

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

MATHEUS RODRIGUES

PATRIMÔNIO CULTURAL E PATRIMÔNIO TURÍSTICO: O CASO DO
FESTIVAL NACIONAL DE TEATRO (FENATA)

PONTA GROSSA

2017

MATHEUS RODRIGUES

PATRIMÔNIO CULTURAL E PATRIMÔNIO TURÍSTICO: O CASO DO
FESTIVAL NACIONAL DE TEATRO (FENATA)

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado
para obtenção do título de Turismólogo na
Universidade Estadual de Ponta Grossa (UEPG),
Área de Turismo.

Orientadora: Prof^a. Dra. Marcia Maria Dropa

PONTA GROSSA

2017

RESUMO

A Universidade Estadual de Ponta Grossa (UEPG), é responsável pela realização do Festival Nacional de Teatro. Este Festival ocorre ininterruptamente durante 44 anos, e, se solidificou como o único no país que não foi interrompido durante os tempos de Ditadura Militar neste período. O Turismo de Negócios e Eventos, dentre as segmentações do turismo, apresenta em Ponta Grossa grandes possibilidades de desenvolvimento e crescimento. Após apresentado, o FENATA, por toda sua história, e reconhecimento no cenário dos eventos culturais, se caracteriza como um Patrimônio Cultural da cidade de Ponta Grossa – PR. A presente pesquisa, seguida das entrevistas com os coordenadores do Festival ressaltam a importância do mesmo na cena dos eventos culturais da cidade, do estado e do país em si. De acordo com o relato de experiência dos coordenadores e com as informações apresentadas, o Festival é causador de fomento do turismo na cidade, durante os dias aos quais o mesmo se estende. Entretanto, os mesmos afirmam não identificar envolvimento dos empreendimentos turísticos da cidade com o Festival, seja na captação de recursos (Patrocínio), ou com planos de atração destes consumidores potenciais que são os Grupos Teatrais, bem como a Curadoria, Júri e outras pessoas que se mantêm na cidade nos dias de Festival. O FENATA é um potencial à ser explorado, devido à toda sua história que o caracteriza como patrimônio cultural; assim como comprovado, o FENATA pode se desenvolver ainda mais em termos de espectadores e exibição da marca. Para isso, sugere-se uma nova pesquisa, e aplicação de novas formas de captação de patrocínio para que o Festival, com maior apoio de investidores, se desenvolva ainda mais, e assim, por consequência, gere um significativo aumento da procura pelas artes teatrais, e, o maior envolvimento do Trade Turístico, se configurando assim, num Patrimônio Turístico.

PALAVRAS-CHAVE: Patrimônio; Festival; Turismo; Evento; Desenvolvimento.

LISTA DE IMAGENS

<i>Imagem 1:</i> 44º Festival de Cinema de Gramado – RS (2016).....	08.
<i>Imagem 2:</i> 1º FENATA ano de 1973 – UEPG.....	15.
<i>Imagem 3:</i> Telmo Faria.....	16.
<i>Imagem 4:</i> Odilon Wagner discursando sobre o Festival no lançamento do 41º FENATA (2013).....	17.
<i>Imagem 5:</i> Auditório da Reitoria – UEPG 1978 (6º FENATA).....	17.
<i>Imagem 6:</i> Prédio da Pró- Reitoria de Extensão e Assuntos Culturais (PROEX).....	18.
<i>Imagem 7:</i> Grupo Rádio Comida – SP. Espetáculo: “Rádio Comida Saúde” – Mostra Paralela (Presídio Hildebrando de Souza).....	19.
<i>Imagem 8:</i> “O Patinho Feio” – Espetáculo para Crianças (40º FENATA – 2012).....	21.
<i>Imagem 9:</i> “Rádio Comida Saúde” – Mostra Especial (44º FENATA – 2016).....	22.
<i>Imagem 10:</i> “Curral Grande” – Mostra Adulto (44º FENATA – 2016).....	23.
<i>Imagem 11:</i> “Romeu e Julieta” – Mostra Infantil (44º FENATA – 2016).....	23.
<i>Imagem 12:</i> “Todo Passa” – Mostra de Rua (44º FENATA – 2016).....	24.
<i>Imagem 13:</i> “Três Cigarros e a Última Lasanha” – Mostra Às Dez Em Cena (44º FENATA – 2016).....	24.
<i>Imagem 14:</i> Mapa destacando por Regiões de onde vieram os Grupos participantes do Festival.....	28.
<i>Imagem 15:</i> Mapa destacando por Estados de onde vieram os Grupos participantes do Festival.....	29.

LISTA DE SIGLAS

AABB	Associação Atlética do Banco do Brasil.
APACD	Associação Ponta – Grossense de Assistência à Criança com Deficiência.
APAE	Associação de Pais e Amigos dos Autistas.
APROAUT	Associação de Proteção ao Autista.
CAIC	Centro de Atenção Integral à Criança e ao Adolescente.
CAPS	Centro de Atenção Psicossocial.
CMEI	Centro Municipal de Educação Infantil.
IES	Instituição de Ensino Superior.
JOCUM	Jovens Com Uma Missão.
MTUR	Ministério do Turismo.
OMT	Organização Mundial do Turismo.
ONU	Organização das Nações Unidas.
SEDEX	Serviço de Encomenda Expressa Nacional.
SESC	Serviço Social do Comércio.
UTFPR	Universidade Tecnológica Federal do Paraná.

SUMÁRIO

CAPÍTULO 1: INTRODUÇÃO	4
RELAÇÃO TURISMO E EVENTOS.....	6
TIPOLOGIA DE EVENTOS:.....	7
Infraestrutura Interna:.....	9
Infraestrutura Externa:.....	9
TIPOS DE TURISMO CULTURAL:.....	11
CAPÍTULO 2 O FENATA NO CONTEXTO TEÓRICO E HISTÓRICO	13
Contexto Teórico.....	13
Contexto Histórico.....	15
DEMANDA DE PÚBLICO E PARTICIPANTES DAS ÚLTIMAS 3 EDIÇÕES DO FESTIVAL (2014, 2015 E 2016):	25
Quadro 1:.....	25
Quadro 2:.....	26
Quadro 3:.....	27
CAPÍTULO 3 A ARTICULAÇÃO ENTRE FENATA E TURISMO A PARTIR DA FALA DOS COORDENADORES.....	30
CONSIDERAÇÕES	32
REFERÊNCIAS.....	35
APÊNDICES	38
APÊNDICE A: Questionário utilizado para entrevista com Coordenadores:.....	38

CAPÍTULO 1

INTRODUÇÃO

A Universidade Estadual de Ponta Grossa (UEPG), por meio da Fundação de Apoio ao Desenvolvimento Institucional, Científico e Tecnológico da Universidade Estadual (FAUEPG), e da Diretoria de Assuntos Culturais (DAC) da Pró-Reitoria de Extensão e Assuntos Culturais (PROEX), é responsável pela realização do Festival Nacional de Teatro. Este Festival ocorre ininterruptamente durante 44 anos, e, se solidificou como o único no país que não foi interrompido durante os tempos de Ditadura Militar.

Os grupos ou Cias. Teatrais, após a confirmação de apresentação de seu espetáculo em alguma das mostras teatrais disponíveis, se deslocam até a cidade de Ponta Grossa e pernoitam durante os dias de apresentação, sendo assim, usufruem também de alguns serviços dispostos pela cidade. Movimentando a atividade turística no município durante os dias em que o Festival Nacional de Teatro é realizado.

O presente evento trata de forma direta, sobre a manifestação e exposição cultural na cidade de Ponta Grossa e também na região dos Campos Gerais. Tendo em vista que moradores de cidades vizinhas se deslocam até a cidade de Ponta Grossa para formar parte do público dos espetáculos teatrais apresentados durante o Festival, e também, (mediante agendamento antecipado) encaixando-se em uma das mostras dispostas pelo Festival, a, “Mostra Especial” na qual alguns grupos, se deslocam até o local agendado, para se apresentar.

Visando a atividade turística gerada pelos Grupos ou Companhias Teatrais durante o Festival Nacional de Teatro (FENATA), o presente trabalho, tem como objetivo principal identificar o Festival como Patrimônio Cultural com potencialidade para se configurar num Patrimônio Turístico.

Patrimônio entende-se como algo preservado, que mantenha suas características originais, seja uma dança, o modo de preparo de algum alimento, algo remetente á cultura de determinado local, ou até mesmo edificações; Desde que tenham sua preservação como interesse público.

