

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

AMANDA PLANTES NASS

**A INFLUÊNCIA DO TEATRO NO TURISMO EM PONTA GROSSA: ANÁLISE
SOBRE A POTENCIALIDADE DA MOSTRA CECI EM CENA PARA A OFERTA
CULTURAL DA CIDADE**

PONTA GROSSA – PR

2022

AMANDA PLANTES NASS

**A INFLUÊNCIA DO TEATRO NO TURISMO EM PONTA GROSSA: ANÁLISE
SOBRE A POTENCIALIDADE DA MOSTRA CECI EM CENA PARA A OFERTA
CULTURAL DA CIDADE**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado como parte de avaliação para obtenção do título de Bacharel em Turismo na Universidade Estadual de Ponta Grossa, Disciplina de Orientação de Trabalho de Conclusão de Curso.

Orientador: Prof. Dr. Leandro Baptista

PONTA GROSSA – PR

2022

AGRADECIMENTOS

Primeiramente agradeço a Deus e aos espíritos de luz que me guiaram até aqui, por conceder toda força, discernimento, paciência e serenidade para superar os momentos difíceis e as dificuldades, como também por toda trajetória desse trabalho e principalmente em toda a minha vida.

Agradeço imensamente aos meus pais, Patrícia e Maurício, por todo o amor e dedicação em minha criação, por acreditarem nos meus sonhos, pelo apoio e por não medirem esforços para fazer sempre o melhor por mim e pela nossa família. Obrigada por serem a base de tudo até aqui, amo vocês.

Agradeço também aos meus familiares e amigos que estiveram presentes de alguma forma durante essa etapa da minha vida. Incentivando e apoiando sempre em toda minha vida.

Aos meus amigos e colegas de curso, por toda ajuda e parceria durante os quatro anos de graduação, especialmente as minhas queridas amigas, Nicolly, Paulina, Pamela e Rebecca, e também ao meu amigo Leonardo, por tornarem esses anos de curso mais divertidos, por todo o companheirismo, ajuda e incentivo para não desistir. Obrigada meninas por todas as risadas, por enxugarem minhas lágrimas, pelas conversas no pátio “tomando um solzinho”, pelos conselhos, pelos trabalhos em grupo, por aguentarem eu sempre reclamando da vida e por levantarem sempre meu astral. Sem vocês eu não teria chegado até aqui. Obrigada por tudo gatas, amo vocês.

Agradeço a todos os professores que passaram pela minha trajetória acadêmica, e que deixaram seus conhecimentos, obrigada por todo apoio e incentivo durante essa caminhada e por enriquecerem meu crescimento pessoal e profissional. Sem vocês nada disso seria possível!

Um agradecimento especial a fundadora e diretora do CECI, Heloisa Frehse Pereira, por autorizar fazer a pesquisa sobre a Mostra e por ser mais uma incentivadora e uma pessoa essencial que esteve presente em vários momentos importantes da minha vida. Obrigada Helô.

Por último e não menos importante, agradeço imensamente ao meu orientador e professor Leandro Baptista, que esteve presente durante todos esses anos de graduação, sempre incentivando seus alunos e sendo um excelente professor, ouvinte e amigo nas horas vagas. Obrigada por aceitar ser meu guia, meu suporte e por conduzir e orientar esse trabalho da melhor maneira possível. Agradeço pelas palavras de apoio em meios aos momentos de dificuldade e por sempre levantar minha cabeça e segurar minha mão para eu não desistir. Obrigada por todo o esforço, aprendizado, experiências e dedicação durante a realização desse trabalho! Devo essa conquista a você, muito obrigada!

Enfim, sou a grata a todos que estiveram presentes, mesmo de longe, durante essa etapa da minha vida e por todas as experiências vividas até aqui. Tudo e todos foram peças importantes para formação de quem eu sou.

Obrigada.

“A vida é uma peça de teatro que não permite ensaios. Por isso, cante, chore, dance, ria e viva intensamente, antes que a cortina se feche e a peça termine sem aplausos”.

Charles Chaplin

RESUMO

O presente trabalho analisou o teatro como elemento presente na atividade turística e a influência do mesmo no município de Ponta Grossa. Nesse caso o problema em questão foi analisar se a Mostra Ceci em Cena, promovida pelo Centro de Estudos Cênicos Integrado – CECI, pode ser considerada um atrativo cultural para o turismo da cidade. Para cumprir com o objetivo geral, realizou-se pesquisa exploratória e bibliográfica, que fundamentaram o referencial teórico, dividido nos seguintes tópicos: turismo cultural; turismo e teatro; Mostra Ceci em Cena. Em seguida, foi aplicada a técnica de estudo de caso para o público presente na 14^o Mostra Ceci em Cena, sendo a coleta de dados realizada por meio de questionários previamente estruturados, além de um roteiro de entrevista aplicado a gestora do CECI, para compreender melhor a oferta da cidade. A análise dos dados coletados foi realizada por análise de conteúdo, onde as informações foram apresentadas através de gráficos, figuras e texto, que auxiliaram na interpretação dos dados. As informações obtidas possibilitaram uma melhor interpretação da Mostra Ceci em Cena e a importância cultural e turística do teatro para o desenvolvimento da oferta cultural da cidade, objetos de estudo desse trabalho. Foi possível identificar que a Mostra Ceci em Cena como influência para atrair a visita de turistas, não é satisfatória, sendo a maior parte do público presente de moradores da cidade. Em resposta, propôs-se ações para aperfeiçoar o desenvolvimento da oferta cultural da cidade, como foco na Mostra Ceci em Cena, com o objetivo de melhorar a divulgação externa ao município, trazendo um número maior de visitantes.

Palavras-chave: Turismo Cultural; Teatro; Ponta Grossa - PR; Mostra CECI em Cena.

ABSTRACT

The present work analyzed the theater as an element present in the tourist activity and its influence on the city of Ponta Grossa. In this case the problem in question was to analyze whether the Mostra Ceci em Cena, promoted by the Centro de Estudos Cênicos Integrado - CECI, can be considered a cultural attraction for tourism in the city. To fulfill the general objective, exploratory and bibliographic research was carried out, which founded the theoretical referential, divided into the following topics: cultural tourism; tourism and theater; Mostra Ceci em Cena. Then the case study technique was applied to the public present at the 14th Mostra Ceci em Cena, and data collection was carried out through previously structured questionnaires, as well as an interview script applied to the manager of the CECI, to better understand the city's offer. The analysis of the data collected was carried out by content analysis, where the information was presented through graphs, figures and text, which helped in the interpretation of the data. The information obtained allowed a better interpretation of the Mostra Ceci em Cena and the cultural and touristic importance of theater for the development of the cultural offer of the city, study objects of this work. It was possible to identify that the Mostra Ceci em Cena as an influence to attract tourists is not satisfactory, with most of the public present being residents of the city. In response, actions were proposed to improve the development of the cultural offer of the city, with a focus on the Mostra Ceci em Cena, with the goal of improving the external disclosure to the municipality, bringing a greater number of visitors.

Keywords: Cultural Tourism; Theater; Ponta Grossa-PR; Mostra Ceci em Cena.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – Ramificação do Turismo Cultural	22
Figura 2 – Fachada do CECI	25
Figura 3 – Teatro CECI.....	26
Figura 4 – Pessoas que acompanharam o evento com o entrevistado	30
Figura 5 – Meio de transporte utilizado	31
Figura 6 – Cursos ofertados pela escola.....	38
Figura 7 – Meio pelo qual ficaram sabendo sobre a escola.....	39
Figura 8 – Quanto o CECI e a Mostra CECI em Cena pode atrair visitantes/turistas	42

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	10
1.1 PROBLEMA DE PESQUISA	11
1.2 OBJETIVOS DA PESQUISA	12
2. METODOLOGIA	13
3. TURISMO CULTURAL	15
3.1 TURISMO E TEATRO	20
4. CENTRO DE ESTUDOS CÊNICOS INTEGRADO – CECI	25
5. ANÁLISE DOS RESULTADOS DA PESQUISA	28
5.1 APRESENTAÇÃO DOS DADOS COLETADOS COM O PÚBLICO	28
5.2 APRESENTAÇÃO DOS DADOS COLETADOS COM OS ALUNOS E ATORES	36
5.3 ENTREVISTA COM A GESTORA E FUNDADORA DO CECI	43
5.4 AÇÕES PARA APERFEIÇOAMENTO E EXPANSÃO DA OFERTA CULTURAL	48
CONSIDERAÇÕES FINAIS	51
REFERÊNCIAS	54
APÊNDICES	58
ANEXOS	68

1. INTRODUÇÃO

O presente trabalho dedicou-se a pesquisar a Mostra CECI em Cena e o Teatro como elemento do turismo cultural e sua relevância no município de Ponta Grossa, com intuito de analisar a influência de espetáculos artísticos e como os mesmos podem contribuir para o desenvolvimento da atividade turística e de que forma são percebidos pelos atores, pelo público e pela gestora do Centro de Estudo Cênicos Integrado, por acreditar que o Turismo Cultural pode converter em uma oportunidade para o desenvolvimento de correntes turísticas atraídas por motivações predominantemente culturais fortalecendo assim a própria cultura (BATISTA, 2005, p. 31).

O tema em questão foi escolhido pela baixa quantidade de estudos sobre o segmento cultural no município, e também por ser um destino pouco explorado em relação ao turismo cultural, mesmo consciente que Ponta Grossa é sede para o Festival Nacional de Teatro, o FENATA, que acontece anualmente.

Segundo Bell-Gam (2009) o teatro desenvolve positivamente a sociedade, criando um ambiente ideal de benefícios para humanidade. Sendo um agente impactante para a política, como transformador social e econômico. Desse modo, compreendendo o teatro como instrumento cultural e social, não há muitas pesquisas sobre a sua relação com o turismo, entendendo assim a necessidade de desenvolver estudos sobre o tema e trazer maior visibilidade.

A arte poder ser observada e expressada em diversos âmbitos, assim como o turismo que pode ser vivenciado em diferentes áreas, tendo em vista sua complexidade a partir de perspectivas antropológicas, multidisciplinares e interdisciplinares, caracterizando-se como um fenômeno social, natural, político e cultural (LOHMANN; PANOSSO NETTO 2008). Dessa forma é necessário compreender a relação entre turismo e teatro e sua importância turística como ferramenta do turismo cultural.

Como objetos de estudo foram analisados o Centro de Estudo Cênicos Integrado (CECI) localizado no centro de Ponta Grossa, escola de teatro atuante desde de 2013; e a Mostra CECI em Cena, que é realizada duas vezes ao ano pela escola, com apresentações de teatro, teatro musical, canto, dança e sapateado, tendo em vista a geração de subsídios que permitam alcançar a principal análise deste estudo, compreendendo se o CECI pode ser considerado um possível instrumento

promotor de turismo do município de Ponta Grossa.

A pesquisa foi dividida em duas etapas, a primeira, realizada entre os dias 24 e 25 de junho e 01 e 02 de julho de 2022, durante a “14ª Mostra CECI em Cena”, que acontece todo final de semestre como atividades de conclusão sobre o que foi estudado durante os seis meses de aula, referente aos cursos ofertados pela escola, sendo eles: Iniciação teatral (infantil), Expressão Teatral (juvenil), Encenação Teatral (adulto), Sapateado e Canto, sendo duas apresentações de cada curso oferecido (Anexo B).

A segunda parte da pesquisa, foi realizada com foco nas pessoas atuantes na cena teatral do CECI, como alunos, atores e fundadora e diretora da escola (respectivamente Apêndices 1 e 3). Com o intuito de analisar a perspectiva da oferta, proporcionando um melhor entendimento sobre como essas atividades funcionam, como são planejadas, distribuídas, o quanto contribuem e o que podem oferecer para a cidade.

Com o objetivo de atrair atenção para o tema, a pesquisa em questão traz um estudo acerca da relação cultural e social entre a atividade turística e o teatro como fenômeno artístico e transformador, a partir do estudo de caso sobre a Mostra CECI em Cena, organizada pelo Centro de Estudos Cênicos Integrado – CECI, sobre a importância cultural e turística do teatro para o desenvolvimento da oferta cultural da cidade. Assim possivelmente levantar estratégias para aperfeiçoamento e atuação da oferta cultural da cidade.

A proposta deste estudo é propor ações que aumentem a demanda do turismo cultural em Ponta Grossa, com foco no teatro e na Mostra CECI em Cena, indicando opções para divulgação mais ampla capaz de atrair um público diferente daquele já consolidado (os que se interessam por teatro e turismo cultural), contribuindo para a expansão da arte e atraindo mais turistas e recursos para Ponta Grossa.

1.1 PROBLEMA DE PESQUISA

A problemática do estudo é: a Mostra CECI em Cena, promovida pelo Centro de Estudos Cênicos Integrado (CECI) pode ser considerada um atrativo cultural para o turismo da cidade de Ponta Grossa?

1.2 OBJETIVOS DA PESQUISA

Objetivo Geral

Analisar o potencial da Mostra CECI em Cena como um atrativo cultural para o turismo da cidade de Ponta Grossa.

Objetivos Específicos

- A) Compreender a relação entre turismo e teatro.
- B) Identificar a importância cultural e turística da Mostra para o desenvolvimento da oferta cultural de Ponta Grossa.
- C) Propor ações futuras para o aperfeiçoamento e expansão da oferta cultural da cidade, baseada na Mostra CECI em Cena.

2. METODOLOGIA

O presente trabalho fundamenta-se a partir de pesquisa exploratória-descritiva, com análise qualitativa, a partir de pesquisa bibliográfica sobre os objetos de estudo da pesquisa (LAKATOS; MARCONI, 2003). Esta etapa proporcionou a construção do embasamento teórico sobre o tema e com a finalidade de compreender a relação entre turismo e teatro, e o mesmo como ferramenta cultural e turística para o município de Ponta Grossa.

Essa busca ocorreu no período de fevereiro a setembro de 2022, em bancos de dados eletrônicos como o Scielo, Web of Science, Publicações de Turismo, Biblioteca Brasileira de Teses e Dissertações e Google Acadêmico, utilizando as expressões “turismo”, “teatro”, “cultura”, com o operador booleano “and”. Os resultados foram organizados a partir dos seus títulos, e desta seleção, foram lidos os resumos de todos os documentos encontrados. Aqueles que possuíam relação direta com o objeto de estudo deste trabalho, foram fichados e encontram-se ao longo de todo o texto, sobretudo na área dedicada à fundamentação teórica. Além da utilização de fontes eletrônicas, também utilizou-se de referencial bibliográfico físico, a partir do acervo disponível na Biblioteca Central da Universidade Estadual de Ponta Grossa e do acervo particular da autora.

Em relação aos procedimentos técnicos, o método utilizado é análise a partir de estudo de caso da Mostra CECI em Cena, realizada pelo Centro de Estudo Cênicos Integrado (CECI), como um possível atrativo turístico de cunho cultural de Ponta Grossa. Para isso, foi realizada pesquisa de campo por meio de aplicação de questionários e entrevistas presenciais com pessoas que frequentam o local, como alunos, público e comunidade em geral e também com a diretora da Escola, dividida em duas etapas.

A primeira etapa ocorreu nos dias 24 e 25 de junho e 01 e 02 de julho de 2022, onde os questionários realizados com público foram aplicados durante a 14^o Mostra CECI em Cena (Anexo A), os participantes/espectadores foram entrevistados por meio de questionário semiestruturado previamente elaborado (Apêndice 2), contendo perguntas objetivas, como o objetivo de coletar dados que são relevantes para o alcance dos objetivos da pesquisa. Dentre os dados coletados, tem-se: motivação de visita, avaliação do atrativo, promoção, demanda, dados pessoais, opiniões sobre a organização, entre outros.

Já a segunda etapa da pesquisa teve como foco os alunos da escola, atores e a gestora e fundadora do CECI, analisando o entendimento dos mesmos sobre o tema em questão.

O questionário com os atores (Apêndice 1) foi estruturado a partir de perguntas abertas e fechadas e abrangeu os temas relacionados a turismo, motivação, uso de equipamentos turísticos, promoção, demanda e experiência com o evento, sendo aplicado nos dias 24 e 15 de junho e 01 e 02 de julho. O objetivo de compreender a opinião dos entrevistados se dá em função da necessidade de esclarecer se existe relação entre turismo e teatro. Neste caso, nas questões abertas, os entrevistados não tinham limites de palavras para expressarem suas respostas, permitindo assim, a livre argumentação ou explanação do seu ponto de vista.

A última etapa de coleta de dados primários se deu no dia 16 de novembro de 2022, quando a fundadora e diretora do CECI, Sra. Heloisa Frehse Pereira foi entrevistada (Apêndice 3). A entrevista transcorreu na sala de aula de canto do CECI e as respostas foram gravadas em smartphone, sendo transcritas na íntegra e apresentadas no quinto capítulo deste trabalho.

