplo para o setor responsável pela cultura na cidade de Ponta Grossa. A imprensa da época registrou o sucesso do evento e alertou à promoção de festivais e outros eventos culturais na cidade, visando o incentivo a novos talentos. O então chefe da DAC:

“(...) avalia a participação no festival como uma forma de valorizar os valores culturais da região, revelando talentos, além de promover a integração entre a comunidade universitária.” (Jornal da Manhã de 13 de junho de 1996)

Em matéria do Jornal Diário dos Campos de 25 e 26 de junho de 2000:

“A tentativa de promover a cultura, através das mais diversas manifestações como pintura, música, teatro, vem sendo desenvolvida pela UEPG desde 1973. (...) No entanto, alguns fatores pesam contra o acesso maior dos ponta-grossenses aos bens culturais oferecidos pela instituição. Entre eles está a falta de divulgação e de espaço.”

Ao longo das seguintes edições o FUC se estabilizou como antes de sua interrupção, passando por melhorias. As eliminatórias aconteciam no Auditório da Reitoria e a final no Teatro Municipal, e com show de encerramento que lotava o espaço. A cada edição o número de inscrições oriundas de outras cidades do Paraná e também de outros estados crescia, mostrando a amplitude de sua divulgação.

A vinda de participantes de outros estados influencia no turismo em Ponta Grossa. Por mais que estes fiquem na cidade apenas nos dias do festival, utilizam de alguma forma da infraestrutura local, seja em restaurantes, bares ou comércio. Além disso, quando não estão nos ensaios ou no evento, podem conhecer os atrativos turísticos que a região possui.

Dessa forma, com as edições seguintes, o número de inscritos de outras cidades crescia, de acordo com a comissão organizadora da época. A qualidade das músicas vindas de fora também era considerada melhor. Na 10ª edição, nos dias 22, 23 e 24 de maio de 1997, a canção vencedora foi “Vinhedos”, de autoria de Antonio Albuquerque e Negendre Arbo, vindos de Foz do Iguaçu PR.

“Embora tenha participado com a maioria das composições selecionadas neste ano, 23 das 29 classificadas, Ponta Grossa ficou com a premiação da terceira melhor música, ‘Composição do Vento’, de Fábio Isafas Fritz (...) e da melhor letra do 10º FUC, ‘Estrelas e Listras’, de autoria de João Irineu Miranda (...)” (Jornal Diário da Manhã de 27 de maio de 1997)

Na 12ª edição, que aconteceu nos dias 20, 21 e 22 de maio de 1999, o número de inscrições de outras localidades superou as expectativas da comissão organizadora, ultrapassando inclusive o número de inscritos de Ponta Grossa. Dentre as 29 canções selecionadas, foram 14 da cidade e 15 de outras cidades dos estados do Paraná, Santa Catarina e São Paulo. Este fato demonstrou o alcance que o festival já tinha no cenário musical do país.

Junto ao crescimento deste evento, vieram também os problemas. Ainda na 12ª edição, muitos compositores sequer compareceram às suas apresentações, além de mudanças na apresentação de um dos concorrentes, que acabou por ser desclassificado.

No ano seguinte, em 2000, a Universidade Estadual de Ponta Grossa passou por um período de greve dos servidores. Porém, este fato não prejudicou a realização do 13º FUC, nos dias 15, 16 e 17 de junho, durante o período da greve. A comissão organizadora pensou na possibilidade de adiar o evento, mas este ficaria muito próximo da data do FENATA – Festival Nacional de Teatro Amador –, também realizado pela DAC/PROEX.

Neste ano, cresceu a manifestação por parte da imprensa da cidade de Ponta Grossa em relação ao evento. Em entrevista publicada numa matéria do Jornal Diário da Manhã de 01 de junho de 2000, o músico Maurício Galan, que participou de edições anteriores do FUC:

“Ele (Galan) lamenta o fato de não haver ‘um Oscar Pereira para o músico de fora posar, um restaurante universitário para o músico de fora comer’, detalhes mínimos que poderiam fazer a diferença na organização do FUC.”

A participação de compositores de outras cidades se mantém com o passar das demais edições. A partir do 14º FUC, os primeiros colocados foram todos de outras localidades. Em 2003, para a 16ª edição, foram 128 composições de sete estados brasileiros.

Ainda no ano de 2003, a Divisão de Assuntos Culturais passou a ser dirigida pelo professor Cláudio Jorge Guimarães, que permanece atualmente na função. O festival passou a ser realizado no Teatro Marista, onde é possível atingir um público de 750 pessoas em uma noite.

Em 2005, antes do 18º FUC foi realizado o 1º FUC Regional. Esta nova etapa tinha como objetivo aumentar a participação da comunidade dos Campos Gerais na etapa nacional, pois os compositores da cidade eram inibidos pelo crescente número de participantes de fora. As melhores canções da etapa regional passavam para as eliminatórias da etapa nacional.

Junto com a criação da etapa regional, o público passou a ter voz ativa na escolha das canções com a instituição do Júri Popular, onde um determinado número de pessoas da plateia era sorteado para avaliar as canções apresentadas.

Desde então, o FUC se consolidou ainda mais como um importante evento cultural na cidade de Ponta Grossa. Em 2006, com o término do processo de restauração do Cine Teatro Ópera, o FUC passou a ser realizado neste local, com capacidade para 700 pessoas. A localização central do espaço incentivou ainda mais a participação do público.

Para atrair ainda mais a população, os ingressos cobrados eram valores simbólicos, R\$1,00 nas primeiras edições e R\$5,00 nas últimas. Nos shows de encerramento, na noite da final, a organização traz músicos e compositores conhecidos nacionalmente ou mesmo no meio dos festivais. Já encerraram o FUC Carlinho Vergueiro, Cida Moreira, Quarteto Vocal Boca Livre, Kleiton e Kledir, MPB4, o trio Sá, Rodrix e Guarabyra e Oswaldo Montenegro, que já esteve no FUC em 1985 e em 2009. Além destes, participantes de anos anteriores eram convidados a fazer os shows de encerramento das etapas regional e nacional.

Atualmente, o FUC faz parte da programação cultural de Ponta Grossa no mês de junho, e é um dos eventos de maior destaque na região. Segundo Fernando

Durante, uma pesquisa realizada pela Secretaria Municipal de Cultura, os 3 eventos culturais mais importantes na cidade na época eram FENATA, FUC e o extinto 6^a às 6⁷, sendo os dois primeiros realizados pela Divisão de Assuntos Culturais.

O apoio dado pelas empresas que patrocinam o festival contribui ainda mais para esse destaque. Com investimentos, a comissão organizadora pode melhorar cada vez mais a estrutura do evento, seus prêmios e a qualidade da comissão julgadora, fazendo do FUC um evento de música popular de qualidade.

2.3 MELHORIAS NO FUC E SEU PAPEL NO TURISMO DE EVENTOS

⁷ Realizado todas as sextas feiras, às 6 horas da tarde na praça Barão do Rio Branco, com apresentações de bandas locais.