“O Patrimônio Cultural de uma nação, de uma região ou de uma comunidade é composto de todas as expressões materiais e espirituais que lhe constituem, incluindo o meio ambiente natural”. (Declaração de Caracas - 1992).

Patrimônio Histórico é o conjunto de materiais e bens que denotam à cultura local de uma geração, é de grande importância para a compreensão de uma identidade histórica. Como exemplo de Patrimônio Histórico, a Universidade Federal do Paraná (UFPR), localizada no centro da cidade de Curitiba – PR; É a primeira Universidade criada no Brasil, isso no ano de 1912.

Patrimônio Turístico é o conjunto de bens, naturais e culturais, materiais e imateriais, tangíveis ou intangíveis, que atuam como atrativos e promovem o deslocamento dos viajantes para sua apreciação e desfruto.

É o conjunto de bens, pertencentes a uma determinada comunidade, que, por estar em um espaço específico, pode produzir alguma utilidade econômica por ser empregado em atividades turísticas.

Caracteriza-se como objetivo geral desta pesquisa: Reconhecer o Festival Nacional de Teatro como Patrimônio Cultural e Potencial Patrimônio Turístico da cidade de Ponta Grossa – PR. Para tanto, apresenta como objetivos específicos:

1. Identificar o Festival Nacional de Teatro (FENATA) como um evento cultural de Ponta Grossa e sua relação com o Turismo;
2. Apresentar a contextualização histórica do Festival;
3. Identificar de onde provém a demanda de Grupos Teatrais nos anos de 2014, 2015 e 2016.

Os anos de 2014, 2015 e 2016 (42º, 43º e 44º FENATA), respectivamente, serviram como ano base para o desenvolvimento do presente trabalho. No ano de 2014, houve a troca de Coordenadores, o que influenciou para a escolha destas edições do Festival para o desenvolvimento da pesquisa proposta.

A edição de 2015 (43º FENATA) contou com uma inovação nas formas de inscrição de grupos para participação no Festival, o processo passou a ser via internet. Antes disso, o sistema de inscrições era físico, devendo os grupos enviar suas inscrições e materiais via SEDEX¹, fato esse que, facilitou a coleta de dados

¹SEDEX: Serviço de Encomenda Expressa Nacional.

para conclusão desse trabalho.

RELAÇÃO TURISMO E EVENTOS

O turismo deve ser compreendido como um conjunto ou então um sistema que abrange diversos tipos de atividades econômicas, envolvendo por sua vez diferentes tipos de equipamentos como: transporte, hospedagem, agências e operadoras, serviços alimentícios, entre outras. (BENI, 2000)

De acordo com a ONU (Organização das Nações Unidas) e a OMT (Organização Mundial do Turismo), compreende-se Turismo como a atividade do viajante que se desloca à uma localidade fora de seu entorno habitual, por período inferior a um ano, e com desígnio principal diferente do exercício de atividade remunerada por entidades do local visitado. (ONU; OMT, 2007)

Porém, há necessidade de um atrativo para que a atividade aconteça, seja ele natural, cultural, gastronômico, ou relacionado a serviços como: eventos, saúde, compras, negócios, lazer, científico. Assim, a soma dos serviços, mais a atratividade constituem o fenômeno denominado turismo.

Além da relação com um atrativo, podem ser identificados elementos comuns entre as diferentes conceituações de turismo, tais como: deslocamento, alojamento no local visitado, quer dizer, compreende tanto a viagem como as atividades inerentes ao antes e depois e o consumo de serviços criados e organizados para atender a este fim. Assim, o Turismo se constitui numa atividade com suas diferentes segmentações.

Dentro das mais variadas segmentações da atividade turística, o Turismo de Eventos, se caracteriza como o conjunto de atividades turísticas decorrentes dos encontros de interesse profissional, associativo, institucional, de caráter comercial, promocional, técnico, social e cultural (MTUR, 2006). Muitas vezes o evento está relacionado ao lazer, porém de forma equivocada, como destaca Marcelino (2002, p. 13):

Diferenças acentuadas quanto ao significado da palavra lazer podem ser observadas até mesmo nas conversas informais. Grande parte da população ainda associa o lazer às atividades recreativas, ou a eventos de massa, talvez pelo fato de que a palavra tenha sido largamente utilizada nas promoções de instituições com atuação dirigida ao grande público.

Entende-se o turista de evento como o participante de qualquer evento que nas suas horas livres (Potencialmente possível), buscando complementar suas experiências pela visita de locais culturais, históricos, locais de lazer, e de beleza natural, ou até mesmo construída, preenchendo seu tempo livre.

Dessa forma, ao se estabelecer uma conversação sobre o turismo de evento e lazer, devem-se levar em conta atividades correlatas ao evento e que buscam o oferecer atividades paralelas àquelas que ocorrem em um evento principal, segundo Marcelino (2002, p. 73):

Sem desconsiderar os aspectos econômicos, ligados à produtividade de um setor de prestação de serviços, as atividades de turismo, entendidas como manifestações culturais, configuram-se, fundamentalmente, ainda que de modo não exclusivo, como práticas de lazer. Esse entendimento significa que os interesses turísticos estão incluídos entre os conteúdos culturais do lazer.

De acordo com o autor, Turismo tem como base o deslocamento de um indivíduo até uma determinada localidade, seja à trabalho, ou lazer, mas que o mesmo faça uso dos equipamentos turísticos e serviços de apoio dispostos pela localidade visitada. Usufruindo ou não de meios de hospedagem, tendo em vista que possa ser uma viagem com tempo inferior à 24 horas.

Os eventos são nada mais do que uma reunião de pessoas, com data e local previamente definidos, se caracterizando como um evento religioso, esportivo, entre outros. Tais eventos, devem ser previamente organizados e planejados para que sua estrutura e logística estejam em perfeita sincronia e tudo durante o evento ocorra da melhor maneira possível, evitando transtorno para o seu público.

EM RELAÇÃO À SUA TIPOLOGIA, OS EVENTOS DIVIDEM-SE EM:

- Corporativo: Com fins empresariais, se caracterizam, geralmente, como confraternizações para fortalecimento do grupo de colaboradores, utilizado para motivar os funcionários;
- Religioso: Motivado pela fé, se caracteriza como um encontro de pessoas para adorar ou idolatrar uma divindade;

- Cultural: É caracterizado pela exposição e manifestação da cultura de um local, tendo como formas de propagação através de música, dança, teatro, etc.
- Esportivo: Geralmente uma competição entre atletas, tendo como opções de temática os mais variados tipos de modalidades consideradas esportivas;
- Feiras ou Exposições: Podem ser motivados a partir de um encontro para fechamento de negócios, ciclos de palestras, etc.
- Shows: Apresentações musicais apresentados em palcos, variando de acordo com o seu gênero musical.

A relação entre Eventos e Turismo é íntima. Partindo de um evento cultural, como o Festival de Cinema de Gramado – RS, por exemplo, seu público-alvo deverá deslocar-se até o evento para a realização do mesmo. Assim como os atores e atrizes contemplados também devem se deslocar até o evento e, como alternativa, há, o usufruto de companhias hoteleiras para pernoite, sem contar com a forma de deslocamento até o local onde ocorre o Festival, e, ainda usufruindo da gastronomia local disposta pelos bares, restaurantes e outros equipamentos que compõem os serviços locais.



Imagem 1: 44º Festival de Cinema de Gramado.

Fonte: Facebook.²

Para o autor, eventos, são reuniões em espaços ou locais dispostos de uma infraestrutura adequada para receber determinado público, à tratar objetivos específicos, sendo assuntos de cunho comunitário, promocional ou institucional, com potencial de ser utilizado para celebração de um acontecimento, data festiva, comemoração, etc. Podendo abarcar todo tipo de público, de acordo com a temática ofertada pela organização do mesmo. Para tanto, os eventos devem dispor de uma infraestrutura interna capacitada para atender á demanda do evento.