Com pesquisa aplicada, os dados coletados em campo foram tabulados, agrupados e posteriormente analisados e são descritos de forma textual e por meio de imagens, gráficos e figuras.

Após levantar os resultados e discussões que foram encontrados a partir da pesquisa de campo, tendo em vista como objetivo principal a questão sobre se a Mostra CECI em Cena pode ser vista como um atrativo cultural de Ponta Grossa, e a partir disso indicar que a mesma pode ser utilizada para o aperfeiçoamento e a expansão da oferta cultural na cidade.

3. TURISMO CULTURAL

A cultura é a forma de expressão de um povo, sendo que ela pode estar presente no desenvolvimento de um local, por agregar valor às manifestações pretéritas, que estão presentes em objetos, danças, costumes, culinárias entre outras. De acordo com a Declaração Universal sobre a Diversidade Cultural (UNESCO, 2002, n. p.):

A cultura deve ser considerada como o conjunto dos traços distintivos espirituais e materiais, intelectuais e afetivos que caracterizam uma sociedade ou um grupo social e que abrange, além das artes e das letras, os modos de vida, as maneiras de viver juntos, os sistemas de valores, as tradições e as crenças.

Embora no passado o ato de desfrutar das artes estivesse restrito às camadas financeiramente mais altas da sociedade, atualmente pode-se afirmar que existem possibilidades de acesso à cultura pela comunidade em geral, sendo possível encontrar manifestações artísticas gratuitamente de diferentes formas, como a dança, através de eventos como o “Setembro em Dança”; a música, como o “Festival Universitário da Canção” e o “Sexta às Seis”; o teatro, como o “Festival Nacional de Teatro”, apenas para citar os exemplos que ocorrem no município de Ponta Grossa.

Medina e Santamarina (2004, p. 64), conceituam turismo cultural como aquele

Responsablemente concebido y realizado, el turismo cultural es, entre muchas otras posibles interpretaciones, incluyendo las económicas, un puente de comunicación y entendimiento entre culturas y pueblos, un factor de comprensión directa de la diversidad cultural para las personas, visitantes y visitados. En la conceptualización cubana, [...] integra operacionalmente – para el visitante – los componentes del paisaje cultural¹.

Com isso entende-se que o turismo cultural abrange diversas áreas, podendo existir variadas definições e interpretações dentro do segmento a partir de diferentes aspectos em que a cultura está inserida.

O turismo cultural abrange todos os aspectos desenvolvidos em

¹ Em tradução livre da autora: *Concebido e realizado de forma responsável, o turismo cultural é, entre muitas outras interpretações possíveis, inclusive econômicas, uma ponte de comunicação e entendimento entre culturas e povos, fator de compreensão direta da diversidade cultural para as pessoas, visitantes e visitados. Na conceituação cubana, [...] integra operacionalmente - para o visitante - os componentes da paisagem cultural.*

viagens nas quais os indivíduos conhecem, de forma mais próxima, a vida e o pensamento de outras pessoas, onde suas culturas representam um dos maiores motivos para se viajar. A cultura representa contrastes marcantes e se constituem em atrativos para os turistas (MCINTOSH; GUPTA, 1989).

Corroborar-se ainda com Haura et al. (2014) quando concluem que as artes e a cultura são elementos que podem desencadear nos espectadores novas formas de percepção do seu redor, diferenciado da que presencia no seu cotidiano. Especificamente, o teatro não só revela uma representação momentânea, mas implica em uma perspectiva inovadora de melhoria na vida do indivíduo e na sua própria maneira de se portar diante dos fatos e da realidade do mundo.

De acordo com Cunha (2001, p. 49), pode-se afirmar que o turismo cultural visa aumentar “(...) os conhecimentos, conhecer as particularidades e os hábitos doutros povos, conhecer civilizações e culturas diferentes, do passado e do presente, ou ainda a satisfação de necessidades espirituais”.

De modo similar, o turismo também foi visto no passado como uma atividade direcionada a um público mais elitizado, com maiores condições financeiras para realizar viagens. No entanto, seus múltiplos desmembramentos, tecnicamente classificados por segmentos, permite compreender que existem nichos de mercado para todos os públicos. Entende-se, aqui, o turismo como um fenômeno que se manifesta em diferentes aspectos, sendo eles sociais, culturais, naturais e políticos (LOHMANN; PANOSSO, 2008). O turismo cultural é um dos segmentos mais importantes do turismo (RICHARDS, 2013 *apud* MARUJO, 2015, p. 3). A cultura está inserida na atividade turística desde os primórdios, como as primeiras viagens com motivação inteiramente cultural, no Grand Tour (DIAS; AGUIAR, 2002).

Segundo o Ministério do Turismo (2006, p. 13),

Turismo Cultural compreende as atividades turísticas relacionadas à vivência do conjunto de elementos significativos do patrimônio histórico e cultural e dos eventos culturais, valorizando e promovendo os bens materiais e imateriais da cultura.

Posteriormente, o Ministério do Turismo (2010, p. 17) detalhou os aspectos dentro do conceito de turismo cultural, destacando que:

Os eventos culturais englobam as manifestações temporárias, enquadradas ou não na definição de patrimônio, incluindo-se nessa

categoria os eventos gastronômicos, religiosos, musicais, de dança, de teatro, de cinema, exposições de arte, de artesanato e outros.

Para Ashworth e Pompl (1993), a relação entre turismo e cultura pode ser estruturada em três formas. A primeira determina-se entre o turismo e a arte, “nesta relação, a cultura pode ser usada como um atributo para atrair turistas a determinados destinos. Espetáculos de música, teatro, museus e galerias de arte são algumas das atrações que compõem o chamado produto turístico ligado às artes” (*apud* MARUJO, 2014, p. 5). Já a segunda forma estabelece-se entre turismo e patrimônio monumental. A terceira forma está relacionada ao turismo e um local específico, envolvendo toda a cultura, contemplando sua gastronomia, folclore e todas as manifestações culturais originadas do lugar.

Assim como aponta Batista (2005, p. 31) “A cultura como atrativo turístico é considerada uma atividade econômica de importância global, que abarca elementos econômicos, sociais, culturais e ambientais”.. Portanto as manifestações culturais, como exemplo do teatro, são importantes instrumentos dentro do segmento do turismo cultural, pois desenvolvem e impulsionam a atividade turística, considerando o turismo cultural como agente motivacional principal para o fazer turístico. Nesta esteira, Silberberg (1995, p. 361) destaca que o turismo cultural compreende

As visitas de pessoas de fora da comunidade receptora motivadas completamente ou em parte por interesses na oferta histórica, artística, científica ou no estilo de vida, tradições da comunidade, religião, grupo ou instituição.

Dessa forma, compreende-se que o turismo e cultura são aspectos interdisciplinares que agregam um ao outro, pois segundo Batista (2005) a relação existente entre cultura e turismo é visivelmente notada quando o turismo se apropria das manifestações culturais, da arte, dos artefatos da cultura. E além disso o autor afirma que a cultura também se apropria do turismo no que diz respeito a formatação das expressões culturais para o desenvolvimento do turismo (BATISTA, 2005).

Com isso, entende-se que o turismo cultural pode ser observado em diversas vertentes, demonstrando que a atividade turística pode estar inserida em variadas áreas e segmentos presentes na história da sociedade. Sendo assim, Pérez (2009) apresenta os tipos de atrações e exemplos ligados a oferta do turismo cultural, que para melhor visualização, são apresentados no Quadro 1:

Quadro 1 – Componentes da oferta do Turismo Cultural

Tipos de atrações	Exemplos de atrações
1) Patrimônio cultural (“turismo patrimonial”): - Constitui o maior atrativo para os turistas culturais. - Representa uma cultura através de uma série de elementos, imagens, objetos e símbolos. - Mostra a identidade cultural de um grupo humano.	- Sítios históricos e naturais (ex.: centros históricos). - Sítios arqueológicos. - Monumentos. - Museus.
2) Lugares de recordação e memórias ² : - Atraem visitantes pelo seu valor histórico, artístico ou literário.	- Lugares de acontecimentos como batalhas, revoluções, etc. - Lugares que recordam a vida de artistas ou intelectuais (ex.: o Salzburgo de Mozart).
3) Artes: - Servem para prolongar as estadias dos turistas	- Ópera, dança, teatro, música. - Festivais famosos: Vilar de Mouros (Portugal), Edimburgo, etc. - Teatros como a Scala de Milão, a Ópera de Viena ou Sidney, etc.
4) Atividades de criação e aprendizagem cultural: - Servem para conhecer o íntimo e os costumes dos moradores, bem como a realidade dos países visitados.	- Ateliers de artesanato. - Cursos de idiomas. - Acampamentos de trabalho.

Fonte: Adaptado de Pérez (2009).

Dessa maneira, entende-se o teatro como um tipo de manifestação, dentro do segmento de eventos culturais é um elemento do turismo cultural. Com isso evidenciando a relevância das manifestações artísticas e culturais dentro do âmbito da teatralidade como um recurso turístico, como meio de transformação da mentalidade humana e no desenvolvimento de uma comunidade. Como destacam Haura et al. (2014, p. 2),

A importância do teatro não está vinculada somente a cultura, como também a atividade turística, devido pertencer e usar elementos que

² Nora, 1984.

dão oportunidade para que os indivíduos que estão interpretando uma peça teatral possam ocupar espaços nunca antes conhecidos. Dessa forma pode ocorrer o intercâmbio cultural proveniente da iniciativa de uma instituição local, que estimule os moradores de uma cidade e dê acesso a atividades diferenciadas para que esses cidadãos apreciem a arte e a contemple, muitas vezes inseridos em diferentes espaços como no próprio caminho de passagem habitual, como é o caso dos teatros de ruas, onde pessoas passam e sem querer acabam se interessando em apreciar o que aqueles indivíduos, naturais de locais distintos têm a oferecer como entretenimento e lazer.

À vista disso entende-se que além do fazer artístico e também da sua abrangência cultural, o teatro é um agente provedor de lazer e entretenimento para quem o aprecia, assim trazendo mais uma vez sua relevância na atividade turística, onde a mesma também tem como principal finalidade ofertar lazer para as pessoas.

Considerando que os visitantes não possuem um conhecimento aprofundado em relação à cultura do objeto de apreciação, os espetáculos de teatro ao livre contribuem para a imersão dos turistas na cultura local, permitindo a problematização dos conteúdos culturais da cidade, além de estimular os visitantes a buscar informações sobre o patrimônio cultural (CARVALHO; SILVA, 2014, p. 574).

Deste modo, manifestações culturais e artísticas, em muitos casos de artistas independentes, como a autora refere-se, os “teatros de rua”, acabam tornando-se atrativos culturais em muitas localidades, pelo fato do interesse mútuo entre a comunidade receptora juntamente com o poder público como agente incentivador e os visitantes, assim promovendo a cultura e suas variadas formas de manifestação. Assim sendo, a seguir será exposto a relação entre o Turismo e o teatro.

3.1 TURISMO E TEATRO

Tendo em vista a relação do teatro e a atividade turística, e entendendo o mesmo como sendo um elemento do turismo cultural, é preciso compreender como o teatro pode ser definido dentro do turismo. Com isso, de acordo com o Sebrae (2016, p. 13), “manifestações culturais como artes cênicas, música, artesanato, folclore, gastronomia, literatura, tradições, usos e costumes, entre muitas outras”, são alguns exemplos de recursos oriundos da cultura que podem ser utilizados pela atividade turística. Seja

En las intervenciones y performances teatrales imperan la creatividad y la circulación de mensajes, convirtiendo a las ciudades en espacios multifuncionales y generando múltiples beneficios como la apropiación de la ciudad por parte de los pobladores, la revitalización de las áreas urbanas, la dinamización de la economía creativa y el estímulo al desarrollo de la actividad turística”. (CARVALHO; SILVA, 2014, p. 569³).

Apesar de não haver muitas pesquisas e estudos abordando especificamente a díade turismo e teatro em um mesmo contexto e sobre a relação dos mesmos como instrumento cultural e turístico, alguns estudos relatam de certa forma esse processo. Existem inúmeros acontecimentos históricos que são considerados a origem do turismo, mas há uma grande variação entre os autores.

Entre eles, historicamente as primeiras viagens com motivação inteiramente cultural, que surgiram no século XVIII foram as chamadas Grand Tour, que eram realizadas pelos jovens europeus para conhecer grandes monumentos com intuito educativo e de status social (DIAS; AGUIAR, 2002).

Outro exemplo da proto-história do turismo são os jogos olímpicos na antiga Grécia que eram realizados em Olímpia por volta de 800 a.C. De acordo com Dias e Aguiar (2002, p. 41),

Acorriam para esses jogos milhares de pessoas, que vinham de lugares conhecidos hoje como Espanha e Ucrânia; acredita-se que alguns jogos tenham atraído até 200.000 pessoas, quando a principal cidade grega na época, Atenas possuía 250.000 habitantes.

³ Tradução livre da autora: *Nas intervenções e performances teatrais, a criatividade e a circulação de mensagens prevalecem, transformando as cidades em espaços multifuncionais e gerando múltiplos benefícios, como a apropriação da cidade pela população, a revitalização de áreas urbanas, a dinamização da economia criativa e o estímulo ao desenvolvimento da atividade turística.*

Assim como esse último exemplo, o teatro também teve sua origem na Grécia. Segundo Bergamin (2019, p. 3):

O teatro teve sua origem no século VI a.C., na Grécia, surgindo das festas dionisíacas realizadas em homenagem ao deus Dionísio, deus do vinho, do teatro e da fertilidade. Essas festas, que eram rituais sagrado, procissões e recitais que duravam dias seguidos, aconteciam uma vez por ano na primavera, períodos em que se fazia a colheita do vinho naquela região.

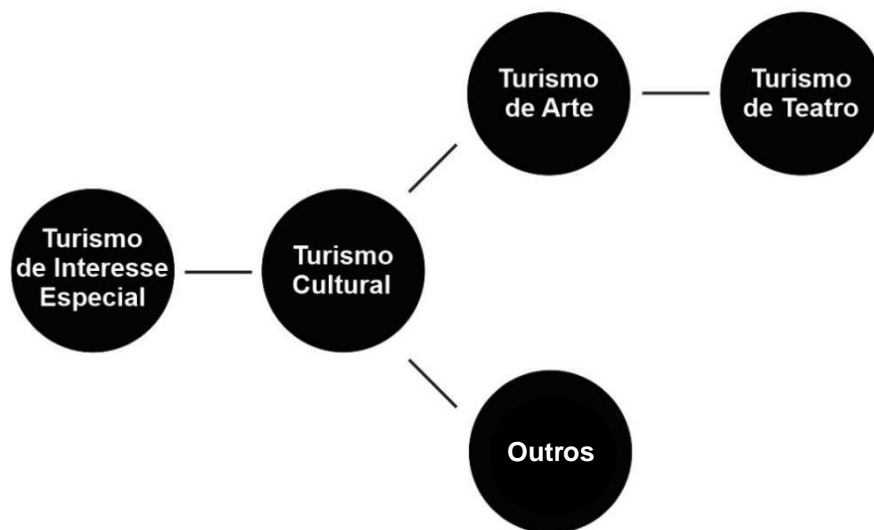
Dessa forma, é possível compreender que ambos, tanto turismo e teatro possuem uma relação intrínseca entre si, não só pelo fenômeno cultural que abrangem, tendo em vista as suas origens a partir de motivações culturais e de cunho social, mas também pelo fato das pessoas se locomoverem para as manifestações culturais com objetivo do lazer e aperfeiçoamento cultural que aconteciam nos primórdios.

A partir da produção acadêmica no campo das artes cênicas, a investigação sobre os aspectos dramáticos das manifestações adquiriu novas dimensões, que começou a ser abordada segundo outras perspectivas (FRANZONI, 2012). Nesta esteira, Bell-Gam (2009) credita o teatro como uma atividade de suporte ao turismo, devido suas possibilidades de gerar entretenimento e lazer. O autor destaca que apesar de serem vistas como atividades independentes, o teatro e o turismo possuem características comuns, tais como: conseguem atrair um elevado número de indivíduos; contribuem para a economia e atuam de acordo com as premissas do desenvolvimento sustentável, quando atuam positivamente nos âmbitos pedagógico, social, ambiental e político o que permite traçar um paralelo e uma aproximação teórica entre teatro, eventos e turismo.