Atualmente, o FUC traz para Ponta Grossa um número significativo de cantores e compositores de outras regiões do país. Porém, como parte da infraestrutura turística que eles usariam é fornecida pelos patrocinadores e pela UEPG, como alojamento, transporte e alimentação, o dinheiro injetado na cidade é somente através das atividades de entretenimento e lazer realizadas pelos participantes.

O serviço de transporte durante o evento é realizado com carros da própria Universidade. Os participantes de fora, quando querem fazer algo em horários diferenciados da programação do evento, costumam não utilizar transporte coletivo, uma vez que, todo o evento acontece na região central da cidade, e proporciona fácil acesso à locais de lazer e entretenimento, como bares, choperias e boates, locais mais frequentados por eles.

A hospedagem é fornecida também pela Universidade. Os participantes ficam alojados no Centro Pastoral da Juventude – CJP, e a comissão julgadora no Hotel São Marcos, um dos apoiadores do festival.

Quanto às atividades diversas, Britto e Fontes afirmam que:

“A programação social complementa o evento, sendo oferecida indiscriminadamente aos participantes, podendo estes aderirem ou não à programação. Normalmente é composta de eventos culturais e atividades sociais que acontecem em decorrência do evento principal ou em temporadas específicas.” (2002 p. 69-70)

Os eventos devem ser repensados de uma forma que permitam a maior participação do público, e que ofereçam algo que não seja possível a este público buscar em outros meios, como na internet. Deve ir além do conhecimento transmitido, do encontro com as pessoas e da sua interação. (Britto e Fontes, 2002 p. 352)

Em relação a esta programação, podemos citar como exemplo na última edição, a festa de encerramento do FUC realizada no Empório Avenida, um dos patrocinadores do evento. Participantes, comissão julgadora e o público presente na final do festival ganharam ingressos para esta festa, ficando à sua livre escolha comparecer.

Quanto à organização, ao longo dos anos houve um crescimento acentuado do evento, desde sua retomada pela Divisão de Assuntos Culturais da UEPG. A implantação definitiva do Cine Teatro Ópera como palco do festival proporcionou à

população um acesso maior à música popular, retirando o FUC do âmbito universitário e difundindo-o às outras esferas da sociedade.

A participação de voluntários durante os dias do evento, estes sendo na sua maioria acadêmicos dos cursos de Artes Visuais e Turismo da UEPG, também garantiu à comissão organizadora um maior amparo nas questões operacionais do evento.

As facilidades nas inscrições e no envio de músicas em formato mp3⁸, garantem inscritos não somente de Ponta Grossa e região dos Campos gerais, mas também de todos os demais estados brasileiros. Aliados a estas facilidades, o fornecimento de alojamento, alimentação e um auxílio de custo aos participantes facilitam na decisão de se inscrever no FUC.

Além dos benefícios econômicos, um evento também proporciona benefícios culturais, tanto para a população que assiste, quanto aos compositores. Muitos deles são conhecidos somente no meio dos festivais, e estão sempre viajando e participando de eventos do gênero. Alguns, inclusive, sobrevivem da participação em festivais de música.

Outro fator que gerou aumento nas inscrições de outras localidades, foi a oportunidade de ter sua música gravada em CD⁹, caso fosse selecionado para a final do festival. Isso amplia a divulgação do trabalho dos compositores, além de ser um meio de disseminar a cultura divulgada em cada edição do FUC.

Para que os eventos obtenham sucesso e afirmação junto ao público, necessitam de um planejamento que o possibilite, um cronograma para a sua realização, enfim, todas as iniciativas que compreendem a sua idealização, planos, perspectivas, realização e avaliação dos últimos acontecimentos, para constatar se o evento ocorreu conforme planejado.

Os eventos são uma segmentação do turismo e representam uma parcela importante deste mercado. Todo o processo de organização dos eventos deve ser estudado e seguido para evitar imprevistos, embora estes aconteçam comumente. Mas é preciso estar preparado para saber resolvê-los.

Os impactos socioculturais dos eventos são pouco discutidos ainda atualmente. O aspecto econômico é mais considerado em pesquisas sobre eventos.

⁸ MP3 (MPEG Audio Layer-3) é um formato eletrônico que permite ouvir músicas em computadores, com ótima qualidade. Fonte: <<http://www.infowester.com/histomptres.php>> acesso em 25 de novembro de 2009.

⁹ CD (Compact Disc) é um disco metálico utilizado para gravar informações e músicas, a exemplo dos discos de vinil, mas de maneira digital.

Isso se dá porque os impactos socioculturais são mais difíceis de serem quantificados do que os impactos econômicos. Além disso, uma análise desse aspecto pode produzir resultados menos satisfatórios, em termos políticos. (Yeoman et al, 2006)

Embora não seja dada a devida importância, a relação entre a comunidade anfitriã e o evento é fundamental para o sucesso do mesmo. Compreende-se esta relação tanto direta quanto indireta.

A relação direta é aquela do público que assiste ao evento. Manifestações diversas que podem ser de agrado ou desagrado com o evento. A relação indireta é da comunidade externa, não necessariamente participativa no evento. É o caso de crimes nas proximidades do evento, que assusta e prejudica a cidade de um modo geral.

Assim, o evento deve ser pensado das duas formas, como uma atividade tanto econômica como social, que gera benefícios para os empresários, para a cidade, para o comércio, para o e para a comunidade. De acordo com Britto e Fontes:

“Os eventos são, incontestavelmente, o maior e melhor meio de desenvolvimento nacional, de fomento da economia, de geração de empregos, juntamente com o desenvolvimento da infraestrutura turística, do turismo natural, rural e cultural e do segmento de turismo de negócios e eventos.” (2002, p. 349)

Dentre os benefícios da realização de eventos está o fato de se manter a cidade em constante movimento de turistas, uma vez que o setor de eventos não tem sazonalidade, traz retorno para a economia local e incentiva a contribuição das micro e pequenas empresas da região. O FUC é um exemplo disto, pois a cada edição novas empresas da cidade se tornam patrocinadoras.

No caso específico dos eventos artísticos, como o FUC, seu planejamento exige habilidades e qualidades por parte da comissão organizadora tão desenvolvidas quanto as dos artistas com quem trabalham. Segundo Yeoman et. al, habilidades operacionais como comunicação, flexibilidade e versatilidade são necessárias para trabalhar neste tipo de evento (2002, p. 269). No festival em estudo, toda a comissão organizadora participa do processo de planejamento e também da etapa de operacionalização do evento.

E este planejamento deve começar com o maior tempo de antecedência possível. Somente assim o evento alcançará o sucesso esperado, pois em caso de

imprevistos a organização terá tempo suficiente para mudar seus planos de atividades e minimizar as falhas.

Dentre os impactos físicos e ambientais de um evento, está a degradação e o acúmulo de lixo no local. Estes impactos são minimizados quando o evento acontece em espaços específicos para esta atividade. No caso do FUC, que é realizado no Cine Teatro Ópera, este tipo de impacto é controlado.