INFRAESTRUTURA INTERNA (MARTIN, V. p. 116)

- Infraestrutura física: fundamental no setor de logística, responsável pela secretaria do evento, inscrições e informações. Deve assim, ser de fácil acesso ao público para que ocorra de maneira que não atrapalhe o fluxo do local de instalação;
- Equipamentos e mobiliário: Cada equipamento com função de apoio ao desenvolvimento do evento deverá ser revisado e, dispor de outro em reserva técnica;
- Material da secretaria: Simultâneo ao delineamento das instalações da secretaria, deve ser verificado todo o material necessário em detalhes, para que nada seja deixado para trás;
- Limpeza e segurança: Por meio dos objetivos do evento, necessitará de um acompanhamento adequado para a limpeza do local. A segurança é fundamental e sempre deve garantir o bem estar do público participante, bem como da equipe operacional do evento;
- Alimentos e bebidas: Os serviços de alimentação devem ser checados com frequência, sempre atendendo á demanda presente do local;

²Imagem 1 - Disponível em: <https://goo.gl/jYC9oS>

- Transporte local: Com um itinerário estruturado, o evento deve dispor de formas de transporte seguras, veículos limpos, e seguir os horários estipulados pela equipe responsável;
- Programação social, cultural e turística: Alternativa como formas de incentivo ao turismo local, o evento pode, mediante parcerias, disponibilizar ao público, passeios e visitas à atrações da localidade onde o evento está instalado;

INFRAESTRUTURA EXTERNA (MARTIN, V. p. 117)

Para todos os serviços programados, como postos de atendimento nos hotéis e transporte local, devem ser checados o dimensionamento de funcionários, das reservas então solicitadas, dos equipamentos e veículos necessários para sua devida operacionalização. O *check list*³ de cada um deles também deverá ser recheado e, se necessário, redimensionado.

Segundo Britto & Fontes (2002), o turismo voltado aos eventos como um segmento, abrange diferentes tipos, que acontecem dentro de um espaço diversificado e amplo. Pode-se então identificar congressos, conferências, cursos, exposições, shows, feiras, festivais, simpósios, etc. Segmento que movimenta o mercado promocional, a participação de várias atividades correlatas.

Muito mais que um acontecimento de sucesso, uma festa, uma linguagem de comunicação, uma atividade de relações públicas ou mesmo uma estratégia de marketing, o evento é a soma de esforços e ações planejadas com o objetivo de alcançar resultados definidos ao seu público-alvo. (BRITO e FONTES, 2002, p. 14-15).

Os eventos se caracterizam dentro da atividade turística, através da logística que os envolvem. A relação Turismo e Eventos é articulada por meio de uma motivação, seja qual for o tema desse evento, como um evento religioso, esportivo, institucional, entre outros.

De acordo com Zanella (2003), devido à sua complexidade, há a exigência de alta especialização técnica para o atendimento de demandas que serão apresentados. Isto quer dizer que, em um evento, ter apenas o local e as situações que levam a sua realização é apenas parte de toda uma estrutura que faz desse

³“Checking List”: Termo em Inglês, referente à uma Lista de Checagens.

fato, uma realidade, pois

“Os eventos constituem parte significativa na composição do produto turístico, atendendo intrinsecamente as exigências de mercado em matéria de entretenimento, lazer, conhecimento descanso e tantas outras motivações. Podem representar, quando adequadamente identificados com o espaço onde se realizam, a valorização das particularidades locais, tornando-as partes destacadas da atração.(ANDRADE, 1999, p. 31).”

O Turismo Cultural trata de uma busca, de certo modo, experiencial. Busca essa, que motiva o visitante a ter contato com a tipicidade do local visitado; conseguindo assim, “sentir” um pouco mais da vivência do morador local. O visitante procura contato com bens materiais ou imateriais da cultura, expondo-se às inúmeras formas de manifestações de cultura do local visitado.

“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.” (MTUR, 2006.)

DE ACORDO COM O MTUR (2010), EXISTEM DIFERENTES FORMAS DE TURISMO CULTURAL:

- **TURISMO CÍVICO:** Ocorre pelo deslocamento motivado ao conhecimento de monumentos, observar ou participar de eventos cívicos, que representem ou façam parte da memória política ou histórica de determinado local;
- **TURISMO RELIGIOSO:** Se configura através de atividades de busca espiritual e da prática religiosa em espaços ou eventos ligados à religião;
- **TURISMO MÍSTICO E ESOTÉRICO:** São caracterizados pelas atividades turísticas decorrentes da busca de espiritualidade e autoconhecimento por políticas, práticas, crenças ou rituais considerados alternativos;
- **TURISMO ÉTNICO:** Se constitui de atividades turísticas envolvendo a vivência experiencial autêntica e contato direto com os modos de

- vida de grupos étnicos;
- **TURISMO CINEMATOGRAFICO:** Segmento audiovisual incorporado às novas tendências mundiais do turismo como estratégia de atração de visitantes, colaborando também com a competitividade e inovação dos produtos turísticos;
 - **TURISMO ARQUEOLÓGICO:** Considerado recente no Brasil, leva-se em consideração que o segmento pode trazer benefícios para a atividade turística, quando desenvolvida em sítios planejados e estruturados.
 - **TURISMO GASTRONÔMICO:** Surge como um segmento emergente capaz de posicionar destinos no mercado turístico, quando utilizado como elemento para a vivência da experiência da cultura local pelo turista através da culinária local;
 - **ENOTURISMO:** ocorre em função de deslocamentos motivados para o conhecimento do processo da produção de vinhos, realizando visitas a vinhedos e vinícolas, fazendo parte da experiência e degustação de vinhos e derivados;
 - **TURISMO FERROVIÁRIO:** Passeios acompanhados de atividades culturais, tais como apresentações teatrais, de música e de degustação de alimentos e bebidas.

Os Eventos Culturais, buscam a explanação da cultura, por meio da música, poesia, teatro, e até mesmo da gastronomia local. O termo “cultura” é de grande abrangência, mas que tem em sua essência, a valores da população local. É uma atividade economicamente relacionada à viagens e eventos que são direcionados para conhecimento e lazer com elementos culturais, como símbolos de natureza histórica, edificações históricas, monumentos, construções arquitetônicas de grande complexidade e/ou importância, seja ela regional, nacional ou até mesmo à nível mundial.

A combinação de produtos deve conformar um espaço ou um território homogêneo, composto por atrativos naturais e/ou culturais e serviços turísticos, representados por uma marca, capaz de atrair visitantes, por meio da ação de planejamento e gestão. (EJARQUE, 2005; VALLS, 2004).

Segundo dados divulgados pelo Paraná Turismo, o perfil de turismo de Negócios e Eventos é responsável pela atração de 43% dos 13,5 milhões de visitantes que o Paraná recebe anualmente. De acordo com o Presidente do Sindicato de Hotéis, Restaurantes, Bares e Similares dos Campos Gerais, 70% da ocupação dos hotéis é voltada ao turismo de negócios e eventos. O restante são turistas de eventos (20%) e lazer (10%)⁴. (Diário dos Campos, 2015).

O Turismo de Negócios e Eventos, dentre as segmentações do turismo, apresenta em Ponta Grossa grandes possibilidades de desenvolvimento e crescimento. Muito em função das características econômicas, técnicas, sociais e culturais do município como, setor agrícola e industrial, considerável número de cursos superiores, diversidade cultural, bem como ações de fomento ao bem estar social. São variados os tipos de eventos que se realizam dentro do universo das mais diversas áreas. São congressos, conferências, cursos, exposições, feiras, shows, simpósios, solenidades etc., que refletem o esforço mercadológico das áreas de ciências ao ingressarem em seus mercados potenciais com novas tecnologias, descobertas científicas e produtos.

Em Ponta Grossa, de acordo com dados cedidos pelo coordenador do Festival (2014 – 2016), através de uma pesquisa realizada no ano de 2015 pelo Instituto Datafolha⁵, em parceria com a empresa JLeiva⁶, disponibilizada pelo principal patrocinador (2017) do Festival, o Grupo CCR Rodonorte⁷, detalhando os investimentos em cultura na cidade, o ponta - grossense não consome a cultura teatral, tanto quanto o cinema ou festas populares; Ainda com base nesses dados, nota-se que, é grande o número de pessoas que “nunca” apreciaram um espetáculo teatral, e que, buscam maior contato com as novas mídias, que se refere, à soma de novas tecnologias e métodos de comunicação para se diferenciar dos tradicionais canais de comunicação como a televisão, rádio, imprensa, entre outros.