O turismo cultural representa uma alternativa socioeconômica, de geração de emprego e renda; da promoção do desenvolvimento com base local e da conservação de recursos que contribuem para a criação e desenvolvimento de produtos turísticos diversificados, respondendo a diversos tipos de motivações. É sob este enquadramento teórico que se adota o turismo cultural neste estudo, como uma atividade que dá suporte e é suportado pelo amálgama entre cultura, história, manifestações artísticas um sistema de símbolos e valores e que envolve a produção e consumo turístico, sobretudo para sustentar a atividade economicamente, onde o turismo atua como uma atividade de gestão cultural e de planejamento do patrimônio e da cultura (COSTA et al., 2014).

Destas tipologias, importa especialmente para este estudo o turismo de teatro. Baptista e Lamego (2015) destacam que é indiscutível a relação existente entre o teatro e o turismo, mas que esta relação tem sido abordada sobretudo no que se refere à identificação dos visitantes e a identificação da influência do teatro na decisão de visitar um destino. Isto posto, este trabalho busca avançar as discussões sobre a temática, abrangendo além destas ramificações, também a visão dos alunos, professores e da gestora do teatro do Centro de Estudos Cênicos Integrado. No entanto, para as autoras supracitadas, superior à segmentação do turismo cultural há o turismo de interesse especial (Figura 1), ao entendê-lo que este aglutina a díade motivações do visitante e o processo de decisão, que são essencialmente determinados pelo propósito de proporcionar a oportunidade de usufruir de um destino culturalmente rico.

Figura 1 - Ramificação do Turismo Cultural



Fonte: Elaborado pela autora (2022), adaptado de Baptista e Lamego (2015).

Percebe-se que muitos dos produtos culturais possuem potencial para que se desenvolva uma demanda turística própria. Vislumbra-se através da Figura 1, o amálgama pertencente ao turismo cultural, que permite o desenvolvimento de outras modalidades de oferta que abrangem todo o escopo da “indústria cultural”, ainda que a discussão sobre os paradigmas e refutações, propostas pela Escola de Frankfurt, especialmente em Adorno (1970), Horkheimer (1975) e Benjamin (1987), não estejam presentes neste estudo.

Conjectura-se, no entanto, que neste gênero de turismo de interesse especial baseado na procura e participação em experiências culturais, sejam estas estéticas, intelectuais, emocionais ou psicológicas, inclui uma ampla variedade de formas culturais, incluindo a história, a religião, a arte, a arquitetura e outros elementos que contribuem para a formação da imagem cultural em destinos (STEBBINS, 1996 *apud* BAPTISTA; LAMEGO, 2015).

O turismo de teatro pode ser compreendido, portanto, como uma parte do turismo cultural, constituído por performances realizadas ao vivo, que podem ocorrer em espaços abertos ou fechados, que permite atrair um elevado número de visitantes, e por isso, pode gerar impactos positivos nos destinos, como pressupõe os aspectos do turismo sustentável, como um todo (OMT, 2010).

Pela dificuldade em encontrar um vasto referencial sobre o turismo de teatro, corrobora-se com Baptista e Lamego (2015, p. 48), quando as autoras o definem “como aquele que ocorre quando o visitante viaja tendo como principal motivação o teatro, sendo que o teatro pode assumir, neste sentido, várias interpretações”.

Isto posto, entende-se a importância do teatro para atividade turística, pois tendo em vista o teatro como ação cultural, sendo uma motivação de locomoção e viagem, é um grande instrumento que movimenta o turismo. De acordo com André (2007, p. 01), “a ação do fazer teatral é uma atitude de intervenção nas práticas da ética, da política e da construção do saber.” Desse modo o teatro e o turismo caminham juntos como ferramentas sociais, culturais e políticas, envolvendo diversas áreas que se complementam entre si.

O teatro também traz consigo o retrato da vida e do cotidiano, evidenciando todos os problemas e questões sociais que permeiam a sociedade. Segundo Lima (2014, p. 09),

O teatro sempre foi visto, por alguns teóricos, como atividade pedagógica. Aristóteles, por exemplo, dizia que a tragédia em particular, tinha a função de produzir a catarse, isto é, purificar o espírito dos espectadores, comovidos com as personagens, que se identificavam com as histórias e sentiam medo e piedade.

Assim, destaca-se também a ação teatral não só como um fenômeno cultural e artístico, mas como um instrumento social e político que desperta reações nas pessoas, que por conseguinte causam um impacto podendo ser negativo ou positivo, novamente trazendo referência ao turismo, que também pode ser entendido como um fenômeno causador de consequências.

Dessa forma, entende-se que o teatro como manifestação artística e cultural pode ser interpretado como um recurso para o turismo, e em alguns casos ser moldado e estruturado com a finalidade de se tornar um produto para uma determinada localidade e assim ser comercializado (SEBRAE, 2016).

Isto posto, entendendo o referencial teórico, a seguir será exibido a segunda parte da pesquisa, apresentando a análise sobre a Mostra CECI em cena e os dados coletados.

4. CENTRO DE ESTUDOS CÊNICOS INTEGRADO – CECI

Inaugurado em 25 de abril de 2013, o CECI, está voltado ao desenvolvimento de atividades na área de artes cênicas, sendo a primeira escola de teatro particular dos Campos Gerais. O espaço conta com sede própria (Figura 2) que está localizado na Rua Doutor Colares, nº 811, no centro da cidade de Ponta Grossa (CECI, 2022).

A escola possuía chancela da Cena Hum Academia de Artes Cênicas de Curitiba - Paraná, e oferta cursos de teatro por faixas etárias, com ensino a partir dos 5 anos de idade até adulto, aulas de canto e aulas de sapateado.

Figura 2 – Fachada do CECI



Fonte: Acervo particular da autora, 2022.

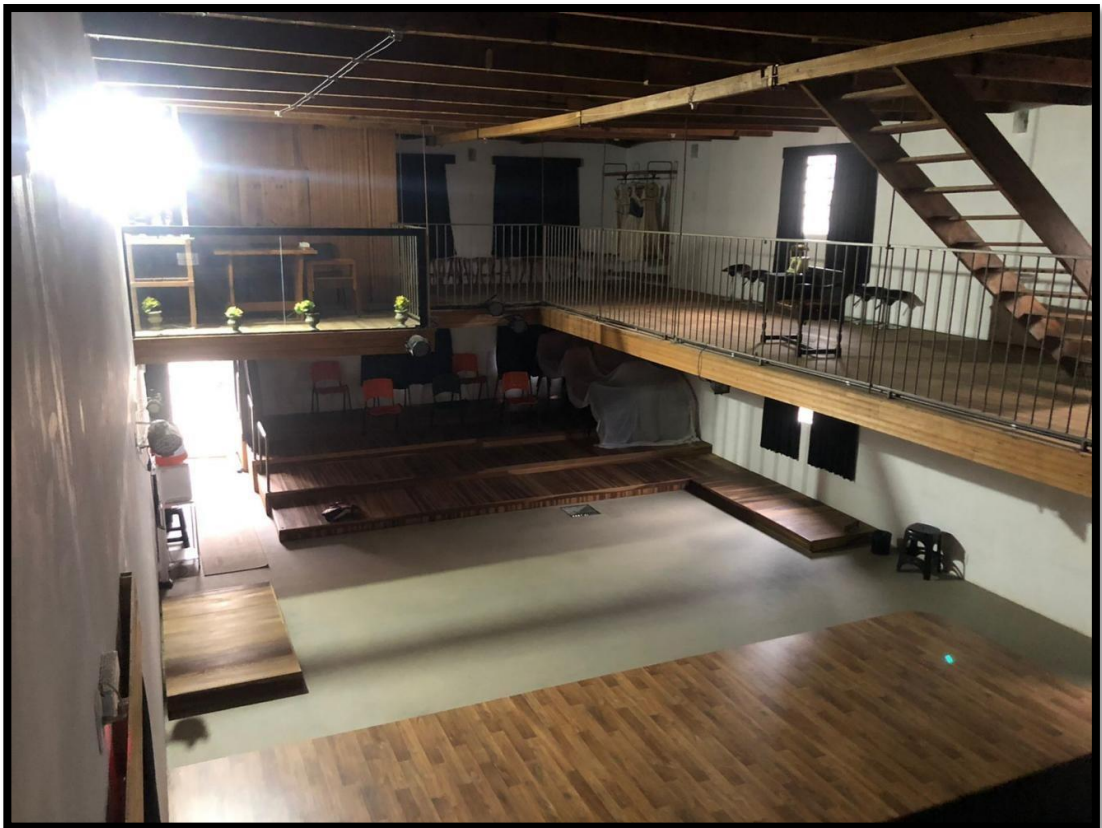
De acordo com o seu site oficial (CECI, 2022), o CECI trata-se de “um espaço aberto às investigações artísticas com a missão de promover e divulgar a pesquisa das artes cênicas e contribuir para uma prática ética, orientada para a formação social através da arte e comprometida com a melhoria da qualidade de vida de nossa cidade”.

A escola conta com uma estrutura contendo três salas de aula, espaços abertos e o Teatro CECI inaugurado em novembro de 2016 (Figura 3) que encontra-se dentro das propriedades da escola e dispõe de uma capacidade para aproximadamente 80

peças, além de conter acervo próprio, com figurinos e adereços, produção de cenários e equipamentos de luz e som. O Teatro CECI (Figura 3) já sediou outros festivais de teatro que acontecem em Ponta Grossa, como a 47ª edição do “FENATA – Festival Nacional de Teatro” que aconteceu no ano de 2019, com o espetáculo “Hamlet” e o “2º Festival de Teatro Prosiá” realizado em julho de 2022, com apresentação de cenas curtas de vários atores.

O CECI também teve participação ativa no FENATA, com algumas de suas próprias produções, entre elas, o espetáculo “A moratória” que foi abertura do 45º FENATA em 2017; espetáculo “Aquele dos amigos” no 46º FENATA em 2018, e o espetáculo “Hamlet” no ano de 2019, na 47ª edição do Festival. Além disso, na 42ª edição do festival no ano de 2014, a fundadora e diretora do CECI, Sra. Heloísa Frehse Pereira, recebeu o “Prêmio de Menção honrosa pelo Incentivo ao fazer teatro na cidade de Ponta Grossa” e também o “Prêmio Especial, de Incentivo à Cultura”, da 47ª edição do FENATA.

Figura 3 – Teatro CECI



Fonte: Acervo particular da autora, 2022.

Desde sua inauguração, a cada final de semestre, acontece a “Mostra CECI em Cena”, com intuito de difundir a cultura e o teatro na cidade, e também como atividade de encerramento dos cursos facultados. Além da parte metodológica estudada em relação aos cursos de teatro, é colocado em prática a teoria com a montagem e produção de um espetáculo. Assim, os alunos conseguem desenvolver o que foi pesquisado e estudado juntamente com seus professores, com isso os atores vivenciam uma experiência integral do processo de criação de uma peça teatral, desde o desenvolvimento teórico até suas nuances particulares quando executado, tais como desafios de montagem, ensaios e outros aspectos que englobam a construção de um espetáculo.

5. ANÁLISE DOS RESULTADOS DA PESQUISA

Como previsto na metodologia, os procedimentos técnicos foram realizados através de entrevistas e questionários com público, alunos e respectiva gestora do objeto de estudo escolhido para esse trabalho.

5.1 APRESENTAÇÃO DOS DADOS COLETADOS COM O PÚBLICO

A partir do questionário aplicado, serão apresentados e debatidos os dados coletados com o público participante da 14^o Mostra CECI em Cena, que ocorreu entre os dias 24 de junho e 02 de julho de 2022, no teatro da escola. Este evento ocorre todos os finais de semestre, como uma forma de estimular a apresentação dos alunos que estão concluindo um ciclo de estudos e também para divulgar o teatro ao público em geral.

Como forma de facilitar a visualização e a discussão dos resultados obtidos, optou-se por congregiar as informações coletadas ao longo de toda a Mostra nos grupos de perguntas realizadas e apresenta-las em conjunto, mas não linear conforme modelo apresentado no apêndice 2. No total, foram aplicados 30 questionários ao longo das apresentações e os resultados serão relatados no masculino, pois os entrevistados não foram questionados a respeito de sua identificação de gênero.

A primeira questão visou identificar a origem dos entrevistados, pois, têm-se como fio condutor desta pesquisa a compreensão sobre a importância ou não do teatro para estímulo da cultura e do turismo na cidade de Ponta Grossa. Diante disto, conhecer a procedência dos entrevistados, pode indicar se as mostras promovidas pelo CECI já conseguem atrair visitantes.

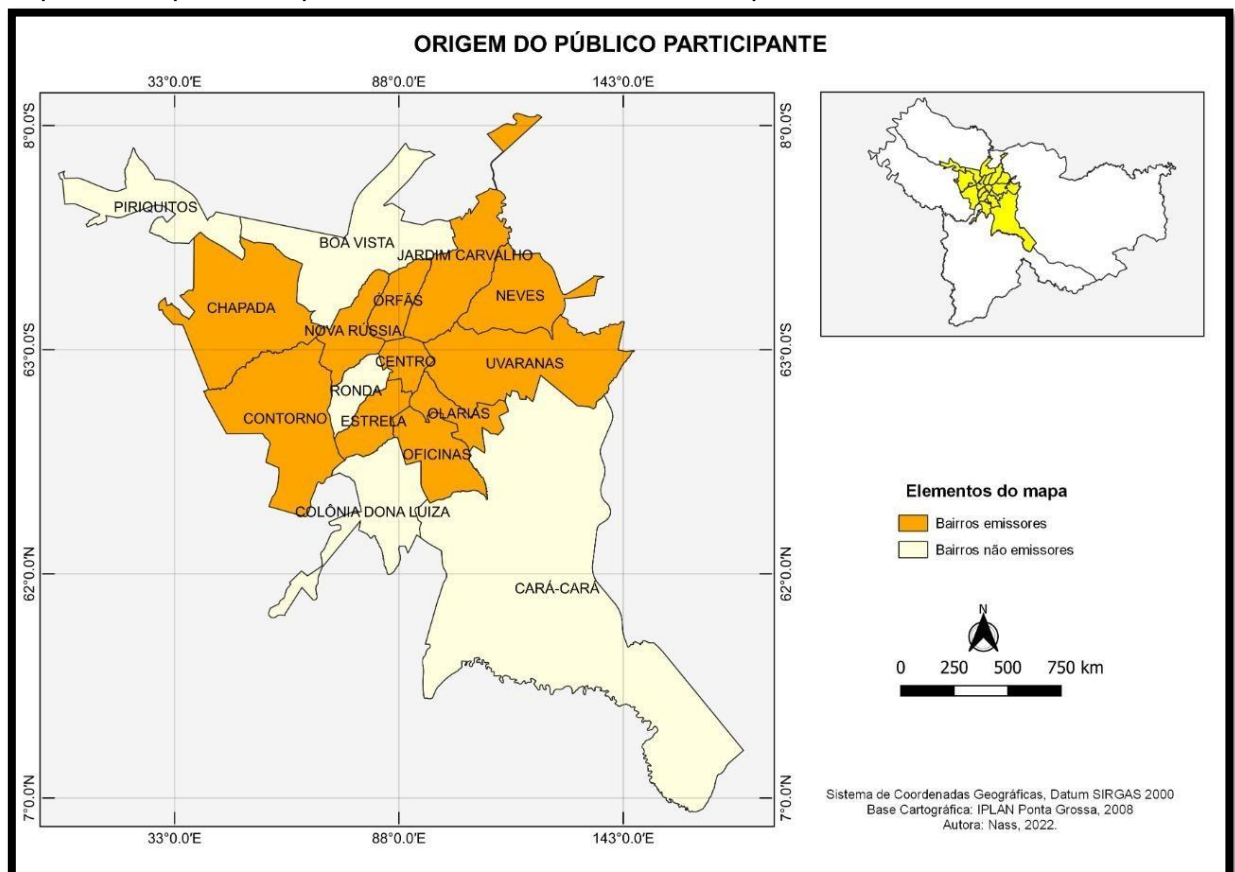
Obteve-se apenas duas respostas de não moradores na pesquisa de campo. Um entrevistado informou que é residente de Carambeí e outro de Curitiba. Ainda que estes dados sejam pequenos, a identificação de um participante da capital é compreendida como um fator positivo, uma vez que, se a experiência tiver sido positiva, há possibilidade de que esta pessoa comente com amigos e familiares sobre a Mostra e isto, eventualmente, pode estimular que mais pessoas desejem conhecê-la.

As demais 28 respostas registradas incidem sobre moradores de Ponta Grossa, tendo como o Centro, Jardim Carvalho e Nova Rússia os bairros mais citados

com 4 respostas cada; seguido por Órfãs (3 respostas); Neves, Oficinas, Santa Paula e Vila Estrela, com 2 respostas cada; e os demais bairros (Chapada, Contorno, Olarias, Uvaranas e Vila Liane) obtiveram uma incidência cada. Cabe esclarecer que o conceito de bairro adotado nesta seção recorre-se ao exposto por Boullón (2002, p. 202), referenciando-se como “seções da cidade relativamente grandes, nos quais o turista pode entrar e se deslocar”, a fim de evitar confusões conceituais que envolvam discussões político-administrativas.