Como o festival é organizado pela UEPG e sem fins lucrativos, o benefício econômico que este traz é destinado somente à cidade, em estabelecimentos locais e para as empresas patrocinadoras. Isto inclui o impacto turístico. Segundo Allen et al:

“Além de gastar no evento em si, os visitantes externos também gastam com viagem, acomodação, mercadorias e serviços na cidade ou região anfitriã. Esses gastos podem ter impacto considerável por circularem na economia local. Uma promoção eficaz do turismo pode fazer com que os visitantes do evento prolonguem seu período de permanência e visitem outros destinos e atrações turísticas regionais.” (2008, p. 18)

Ressalta-se que, aplicada ao FUC, a citação acima se enquadra no perfil dos participantes competidores do festival, uma vez que a essência do público é de Ponta Grossa, conforme pesquisa que será relatada no capítulo 3 deste trabalho.

Enquanto você não se der valor, não valorizará seu tempo. Enquanto não der valor ao tempo, não fará nada de importante.

(M. Scott Peck)

3 O FUC COMO EVENTO TURÍSTICO

3.1 PESQUISA DE PÚBLICO E COM PARTICIPANTES

Na última edição do Festival Universitário da Canção, realizada entre os dias 24 e 27 de junho de 2009, foi realizada uma pesquisa entre o público do evento, para analisar seu perfil básico. Foram questionados quanto à cidade de origem (somente se eram de Ponta Grossa ou não), se já assistiu às edições anteriores e pretende participar das próximas, e através de qual meio soube do evento, nesta podendo ser assinalada mais de uma resposta. Neste último item, havia as opções televisão, rádio, totens, família/amigos e internet.

Além destes questionamentos, foi entregue aos componentes do júri popular uma pergunta subjetiva, sobre a opinião pessoal em relação à importância do FUC para a cultura na cidade de Ponta Grossa. Como todos responderam, foram obtidas 11 respostas.

A metodologia utilizada para esta pesquisa foi a utilização de amostragem aleatória simples. As perguntas foram distribuídas a todos, e devolvidas ao acaso, conforme a vontade do indivíduo. O universo utilizado foi o número total do público do evento, de aproximadamente 2500 pessoas nos quatro dias. Destes, 78 questionários foram devolvidos para análise.

No primeiro dia, 33 pessoas responderam ao questionário. À primeira pergunta, 30 responderam serem de Ponta Grossa e 3 responderam que são de outras cidades. Em relação à segunda pergunta, 23 disseram já ter participado de outras edições do FUC, enquanto para 10 era a primeira vez no evento. Todos afirmaram que pretendem participar de outras edições, mostrando a receptividade da população pontagrossense com o festival. Quanto às formas de ficar sabendo do evento, 3 pessoas assinalaram a opção “TV”, 4 a opção “totens”, 26 souberam através da família e amigos, e 6 pela internet.

Já no segundo dia de evento, foram 31 questionários respondidos. Destes, apenas 1 declarou não ser de Ponta Grossa; 24 disseram já ter participado de edições anteriores e 7 afirmaram ser a primeira vez no evento. Novamente, todos afirmaram ter intenção de assistir às próximas edições do FUC. Em relação ao meio de comunicação com o evento, 3 souberam pela TV, 12 pelos totens, 20 através da família e dos amigos, 3 pela internet e 1 por propaganda em jornal impresso.

Já no terceiro dia, apenas 4 pessoas responderam às perguntas. A organização do evento acredita que este fato se deu por o público de todos os dias

ser parecido. Quem havia respondido nos primeiros dias, não respondeu neste. Dessa vez, todos responderam ser de Ponta Grossa; 2 disseram ter participado de edições anteriores; todos pretendem participar de próximas edições; e em relação aos meios para obter informações sobre o evento, 2 assinalaram televisão, 1 rádio, 1 através de totens, 1 através de familiares e amigos e 1 pela internet.

No quarto dia, momento da final do festival, 10 pessoas responderam. Igualmente ao terceiro dia, o público já era o mesmo que havia prestigiado as eliminatórias do festival. Dos 10 questionários respondidos, 8 eram pontagrossenses e 2 de fora da cidade; 4 já haviam participado de edições anteriores e 6 estavam pela primeira vez; todos pretenderam, participar das próximas; e 2 souberam do FUC através de televisão, 2 pelos totens, 8 através da família e de amigos, e 1 pela internet.

Unindo as informações obtidas através dos 78 questionários respondidos nos quatro dias de evento, os resultados são os seguintes: 72 pessoas são de Ponta Grossa e 6 de outras cidades; 53 já participaram de outras edições do FUC e 25 estavam pela primeira vez; todas pretendem participar das próximas edições; e 10 souberam do evento através de televisão, 1 através de rádio, 19 pelos totens espalhados pela cidade, 55 através de amigos e familiares e 11 pela internet.

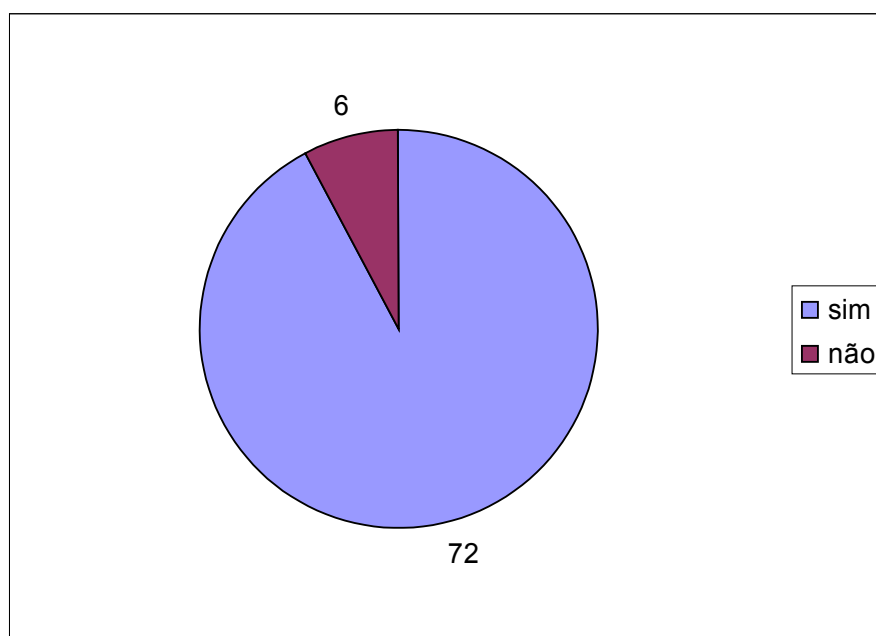


GRÁFICO 1 – Respostas do público à pergunta “É de Ponta Grossa?”
Fonte: organizada pela autora