O Turismo de Eventos que comporta, teatro, shows musicais, gastronomia, festivais de modo geral, se caracteriza como um produto cultural que compreende as atividades turísticas relacionadas à vivência do conjunto de elementos significativos

⁴ Dados disponíveis em: <https://goo.gl/Sz8qhS>. Acesso em: 27/11/2016

⁵ Datafolha: Instituto de levantamento estatísticos, pesquisas eleitorais, etc.

⁶ JLeiva Cultura e Esporte: Consultoria em marketing cultural e esportivo.

⁷ CCR Rodonorte: Companhia de Concessões Rodoviárias. Atua nos segmentos de concessão de rodovias, mobilidade urbana, aeroportos e serviços.

do patrimônio histórico e cultural e dos eventos culturais, valorizando e promovendo os bens materiais e imateriais da cultura. (MTUR, 2006), assim os eventos culturais, que envolvem a comunidade acadêmica da Universidade Estadual de Ponta Grossa (UEPG), partem da DAC (Diretoria de Assuntos Culturais), que faz parte da Pró-Reitoria de Extensão e Assuntos Culturais da UEPG (PROEX).

CAPÍTULO 2

O FENATA NO CONTEXTO TEÓRICO E HISTÓRICO

CONTEXTO TEÓRICO

De acordo com Franzoni (2012) com o crescimento da produção acadêmica no campo das artes cênicas, a investigação sobre os aspectos dramáticos das manifestações populares adquiriu novas dimensões, entre as quais se encontra uma nova preocupação com a “espetacularização”, que começou a ser abordada segundo outras perspectivas.

Por outro lado, o teatro tem sido considerado como uma atividade de suporte ao turismo pelas suas qualidades de entretenimento e lazer. (BELL-GAM, 2009).

Deste modo, apesar de geralmente serem vistas como independentes, as indústrias do teatro e do turismo apresentam características em comum: permitem atrair um elevado número de indivíduos e contribuem para a economia dos locais onde se encontram (BELL-GAM, 2009).

Além disso, segundo o mesmo, o teatro, tal como o turismo, apresenta grandes potencialidades no que respeita ao desenvolvimento dos destinos, uma vez que este possui qualidades ao nível pedagógico, político, social e econômico.

O conceito de teatralidade surge como “a qualidade do que é teatral e que participa do teatro ou que procura ter um efeito de teatro” e implica três noções: encenação, representação e espetáculo” (SCHIAPPA, 2012, p. 72).

O conceito de encenação remete para a prática de pôr em cena, ou seja, se refere ao “procedimento ou conjunto de procedimentos de articulação dos vários elementos e linguagens envolvidos na criação teatral e cujo resultado se traduzirá no espetáculo, e também a forma e/ou, o ponto de vista sob o qual o espetáculo é construído” (SCHIAPPA, 2012, p. 75).

As festas são parte integrante de todas as sociedades: estas celebram o patrimônio cultural e a identidade, do mesmo modo que proporcionam oportunidades de revitalização das comunidades e o desenvolvimento do comércio e do emprego (FERDINAND & WILLIAMS, 2013). Além disso, as festas são ainda um importante segmento ao nível do mercado turístico (PICARD & ROBINSON, 2006).

Apesar disso, Oliveira (2007) afirma que:

(...) nenhuma festa pode, 'naturalmente', ser considerada um atrativo turístico", o que se observa especialmente ao nível das festas populares (tradicional e/ou religiosas), uma vez que para o povo a festa nunca é turística, já que não é realizada com fins profissionais. Denota-se, assim, uma clara resistência por parte das festas populares em relação ao turismo, e conseqüentemente, à sua promoção enquanto evento turístico (2007, p.24).

No entanto, para o turismo, que funciona como um sistema aberto (BENI, 2000) e que se move pela variedade de oferta nos destinos, qualquer manifestação cultural pode constituir parte de um produto turístico, desde que seja associada de forma direta ou complementar aos restantes serviços turísticos (RIBEIRO, 2004).

O setor do turismo não se restringe apenas aos serviços de alojamento, entretenimento e meios de transporte (OLIVEIRA, 2007), sendo composto por elementos primários e secundários (HUGHES, 1998). Deste modo, conclui-se que a festa e os espetáculos (associados à cultura e aos eventos) podem constituir uma motivação para visitar um destino, sendo geralmente identificados como elementos primários do mesmo (LAW, 1993).

Assim, o FENATA se caracteriza como um festival de teatro que apresenta espetáculos de artistas que se deslocam de diferentes regiões do Brasil e nos dias de evento circulam, conhecem e consomem a cidade e seus diferentes serviços.

CONTEXTO HISTÓRICO

O Festival Nacional de Teatro possui 44 edições realizadas ininterruptamente até o ano de 2016 e, conforme o crescimento e reconhecimento nacional da marca "FENATA", variadas Companhias de Teatro do Brasil, foram conhecendo e se envolvendo no Festival e assim, o mesmo ganhou reconhecimento

no cenário nacional dos eventos culturais.



Imagem 2: 1º FENATA ano de 1973 – UEPG.
Fonte: Panoramio⁸.

O idealizador do Festival, foi o Reitor Professor Álvaro Augusto da Cunha Rocha, por realização de um trabalho na Extensão Universitária por meio de uma ação com o teatro. Inicialmente, como relata Zardo⁹, em entrevista cedida ao autor, “(...) pensou-se em fazer um Festival Regional de Teatro Amador e, após um diálogo do Reitor com seu Vice-Reitor, Professor Odeni Mongruel, chegaram à um acordo e decidiram por trazer à Ponta Grossa um diretor de teatro e teatrólogo, o Senhor José de Faria Moritz (Telmo Faria)”. O primeiro FENATA, naquele tempo intitulado Festival Nacional de Teatro Amador, aconteceu no intervalo dos dias 03 à 10 de novembro de 1973, no Auditório da Reitoria; Sendo que, no dia 07 de novembro, o

⁸ Imagem 2 – Disponível em: <https://www.panoramio.com/photo/95140718>

⁹ Zardo: Coordenador do FENATA (1983) informação cedida em entrevista ao autor em 25 de Setembro de 2017.

então Reitor noticiou, perante o público, o reconhecimento da instituição, como Universidade, pelo Conselho Federal de Educação, e disse que, de certo modo, “A Universidade Estadual de Ponta Grossa nascia, institucionalmente, sob o signo do Teatro”.



Imagem 3: Telmo Faria (microfone)
Fonte: Antigamente em Ponta Grossa (Facebook).¹⁰

Ao longo de sua trajetória histórica, o FENATA já contou com a participação de mais de 1.500 grupos de teatro vindos de várias regiões do país e, vieram para as primeiras edições nomes de expressão nacional para compor júri e palestrantes, como: Paschoal Carlos Magno (Criador do Teatro do Estudante Brasileiro), Bibi Ferreira, Grande Otelo, Ary Fontoura, Odilon Wagner, Lucélia Santos, dentre outros. Que, por sua vez, compactuaram em um intercâmbio cultural de grande impacto para a região e seus participantes. (Portal UEPG / FENATA)

¹⁰ Imagem 3 – Disponível em: <https://goo.gl/b2C1Pv>



Imagem 4: Odilon Wagner discursando sobre o Festival no lançamento do 41º FENATA (2013).
Fonte: Portal UEPG¹¹.

Com isso, a marca “FENATA” ganhou espaço no cenário de eventos culturais brasileiros, tornando-se um dos maiores Festivais de teatro do país, e hoje conta com uma equipe capacitada para o seu planejamento e gestão; O Festival é realizado pela Universidade Estadual de Ponta Grossa (UEPG), e envolve também, a comunidade acadêmica, com a abertura de vagas para acadêmicos de qualquer IES (Instituição de Ensino Superior).

¹¹ Imagem 4 – Disponível em: portal.uepg.br/noticias.php?id=4722



Imagem5: Auditório da Reitoria – UEPG 1978 (6º FENATA)
Fonte: Antigamente em Ponta Grossa (Facebook).¹²

O Festival ocorre no mês de novembro, fazendo parte do calendário de atividades da Divisão de Assuntos Culturais da Pró-Reitoria de Extensão e Assuntos Culturais da Universidade, atingindo não apenas a cidade de Ponta Grossa, mas também municípios de toda a região dos Campos Gerais e grupos de todo o Brasil.

Em seu histórico o FENATA conta com a participação de mais de 1.500 grupos de teatro de várias regiões do país.

¹² Imagem 5 – Disponível em: <https://goo.gl/wJPZSx>



Imagem 6: Prédio da Pró-Reitoria de Extensão e Assuntos Culturais (PROEX).
Fonte: Autor.