Visando propiciar uma melhor percepção sobre a dispersão espacial dos participantes, elaborou-se o Mapa 1, que apresenta os bairros da área urbana de Ponta Grossa e auxilia na compreensão sobre a área de influência que a 14ª Mostra CECI em Cena gerou no município.

Mapa 1 – Dispersão espacial dos entrevistados no município de Ponta Grossa



Fonte: Elaborado pela autora, 2022.

A partir do Mapa 1, observa-se um ótimo raio de influência do CECI em relação aos bairros de Ponta Grossa, sendo que apenas quatro, dos treze não gerou demanda para a Mostra. Com a continuidade deste estudo em abordagens futuras, esta

dispersão territorial poderá corroborar ou refutar a hipótese de que o CECI pode ser considerado como uma área gravitacional (BOULLÓN, 2002), não sendo possível indicar esta classificação no momento pelo valor quantitativo da amostra coletada e por tratar-se de um recorte temporal curto.

Ainda sobre a origem dos visitantes, o entrevistado de Curitiba também indicou que utilizou da rede hoteleira municipal em virtude de sua vinda para assistir a Mostra, bem como destacou que sua presença em Ponta Grossa se devia, exclusivamente, para prestigiar o espetáculo. Sendo as únicas ocorrências relacionadas ao uso de equipamento e motivação de viagem coletada nesta pesquisa. Este dado, demonstrou a presença de um turista, já que este permaneceu por mais de 24 horas fora de sua residência, enquanto o entrevistado de Carambeí se caracteriza como um excursionista (BARRETTO, 1995).

Estes dados podem ser cruzados com Hughes (2005, p. 2), quando o autor destaca que “alguns espetáculos de arte e entretenimento conseguem atrair público de lugares distantes (...) que algumas pessoas têm de pernoitar fora de casa”. Ainda que de maneira incipiente, a Mostra CECI em Cena corrobora com tal afirmativa.

Em seguida, foi questionado se o entrevistado estava prestigiando o evento com a companhia ou não de alguém. Os resultados indicaram um percentual de 50% de pessoas que se dirigiram ao CECI de modo individual enquanto os outros 50% estavam acompanhados. A distribuição pormenorizada dos dados é exposta pela Figura 4.

Figura 4 – Pessoas que acompanharam o evento com o entrevistado



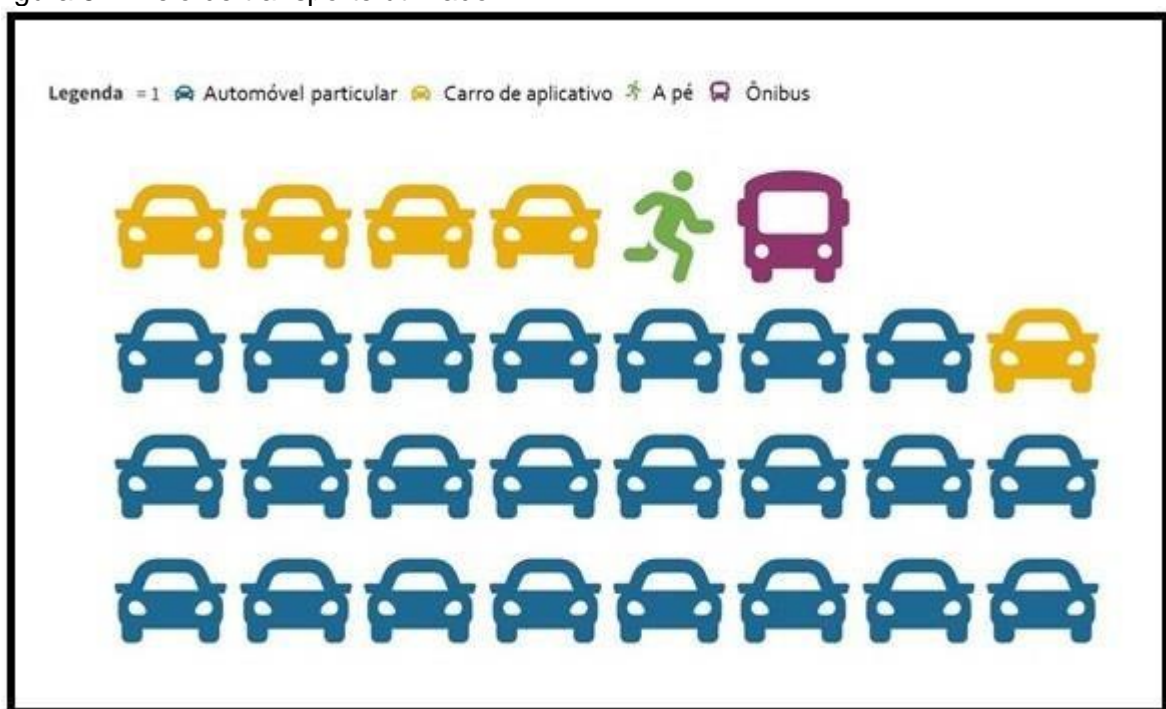
Fonte: Elaborado pela autora, 2022.

Estes dados geraram muita reflexão na fase de tabulação de dados, pois, do ponto de vista de promoção turística, pouco contribui para uma estratégia de

segmentação de praça (COBRA, 2001). Não é possível indicar caminhos pontuais para a melhora da divulgação das ações do CECI tendo um público tão heterogêneo, com base nestes resultados. Ainda que seja perceptível um movimento crescente de pessoas que optam por viajar solo (REIS, 2016; MARIO et al, 2021), o percentual não permite elaborar ações específicas a partir dos dados coletados. Do mesmo modo, não se pode conjecturar incentivos maciços em programas de viagens para famílias, porque os dados igualmente não permitem tal convicção, e mesmo contexto se aplica a casais e grupos. Assim, opta-se por apresentá-los sem depurá-los em ações que poderiam beneficiar a divulgação dos futuros eventos que serão organizados pelo CECI.

Em relação à forma de deslocamento utilizado (Figura 5) para chegar até a Mostra, evidenciou-se a preferência pelo uso de veículos particulares (23), seguido por veículos de aplicativos (5), o que demonstra que a pegada de carbono (THE NATURE CONSERVANCY, 2022) da Mostra, é alta.

Figura 5 – Meio de transporte utilizado



Fonte: Elaborado pela autora, 2022.

Curioso compreender estes dados sob a ótica da mobilidade urbana. Conforme apresentado no Capítulo 4, o CECI está localizado no centro de Ponta Grossa, em uma área onde não estão disponíveis muitos lugares para estacionamento na rua e

nenhum estacionamento privado. Especificamente em frente ao CECI, existem apenas quatro vagas, o que demonstra um gargalo para acomodar os 23 carros citados pelos entrevistados. De igual modo, o transporte coletivo, citado uma única vez, deveria ser mais utilizado pelos participantes, pois existe um ponto de parada de ônibus a apenas uma quadra do CECI.

É sabido que o transporte coletivo de Ponta Grossa apresenta diversas reclamações de seus usuários, pelo valor da tarifa, falta de conforto, linhas que constantemente não respeitam o cronograma estabelecido, assédio, entre outros (ANTUNES; SIMÕES, 2013; KAWANISH; SCHIMANSKI, 2017; KAWANISH;

FERRAREZE, 2018). Neste ponto, pouco pode-se sugerir para melhoria e correção de problemas além das deficiências e planos de contingência já identificados pelos autores supra citados, cabendo um trabalho especial de fiscalização por parte dos órgãos reguladores.

No entanto, como estímulo ao uso de recursos mais sustentáveis, pode-se desenvolver estratégias que permitam a visualização dos impactos gerados pelo evento, como uma calculadora da pegada ecológica disponibilizada no hall de entrada do CECI e em conjunto com estes dados, um painel de compensação ambiental. Por exemplo, é possível estimar a quantidade de CO₂ gerado com o evento, calculando-se o número de dias da Mostra, o número de lugares disponíveis para o público, o número de artistas que se apresentarão bem como uma estimativa global sobre demais elementos existentes, como figurinos, alimentos, bebidas, geração de resíduos orgânicos e recicláveis, entre outros. De posse destes dados, o CECI pode compensar a natureza ao incentivar programas de reflorestamento, limpeza de rios, córregos e nascentes, reestabelecimento de mata ciliar, entre outros. Estas ações, em conjunto com mensagens que sensibilizem o participante, como “e você, como pode nos ajudar a contribuir com o meio ambiente?”; “já pensou em deixar seu carro na garagem e fazer uma caminhada hoje?”. Ações, ainda que pontuais, podem multiplicar seus efeitos positivos.

Em relação à forma que os participantes ficaram sabendo que ocorreria a 14^o Mostra CECI em Cena, descobriu-se que a maior parte dos espectadores foi influenciada por amigos ou parentes (20 pessoas), seis pela internet, três já haviam assistido outras Mostras no passado e uma pessoa disse que, por ter passado em frente ao CECI, soube do evento. Estes dados indicam um grande percentual de pessoas que são estimuladas a prestigiar a Mostra através da propaganda boca a

boca (RIBEIRO; COSTA; FREIRE, 2021). Este público, provavelmente endógeno dos artistas que se apresentam nos espetáculos, indicam que o lazer e entretenimento municipal está ainda muito vinculado ao círculo familiar dos alunos do CECI, sendo um aspecto que precisa de muita atenção dos organizadores e gestores da Mostra, visando ampliar sua demanda.

Pode-se discutir ainda, a despeito destes dados sobre a divulgação do evento, as dez incidências exógenas aos alunos da escola. A internet é o meio mais citado entre os entrevistados, e, prevendo que este meio de comunicação seria indicado, optou-se por também questionar em qual canal esta divulgação transmitiu a informação sobre o evento. Isto posto, verificou-se que as mídias sociais Instagram e Facebook, citadas duas vezes cada, são as redes que conseguiram atrair a atenção dos entrevistados. Outras duas pessoas não souberam detalhar de qual forma souberam do evento, que hipoteticamente pode se referir ao website do CECI⁴, mas não pode-se corroborar tal informação aqui.

Aqui, um trabalho com nova abordagem sobre o tema pode também ser criado, para entender a influência das mídias sociais, publicações originais, compartilhadas, rede de contatos, preferências de uso, design de publicação, texto, imagem, legenda, hashtags, entre diversos outros elementos já bem investigados na literatura atual (VAN DIJK, 2005; KOZINETS, 2010; RUSSELL, 2011; FUNK, 2012). Como este nível de análise não é objeto deste estudo, ressalta-se que Instagram do Centro de Estudos Cênicos Integrado (@teatro.ceci) teve sua primeira publicação em setembro de 2017, e hodiernamente, possui 350 postagens e 767 seguidores⁵.

Em relação à 14^a Mostra, a primeira publicação foi um vídeo alegórico a uma locomotiva, visto que o tema da Mostra foi “A arte a todo vapor”, em 08 de junho de 2022, dezesseis dias antes do início do evento, e obteve 45 “likes” e um comentário. Após esta primeira postagem específica, nenhuma outra publicação foi realizada visando divulgar o evento, tendo somente uma segunda postagem em 23 de junho, um dia após o início da Mostra, indicando que os ingressos para o dia seguinte estavam esgotados. Esta publicação obteve 23 curtidas e um comentário.

Se estes dados podem indicar um relapso com a mídia social Instagram, a situação é ainda mais impenitente com o Facebook. Nesta mídia social há duas

⁴ <https://www.cecipg.com.br>.

⁵ Todos os dados das redes sociais aqui apresentados foram registrados no dia 06 de setembro de 2022.

páginas da escola, uma delas (@centrodeestudoscenicosintegrado), foi criada em 05 de maio de 2013, ano de inauguração da escola e atualmente não há nenhuma publicação, sendo que esta conta não está mais sendo utilizada, mas a mesma ainda é divulgada pelo site oficial da escola, sendo prejudicial para o CECI, pois pode confundir o internauta que acessa o perfil que está desatualizado, pela falta de informações e sem nenhuma publicação. Já a outra página (@teatroceci-centrodeestudoscenicosintegrado) é a utilizada atualmente, contando com aproximadamente 3.700 curtidas, e também com postagens atualizadas sobre o festival e demais notícias sobre a escola.

No que se refere ao principal motivo de assistir ao espetáculo, a maior parte dos entrevistados alegou ter sido convidado por amigo ou parente que participou do espetáculo (21), seguido pela opção “Lazer/Gosta de assistir a peças teatrais” (7). Em menor número, as opções “Curiosidade” e “Cultura” obtiveram uma citação cada. Posto isto é notável mais uma vez a influência do círculo familiar dos alunos do CECI, como já citado anteriormente em relação a forma de divulgação da Mostra.

Analisando turisticamente isso não é uma resposta positiva, pois evidencia que a maioria do público frequentador ainda é muito restrito ao círculo próximo dos alunos. Observa-se também que há uma carência em relação ao interesse do público em geral pela cultura, principalmente acerca dos espetáculos teatrais, mesmo que a segunda questão com maior número de respostas tenha sido por lazer e gostar de assistir espetáculos, com sete indicações, ainda é um quantitativo relativamente baixo.

Visto que somente dois entrevistados responderam como motivação cultural e de curiosidade, compreende-se também a falta de incentivo à cultura e a escassez de apresentações e espetáculos culturais na cidade, muitas vezes eventos acontecendo somente uma vez ao ano, sem uma divulgação adequada.

Já a última questão, pretendeu reconhecer se o público considera ou não a Mostra CECI em Cena um atrativo turístico de cunho cultural, sendo que maior número de entrevistados respondeu sim (23) e os restante (7) entrevistados não o consideraram. Juntamente com essa questão foi adicionado mais uma pergunta aberta que ficava a critério do entrevistado responder o “porquê”, na opinião do mesmo sobre o que foi questionado, em vista disso dos trinta entrevistados, somente nove justificaram a resposta.

Dado que a maior parte respondeu que considera a Mostra um atrativo turístico, dos vinte e três entrevistados que responderam “Sim”, houveram seis justificativas.

Visando a transparência dos resultados, as mesmas são transcritas de forma literal:

Entrevistado A: “*Porque assim como o FENATA que é nacional, o Festival CECI em Cena é um dos poucos festivais nacionais*”;

Entrevistado B: “*Pois é um festival que acontece anualmente*”;

Entrevistado C: “*Porque é importante para fomentar a cultura*”;

Entrevistado D: “*Pois movimenta... e é uma forma de valorizar e prestigiar os artistas locais*”;

Entrevistado E: “*Porque periodicamente acontece a cada seis meses*”;

Entrevistado F: “*Pois é necessário fomentar a cultura*”.

A partir das justificativas é possível observar que dois aspectos ficaram em evidência, em relação a frequência em que a Mostra é realizada, entende-se que o público considera o evento um atrativo pelo fato do mesmo acontecer de forma periódica, nesse caso duas vezes ao ano. E outro ponto que foi ressaltado é sobre o incentivo à cultura, pois pelas respostas apresentadas, os entrevistados destacaram a Mostra CECI em Cena como um meio de promover a cultura e, por consequência, é uma forma de movimentar a cidade de Ponta Grossa.

Com relação a resposta do “Entrevistado A”, onde ele ressalta que a Mostra CECI em Cena é um festival nacional, comparando-o ao Festival Nacional de Teatro, o que não é correto afirmar pois a Mostra CECI em Cena ainda não possui potencial para abranger fora da sua localidade, nesse caso pode-se classificá-la como uma Mostra local ou municipal. Acredita-se que a justificativa do “Entrevistado A” possa se referir a origem do evento, por ser brasileira, destacando que existem poucos festivais de teatro brasileiros, dessa forma fazendo uma analogia com o FENATA.

Posto isso é possível perceber um certo desconhecimento do público em relação aos eventos culturais e festivais de teatro, o que reflete também na falta de informações e possivelmente uma falha na divulgação de eventos desta natureza no calendário local, regional, estadual e até nacional, de forma geral na sociedade.

A respeito das justificativas dos entrevistados que responderam que não consideravam a Mostra CECI em Cena um atrativo cultural (7), apenas 3 optaram por responder. Da mesma forma foram transcritas de maneira literal:

Entrevistado X: “*Falta de divulgação, falta de interesse público*”;

Entrevistado Y: “*Falta de Reconhecimento*”;

Entrevistado Z: “*Infelizmente não há muita valorização da cultura*”

Nota-se que as respostas abordam um mesmo universo, a falta de valorização tanto da sociedade, como também dos órgãos públicos, isso deve-se também pelo fato da pouca divulgação e a falta de incentivo de apresentações teatrais e culturais no município. Outro ponto a ser destacado é em relação a falta de interesse da comunidade e do público em geral, pois o “Entrevistado Z”, destaca que não há muita valorização da cultura. Essa situação pode ser compreendida como consequência da deficiência de processos voltados à Educação Cultural, como já explanado, ou como uma crítica aos burocráticos e poucos incentivos oriundos dos órgãos governamentais, onde destaca-se a Lei Federal de Incentivo à Cultura, nº 8.313, de 23 de dezembro de 1991, conhecida como Lei Rouanet, por ter sido criada pelo então secretário de cultura Sérgio Paulo Rouanet (BRASIL, 1991).