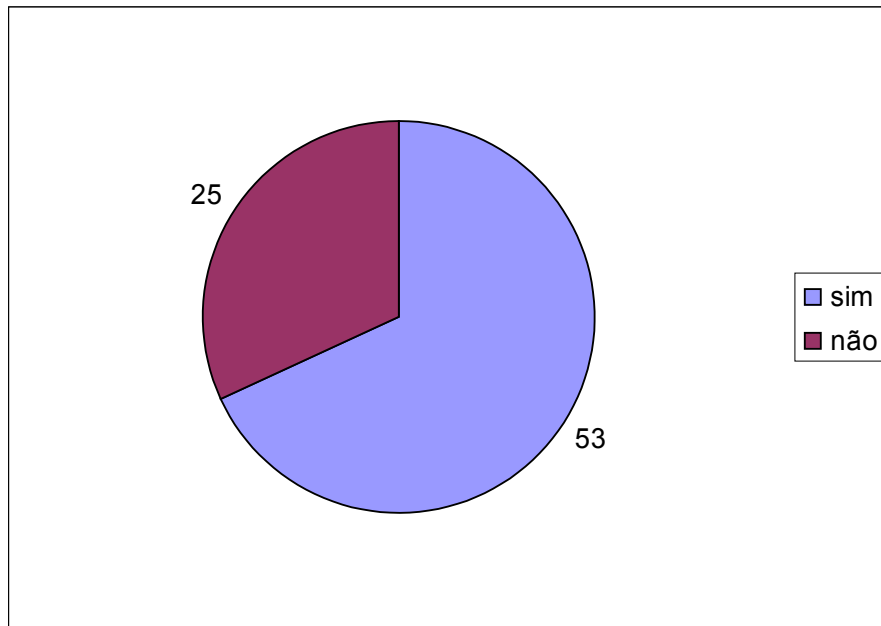


GRÁFICO 2 – Respostas do público à pergunta “Já participou de outras edições do FUC?”
Fonte: organizada pela autora

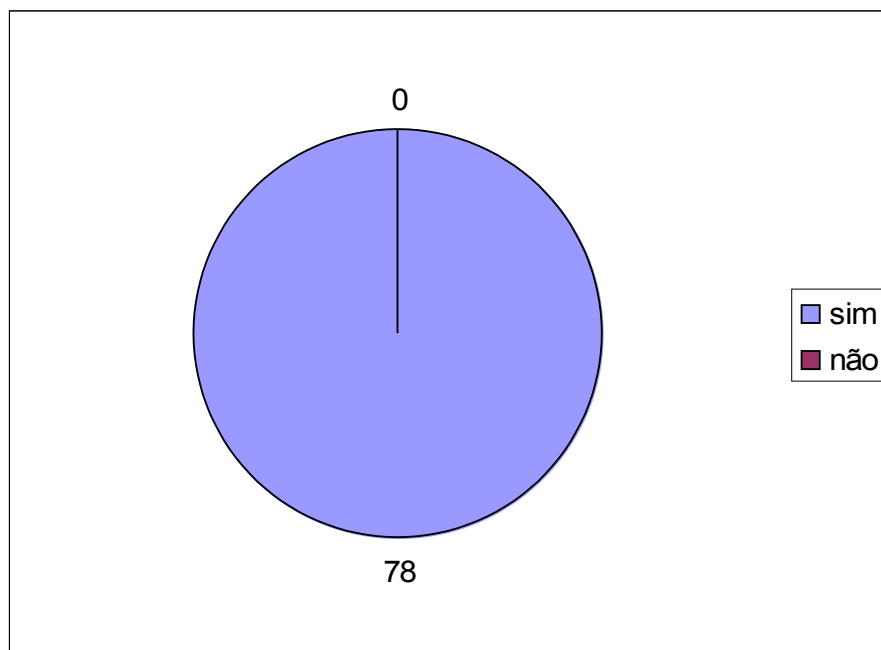


GRÁFICO 3 – Respostas do público à pergunta “Pretende participar de outras edições?”
Fonte: organizada pela autora

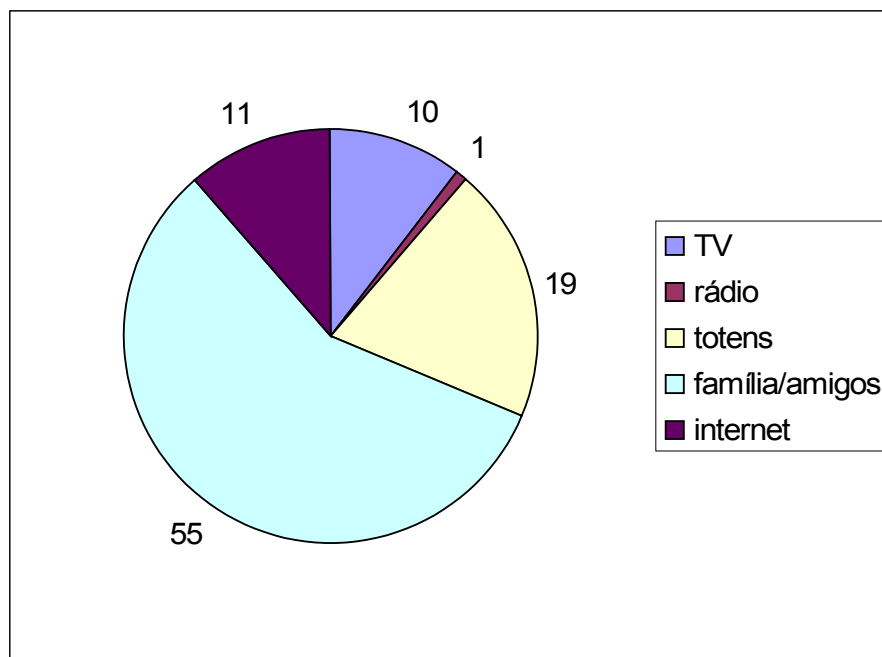


GRÁFICO 4 – Respostas do público à pergunta “Como ficou sabendo do evento?”
 Fonte: organizada pela autora

Uma das observações que podem ser feitas na análise da pesquisa realizada é que o público alvo precisa ser abordado por diferentes meios, várias vezes, até decidir tomar alguma atitude em relação à atividade proposta. Isso se percebe ao analisar a quarta pergunta, que mostra que a maioria assinalou mais de uma resposta. Segundo Britto e Fontes:

“A reação que desejamos pode ser o resultado das diferentes abordagens e não de um evento isolado. Como qualquer investimento, a comunicação tem tempo de maturação e os resultados podem demorar um pouco a aparecer.” (2002, p. 32)

Dessa forma, o FUC pode ser considerado um evento com divulgação em várias mídias, como televisão, jornais da cidade e internet, seja através de página própria ou através de outras especializadas em divulgar os festivais que acontecem no Brasil. Mas o meio de divulgação mais eficaz é aquele que acontece de pessoa para pessoa, que indica o evento e deixa o outro curioso para conhecê-lo.

As mesmas perguntas feitas ao público em geral, foram feitas também aos participantes do Júri Popular, no dia da segunda eliminatória da etapa nacional. Entre estes questionários, foram obtidos os seguintes resultados: 4 não são de Ponta Grossa e 7 sim; 5 estavam assistindo ao FUC pela primeira vez e 6 já haviam comparecido em edições anteriores; todos pretendem assistir às próximas edições;

e para saber do evento, 2 souberam pela TV, 1 através de rádio, 1 pelos totens, 9 souberam pela família ou por amigos, e 3 através da internet.