Além das apresentações nas dependências de um Teatro, desde o ano de 2003 o FENATA vem realizando inúmeras apresentações especiais fora deste espaço, como por exemplo: APAE (Associação de Pais e Amigos dos Excepcionais); Hospital da Criança; grupos do Serviço de Obras Sociais e AABB (Associação Atlética do Banco do Brasil); CMEIs (Centros Municipais de Educação Infantil); Recanto Mamãe Dolores; APACD (Associação Ponta - Grossense de Assistência à Criança com Deficiência); APROAUT (Associação de Proteção ao Autista); entre outras instituições, onde portadores de necessidades especiais e carentes podem assistir os espetáculos, de forma gratuita, dando continuidade, assim, a um trabalho iniciado no 31º FENATA que passou a ser conhecido como “Mostra Especial”. O público adulto prestigia o evento na categoria espetáculos para adultos. Esta categoria era realizada no Auditório da Reitoria até o ano de 2005, com espaço para 350 espectadores sentados. A partir do ano de 2006 as apresentações passaram a ser realizadas no Cine Teatro Ópera, espaço para 698 espectadores, sendo que essa capacidade permitiu uma maior expansão do evento com aumento de público. (Portal UEPG / FENATA¹³)

¹³Portal UEPG / FENATA: Disponível em: <http://www.uepg.br/fenata/44/>

Também é realizada a mostra paralela com grupos teatrais da região, incluindo apresentações em outras cidades dos Campos Gerais. Estes espetáculos levam o teatro a espaços de empresas, salões paroquiais, presídios além de espaços culturais como o Auditório da Reitoria, espaço Chic-Chic do SESC (Serviço Social do Comércio) entre outros. Em 2009 criou-se a categoria espaço alternativo, que a partir de 2011 passou a ser chamada de “Às Dez em Cena” e, que vem sofrendo alterações em sua estrutura nominal, de acordo com o pensamento dos organizadores do evento.



Imagem 7: 44º FENATA (2016) Grupo: Rádio Comida – SP. Espetáculo: “Rádio Comida Saúde” – Mostra Paralela (Presídio Hildebrando de Souza).
Fonte: Arquivos FENATA.

O FENATA tem como objetivo, além de promover o debate sobre o fazer artístico, de propiciar os elementos para a formação de um público para o teatro. Para tanto, as apresentações destinadas ao público infantil são realizadas com entrada gratuita. As escolas da rede municipal, estadual e particular são convidadas a levar os alunos para apresentações agendadas.

Dentro dos objetivos da Universidade Estadual de Ponta Grossa – UEPG, consta a realização do FENATA – Festival Nacional de Teatro em Ponta Grossa –

PR, para promover o encontro de grupos teatrais, debatedores, pesquisadores e profissionais da área teatral de várias regiões do Brasil, bem como intensificar o debate público e ampliar as discussões sobre a realização artística teatral e seus desdobramentos sócio-político-culturais.

A partir deste objetivo institucional a DAC¹⁴, construiu o projeto do evento buscando, em seus objetivos¹⁵:(Portal UEPG/FENATA)

- Estimular o desenvolvimento, o crescimento e a prática formativa, técnica e artística dos grupos e artistas participantes, direta e indiretamente;
- Ampliar e estimular a formação de uma platéia com senso crítico na apreciação das artes cênicas, compartilhando com a população as atividades culturais da região, facilitando o acesso através de espetáculos com preços simbólicos e também com a gratuidade nos valores de entrada, oferecendo espetáculos de qualidade artística comprovada em todo país, através de seleção detalhada e profissional, tornando o fazer teatral acessível ao maior número de espectadores em toda a região;
- Valorizar e ampliar o potencial físico, mental e espiritual dos grupos, assim como a função social do artista, da arte teatral e das artes em geral, através do desenvolvimento artístico e técnico dos grupos, dos artistas e público em geral;
- Proporcionar à comunidade em geral a participação e o acesso às artes cênicas através de espetáculos em diversas localidades onde normalmente não são apresentados e de forma gratuita; Possibilitar à classe artística em geral a revelação de novos talentos, como diretores, atores, atrizes, cenógrafos, figurinistas, artistas plásticos, coreógrafos, músicos, sonoplastas etc. tão necessários à continuidade do próprio fazer teatral e às Artes;
- Atender a maior variedade de grupos teatrais de diversos Estados do país, possibilitando uma representatividade nacional e um mapeamento do que está se fazendo, as tendências, as pesquisas os

¹⁴DAC – Diretoria de Assuntos Culturais.

¹⁵Objetivos do FENATA. Disponível em: <http://www.uepg.br/fenata/44/>

caminhos e a evolução do próprio fazer teatral em todos os seus níveis;

- Orientar e elucidar os grupos e a própria platéia com debates após as apresentações com a participação de profissionais de comprovada relevância nas artes cênicas nacionais, onde serão abordados e comentados todos os itens que compõem um espetáculo teatral, a sua conexão com a platéia, orientando sobre o que pode ser modificado ou melhorado e também abrindo para a participação do público comum.

Assim, de acordo com a organização do evento, o FENATA vem atingindo seus principais objetivos, incentivando a criatividade artística e proporcionando o espaço para que novos talentos possam apresentar seus trabalhos e contribuir para o desenvolvimento e aperfeiçoamento das artes cênicas.

Com a oportunidade de convidar profissionais de expressão nacional para compor o júri, tanto quanto para promover palestras e oficinas, pode-se providenciar uma perfeita integração entre o saber estabelecido e profissional, com grupos e artistas em fase de formação prática, provocando assim um fortalecimento das linguagens e o debate sobre o fazer artístico nacional. (Portal UEPG / FENATA)

O ano de 2012 foi especial para o Festival, devido ao “aniversário” de seus 40 anos de existência. Somente nesse ano, nos espetáculos para crianças, somando-se os espetáculos do teatro de bonecos e a mostra especial, atingiu-se um público de 28.891 espectadores.



Imagem 8: “O Patinho Feio”- Espetáculo para Crianças (40º FENATA – 2012).
Fonte: Arquivos FENATA.

A mostra de espetáculos de rua, criada no ano de 2003, colabora com a divulgação do evento, uma vez que as pessoas que circulam ou param no entorno da apresentação, recebem um livreto com a programação de todo o Festival, formando assim, um meio de divulgação do FENATA.

A 40ª edição do FENATA (2012), contou com 167 apresentações, de apenas 9 espetáculos: “O Cravo e a Rosa”, “Teatro em Cordel”, “Berinjela: A Regente”, “O Encontro”, “Histórias Contadas... Histórias Cantadas”, “Dois São Jorge Brigando por um Dragão”, “Temos uma História Para Você”, “Quem é o Rei?” e “Humor em DH – Stand Up Comedy” foram as peças apresentadas repetidamente chegando à este número total de apresentações.

As peças teatrais ocorreram em locais variados, como: CMEIS – Centro Municipal de Educação Infantil, Escolas Públicas Municipais e Estaduais, Escolas Particulares, Penitenciária, UTFPR (Universidade Tecnológica Federal do Paraná), Terminal Central (Terminal de Ônibus), Jocum – Jovens com uma Missão, SESC, Lar das Vovózinhas, Centro da Pastoral da Juventude, Casas de Idosos, CAPS (Centro de Atenção Psicossocial), Centro de Atenção Integral à Criança e ao

Adolescente – CAIC, Centro Educacional Toca das Corujinhas, APAE (Associação de Pais e Amigos dos Autistas), entre outros.

Dessa forma, a coordenação do Festival afirma que pretende manter seu ideal de incentivar a criatividade artística de cada participante através do exercício e da prática da arte cênica e das artes correlatas a esta. Neste sentido, para o crescimento e o aperfeiçoamento do Festival, busca-se uma constante melhoria, principalmente, quando os debates após apresentações apontam pontos fortes e fracos não apenas dos grupos, mas também da infraestrutura, equipamentos e serviços disponibilizados para estes. Em entrevista cedida ao autor, o Coordenador do Festival (2014-2016) ressalta: “Esperamos continuar com mudanças e inovações que venham a contribuir com a melhoria dos processos, estamos sempre dispostos e abertos a sugestões e críticas que tenham por objetivo a melhoria e crescimento do Festival Nacional de Teatro para o país.”