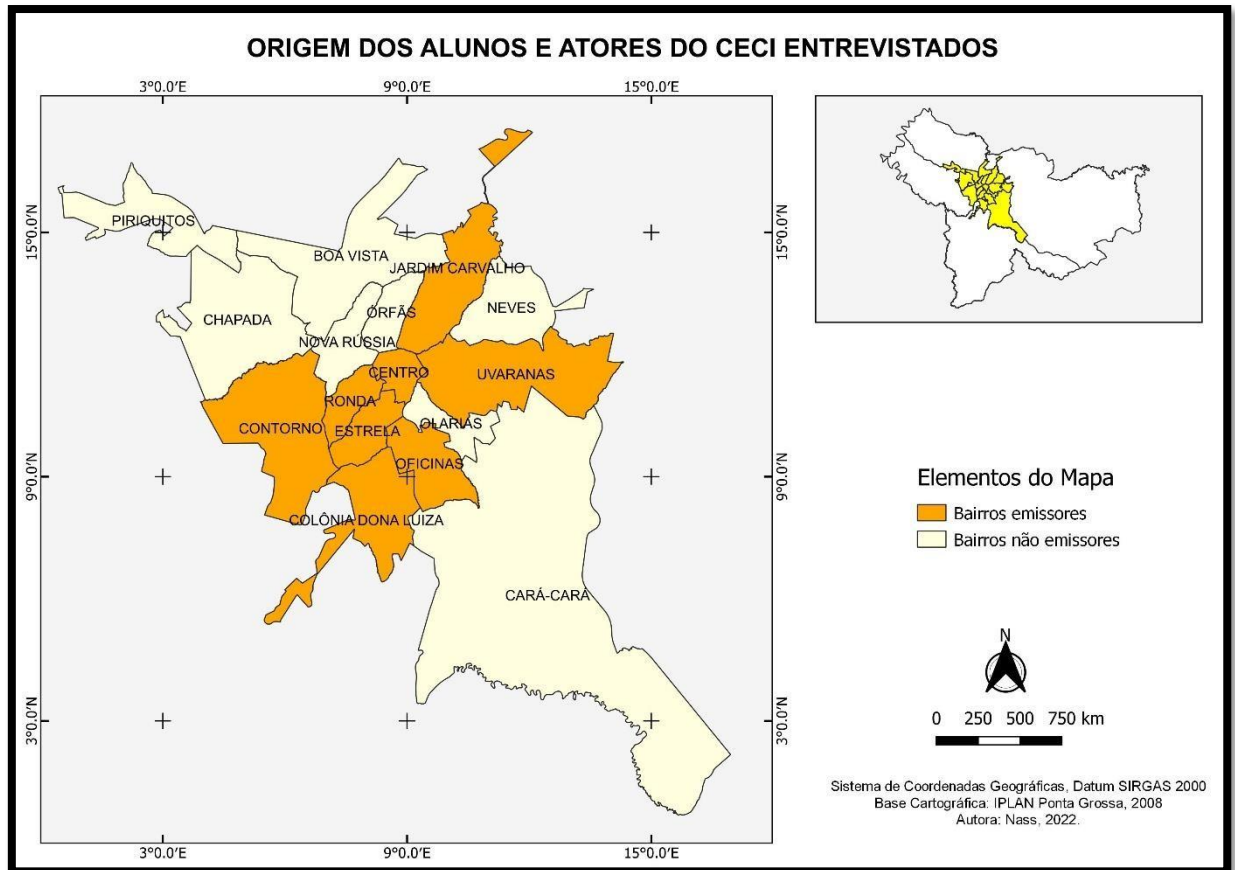
Expostos e discutidos os resultados obtidos com a aplicação do questionário junto aos participantes de 14ª Mostra, o próximo tópico apresentará as opiniões coletadas com os alunos e atores do CECI.

5.2 APRESENTAÇÃO DOS DADOS COLETADOS COM OS ALUNOS E ATORES

Mais uma vez, optou-se por iniciar o questionário visando identificar a origem dos entrevistados, no entanto, para este público tal resposta demonstra importância por permitir a compreensão dos alunos e atores que residam em Ponta Grossa, município que sedia as Mostras do CECI.

Com exceção de um questionário de uma pessoa oriunda de Carambeí, todos os demais dez respondentes são de Ponta Grossa, distribuídos pelo Centro (2), Oficinas (2), Colônia Dona Luíza (1), Contorno (1), Estrela (1), Jardim Carvalho (1), Uvaranas (1) e Ronda (1), destacando mais uma vez uma boa distribuição entre os bairros do município, com um raio de influência similar ao apresentado no Mapa 1 (página 27), conforme pode ser corroborado ao analisa-lo junto ao Mapa 2:

Mapa 2 – Dispersão espacial dos alunos e atores do CECI



Fonte: Elaborado pela autora, 2022.

A partir do Mapa 2, observa-se um raio de influência que coincide com bairros onde moradores possuem maior poder aquisitivo em Ponta Grossa, podendo indicar que o exercício e a prática artística no município se restringe às camadas sociais mais altas. Esta hipótese não pode ser corroborada pela falta de indicadores socioeconômicos atualizados pelo Instituto de Pesquisa e Planejamento Urbano de Ponta Grossa – IPLAN, no entanto, pela autora ser residente da cidade e conhecer os bairros emissoros, pode-se instigar tal análise, ao considerar as áreas físicas das edificações, valores médios do comércio local e infraestrutura urbana disponível.

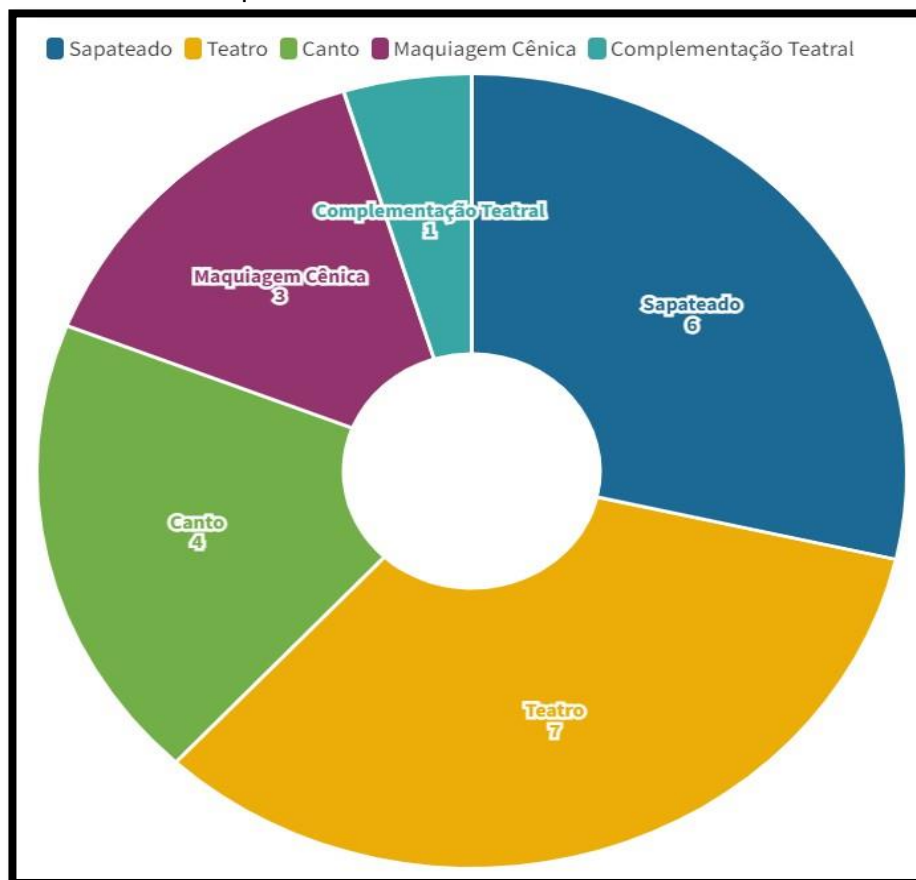
Destaca-se como uma medida mitigadora deste cenário, o projeto social que Centro de Estudos Cênicos Integrado possui há mais de dez anos com a União dos Deficientes Visuais de Ponta Grossa (Unidev), associação que visa a integração e sociabilidade dos deficientes visuais, onde a estrutura física e o corpo docente do CECI são disponibilizados gratuitamente para os alunos da Unidev, que aprendem a atuar e apresentam suas atividades regularmente.

Seguindo com o perfil dos entrevistados, obteve-se em sua maioria, que os

respondentes possuem dezoito anos ou mais (7), o que representa 63,6% da amostra, enquanto três pessoas indicaram pertencer a faixa etária entre 14 e 15 anos e uma pessoa assinalou a opção “16 a 18 anos”. Estes dados contribuem para considerar que as opiniões dos respondentes possuem maior embasamento técnico, uma vez que possivelmente já concluíram as etapas de educação regular. Somada à faixa etária dos respondentes, pode-se considerar em conjunto o tempo de estudos dedicados ao teatro, sendo que nove pessoas responderam “3 anos ou mais” e dois responderam “menos de 1 ano”. Constata-se com isso que a maioria dos alunos podem ter opiniões mais concretas sobre o teatro e a cultura, permitindo maior fidedignidade nas respostas que envolvem a tríade turismo, teatro e cultura.

Além disso, a maior parte destes alunos realizam mais de um curso ofertado pelo CECI, dentre as opções ofertadas, dos onze entrevistados, seis realizam mais de um curso, sendo citadas 21 modalidade e o teatro a opção mais assinalada, conforme apresentado na Figura 6:

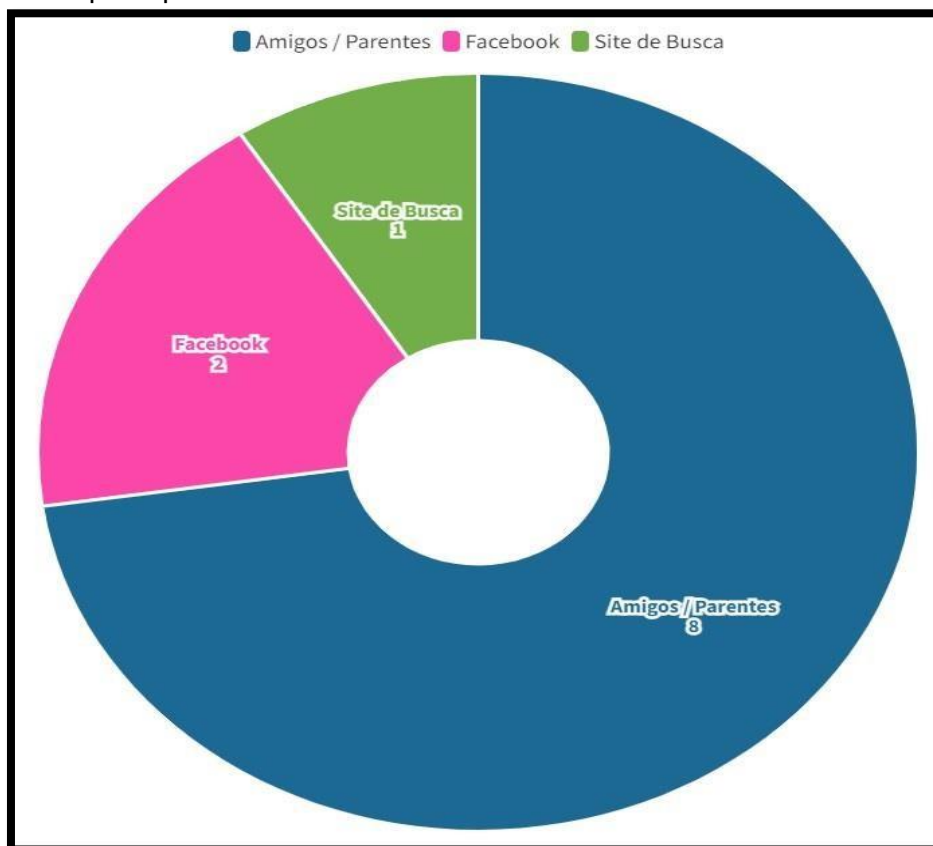
Figura 6 – Cursos ofertados pela escola



Fonte: Elaborado pela autora, 2022.

Os alunos e atores também foram questionados em relação a como ficaram sabendo da escola (Figura 7), dos onze entrevistados, oito indicaram que o conhecimento adveio através de amigos/parentes e os outros três pela internet, sendo dois através da rede social Facebook e um por meio de sites de busca. A partir desse resultado evidencia-se mais uma vez, que a propaganda “boca a boca” (RIBEIRO; COSTA; FREIRE, 2021) predomina no círculo social da escola, tanto em âmbito de divulgação dos trabalhos para o público quanto para a captação de novos alunos.

Figura 7 – Meio pelo qual ficaram sabendo sobre a escola



Fonte: Elaborado pela autora, 2022.

Esses dados também apontam que um resultado baixo em relação a promoção do CECI por meio da internet, devendo ser um ponto que merece mais atenção pela escola futuramente e que poderá trazer mais benefícios se uma gestão eficiente das mídias sociais for desenvolvida.

As perguntas seguintes foram estruturadas com o objetivo de compreender o entendimento dos entrevistados em relação a relevância da escola e da Mostra no município de Ponta Grossa como um elemento turístico e sua importância cultural. Com isso foi questionado se na opinião dos mesmos, acreditam existir relação entre

turismo e teatro. Todos os entrevistados (11) assinalaram a opção “sim” e sete justificaram suas respostas, sendo transcritas de modo literal:

Entrevistado A: *“O teatro funciona como meio atrativo de pessoas, a arte é um chamativo, já que é diferente em todos os lugares e proporciona uma experiência única a cada visitante”*;

Entrevistado B: *“Ambos podem expandir o modo como apresentam-se. Sem necessariamente ter um lugar físico”*;

Entrevistado C: *“O teatro é cultura, sendo assim é uma forma de promover o turismo por meio da cultura”*;

Entrevistado D: *“Pois como local artístico da cidade de Ponta Grossa, pode atrair a atenção de possíveis visitantes da cidade”*;

Entrevistado E: *“Com certeza, se a cidade tem bons grupos e companhias de teatro, há uma maior movimentação de público pela cidade. O que faz com que esse público frequente a outros espaços e estabelecimentos, contribuindo com vários setores da cidade”*;

Entrevistado F: *“A arte, querendo ou não, atrai várias pessoas; isso pode acontecer com turistas, que as vezes vão aos outros lugares querendo consumir cultura, vão aos teatros assistir apresentação, cinemas, etc.”*;

Entrevistado G: *“Porque existem várias formas de apresentação”*.

Estas respostas indicam uma correlação direta com a oferta cultural e a possibilidade de atrair a demanda de um público que usufrui deste segmento para fruição de lazer dos possíveis visitantes. Ao analisar os discursos apresentados, as palavras-chave que se destacam são: “experiência”; “promoção”; “arte”; “atração” e “atração a outros espaços e estabelecimentos”. Estes termos vinculam-se diretamente ao processo de planejamento de produtos e serviços turísticos, indo ao encontro de teorias apresentadas por Dias e Aguiar (2002), Boullón (2002) e Valls (2006), para citar alguns autores.

Isto posto, ainda que os entrevistados provavelmente não possuam leituras técnicas acerca da atividade turística, suas opiniões encontram fundamento na literatura específica da área.