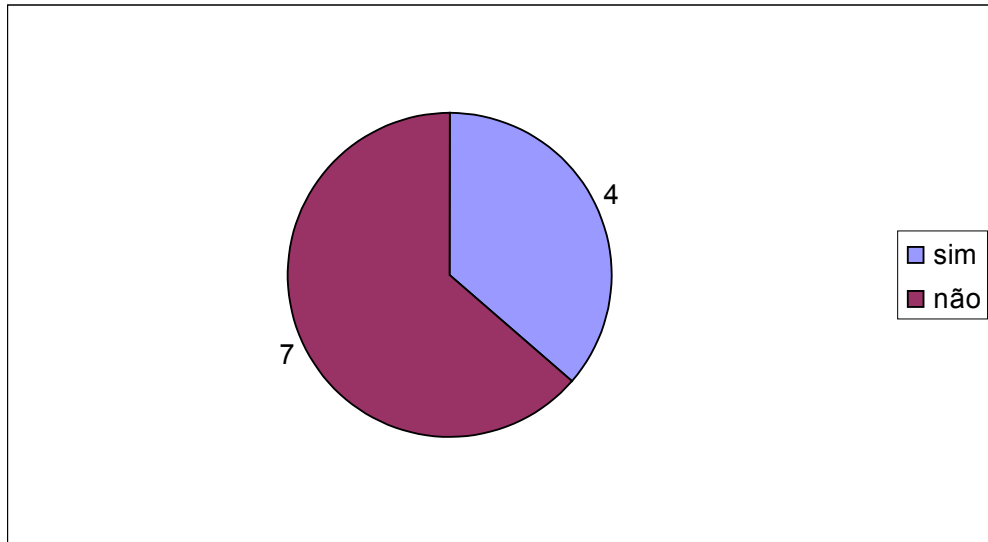


GRÁFICO 5 – Respostas do Júri Popular à pergunta “É de Ponta Grossa?”
Fonte: organizada pela autora

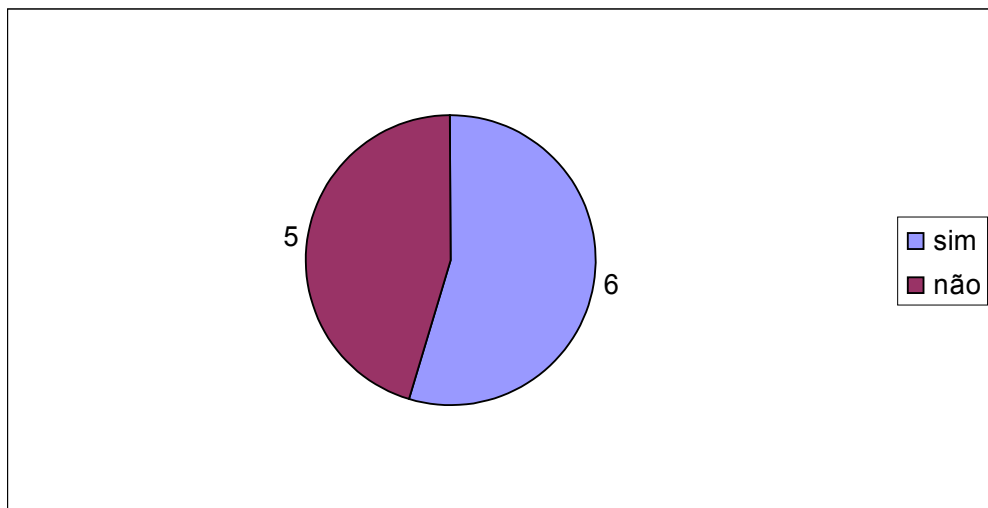


GRÁFICO 6 – Respostas do Júri Popular à pergunta “Já participou de outras edições do FUC?”
Fonte: organizada pela autora

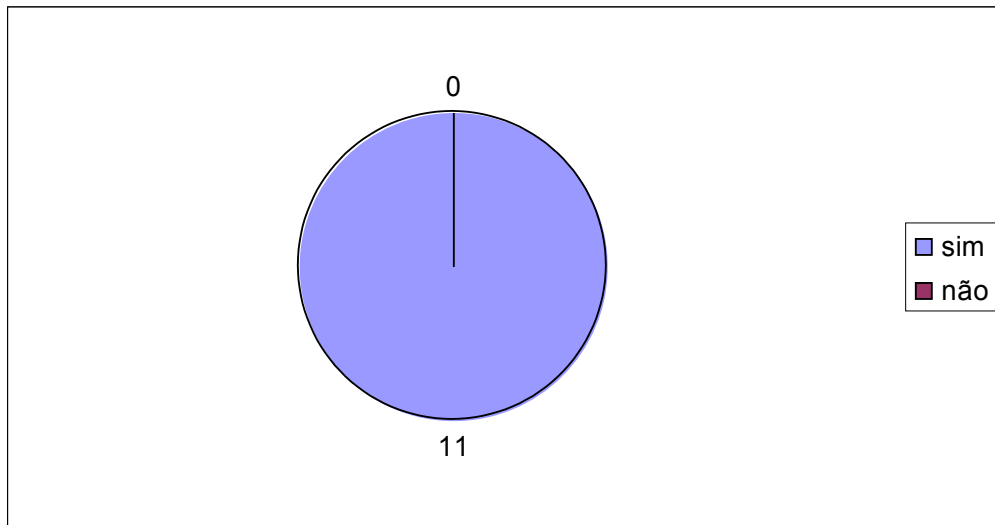


GRÁFICO 7 – Respostas do Júri Popular à pergunta “Pretende participar de outras edições?”
Fonte: organizada pela autora

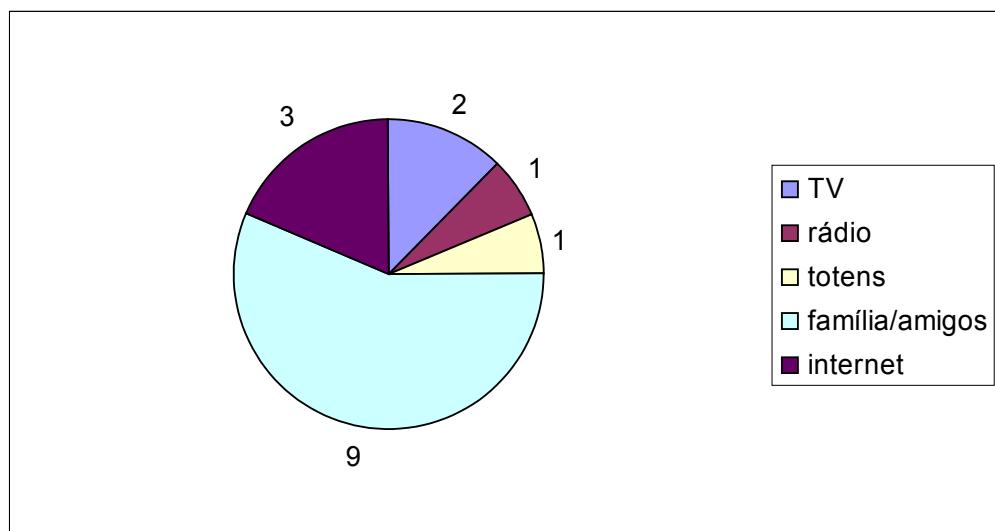


GRÁFICO 8 – Respostas do Júri Popular à pergunta “Como ficou sabendo do evento?”
Fonte: organizada pela autora