Os jurados, críticos e curadores da última edição do evento (2016) apresentaram opiniões técnicas sobre os espaços e aparelhagem disponibilizados pela organização do evento, no sentido de aprimorar sua programação. O festival vem sendo adaptado nas últimas 3 edições, no seu formato de estrutura nominal, assim, de acordo com o projeto do 44^o FENATA (2016) o Festival contou com 3 mostras, sendo elas:

1. ESPECIAL: Nessa mostra, os grupos se deslocam até escolas, associações, instituições, e até mesmo presídios da região, com o intuito de acessibilidade/ formação de público;



Imagem 9: “Rádio Comida Saúde” – Mostra Especial (44º FENATA - 2016).

Fonte: Arquivos FENATA.

2. COMPETITIVA: Nesta mostra, são inclusas duas categorias:

(a) Adulto: Mostra realizada no Cine Teatro Ópera, com início às 20 horas;



Imagem 10: “Curral Grande” – Mostra Adulto (44º FENATA - 2016).

Fonte: Arquivos FENATA.

(b) Teatro Infantil/ Bonecos: Mostra realizada no Cine Teatro Pax,
com início às 14 horas;



Imagem 11: “Romeu e Julieta” – Mostra Infantil (44º FENATA - 2016).

Fonte: Arquivos FENATA.

3. NÃO COMPETITIVA: Mostra também disposta de duas categorias:

- (a) Rua: Mostra realizada em espaços públicos dispostos pela cidade, como praças, parques, dentre outros. (Horários Alternados).



Imagem 12: “Todo Passa” – Mostra de Rua (44º FENATA – 2016).

Fonte: Arquivos FENATA.

(b) Às Dez Em Cena: Mostra realizada ora no Palco B do Cine Teatro Ópera, ora no Auditório da Reitoria (UEPG Campus Central) com início as 22 horas e 30 minutos.



Imagem 13: “Três Cigarros e a Última Lasanha” – Mostra Às Dez em Cena (44º FENATA – 2016).

Fonte: Arquivos FENATA.

Essa adaptação e renovação das novas formas de atração de público, infraestrutura, equipamentos, deve ocorrer reiteradamente, sempre acompanhada de profissionais das áreas em questão para um melhor andamento do plano estrutural do evento, se mantendo na linha de raciocínio previamente estabelecida. Para tanto, deve-se destacar a importância da demanda de público, assunto tratado a seguir.

DEMANDA DE PÚBLICO E PARTICIPANTES DAS 3 ÚLTIMAS EDIÇÕES DO FESTIVAL (2014, 2015 E 2016)

A demanda pode ser interpretada como procura, porém não necessariamente como forma de consumo, uma vez que é possível querer, ou desejar adquirir um bem ou serviço e não o consumir por algum motivo.

Considera-se cinco tipos de demanda: Real - pessoas que efetivamente se deslocam; Potencial – interesse em viajar; Histórica – demandas reais ocorridas e registradas; Futura – projeção do que pode acontecer a partir da análise e conhecimento da demanda histórica e Potencial – que trata dos consumos adicionais que podem ser realizados pela demanda real.

A Demanda Histórica trata, no caso do presente trabalho, sobre dados estatísticos, da procura dos Grupos ou Cias. Teatrais para se apresentar em alguma das mostras dispostas pelo Festival Nacional de Teatro nos anos de 2014, 2015 e 2016. Procura essa, que identifica o Festival como um Patrimônio Cultural da Cidade de Ponta Grossa –PR; Foi ferramenta de estudo para elaboração de quadros nos quais, identificam, a procura de atores e/ou atrizes, e o Estado de onde provém os mesmos, gerando um fluxo de visitação durante os dias aos quais o Fenata se estende. O quadro a seguir (Quadro 1) apresenta o total geral de público, grupos inscritos, selecionados, e total de espetáculos apresentados.

QUADRO 1

-	PÚBLICO TOTAL	TOTAL GRUPOS INSCRITOS	TOTAL GRUPOS SELECIONADOS	TOTAL GERAL APRESENTADO
2014 42º FENATA	34.007	117	34	166
2015 43º FENATA	25.210	507	39	136
2016 44º FENATA	32.227	234	36	171

Quadro 1: Público Total, Total de Grupos inscritos, Total de Grupos selecionados e Total Geral de Espetáculos apresentados.

Fonte: Autor.

Com base no *Quadro 1*, identifica-se um total geral de grupos inscritos chegando á 858, quando somados. Já o número de Grupos Selecionados chegou á 109, apresentando, 473 espetáculos. O público geral, nas 3 edições analisadas chega á um total geral, de 91.444 espectadores.

Nos *quadros 2 e 3*, e nas *imagens 14 e 15*, a seguir, é apresentada a demandadas origens dos grupos teatrais por Região e por Estado, nos últimos três anos, onde se identifica a abrangência nacional da Festival nas edições analisadas.

QUADRO 2

(continua)

ESTADO (ORIGEM)	Nº DE PESSOAS (PARTICIPANTES)	EDIÇÃO DO FESTIVAL
SÃO PAULO –SP	39	44º FENATA
RIODE JANEIRO –RJ	27	44º FENATA
PARANÁ –PR	11	44º FENATA
MATO GROSSO DO SUL –MS	11	44º FENATA
GOIÁS –GO	6	44º FENATA
SANTA CATARINA –SC	4	44º FENATA
RIO GRANDE DO SUL –RS	3	44º FENATA
BAHIA –BA	1	44º FENATA
RIO GRANDE DO NORTE –RN	1	44º FENATA
<hr/>		
SÃO PAULO –SP	43	43º FENATA
RIO DE JANEIRO –RJ	33	43º FENATA
PARANÁ –PR	7	43º FENATA
MATO GROSSO DO SUL –MS	5	43º FENATA
SANTA CATARINA –SC	8	43º FENATA
RIO GRANDE DO SUL –RS	4	43º FENATA
RIO GRANDE DO NORTE –RN	1	43º FENATA
CEARÁ –CE	2	43º FENATA
MINAS GERAIS –MG	8	43º FENATA
DISTRITO FEDERAL –DF	2	43º FENATA
<hr/>		
SÃO PAULO –SP	61	42º FENATA

RIO DE JANEIRO –RJ	9	42º FENATA
PARANÁ –PR	19	42º FENATA
SANTA CATARINA –SC	5	42º FENATA

(continuação)

RIO GRANDE DO SUL- RS	1	42º FENATA
GOIÁS –GO	1	42º FENATA
MARANHÃO – MA	4	42º FENATA

Quadro 2: Número de pessoas/participantes¹⁶, seus respectivos Estados(Origem do Grupo) e edição da qual participou.

Fonte: Autor.

Neste quadro (Quadro 2), apresenta-se a quantidade de participantes e seus respectivos Estados Brasileiros de origem, identificados e delimitados pela Edição do Festival, formando um total de 316 pessoas.

QUADRO 3

ESTADO (ORIGEM)	Nº TOTAL DE PESSOAS (PARTICIPANTES)
SÃO PAULO – SP	143
RIO DE JANEIRO – RJ	69
PARANÁ – PR	37
MATO GROSSO DO SUL – MS	16
GOIÁS – GO	7
SANTA CATARINA – SC	17
RIO GRANDE DO SUL – RS	8
BAHIA – BA	1
RIO GRANDE DO NORTE – RN	2
CEARÁ – CE	2
MINAS GERAIS – MG	8
MARANHÃO – MA	4
DISTRITO FEDERAL – DF	2

Quadro 3: Número total de pessoas/participantes do festival e seus respectivos Estados (Origem do Grupo) vindos para a cidade de Ponta Grossa – PR.

Fonte: Autor.

¹⁶ Pessoas vindas de fora da Cidade de Ponta Grossa – PR.

O *Quadro 3*, apresenta a Relação Geral de participantes por Estados Brasileiros, mostrando São Paulo – SP como o principal emissor de participantes (143).

Como apresentado na *Imagem 14* (Mapa de Regiões), nota-se que durante os anos analisados, a região de maior participação no Festival é a Região Sudeste, com 212 participantes.



Imagem 14: Mapa destacado por Regiões de onde vieram os grupos participantes do Festival Nacional de Teatro nas edições dos anos 2014, 2015 e 2016.

Fonte: Autor.