Em seguida, os alunos e atores também foram questionados se consideram o CECI como um espaço produtor de cultura. As respostas, mais uma vez, serão transcritas de modo literal:

Entrevistado H: *“Sim, pois fazendo as aulas temos conhecimentos de muitas culturas”;*

Entrevistado I: *“Sim, pois pode atrair turistas para a nossa cidade”;*

Entrevistado J: *“Sim, pois arte é cultura”;*

Entrevistado K: *“Sim”;*

Entrevistado L: *“Sim, a arte é uma parte importante da cultura, pois através dela pode-se conhecer mais sobre a cidade e seus costumes”;*

Entrevistado M: *“Sim, além de promover os cursos em si. Tem os espetáculos que possibilitam que todo o público possa prestigiar”;*

Entrevistado N: *“Sim, as atividades oferecidas ao público. São todas de cunho artístico e cultural”;*

Entrevistado O: *“Sim, pois teatro é um ponto importantíssimo e bem completo da arte”;*

Entrevistado P: *“Sim. Desde crianças até pessoas idosas participam das apresentações como público ou elenco. Além da experiência do elenco com a arte e cultura, os amigos e familiares também passam a ter mais contato com a cultura local”;*

Entrevistado Q: *“Sim, aprendemos muito; evoluímos bastante como seres humanos. Fazemos isso nos divertindo. Fazemos apresentações e produzimos arte que traz cultura tanto para quem participa como para quem consome”;*

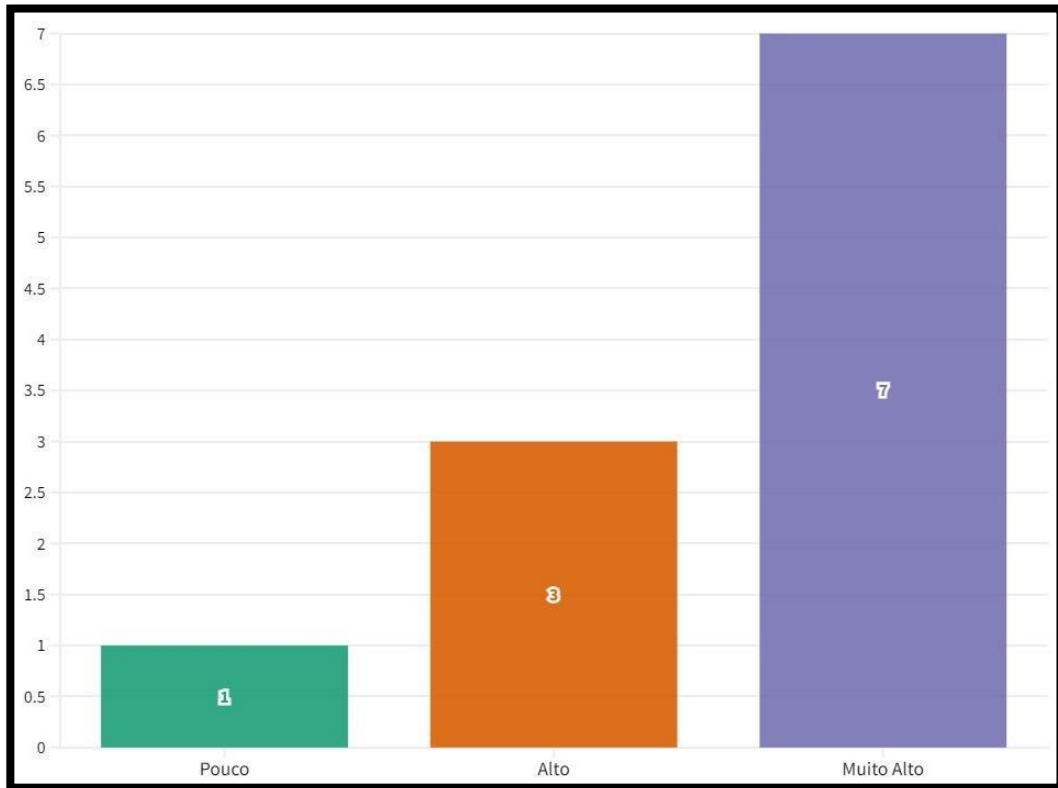
Entrevistado R: *“Sim, pelos cursos oferecidos”.*

Este grupo favorável de respostas já havia sido previsto, dado o público entrevistado, assim, o que se realça é a forma que os artistas conseguem expressar a relação e a experiência que possuem junto à escola. Desta vez, ao analisar as respostas obtidas, as palavras-chave que se destacam são: “cultura”; “arte”; “costumes”; “atração”, “espetáculos” e “aprendizado”. Estes termos vinculam-se ao processo de absorção de conhecimento, cultura e experiência que os entrevistados adquirem ao longo dos seus estudos no CECI. Dado o índice unânime de respostas positivas, entende-se que a escola possui o mais alto nível de satisfação e de qualidade na visão de seus alunos, o que pode garantir a fidelização de seus alunos e fomentar a imagem positiva do CECI de profissionais egressos.

Outro ponto questionado foi o quanto os alunos acreditam que o CECI em Cena pode atrair visitantes/turistas. Dentre as opções apresentadas, “Muito Pouco” não obteve nenhuma indicação e a incidência das demais respostas são expostas na

Figura 8:

Figura 8 – Quanto o CECI e a Mostra CECI em Cena pode atrair visitantes/turistas



Fonte: Elaborado pela autora,2022.

Para finalizar, a última pergunta do questionário, se deu em relação a opinião dos alunos sobre a importância cultural do CECI para a cidade de Ponta Grossa, sendo transcritas de modo literal:

Entrevistado A: *“A importância é que nas aulas traz bastante culturas como na dança, canto e teatro e assim todos tem o conhecimento de todas as culturas”;*

Entrevistado B: *“Extremamente importante pois valorizar a cultura, que em nossa cidade que é muito fraca”;*

Entrevistado C: *“Pois existem poucas escolas de teatro em Ponta Grossa, e pois o CECI é muito especial”;*

Entrevistado D: *“Através da arte o CECI ajuda as pessoas a entrarem em contato com a cultura de uma forma divertida, lúdica e atraente, o teatro, canto, dança e artes em geral são importantes pois a arte serve como terapia para várias pessoas e propaga um pouco de cada cidade”;*

Entrevistado E: *“Muita, tem espaço para todos os públicos”;*

Entrevistado F: *“A primeira escola de teatro de PG, formou muitos alunos, que*

se tornaram profissionais e atualmente trabalham nesta área”;

Entrevistado G: *“É a 1ª escola teatral da cidade, abrindo portas para muitos futuros artistas da cidade”;*

Entrevistado H: *“O CECI faz parte de uma rede de entretenimento da cidade que é consideravelmente nova mas ao trabalhar com profissionais de qualidade e buscar boas referências na área, colabora grandemente para o crescimento do cenário cultural de Ponta Grossa, fortalecendo os valores da população e gerando experiências e oportunidades”;*

Entrevistado I: *“Só o teatro em si já agrega muito às pessoas em questão de conhecimento e muito mais mas além disso o CECI oferece vários outros cursos, como a dança e canto e isso contribui muito para a cidade pois ajuda a população e auxilia na sua evolução”;*

Entrevistado J: *“Um espaço de cultura vou arriscar de terapia, a expressão artística faz trabalhar com emoções, muitas vezes contidas”.*

A partir destas opiniões, entende-se que os alunos e atores por estarem inseridos no meio cultural de uma forma mais abrangente, compreendem o teatro como um elemento cultural, e que atrai pessoas por meio da cultura, e com isso entendem a relevância do mesmo dentro da atividade turística.

É notória a relação carinhosa que os entrevistados possuem com o CECI, como um local que irradia conhecimento, cultura, oportunidades, valores e que até mesmo auxilia seus alunos no âmbito psicológico. Além das respostas relacionadas aos elementos culturais, também nota-se que há o interesse dos alunos em conhecer a história da escola, por citarem que a mesma é a primeira com esta natureza na cidade, e que completará uma década em abril de 2023. Dessa forma, conclui-se a partir dos dados apresentados, que os entrevistados consideram o CECI um espaço importante para cidade e que tem potencial para atrair visitantes.

Posto isto será apresentado a seguir a entrevista realizada com a gestora e fundadora do CECI, Sra. Heloisa Frehse Pereira.

5.3 ENTREVISTA COM A GESTORA E FUNDADORA DO CECI

Como previsto na metodologia, na segunda parte da pesquisa foi realizada entrevista com a gestora do CECI, a diretora da escola e também fundadora, a Sra. Heloisa Frehse Pereira, que atua tanto na área comercial quanto na área

administrativa. Nesse caso com o objetivo de analisar a oferta da Mostra e registrar as opiniões da Sra. Heloísa, que a partir de agora será referenciada pelas iniciais HFP, foram realizadas perguntas abertas (apêndice 3) previamente estabelecidas de acordo com os objetivos do presente trabalho.

A primeira pergunta refere-se a importância da Mostra CECI em Cena para o desenvolvimento da oferta cultural da cidade. Segundo HFP:

– A mostra é um evento que acontece onde os alunos vão fazer uma apresentação de tudo que foi trabalhado durante o semestre, e todo o conhecimento que eles adquirem durante esse processo, se tornam cada vez mais aptos para estar no mercado de trabalho, tanto como atores como também no desenvolvimento dentro de suas próprias empresas, onde também tem a possibilidade de desenvolver a parte humana, a parte artística, com uma visão da natureza maior, que também engloba toda essa questão turística, não no sentido só de passeios, quando se fala em turismo, as pessoas tem a impressão que está falando só de passeios, mas tornar a arte abrangente para que englobe vários segmentos da cidade, tanto da parte industrial, comercial como também da parte educacional.

Dessa forma, quando HSP fala sobre a arte englobar vários segmentos da cidade, sua opinião vai ao encontro ao que foi destacado durante o referencial teórico, quando Bell-Gam (2009) afirma que o turismo e teatro possuem características em comum, como quando as duas áreas atuam de forma positiva nos âmbitos social, pedagógico, ambiental e político, trazendo uma relação com o que foi respondido.

Em seguida, HSP dissertou a respeito de como o CECI em Cena é divulgado. Nas palavras da diretora:

HFP: – Com a utilização das redes sociais, através de rádios, através da televisão, com algumas parcerias que a gente faz, por meio de folders, cartazes e panfletos que também são deixados em hotéis parceiros, antigamente a parte do rádio era mais utilizada, hoje em dia já não se utiliza tanto, e também muito o “boca a boca”, ou quando a gente vai fazer algum trabalho em escolas, já se fala do CECI em Cena, já se faz um convite, também recebendo muitas instituições, dentro da possibilidade de terem transporte para vir até aqui, eles também são recebidos como convidados, e isso vai gerando uma movimentação pela cidade, com camisetas também, todo o CECI em Cena a gente faz uma camiseta com uma cor diferente de manga, onde as pessoas estão transitando no seu lugar de costume, também servindo de divulgação.

A integração com o trade turístico é essencial para a divulgação e atração de visitantes para os eventos. Com a afirmação de HSP sobre a entrega de material de divulgação em hotéis, os turistas podem ser motivados a prestigiar a Mostra, o que dificilmente ocorreria se os esforços na divulgação estivessem concentrados

unicamente nos canais de comunicação do município e região ou mesmo nas redes sociais próprias do CECI. A diretora não comentou sobre ceder alguns ingressos aos recepcionistas de hotéis e esta estratégia pode também ser benéfica, uma vez que os colaboradores teriam mais propriedade ao indicar um hóspede para apreciar os espetáculos.

Além desta divulgação, o uso da identidade visual chama atenção. No momento desta entrevista, HSP também apresentou as camisetas que já devem começar a ser utilizadas para promover a próxima Mostra, que ocorrerá em dezembro de 2022. O uso de uma comunicação característica é eficaz para ressaltar a memória das pessoas (FUNK, 2012), desta forma, a mudança de cores nas mangas semestralmente pode dificultar a assimilação das pessoas de modo imediato, sendo um componente que poderia ficar fixo para todas as edições. Em seguida, questionou-se sobre o público alvo da Mostra, obtendo o seguinte relato:

HFP: – Geralmente a mostra infantil, traz mais o público com crianças, e eu procuro sempre fazer sempre no sábado ou domingo, para que os pais possam trazer os filhos, então a parte infantil procuramos sempre fazer no final de semana e o direcionamento do público adulto é para as pessoas em geral, adultos, adolescentes, mais velhos. E também quando tem eventos aqui, como festival de contadores de história, Festival como o ‘Prosiá’, como outros festivais, a gente percebe uma movimentação direcionada, ou até mesmo o público espontâneo que a gente diz. Também trazemos instituições para assistir a Mostra, como Irmãos Cavanis, Legião da Boa Vontade, CLAN, fazemos o convite, eles tendo o transporte nós também direcionamos esse trabalho social, onde eles podem assistir ao “ensaio geral” dos espetáculos.

Aqui observa-se que não há um público alvo definido para a Mostra. A mesma busca atrair o público conforme o gênero e o tipo da peça a ser encenada. Por outro lado, nota-se que há uma preocupação com o provável público que irá assistir, ao definir cronogramas onde é possível que pais consigam apreciar seus filhos atuando. A preocupação social também é citada pela diretora, que permite que entidades possam assistir ao Ensaio Geral dos espetáculos, que pode ser definido como uma “estreia antes da estreia”. No Ensaio Geral, todo o cenário, figurino, iluminação, sonoplastia, enfim, todos os elementos que serão utilizados na estreia do espetáculo são apresentados. Desta forma amplia-se o número de espectadores das atividades desenvolvidas.

Sobre a operacionalização da Mostra, questionou-se sobre quais parceiros/entidades são envolvidas na Mostra, e a diretora explicou que:

HFP: – Parceiros eu tenho as gráficas, lógico é parceria porque eles fazem um bom desconto para mim, mas são parceiros porque que nem a “Gráfica X”⁶, desde o primeiro folder do primeiro CECI em Cena até hoje é só ela que faz, então ela é uma parceira. No semestre passado que eu fui fazer uma redução de quantidade, eles também fizeram muito rápido pra mim, então eu tenho a parceria desta gráfica. A parte da “Copiadora Y” também é parceira que sempre, já sabe nosso trabalho, tem já as pessoas que eles me direcionam para que as coisas saiam do meu estilo porque nós temos a cor laranja que é uma cor que só tem uma impressora que sai o mesmo tom, então é um parceiro porque eles disponibilizam, às vezes eles não estão usando aquela mas, sabe, estas questões são importantes. A gente sempre comunica a Prefeitura que está acontecendo estes eventos, a parte da UEPG, a UTFPR também, que a gente já fez vários trabalhos com eles, então eles também trazem os alunos para cá, mas a parte do município e a parte das escolas, então a parte das gráficas, até de pessoas que fazem docinhos, vendem algodão doce, pipoca, então a gente tem esses parceiros, que também quando as crianças vem cedo... enfim, faço esse carinho né.

Aqui destaca-se a utilização de empresas que atuam em Ponta Grossa para a produção de material de divulgação da Mostra. Em um ambiente de alta competitividade, sobretudo com as empresas que atuam sob demanda por meio da internet, é possível que orçamentos mais baratos pudessem ser encontrados, mesmo considerando o custo do frete para o envio dos pedidos, como acontece rotineiramente com empresas online especializadas em revelação de fotos, por exemplo, tornando-as mais competitivas frente às empresas locais. No entanto, a relação estabelecida faz com que as mesmas empresas que auxiliaram no início das atividades da Mostra continuem sendo parceiras da escola, até mesmo com a disposição de equipamentos específicos para atender a demanda.

A comunicação com a Prefeitura Municipal de Ponta Grossa também é um elemento a ser destacado. No entanto, parece que esta estratégia não está sendo contemplada em sua plenitude, pois através da Secretaria de Cultura e da Secretaria de Turismo, a cidade divulga a Agenda Cultural do ano inteiro e o Calendário de Eventos que possuem recursos oriundos da Lei de Incentivo ao Turismo, respectivamente, e isto certamente ajuda a angariar público. No ano de 2022, a 14ª Mostra CECI em Cena foi divulgada pela Agenda Cultural de Ponta Grossa, no entanto, a 15ª Mostra não está na Agenda⁷. Sobre a Lei de Incentivo ao Turismo, a Prefeitura Municipal de Ponta Grossa, através da Secretaria Municipal de Turismo

⁶ Optou-se por omitir os nomes comerciais das empresas neste trabalho.

⁷ A consulta à Agenda Cultural foi realizada em 28 de novembro de 2022, através do link: <https://cultura.pontagrossa.pr.gov.br/agenda-cultural/>

(SETUR), disponibiliza anualmente Editais para a inscrição de projetos de eventos utilizando a Lei nº 12.066/2014 (PONTA GROSSA, 2014) que contemplam a realização de atividades geradoras de fluxo turístico para eventos, com valor de até R\$ 50 mil. Esta Lei pode beneficiar a Mostra, uma vez que está consolidada há 14 edições e pode auxiliar na realização da mesma.

Em seguida, questionou-se a opinião da gestora sobre o potencial do teatro em atrair turistas para a cidade. Nas palavras da Sra. Heloísa:

HFP: – O teatro ele como abrange várias artes, tanto a parte da dança que nem nós temos aqui, a parte do musical, como a parte do teatro e do canto também, recebemos várias pessoas que vieram através da indicação dos hotéis, onde tem eventos na cidade, onde acontecem apresentações, porque a cidade de Ponta Grossa já está num patamar que já existem vários outros locais de apresentações onde as pessoas percebem que existe um círculo cultural e eu fico muito contente porque através da abertura do CECI pode fomentar isso na cidade, que estava um pouco parado, o teatro estava assim... praticamente sem acontecer e realmente com essa história do CECI deu uma modificada para que esta parte cultural tomasse uma efervescência e conseqüentemente tivesse uma repercussão muito boa na parte turística, com exceção do FENATA que também estimulou para que realmente acontecesse toda essa parte cultural para que fomentasse a vontade das pessoas em fazer arte, ver arte e viver arte.