Além destas perguntas objetivas, ao Júri Popular também foi feita o seguinte questionamento: “Para você, o que o FUC significa para Ponta Grossa?”, e entre as respostas haviam elogios à iniciativa do evento, oportunidade para novos talentos da região, incentivo à cultura na cidade e a oportunidade gerada aos pontagrossenses de ter contato com novas produções musicais. Também foi comentado que como o FUC é um evento nacional, coloca Ponta Grossa como grande incentivadora da música de qualidade do Brasil e do surgimento de novos talentos, acrescentando cultura à região.

Através da pesquisa aplicada com o público, pode-se perceber que o FUC não é um evento com predomínio de turistas, e sim um evento da cidade de Ponta Grossa. Mas ainda assim, possui grande importância cultural para a cidade, como meio de incentivo à produção musical.

Com a entrevista realizada com o público, já se sabe que o FUC é considerado de grande importância para a música pontagrossense. Após a realização da 21ª edição do FUC, foi realizado contato por e-mail com os compositores que participam do festival. Três deles retornaram com respostas em relação às suas participações no evento. Foram eles: Scilas Augusto de Oliveira, Álvaro Bueno Filho e Amani Niclevisk Sviercoski¹⁰.

Todos relataram os benefícios pessoais e profissionais que a participação no FUC proporcionou. Além do incentivo de estar em constante trabalho de composição de novas canções, profissionalmente, o FUC abre espaço para compositores da cidade mostrarem sua música àqueles que vêm de outras regiões do país.

Scilas Augusto de Oliveira citou o intercâmbio que acontece nos bastidores do festival. Nos camarins, os músicos conversam entre si e compartilham seu conhecimento musical, levando-o à suas cidades de origem. Isso fortalece a imagem do evento para os músicos, proporcionando a harmonia entre os concorrentes.

O mesmo músico ainda comenta que, após as noites de eliminatórias, os músicos se reuniam em bares da cidade onde cantavam juntos e interagem com o público destes locais. Alguns inclusive permaneciam na cidade após o festival para se apresentarem nestes bares.

Existem casos que geram benefícios culturais para a região, proporcionando uma identidade local. Segundo Álvaro Bueno Filho, em sua participação no 19º FUC, a canção “Campos Gerais” apesar de não ficar entre os primeiros lugares, posteriormente foi gravada em estúdio e consagrada hino dos Campos Gerais, numa promoção da Paraná Turismo e da Associação dos Municípios dos Campos Gerais – AMCG.

Não somente o FUC, mas os festivais de música em geral, são um espaço para músicos que não conseguem divulgar seu trabalho na mídia, seja através de rádio ou televisão. Nestes eventos, mostram suas canções, vendem seus álbuns e

¹⁰ Os entrevistados são cantores e compositores de Ponta Grossa, que participaram de mais de uma edição do FUC.

fazem contatos para apresentações paralelas, trabalhos relacionados à música e até mesmo para novos festivais.

Neste sentido, é importante a divulgação do FUC em todas as mídias, nacionalmente, além das locais. Páginas da internet e através de e-mails aos participantes de edições anteriores são meios de manter o evento difundido no universo da MPB.

3.2 FUC – UM EVENTO TURÍSTICO?

O turismo é um instrumento de desenvolvimento econômico e social, em um universo de serviços e tecnologias avançadas, segundo Britto e Fontes (2002, p. 53). Dessa forma, o turismo de eventos deve beneficiar os serviços de agenciamento, hotelaria, transporte e outros setores envolvidos. Ainda segundo as autoras:

“(...) em termos econômicos, o turismo de eventos pode gerar muitos benefícios, como o incremento na receita global do local-sede do evento e a melhora da imagem da cidade-sede. Podemos considerar, ainda, as melhorias na infraestrutura da localidade, além da geração de empregos e receitas como consequência do desenvolvimento turístico.” (2002, p. 54)

Esta atividade diminui as crises econômicas nas cidades onde acontecem, pois incrementam o turismo nos períodos de baixa sazonalidade que ocorrem em outros segmentos do setor.

De acordo com Allen et al. (2008), nos últimos anos a gestão de eventos deixou de ser uma área de amadores para se tornar um meio de profissionais qualificados. Isso se deve a variedade de tipos de eventos que existem, como festivais, eventos esportivos, corporativos, entre outros. Assim, veio a necessidade de uma metodologia capaz de abranger todas essas formas de eventos de maneira flexível.

Além disso, não só os turistas, mas também os participantes de eventos estão mais exigentes. Isso requer um treinamento e capacitação maior da comissão organizadora e da equipe de execução.

Os eventos se tornaram um componente essencial da vida contemporânea, sendo vinculados à promoção do turismo, estratégias governamentais e marketing empresarial. Podem constituir um importante meio para a comunidade local exibir suas qualidades, receber investidores potenciais e promover novas oportunidades de negócios. O FUC recebe investimentos de empresas instaladas na cidade, e a renda que entra nesta é oriunda de atividades de entretenimento dos competidores que vêm à Ponta Grossa.

Durante os eventos é o momento de se divulgar as características da cidade, seus atrativos e opções nos demais segmentos do turismo. A distribuição de folders e panfletos sobre o local são um meio de mostrar aos visitantes o que a cidade oferece. Assim, aumentam as chances de impactos positivos relacionados ao evento.

“Em âmbito mundial, há um interesse inédito em festivais e eventos – em níveis nacional e internacional, em cidades, vilas e aldeias e também em áreas rurais e litorâneas. Todos querem celebrar sua forma particular de cultura, tradição, diferenças ou similaridades com outros. Festivais e eventos podem ajudar a promover seu destino e atrair turistas.” (Yeoman et al. 2006, p. XXIII – introdução)

Dessa forma, a organização do evento deve contribuir com o turismo fora do horário das atividades, informando aos participantes sobre a cidade e indicando locais para se visitar.

O FUC é um evento de abrangência nacional, mas atrai apenas músicos e compositores vindos de outros locais, como competidores. Em relação ao público, o FUC ainda é regional, não atrai turistas para assistir às apresentações. Assim, o festival movimenta a economia internamente, sem investimentos de outros lugares.

Em relação à organização do evento, o processo de planejamento é viável, pois garante o sucesso do festival todos os anos. O chefe da Divisão de Assuntos Culturais, professor Cláudio Jorge Guimarães, e a comissão organizadora, trabalham no processo de planejamento e também de execução de todas as etapas. A evolução da tecnologia da informação ao longo dos anos de FUC também facilitou o trabalho da equipe.