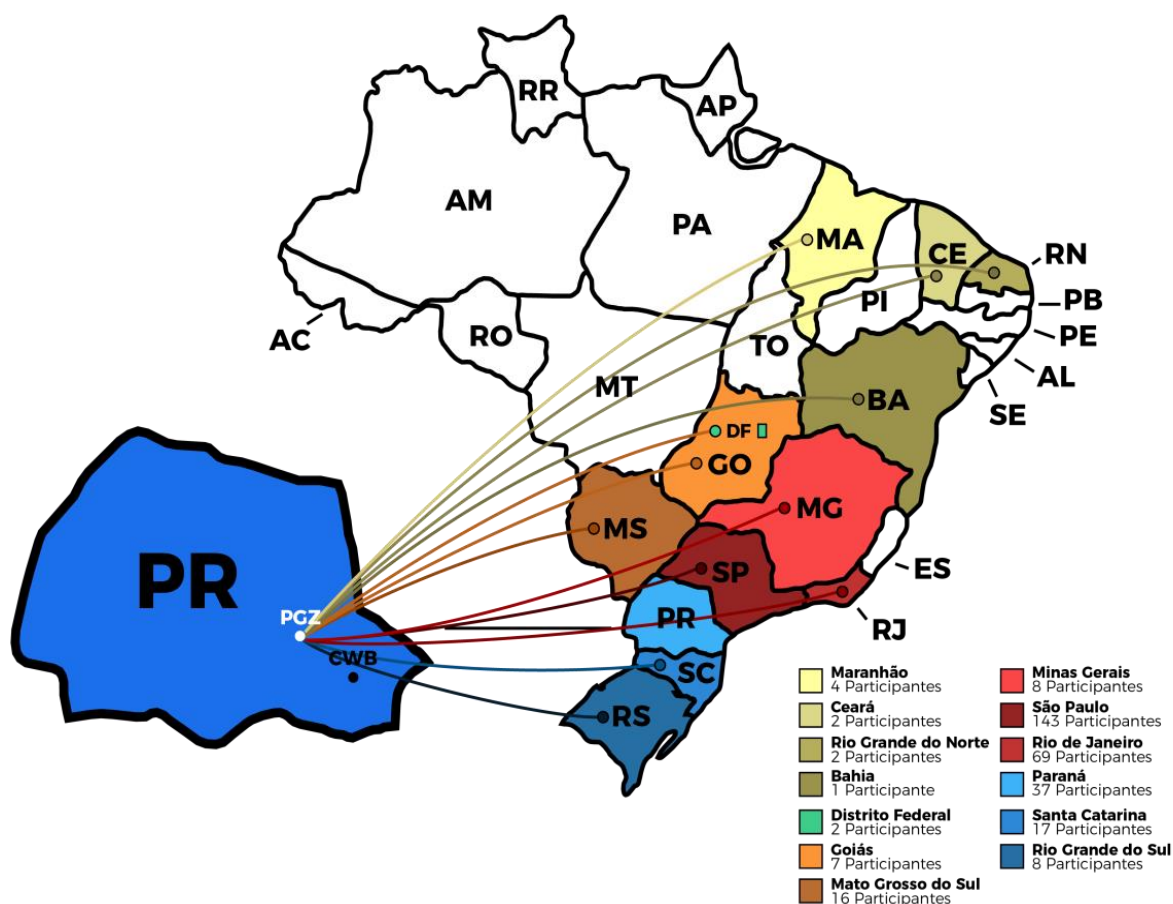


Imagem 15: Mapa destacando quais os Estados de onde vieram os grupos participantes do FENATA nas edições analisadas.
Fonte: Autor.

Na *Imagem 15* (Mapa por Estados), nota-se que, dos Estados brasileiros de maior emissão, São Paulo, com 143 participantes, se caracteriza como o principal emissor de participantes.

Para conhecer com mais detalhes a história e a abrangência do Festival apresentado em Ponta Grossa, perante a Instituição e à cidade, procurou-se em entrevista aberta, a descrição do mesmo, pelos coordenadores. O embasamento histórico das edições de 2014 a 2016 foi referendada por entrevista realizada com o atual coordenador (2017).

CAPÍTULO 3 ANÁLISE E DISCUSSÃO

A ARTICULAÇÃO ENTRE FENATA E TURISMO A PARTIR DA FALA DOS COORDENADORES

Após apresentado, o Festival Nacional de Teatro (FENATA), por toda sua história, e reconhecimento no cenário dos eventos culturais, se caracteriza como um Patrimônio Cultural da cidade de Ponta Grossa – PR , a presente pesquisa, seguida das entrevistas com os coordenadores do Festival ressaltam a importância do mesmo na cena dos eventos culturais da cidade, do estado e do país em si.

“Os eventos culturais, quando promovem aspectos singulares e são estruturados adequadamente, têm um papel importante na promoção e na consolidação da imagem de um destino cultural; sendo excelentes instrumentos para reduzir os efeitos da sazonalidade.

Os melhores exemplos são as iniciativas capazes de identificar oportunidades, de perceber as tendências de mercado, de estabelecer sintonia com a identidade local, de envolver a comunidade, além da capacidade técnica e de articulação de parcerias para sua realização.” (MTUR, 2008).

Castilho¹⁷ afirma, quando questionada sobre a relação entre o FENATA e Turismo: “O Festival Nacional de Teatro e o Turismo estão relacionados diretamente, pois é um evento reconhecido nacionalmente, projetando a Universidade Estadual de Ponta Grossa e a cidade, contribuindo para a divulgação dos mais diversos atrativos turísticos da cidade e região.”

Também, de acordo com o relato de experiência dos coordenadores e com as informações apresentadas, o FENATA é causador de fomento do turismo na cidade, durante os dias aos quais o mesmo se estende. Entretanto, os mesmos afirmam não identificar envolvimento dos empreendimentos turísticos da cidade com o Festival, seja na captação de recursos (Patrocínio), ou com planos de atração destes consumidores potenciais que são os Grupos Teatrais, bem como a Curadoria, Júri e outras pessoas que se mantêm na cidade nos dias de Festival.

¹⁷Castilho: Coordenadora do FENATA (2000) informação cedida em entrevista para o autor em 29 de Setembro de 2017.

Zardo relata: “Penso que o FENATA foi um instrumento muito válido para fazer conhecida a cidade de Ponta Grossa em todo o Brasil. Para cá vieram grupos de inúmeros Estados brasileiros. Sempre que viajei pelo Brasil, enquanto no cargo (Coordenador do Festival), fui muito bem recebido em todos os eventos culturais do país, os quais reconheciam no Fenata a importância histórica do Festival”. (Informação Textual¹⁸)

Outro fato, destacado nos questionários respondidos, trata da frase proferida pelo então reitor durante a exibição do primeiro Festival Nacional de Teatro (1973), de que:“(...) a Universidade Estadual de Ponta Grossa (UEPG), nascia, de certo modo, ao signo do teatro”. O que, por si só, já caracteriza o Festival como um importante ponto da história da Universidade Estadual e, também da cidade de Ponta Grossa; Fato esse que serve como base para que seja firmada a caracterização do Festival Nacional de Teatro como Patrimônio Cultural da cidade.

O Festival Nacional de Teatro, é um evento cultural bem estabelecido no cenário dos eventos culturais nacionais. Entretanto, pode-se afirmar que não é tão bem aproveitado como poderia ser, como destaca Paz¹⁹, quando indagado sobre a relação FENATA e Turismo: “Existe uma relação de comodismo da administração da cidade, dos empresários e dos próprios Ponta - Grossenses em reconhecer o Festival como um grande potencial turístico para Ponta Grossa (...) A partir do momento em que a cidade ver e enxergar esses artistas como potenciais turistas, quem sabe, se aprofunde a relação FENATA com o Turismo, mas, para isso, Ponta Grossa precisa investir e muito na promoção de seus atrativos (...)”, ainda sobre a mesma temática, Zardo afirma: “Não sinto receptividade por parte da comunidade com as pessoas que nos visitam, não vejo a tão desejada integração comunidade/grupos. Me parece que o evento passa ao largo da vida da cidade sem afetá-la ou sequer transformá-la.”

A relação de fomento do turismo local também foi abordada nas entrevistas com Coordenadores do Festival. Assim, Castilho, quando questionada se o Festival Nacional de Teatro fomenta o Turismo na cidade de Ponta Grossa – PR, respondeu: “Com certeza, pois os participantes além de conhecerem os atrativos turísticos de

¹⁸Informação cedida ao autor por meio de entrevista realizada no dia 25 de Setembro de 2017.