Aqui não foi possível obter indicadores muito específicos, além de destacar que o CECI e outros circuitos teatrais promovem a efervescência de produtos culturais capazes de motivar a entrada de visitantes na cidade. Citamos um dado não oficial que foi divulgado de forma verbal ao encerramento do FENATA, em 2022: segundo o Prof. Nelson Silva Jr, Coordenador Geral do 50º FENATA, mais de 20 mil pessoas prestigiaram o Festival ao longo de seus seis dias, trazendo uma média diária superior a 3.300 pessoas por dia “consumindo” teatro. Estes dados são impactantes, do ponto de vista econômico, social e cultural, devendo ser explorados com exatidão e trabalhados para criar uma identidade cultural própria no município.

Para finalizar, questionou-se a opinião da gestora sobre a importância cultural do CECI para a cidade de Ponta Grossa, onde foi relatado:

HFP: – Como fomentador da arte, como uma escola parceira que realmente faz com que as pessoas tenham, mesmo sendo um curso livre, com que elas se profissionalizem e através dessa profissionalização vão ao encontro dos seus próprios desenvolvimentos, mas dão a base para que as pessoas também se tornem atores independentes, grupos independentes, também dá margem não só na parte do teatro mas existem muitas pessoas que através do teatro já migram para a parte do cinema, a parte da publicidade, a parte do turismo, então essa parte cultural que o CECI auxilia no desenvolvimento da cidade é porque ele faz com

amor, com qualidade, com dedicação e acredita muito que tudo que a gente faz com carinho a gente faz plenamente, então eu acho que esta é a contribuição do CECI para a parte cultural, porque é uma escola que aconteceu, ela criou-se, ela também passou vários ensinamentos para os grupos de como se manter na arte, e a partir dali os grupos tomaram seu próprio caminho mas com uma base né?!, como uma mãe que educa e que faz os filhos viverem para a vida.

Com isso é possível perceber a partir da fala da Sra. Heloisa Frehse Pereira, que o CECI é um receptáculo de jovens talentos que aprendem na escola e saem com condições de exercer as atividades artísticas como atores, promotores culturais, divulgadores da arte e se manterem na arte. No entanto, a diretora é enfática sobre o espaço de amor que o CECI promove em seus alunos, seus gestos, olhares, risos e expressões demonstram o carinho que tem pelos seus alunos, extrapolando unicamente a relação comercial que a escola poderia empreender.

Ao cruzar esta resposta com as opiniões dos atores, percebe-se que o sentimento é mútuo, de respeito e admiração nas duas vias, possivelmente, representando o sucesso de quase uma década que a escola vem acumulando, com homenagens de seus alunos, ex alunos, professores e agentes promotores de cultura em Ponta Grossa.

5.4 AÇÕES PARA APERFEIÇOAMENTO E EXPANSÃO DA OFERTA CULTURAL

A partir da pesquisa realizada e a análise dos dados, e para cumprir com o último objetivo, neste tópico serão exibidas possíveis ações futuras para aperfeiçoar os resultados obtidos através da pesquisa e melhorar os tópicos que apresentaram falhas.

Conforme mostram os dados da pesquisa, a maior parte do público da Mostra CECI em Cena, considerando a 14ª Mostra, reside em Ponta Grossa, sendo ainda limitada apenas aos familiares e amigos dos atores da escola. Sendo assim como estratégia para melhorar esse contexto, seria interessante desenvolver ações externas ao município, divulgando a Mostra e a escola para além da cidade, para outros municípios da região.

Com isso, outro ponto em destaque que foi analisado na pesquisa, é a sobre a promoção da Mostra, sendo as redes sociais o principal instrumento de divulgação da escola. Desse modo é necessário investir em uma estratégia que possa chamar a atenção desses visitantes para a Mostra, usando as redes com maior frequência e

abrangência, com o objetivo de alcançar um público maior e chamar a atenção dos turistas. Para isso, seria necessário a elaboração de uma estratégia de marketing e um estudo aplicado a partir das necessidades da escola, talvez uma possível contratação de um profissional de mídias sociais, responsável por criar um conteúdo específico sobre a Mostra, que seja interativo e cativo o público de fora.

A divulgação da Mostra não deve ser realizada somente na época em que acontece, com postagens realizadas periodicamente, pois é importante manter as redes atualizadas e de acordo com as ações da escola e sobre a Mostra, buscando informar sobre a escola, *clippings* de apresentações pretéritas, sobre a Mostra em si, bem como sobre a cidade, as apresentações presentes na edição, dicas de hospedagem próxima aos locais de peça, responder dúvidas, etc.

É importante que essa estratégia de marketing seja utilizada para que a Mostra CECI em Cena possa estar em evidência não só em Ponta Grossa, mas também para os turistas. Como forma de desenvolver a atividade turística na cidade e ampliar a oferta cultural, outra ação proposta seria a criação de parcerias com empresas e instituições ligadas ao turismo, como hotéis, restaurantes, atrações turísticas da cidade e região, agências e até mesmo com o setor público da cidade, tendo em vista que a partir da análise realizada, o público que vem de fora do município, possivelmente venha usufruir desses receptivos incluídos também na atividade turística.

Em relação aos meios de hospedagem, levando em consideração que o CECI já possui parcerias com alguns hotéis, onde são deixados *folders* e panfletos da Mostra, pode-se propor outras ações em conjunto, como por exemplo troca de ingressos por hospedagem, desconto da tarifa se assistir alguma apresentação da Mostra, realizar sorteios com o público da Mostra, valendo uma hospedagem ou outros prêmios e também a divulgação em conjunto, o hotel promovendo a Mostra e também a escola divulgando o hotel.

Outra proposta para o desenvolvimento da oferta turística em conjunto com a Mostra, seria realizar postagens a partir das redes sociais da escola, que divulgassem também os pontos turísticos de Ponta Grossa e da região, como sugestão do que os turistas podem fazer enquanto estiverem na cidade e também não deixa de ser uma forma de divulgação. Dessa maneira, mostrando ao turista e ao visitante que vem somente com intuito de prestigiar a mostra, outras possibilidades que a cidade oferece e trazendo maior visibilidade para o setor turístico.

Ações como estas apresentadas, poderiam trazer maior visibilidade para o CECI e a Mostra, além de divulgar a cidade como um todo, atrair um número maior de visitantes, dessa forma podendo melhorar as questões turísticas e valorizar o setor cultural do município, nesse caso com estratégias voltadas para aprimoramento da Mostra CECI em cena como um agente promotor do turismo na cidade.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente estudo originou-se na discussão a respeito do teatro, mais especificamente do Centro de Estudos Cênicos Integrado (CECI) como um agente motivador do turismo na cidade, como o foco nesse caso da Mostra CECI em Cena desenvolvida pela escola. Conforme apresentado no referencial teórico desta pesquisa, foi possível perceber que o turismo e o teatro, apesar de ser um segmento ainda não muito debatido no campo científico, compreende-se que existe uma relação entre as duas áreas, e que de fato o teatro é um segmento presente dentro do turismo cultural.

Com isso, foi visto os aspectos que englobam o conceito de turismo cultural, entendendo que o teatro no Brasil e as artes cênicas, em sua maioria, são inseridos dentro da categoria eventos, pois se trata de um acontecimento que geralmente reúne um grande número de pessoas, porém, essa generalização é também o motivo da área não possuir estudos mais objetivos, o que dificulta o processo de desenvolver um trabalho sobre o tema, no sentido de que é necessário usar autores de outras áreas interligadas, como ocorreu durante esse estudo.

Desse modo, apesar da escassez de estudos e pesquisas voltados especificamente ao teatro como elemento inserido na atividade turística, foi possível concluir que o mesmo é um recurso dentro do segmento cultural, e bem trabalhado e estruturado é um agente desenvolvedor de diversas áreas, assim como o turismo, além de ser um segmento que gera entretenimento e lazer para público, sendo um instrumento com potencial para o desenvolvimento do campo turístico, desse modo cumprindo com o primeiro objetivo específico dessa pesquisa.

Em relação à pesquisa de campo a partir das questões elaboradas, tendo em vista o intuito de responder os objetivos desse estudo, foi possível constatar que o público, em geral, demonstrou certo interesse pela Mostra, reconhecendo a importância do mesmo como um elemento cultural, sendo que boa parte do público estava prestigiando o evento pela segunda vez ou mais.

Por outro lado, identificou-se que a maior parte do público que frequenta o CECI em Cena é restrita aos moradores de Ponta Grossa, sendo ainda muito limitada somente aos familiares e amigos dos atores da Mostra. Por consequência esse fato, ainda não demonstra que o CECI e a Mostra até o momento sejam um atrativo, pensando nesse caso no contexto turístico, pois somente dois dos 30 entrevistados

são de outras cidades, e apenas um deles utilizou de outros recursos turísticos na cidade, como a rede hoteleira, apenas com a finalidade de prestigiar a Mostra. Entende-se também que a Mostra possui potencial para atrair público de fora, mas ainda é essa possibilidade é muito ínfima, a partir dos resultados apresentados durante a pesquisa com os espectadores do CECI em Cena e os alunos e atores da escola.

Isto posto, é notório a necessidade de se trabalhar a promoção da Mostra e como a escola divulga as apresentações, que por meio da pesquisa também foi constatado que a maior parte do público reconhece a escola e o CECI em Cena através da internet, mas especificamente das redes sociais, sendo elas o Facebook e Instagram, instrumentos que fazem parte da era atual em que vivemos e que possuem grande potencial de alcance. Por outro lado, além da promoção pelas redes sociais, o ponto em destaque é a propaganda “boca a boca”, que teve grande destaque tanto nas respostas com o público, quanto com os alunos e atores, e que ainda ultrapassa em número, em relação a divulgação pelas mídias sociais, mais uma vez destacando a restrição do público ao círculo familiar dos alunos.

Além disso, outro aspecto apresentado pela pesquisa é em relação ao entendimento dos entrevistados sobre o CECI em Cena ser um atrativo turístico cultural da cidade, apontando dessa forma que a maioria dos entrevistados corrobora com essa afirmação, afirmando que a Mostra é um meio de promover e difundir a cultura em Ponta Grossa, desse modo desenvolvendo a área. Entretanto, ficou claro que aqueles que não acordam com tal afirmação, destacam um colapso por meio da sociedade e a falta de interesse público, e também mais uma vez referindo-se a pouca divulgação.

Em síntese, foi constatado a partir dos dados analisados é que há uma grande deficiência em relação a promoção e divulgação da Escola como um todo e a Mostra CECI em Cena, comprovando assim a que deve haver um olhar mais atencioso dos organizadores e gestores da Mostra. Juntamente também há uma preocupação direta com desinteresse por meio dos órgãos públicos e a pouca valorização da cultura inculcada na sociedade como um todo.

Portanto, como finalidade de cumprir com o último objetivo elencado, como parte conclusiva, é necessário elaborar e desenvolver estratégias e ações que possam aprimorar os pontos fortes e modificar os pontos fracos apresentados até o momento, com fim de apresentar parâmetros para converter o cenário atual da

pesquisa. Essas ações podem ser alinhadas a partir da inovação da estratégia de marketing da escola, e maneiras de promover a Mostra não apenas na época em que acontece, e também uma maneira de atingir um público além do município. Como também possível realização de projetos e ações sociais, culturais e educacionais que impulsionem o interesse e a valorização dos meios culturais e apresentações artísticas, em parceria com os órgãos responsáveis, para que tanto a comunidade em geral e o público disponham da procura por espetáculos e apresentações culturais.

REFERÊNCIAS

- ADORNO, Theodor W. **Teoria Estética**. São Paulo: Martins Fontes, 1970. 555 p.
- ANDRÉ, Carminda Mendes. Teatro e Cultura. In: IV Reunião Científica de Pesquisa e Pós-Graduação em Artes Cênicas, 1, 2007, São Paulo. **Anais Eletrônicos...** São Paulo: Abrace, 2007, p. 01. Disponível em: <https://www.publionline.iar.unicamp.br/index.php/abrace/article/view/1178>>. Acesso em: 11 fev. 2022.
- ANTUNES, Eloisa Maieski; SIMÕES, Fernanda Antonio. Engenharia urbana aplicada: um estudo sobre a qualidade do transporte público em cidades média. **Revista Brasileira de Gestão Urbana**, v. 5, n. 2, dez, 2013, pp. 51-62.
- ASHWORTH, Gregory John; POMPL, Wilhelm. Culture and tourism: conflict or symbiosis in Europe? In: POMPL, Wilhelm; LAVERY, Englbert Pompl. (Eds.), **Tourism in Europe: structures and developments**. Cab International, Wallingford, pp. 13-35, 1993.
- BAPTISTA, Maria Manuel; LAMEGO, Vanessa. **Da Rua e da Cena**: Um estudo sobre Turismo de Teatro. *Arteriais*. Pará, vol. 1, núm. 1, pp. 38-51, 2015.
- BARRETTO, Margarita. **Manual de Iniciação ao Estudo do Turismo**. São Paulo: Papirus Editora, 1995. 176 p.
- BATISTA, Cláudio Magalhães. Memória e Identidade: Aspectos relevantes para o desenvolvimento do turismo cultural. **Caderno Virtual de Turismo**. Rio de Janeiro, vol. 5, núm. 3, pp. 27-33, 2005. Disponível em: <http://www.ivt.coppe.ufrj.br/caderno/index.php/caderno/article/view/93>>. Acesso em: 23 fev. 2022.
- BELL-GAM, HL. Strategies for the development of tourism and theatre industries in Nigeria: Rivers state perspective. **Creative Artist: A Journal of Theatre and Media Studies**, vol. 3, n. 1, pp. 1-18, 2009. Disponível em: <https://www.ajol.info/index.php/cajts/article/view/76576>>. Acesso em 11 set. 2022.
- BENI, Mário Carlos. **Análise Estrutural do Turismo**. 14ª Ed. rev. Atualizada. Editora SENAC: São Paulo, 2019. 722 p.
- BENJAMIN, Walter. **Magia e técnica, arte e política**: Ensaios sobre literatura e história da cultura. 3ª Edição. São Paulo: Brasiliense, 1987. 272 p.
- BERGAMIN, Kaio Gomes. **Estudo sobre o Sistema Stanislavski**. 2019. 54 f. Teatro. Curitiba, 2019.

- BOULLÓN, Roberto C. **Planejamento do Espaço Turístico**. Trad. Josely Vianna Baptista. Bauru, SP: EDUSC, 2002. 278 p.
- CARDOSO, Isabella Bortolan Fernandes. **A influência do teatro no turismo em Curitiba**. 2018. 103 f. Monografia (Curso de Graduação em Turismo) – Universidade Federal do Paraná, Curitiba, 2018.
- CARVALHO, Karoliny Diniz; SILVA, Ricardo Torres. El teatro urbano como experiencia turística. **Revista Estudios y Perspectivas em Turismo**, Buenos Aires, vol. 23, núm. 03, jul, 2014. pp. 566-584.
- CHOAY, Françoise. **O patrimônio em questão**: Antologia para um combate. Belo Horizonte: Fino Traço, 2011. 184 p.
- COBRA, Marcos. **Marketing de Turismo**. São Paulo, Editora Cobra, 2001. 416 p.
- COSTA, Carlos et al. **Turismo nos países lusófonos**: conhecimento, estratégia e territórios. Lisboa: Escolar, 2014.
- CUNHA, Licínio. **Introdução ao turismo**. Lisboa: Verbo, 2001.
- DIAS, Reinaldo; AGUIAR, Marina Rodrigues. **Fundamentos do Turismo**: conceitos, normas e definições. 1. Ed. Campinas: Alínea, 2002. p. 41-45.
- FRANZONI, Tereza Mara. Artes cênicas e antropologia: um diálogo a partir das manifestações populares de carácter dramático. **DA Pesquisa** – Revista do Centro de Artes da UDESC, n. 9, 51-63, 2002.
- FUNK, Tom. **Advanced social media marketing**: How to lead, launch, and manage a successful social media program. New York, 2012. 256 p.
- HAURA, Fernanda Karina, et al. O intercâmbio cultural proveniente do Festival Nacional de Teatro em benefício da comunidade. In: **12º CONEX – Conversando sobre Extensão**. Universidade Estadual de Ponta Grossa, 2014. pp. 1-6.
- HORKHEIMER, Max. **Teoria Tradicional e Teoria Crítica**. Coleção Os Pensadores. São Paulo: Abril Cultural, 1975.
- HUGHES, Howard. **Artes, entretenimento e turismo**. Trad. Mariana Aldrigui Carvalho. São Paulo: Roca, 2005. 272 p.
- KAWANISHI, Juliana Yuri; FERRAREZE, Rafael Bozzo. Assédio no transporte público coletivo em Ponta Grossa/PR: Apontamentos e problematizações. In: V Simpósio Gêneros e Políticas Públicas, 5, 2018, Paraná. **Anais Eletrônicos...** Londrina: 2018, p. 313-325. Disponível em: <<http://anais.uel.br/portal/index.php/SGPP/article/view/1035/921>>. Acesso em 17 set. 2022.