Qualquer avanço nesta tecnologia afeta os eventos, pois ela está presente em diversas áreas da execução, desde o sistema de som utilizado até o registro de entrada dos participantes. Além das facilidades operacionais, a tecnologia da informação atualmente amplifica o espaço de divulgação de eventos, através das diversas mídias e da internet. No caso dos festivais de música, como o FUC, facilita também o momento da inscrição dos compositores, que podem enviar suas músicas em formato digitalizado.

Os patrocinadores do FUC, na sua 21ª edição, foram: Caixa Econômica Federal, Governo Federal, Secretaria de Estado da Ciência, Tecnologia e Ensino Superior do Paraná, Governo do Paraná, Prefeitura Municipal de Ponta Grossa, Femsa Brasil, Supermercados Tozetto, Colégio Sepam, Laarberg Internet, Empório Avenida, Plano de Assistência à Saúde – PAS, Honda Mottai Motos, Alma Gêmea Presentes e Decorações, A Casa de João e Maria, Revista d’Pontaponta, Sebo Espaço Cultural, Ed Som Instrumentos Musicais, WSW Advogados e Fundação de Apoio ao Desenvolvimento Institucional, Científico e Tecnológico da Universidade Estadual de Ponta Grossa – FAUEPG.

Com o apoio destes, o FUC se desenvolveu e passou a trazer novidades a cada edição, e a distribuir prêmios maiores aos vencedores, e também os shows de cada noite de evento, atraindo cada vez mais músicos e público. Foi este incentivo à cultura que proporcionou na última edição o show de encerramento de Oswaldo Montenegro, cantor e compositor que iniciou sua carreira nos festivais em 1972, e que se apresentou em 2009 pela segunda vez neste festival.

Dentre as novidades do festival, está a proposta de uma Rádio Web, a Rádio FUC, projeto coordenado pela professora Irvana Chemin Branco, Assessora de Comunicação Social da UEPG, que entrará em atividade em 2010. Terá como objetivo colocar na internet as músicas do FUC e dos demais festivais de música do Brasil, além de contar a história dos festivais. Essa iniciativa aumentará ainda mais a visibilidade do FUC em âmbito nacional.

O FUC tem em Ponta Grossa um papel de incentivador da cultura. Como as últimas edições aconteceram sempre no mês de junho, já fica registrada no calendário da comunidade a realização deste festival. Além de mostrar os talentos musicais que a cidade tem, garante à população o acesso a cultura regional e de outros estados. Por esses motivos, é um dos eventos mais importantes da região. Segundo Britto e Fontes, “todo evento deve ser criado para ser único, envolver seu público-alvo, sensibilizar patrocinadores e apoio e trazer resultados positivos aos empreendedores”. (2002, p. 319)

Assim, o festival traz benefícios à comunidade local. Uma das características principais da atualidade é o aumento do ritmo de trabalho e o conseqüente stress nas pessoas. Dessa maneira, mesmo que apenas durante quatro noites, oportunidades de lazer como o FUC auxiliam na diminuição do cansaço e estimulam um convívio social entre as pessoas.

Outro aspecto relevante em relação aos eventos é a necessidade de infraestrutura adequada, seja ela básica, de apoio ou turística. Compreenda-se infraestrutura básica como saneamento, água tratada, redes de tratamento de esgoto. Como infraestrutura de apoio, se enquadram o sistema de transportes, hospitais e segurança pública. E como infraestrutura turística, estão os meios de hospedagem, restaurantes, agências de receptivo. A realização de eventos em uma cidade pode estimular a melhoria desses serviços e assim, melhorar a qualidade de vida de seus habitantes.

Porém, apesar de todos os benefícios listados, através da pesquisa realizada percebeu-se que o FUC ainda não atingiu um espaço como evento turístico, uma vez que não é motivo de deslocamento para frequentá-lo como público. Apenas músicos competidores se deslocam com o objetivo de participar do evento. Também não gera grandes mudanças na infraestrutura local, uma vez que se utiliza apenas do espaço do Cine Teatro Ópera, do alojamento para os competidores e de um hotel onde se hospedam os membros da comissão julgadora.

Se estes benefícios dados aos competidores, como alojamento e refeições no Restaurante Universitário, não fossem fornecidos pela comissão organizadora, obrigatoriamente seriam utilizados os serviços locais, gerando renda extra na cidade. Entretanto, o número de compositores de outras cidades poderia diminuir, uma vez que muitos deles vivem da participação em festivais, e não correriam o risco de se deslocar para um evento e voltar sem receber premiação nenhuma e ainda pagar por seu deslocamento até a cidade do evento.

Sendo assim, o FUC é um evento que movimenta a cidade de Ponta Grossa apenas no âmbito cultural e de lazer e entretenimento. Não traz turistas à cidade que utilizam a infraestrutura local de maneira completa, com hospedagem, alimentação e entretenimento.

Enfim, o Festival Universitário da Canção é de suma importância para a população da cidade de Ponta Grossa. Através dele, se desenvolve o gosto da comunidade pela música popular e pela manifestação cultural que esta representa. É importante também para músicos e compositores do país, que têm no FUC um espaço para mostrar seu trabalho, conhecer o trabalho de outros e compartilhar com o público experiências.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Os eventos têm um importante papel para o turismo de um município, uma vez que mantêm o fluxo de turistas nos períodos de baixa sazonalidade, ou até mesmo se tornam atrativos turísticos locais.

O FUC, que teve em 2009 sua 22ª edição, bate a cada ano recordes de público, inscrições e apresentações, e já possui o seu lugar de destaque na história cultural da cidade de Ponta Grossa. Porém, o festival não traz turistas para a cidade. Movimenta o turismo apenas com a vinda de competidores de outros locais, e com a hospedagem e alimentação da comissão julgadora. Os participantes usufruem do setor de entretenimento noturno da cidade, em bares e choperias.

Ao longo de suas edições, muito foi melhorado na estrutura do FUC. O aumento do número de patrocinadores proporciona prêmios maiores e mais atrativos a quem vive de suas participações em festivais. A previsão da instalação da Rádio FUC na internet visa aumentar ainda mais a visibilidade deste mercado musical, já em grande expansão.

O objetivo desta pesquisa, que consiste em analisar de que maneira o FUC é visto pelos diferentes envolvidos e como se relaciona com a atividade turística, foi cumprido. O trabalho evidencia, através de entrevistas e pesquisas com o público e os participantes, que ainda não se trata de um evento que movimenta o turismo na cidade.

Os patrocinadores, citados no capítulo três item 3.2, são empresas da cidade de Ponta Grossa, e que não possuem atividades relacionadas ao turismo. Essa iniciativa deve servir como modelo às empresas diretamente relacionadas, como hotéis, e que estes utilizassem o patrocínio a eventos culturais como uma forma de divulgar seu nome enquanto contribui com a cultura na cidade.

Os participantes veem o FUC como uma oportunidade de compartilhar experiências entre si e de divulgar seu trabalho não só nas apresentações, mas também com a possibilidade de ter suas canções no CD das finalistas de cada edição.