- KAWANISHI, Juliana Yuri; SCHIMANSKI, Edina. Mobilidade urbana e transporte público em Ponta Grossa/PR. In: XXVI Encontro Anual de Iniciação Científica, 26, 2017, Paraná. **Anais Eletrônicos...** Ponta Grossa: 2017, n. p. Disponível em: <https://siseve.apps.uepg.br/storage/eaic2017/14_Juliana_Yuri_Kawanishi-150695467525570.pdf>. Acesso em 17 set. 2022.
- KOZINETS, Robert V. **Netnography: Doing Ethnographic Research Online**. California, Sage Publications, 2010. 228 p.
- LAKATOS, Eva Maria; MARCONI, Marina de Andrade. **Fundamentos de Metodologia Científica**. 5. Ed. São Paulo: Atlas, 2003. 311 p.
- LIMA, Nanci Brandão de. **O Teatro como ação social: Manifestações do teatro na cidade de São Paulo**. 2014, 27 f. Monografia (Gestão de Projetos Culturais e Organização de Eventos). Universidade de São Paulo, USP. 28 p.
- LOHMANN, Guilherme; PANOSSO NETTO, Alexandre. **Epistemologia do Turismo**. Teoria do turismo: conceitos, modelos e sistemas. 1. ed. São Paulo: Aleph, 2012. p. 19-23.
- MARIO, Larissa Resende, et al. Turismo e tendências contemporâneas: mulher como viajante solo. Cenário – **Revista Interdisciplinar em Turismo e Território**. Brasília, v. 9, n. 3, set/dez. 2021, pp. 272-288.
- MARUJO, Noémi. A cultura, o turismo e o turista: que relação? **Turydes**: Revista Turismo y Desarrollo Local, Málaga, Vol 7, Nº 16, 12 p., junho, 2014. Disponível em: <<https://www.eumed.net/rev/turydes/16/turista-cultural.pdf>>. Acesso em: 23 fev. 2022.
- MARUJO, Noémi. O estudo acadêmico do turismo cultural. **Turydes**: Revista Turismo y Desarrollo Local, Málaga, Vol 8, Nº 18, p.01-18, junho, 2015. Disponível em: <<https://www.eumed.net/rev/turydes/18/turismo-cultural.html>>. Acesso em: 23 fev. 2022.
- McINTOSH, Robert; GUPTA, Shashikant. **Turismo - Planeación, Administración y Perspectivas**. México: Limusa, Noriega, 1989.
- MEDINA, Norman; SANTAMARINA, Jorge. **Turismo de naturaleza en Cuba**. Havana: Unión, 2004.
- MINISTÉRIO DO TURISMO. **Segmentação do Turismo**: Marcos Conceituais. Brasília: Ministério do Turismo, 2006.
- MINISTÉRIO DO TURISMO. **Turismo Cultural**: Orientações básicas – Brasília: Ministério do Turismo, 2010.

- OMT. **International Recommendations for Tourism Statistics 2008**. New York: United Nations, 2010.
- PÉREZ, Xerardo Pereiro. **Turismo Cultural**: Uma visão antropológica. – El Sauzal (Tenerife. Espanha): ACA y PASOS, RTPC. Nº 2. 2009. 307p.
- REIS, Alana Martins. **Mulheres e viagens**: insegurança e medo? Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Curso de Graduação em Turismo da Universidade Federal Fluminense. Niterói, Rio de Janeiro, 2016. 95 f.
- RIBEIRO, Thiago de Luca Sant'ana; COSTA, Benny Kramer; FREIRE, Otávio Bandeira de Lamônica. Cocriação de Valor no Turismo –Validação e Replicação de Escala em Relação à Intenção de Recomendação Boca-a-Boca. **Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo**, v. 15, n. 2, mai-ago, 2021. pp. 1-17.
- ROSSETO, Robson. O espectador e a relação do ensino do teatro com o teatro Contemporâneo. **Revista Científica / FAP - Versão Eletrônica**, Curitiba, v. 3, n. 3, pp. 69-84, jan./dez. 2008.
- RUSSELL, Matthew A. **Mining the Social Web**: Analyzing Data from Facebook, Twitter, LinkedIn, and Other Social Media Sites. California, O'Reilly Media, 2011. 344 p.
- SEBRAE. **Cadernos de atrativos turísticos**: Entendo o Atrativo turístico – São Paulo: Sebrae, 2016.
- SILBERBEREG, Ted. Cultural tourism and business opportunities for museums and heritage sites. **Tourism Management**, v. 16, n. 5, aug. 1995. pp. 361-365.
- THE NATURE CONSERVANCY. **What is a carbon footprint?** Disponível em: <<https://www.nature.org/en-us/get-involved/how-to-help/carbon-footprint-calculator/>>. Acesso em 17 set. 2022.
- UNESCO. **Declaração Universal sobre a Diversidade Cultural**. 2002. Disponível em: <<https://www.oas.org/dil/port/2001%20Declaração%20Universal%20sobre%20a%20Diversidade%20Cultural%20da%20UNESCO.pdf>>. Acesso em: 11 set. 2022.
- VALLS, Josep Francesc. **Gestão integral de destinos turísticos sustentáveis**. Trad. Cristiano Vasques e Liana Wang. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2006. 232 p.
- VAN DIJK, Jan. **The Network Society**: Social Aspects of New Media. California, Sage Publications, 2005. 301 p.

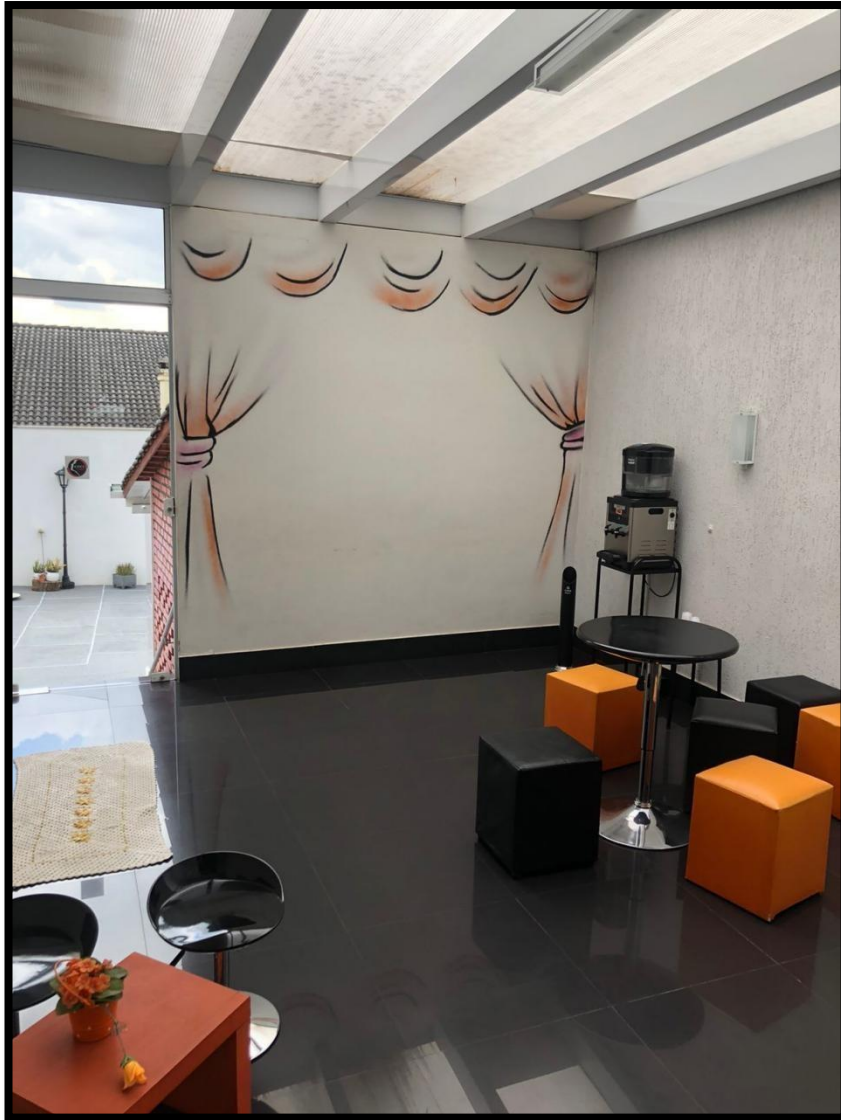
APÊNDICE 2 – QUESTIONÁRIO APLICADO AO PÚBLICO DO CECI EM CENA

PESQUISA DE CAMPO – CENTRO DE ESTUDOS CÊNICOS INTEGRADO 14° CECI EM CENA – 2022	
Data: ___/___/___	
1. Procedência / Residência permanente: a) Morador - Bairro: _____ b) Visitante – Cidade: _____	2. Meio de transporte para chegar até ao Festival: a) Automóvel c) Ônibus b) Bicicleta d) Outro (qual):
3. Número de pessoas na visita, incluindo você: _____ a) Sozinho b) Conjugue / Namorado (a) c) Com família d) Amigos/ Grupo	4. Meio de hospedagem utilizado: a) Casa de amigos/ parente b) Hotel c) Sem pernoite d) Outro (qual):
5. Qual foi a principal motivação da viagem/visita? a) Apenas para o espetáculo b) Participação em evento c) Lazer, descanso d) Tratamento de saúde e) Negócio ou motivo profissional f) Visita a parentes / amigos g) Outro (qual):	6. Como ficou sabendo sobre o festival? a) Amigos/ Parentes b) Folder c) Hotel d) Internet e) Já assistiu antes Se internet, por qual meio: a) Instagram b) Facebook c) Outros: _____
7. Qual o principal motivo de assistir ao espetáculo? a) Convidado por amigo/ parente que participou do espetáculo b) Lazer/ gosta de assistir a peças teatrais c) Curiosidade d) Cultura	8. Você considera o Festival Ceci em Cena como um atrativo turístico cultural? 1) Sim 2) Não 3) Porquê?

APÊNDICE 3 – ENTREVISTA APLICADA À FUNDADORA E DIRETORA DO CECI

- Qual a importância da Mostra CECI em Cena para o desenvolvimento da oferta cultural da cidade?
- Como o CECI em Cena é divulgado?
- A qual público a Mostra é direcionada?
- Quais parceiros/entidades são envolvidas na Mostra?
- Qual o potencial do teatro em atrair turistas para a cidade?
- Qual a importância cultural do CECI para a cidade de Ponta Grossa?

APÊNDICE 4 – ESPAÇO DE ESPERA E RECEPÇÃO



APÊNDICE 5 – PALCO



APÊNDICE 6 – ÁREA EXTERNA PARA ATIVIDADES E EVENTOS



APÊNDICE 7 – SALA DE AULA ENCENAÇÃO



APÊNDICE 9 – SALA DE AULA DE CANTO




APÊNDICE 10 – ACERVO DE FIGURINOS



ANEXOS

ANEXO A – FOLDER DE DIVULGAÇÃO 14ª MOSTRA CECI EM CENA (FRENTE)


CECI[®]
 Centro de Estudos Cênicos Integrado


apresenta:

Mostra
14°
 CECI
 em
 CENA


a Arte a todo Vapor
 TEATRO SAPATEADO E CANTO


de
24
 Junho
 à
02
 Julho

Local:
Teatro Ceci



Ingressos:
 Antecipado ou Meia: R\$20
 Inteira: R\$40

 (42)3223-1652 / (42)99991-1652

 www.cecipg.com.br

Matriculas Abertas
 segundo semestre de 2022

ANEXO B – FOLDER DE DIVULGAÇÃO 14ª MOSTRA CECI EM CENA (VERSO)



É muito bom ter você novamente aqui com a gente
no **CECI**®

Iniciação e Encenação Teatral
(Paulo Napoleão)

Expressão Teatral e Sapateado Musical
(Kaio Gomes Bergamin)

Aulas de Canto
(Leandro Wenglarek)

Cursos

24/06 e 01/07
sexta-feira às 20 hrs

Coreografia e Direção –
Kaio Gomes Bergamin

ELENCO:
BRIENNA MARGRAF
HELOÍSA FREHSE PEREIRA
LETÍCIA AGUIAR MAGANHA
MARINA ANGELA BALENA
RENAN SOTA GUIMARÃES
TATIANA SEGUNDO

Iniciação Teatral – INICIAÇÃO
Era uma vez a Fogo. Era uma vez a Água.
Era uma vez o Choque. O que acontece no
meio disso tudo é uma incógnita.

Direção – Paulo Napoleão
ELENCO:
ELOÁ IEGER SANTOS
FRANCISCO SILVA TRUJILLO COSTA
ISABEL OLIARSKI DA CONCEIÇÃO

Expressão Teatral II – As pessoas da cidade de Zinabi,
assim como o restante do mundo, sofrem por conta
das constantes chuvas. Buscando agir com resiliência,
muitas pessoas buscam soluções para continuar com
seus afazeres diários, enquanto aguardam o momento
em que haja uma estiagem. E é aqui que encontramos
as nossas personagens, que morando lado a lado,
procuram dar suporte e se ajudar durante as
tempestades, desenvolvendo a empatia e o respeito
e alimentando a esperança de novos dias de sol.
Texto – “A Chuva” e Direção – Kaio Gomes Bergamin

ELENCO:
ISABELA ZANONI CURY
JORGE MIGUEL TEIXEIRA BUENO
MARINA ANGELA BALENA
THALYNE MARQUES DA CUNHA

Canto – Porque cantar encanta quem canta e faz
da melodia encantadora um encantamento
de encantos por todos os cantos. Cantar faz bem!
Professor – Leandro Wenglarek
ELOÁ IEGER SANTOS

25/06 e 02/07
sábado às 20 hrs

Encenação Teatral – Corpos,
pessoas, personagens.
Choques de realidade.
Realidades. Ficções.
Ninguém sabe de nada,
então, só pedimos que sintam.

Direção – Paulo Napoleão

ELENCO:
ANA CAROLINA SANTANA VASSILIKI
GIOVANA GODINHO
ISABELLA KUNAU SOARES
MAX KIRYLOWICZ
SIZENANDO DE PAULA MIRANDA

Canto – Professor – Leandro Wenglarek
ALLYSON ARINO PEDROSO

Ficha Técnica:
Adereços, figurinos e Cenário – CECI
Sonoplastia e Iluminação –
Kaio Gomes Bergamin e Paulo Napoleão
Maquiagem – Alunos sob condução de
Kaio Gomes Bergamin, Paulo Napoleão,
Jonas Boita e Max Kiryłowicz
Auxiliar – Michelle Cardozo
Produção Visual e Fotográfica: Jonas Boita
Direção Geral: Heloisa Frehse Pareira

@teatro.ceci
/CECI- Centro de Estudos Cênicos Integrado


DESLIGUE O
CELULAR


PROIBIDO
FUMAR


PROIBIDO FOTO
COM FLASH


PROIBIDO
COMER


F A C A
S I L Ê N C I O


S E J A
P O N T U A L

ANEXO C – Homepage do site do Centro de Estudos Cênicos Integrado, em 14 de fevereiro de 2023

HOME / ATIVIDADES / CURSOS / FOTOS / QUEM SOMOS / AGENDA / CONVÊNIO / CONTATO

CECI
Centro de Estudos Cênicos Integrado

Cursos de Teatro
"A arte integrada na sua vida"

AGENDA

15° Mostra CECi em CENA – 03 a 16/12
Em sua décima quinta edição, a mostra contará com apresentações de teatro e canto, além do sapatado musical. Os espetáculos que compõe a programação do evento é resultado dos trabalhos desenvolvidos em aula, durante o segundo semestre de 2022, apresentados no Teatro CECI. Confira o Relese [clikando aqui](#)

03/09 – Brasil em Cena
Dia 03 de setembro, às 19 horas no Teatro CECI
R\$ 20 (meia entrada) R\$ 40 (inteira)
Ingressos à venda no CECI ou com o elenco
Gênero: Infanto-juvenil, teatro musicado.
Classificação indicativa: 10 anos
[Conheça mais clicando aqui](#)

Sapatado
Trocisco