O público identifica no festival um incentivo à cultura e aos compositores locais, haja vista que a cinco edições acontece o FUC – Etapa Regional. Dessa forma, aumenta a visibilidade dos compositores da região dos Campos Gerais, que podem ser classificados para a Etapa Nacional.

Enfim, como um evento cultural, o FUC não deixa a desejar. Com premiações em dinheiro e shows de qualidade ao final de cada noite, o Cine Teatro Ópera está sempre cheio. A participação da comunidade é grande.

Mas como evento em turismo, ainda não há meios que atraiam turistas à cidade em decorrência do festival. Acredita-se que, com o passar dos anos, essa tendência cresça e o FUC possa tornar-se um evento turístico.

REFERÊNCIAS

- ALLEN, J. et al. **Organização e gestão de eventos**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2008.
- ANSARAH, M. G. dos R. (org.) **Turismo: segmentação de mercado**. São Paulo: Futura, 1999.
- BAHL, M. **Fatores ponderáveis no turismo: sociais, culturais e políticos**. Curitiba: Prottexto, 2004.
- BAHL, M. (org.) **Turismo: enfoques teóricos e práticos**. São Paulo: Roca, 2003.
- BAHL, M. **Turismo e eventos**. Curitiba: Prottexto: 2004.
- BARRETO, M. **Manual de iniciação ao estudo do turismo**. Campinas: Papyrus, 2002.
- BARRETO, M. **Turismo e legado cultural: as possibilidades do planejamento**. Campinas: Papyrus, 2000.
- BATISTA, C. M. **Memória e identidade: aspectos relevantes para o desenvolvimento do turismo cultural**. Caderno Virtual de Turismo – vol. 5 nº3 , 2005.
- BENI, M. C. **Análise estrutural do turismo**. São Paulo: SENAC, 1997.
- BRASIL. Ministério do Turismo. **Apostila sobre segmentação do Programa de Regionalização do Turismo**.
- BRITTO, J. e FONTES, N. **Estratégias para eventos: uma ótica do marketing e do turismo**. São Paulo: Aleph, 2002.
- COBRA, M. **Marketing de Turismo**. São Paulo: Cobra Editora, 2005.
- DENCKER, A. de F. M. **Métodos e técnicas de pesquisa em turismo**. São Paulo: Futura, 1998.

Diário da Manhã. Ponta Grossa: edição de 27 de maio de 1997.

Diário da Manhã. Ponta Grossa: edição de 01 de junho de 2000.

Diário dos Campos. Ponta Grossa: edição de 26 de abril de 1980.

Diário dos Campos. Ponta Grossa: edição de 30 de abril de 1980.

Diário dos Campos. Ponta Grossa: edição de 21 de junho de 1983.

Diário dos Campos. Ponta Grossa: edição de 04 de junho de 1995.

Diário dos Campos. Ponta Grossa: edição de 25 e 26 de junho de 2000.

Dicionário Cravo Albin da Música Popular Brasileira. Disponível em <www.dicionariompb.com.br> Acesso em 09 de setembro de 2009.

DUMAZEDIER, J. **Valores e conteúdos culturais do lazer.** São Paulo: SESC, 1980.

DURANTE, F. **Histórico do FUC.** [set. 2009]. Entrevistadora: Gracielle Ribeiro. Ponta Grossa: UEPG, 2009. Gravação digital. Entrevista concedida na empresa Idéia Três Publicidade.

GASTAL, S. (org.) **Turismo: 9 propostas para um saber-fazer.** Porto Alegre: EDPUCRS, 2001.

GIL, A. C. **Métodos e técnicas de pesquisa social.** São Paulo: Atlas, 1999.

História dos festivais. Disponível em <www.festivaisdobrasil.com.br> Acesso em 24 de abril de 2009.

Histórico do FUC. Disponível em <www.uepg.br/fuc> Acesso em 25 de maio de 2009.

HUGHES, H. **Artes, entretenimento e turismo.** São Paulo: Roca, 2004.

IGNARRA, L. R. **Fundamentos do turismo**. São Paulo: Thomson Pioneira, 1999.

JANUÁRIO, M. V. da. C. e OLIVEIRA, S. T. de. **Os eventos como potencializadores do turismo regional: o Festival de Inverno Bahia**. Revista de Cultura e Turismo – ano 1 nº1, 2007.

Jornal da Manhã. Ponta Grossa: edição de 13 de junho de 1996.

MELLO, Z. H. de. **A era dos festivais: uma parábola**. São Paulo: Editora 34, 2003.

MÜLLER, A. e COSTA, L. P. da. **Lazer e desenvolvimento regional**. Santa Cruz do Sul: EDUNISC, 2002.

SEVERIANO, J. **A canção no tempo – vol. 2 (1958-1985)**. São Paulo: Editora 34, 1998.

TABARES, F. C. **La segmentación del mercado turístico: comercialización y venta**. México: Trillas, 1991.

YEOMAN, I. et al. **Gestão de festivais e eventos: uma perspectiva internacional de artes e cultura**. São Paulo: Roca, 2006.

APÊNDICE 1
QUESTIONÁRIO RESPONDIDO PELO PÚBLICO

1. É de Ponta Grossa?

sim não

2. Já participou de outras edições do FUC?

sim não

3. Pretende participar de outras edições do FUC?

sim não

4. Como ficou sabendo do evento?

TV

rádio

totens/cartazes

família/amigos

internet

APÊNDICE 2
QUESTIONÁRIO RESPONDIDO PELO JÚRI POPULAR

1. É de Ponta Grossa?

() sim () não

2. Já participou de outras edições do FUC?

() sim () não

3. Pretende participar de outras edições do FUC?

() sim () não

4. Como ficou sabendo do evento?

() TV

() rádio

() totens/cartazes

() família/amigos

() internet

5. Para você, o que o FUC significa para Ponta Grossa?

APÊNDICE 3

QUESTIONÁRIO RESPONDIDO PELOS MÚSICOS PARTICIPANTES

(e-mail enviado pela autora)

Olá,

Sou estudante do 4º ano do curso de Turismo da Universidade Estadual de Ponta Grossa, e meu Trabalho de Conclusão de Curso é sobre o Festival Universitário da Canção – FUC.

Através de pesquisas realizadas e de conversas com o Professor Cláudio Jorge Guimarães, meu orientador, observei que você teve grande participação ao longo do Festival. Assim, gostaria que respondesse algumas questões para fins de informação a ser acrescentada ao meu trabalho:

- 1- De quantas e quais edições do FUC já participou?
- 2- Em quantas destas teve alguma premiação?
- 3- A participação no FUC trouxe algum benefício pessoal/profissional? Quais?
- 4- (para quem não for de PG) Permaneceu na cidade apenas durante a realização do evento? Se não, ficou quantos dias a mais?
- 5- (para quem não for de PG) Utilizou algum outro espaço da cidade, além do alojamento e do teatro, como bares, restaurantes, lojas etc.?
- 6- (para quem não for de PG) Visitou algum atrativo turístico da região? Qual?