¹⁹Paz: Coordenador do FENATA (2014-2017) em entrevista cedida ao autor em 02 de Outubro de 2017.

Ponta Grossa, levando para suas cidades suas experiências, divulgando nossas belezas naturais, nossas histórias, ainda movimentam o comércio da cidade e da região.” Sobre a mesma questão, Paz complementa: “Tenho absoluta certeza que o FENATA potencializa o Turismo na região, mas, mais uma vez a cidade não apresenta estar preparada para usufruir dos benefícios do Turismo Cultural, uma vez que gera políticas de fomento ao turismo, mas ao mesmo tempo coloca sob a responsabilidade das entidades executoras dos eventos a responsabilidade de ‘trazer o turista’. A rede hoteleira visa apenas o lucro e não atrai o turista a ficar mais dias na cidade, a rede gastronômica se limita a poucos espaços que servem à população nos horários em que o Festival acontece. Ponta Grossa fica mais conhecida pelo Turismo em Áreas Naturais com suas maravilhosas cachoeiras, Parque Estadual de Vila Velha, entre outros atrativos turísticos locais, estes que, dentro do FENATA, há anos divulgamos e até levamos os Jurados, Curadores e Grupos para conhecer.”

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente trabalho apresentou a relação entre o Festival Nacional de Teatro (FENATA) com Patrimônio, se caracterizando com potencial á se tornar um Patrimônio Turístico. Com base nisso, essa pesquisa obteve relevância para que, possa-se alertar aos investidores, empresários e a própria comunidade, á contribuir com o Festival, por meio de recursos, como o de patrocínio (no caso dos investidores e empresários), e, como meio de envolvimento da comunidade com o fazer teatral, incentivando, por intermédio da divulgação do evento e resgatando a vontade do morador local em sair de casa, se desprender das facilidades encontradas com a inserção de novas mídias, buscando efetivar esse deslocamento de seu lar, para um contato, de certo modo, mais físico com ás artes, em especial, o teatro.

Assim, foi identificado que, Patrimônio, entende-se como algo preservado, que mantenha suas características originais, seja uma dança, o modo de preparo de algum alimento, algo remetente á cultura de determinado local, ou até mesmo edificações; Desde que tenham sua preservação como interesse público. É o conjunto de materiais e bens que denotam à cultura local de uma geração. O Patrimônio Histórico é de grande importância para a compreensão de uma identidade histórica e, Patrimônio Turístico é o conjunto de bens, naturais e culturais, materiais e imateriais, tangíveis ou intangíveis, que atuam como atrativos e promovem o deslocamento dos viajantes para sua apreciação e desfruto.

O presente evento trata de forma direta, sobre a manifestação e exposição cultural na cidade de Ponta Grossa e também na Região dos Campos Gerais. Tendo em vista que moradores de cidades vizinhas se deslocam até Ponta Grossa para formar parte do público dos espetáculos teatrais apresentados durante o Festival, e também, (mediante agendamento antecipado) encaixando-se em uma das mostras dispostas pelo Festival, a, “Mostra Especial” na qual alguns grupos, se deslocam até o local agendado, para se apresentarem;

Os grupos ou Companhias Teatrais, após a confirmação de apresentação de seu espetáculo em alguma das mostras teatrais disponíveis, se deslocam até a cidade de Ponta Grossa e pernoitam durante os dias de apresentação, sendo assim,

usufruirão também de alguns serviços dispostos pela cidade. Movimentando a atividade turística no município durante os dias em que o Festival Nacional de Teatro é realizado. Tal informação dá suporte à relação FENATA / Turismo.

O turismo deve ser compreendido como um conjunto ou então um sistema que abrange diversos tipos de atividades econômicas, englobando por sua vez diferentes tipos de equipamentos como: transporte, hospedagem, agências e operadoras, serviços alimentícios, entre outras.

Porém, há necessidade de um atrativo para que a atividade aconteça, seja ele natural, cultural, gastronômico, eventos, saúde, compras, negócios, lazer, científico. Assim, a soma dos serviços, mais a atratividade constituem o fenômeno chamado turismo.

Os eventos são nada mais do que uma reunião de pessoas, com data e local previamente definidos, se caracterizando como um evento religioso, esportivo, entre outros. Tais eventos, devem ser previamente organizados e planejados para que sua estrutura e logística estejam em perfeita sincronia e tudo durante o evento ocorra da melhor maneira possível, evitando transtorno para o seu público.

Eventos, são reuniões em espaços ou locais dispostos de uma infraestrutura adequada para receber determinado público, à tratar objetivos específicos, sendo assuntos de cunho comunitário, promocional ou institucional. Tendo potencial de ser utilizado para celebração de um acontecimento, data festiva, comemoração, etc. Podendo abranger todo tipo de público, de acordo com a temática ofertada pela organização do mesmo. Os eventos se caracterizam dentro da atividade turística, através da logística que os envolvem. A relação Turismo e Eventos é articulada através de uma motivação, seja qual for o tema desse evento, como um evento religioso, esportivo, institucional, entre outros.

O Turismo Cultural trata de uma busca, de certo modo, experiencial. Busca essa, que motiva o visitante á ter contato com a tipicidade do local visitado; conseguindo assim, “sentir” um pouco mais da vivência do morador local. O visitante procura contato com bens materiais ou imateriais da cultura, expondo-se às inúmeras formas de manifestações de cultura do local visitado.

Essas informações, somadas às entrevistas cedidas pelos Coordenadores do Festival, nos dão suporte para responder ao objetivo principal desta monografia, que é Identificar o Festival Nacional de Teatro como Patrimônio Cultural, e é um dos específicos que se tratava de apresentar a contextualização histórica do Festival, o que foi esclarecido embasado em pesquisas nos arquivos do FENATA e, também com as falas dos entrevistados. Outra questão abordada como objetivo, foi identificar de onde provém a demanda de Grupos participantes do Festival nas edições de 2014, 2015 e 2016 (42º, 43º e 44º FENATA, respectivamente); Essa questão foi respondida com base em dados disponibilizados pela organização do Festival, e, ficou clara quando apresentada nas *Imagens 14 e 15* (Mapas por Regiões e por Estados) identificando de onde provém a demanda de grupos do Festival nas edições analisadas. Assim, concluí se que o Festival é um potencial a ser explorado, devido à toda sua história que o caracteriza como patrimônio cultural; assim como comprovado no presente trabalho, o FENATA pode se desenvolver ainda mais em termos de espectadores e exibição da marca. Para isso, sugere-se uma nova pesquisa, e aplicação de novas formas de captação de patrocínio para que o Festival, com maior apoio de investidores, se desenvolva ainda mais, e assim, por consequência, gere um significativo aumento da procura pelas artes teatrais, e, o maior envolvimento do Trade Turístico, se caracterizando assim, como um Patrimônio Turístico.

Essa pesquisa é de extrema importância para o autor. Identificar, apresentar e divulgar esse conhecimento sobre um Festival de Teatro com mais de 40 anos ininterruptos de espetáculos; com tamanha história a ser estudada e analisada. O FENATA é um evento de grande potencial, já caracterizado por sua história, apresentada ao longo deste trabalho; mas que deve ser pesquisado e estudado cada vez mais a fundo, nos diversos olhares, como o de um pesquisador/historiador, jornalista, turismólogo, entre outros. O autor atuou como membro da Equipe de Organização e Apoio do Festival nos anos de 2014 a 2016, o que ajudou a entender e facilitou o acesso às informações históricas e de caráter quantitativo quando relacionado à demanda de grupos que já se apresentaram no Festival. Assim, deixo meu agradecimento à toda equipe (2017) da Diretoria de Assuntos Culturais da Pró-Reitoria de Extensão e Assuntos Culturais da

Universidade Estadual de Ponta Grossa que foram precisos na prestação de informações e deram liberdade para o uso de seus materiais de arquivo. Deixo também, meu incentivo á produção de novas pesquisas para esse evento, que, como anteriormente citado, dispõe de uma grande história, de enormes produções, e, que certamente tem um enorme potencial á ser explorado por meio de “novos olhares” e outras temáticas.

REFERÊNCIAS

- ANDRADE, R. B. **Manual de eventos**. Caxias do Sul: EDUCS. 1999, p.31.
- MINISTÉRIO DO TURISMO. **Segmentação do turismo: marcos conceituais**. 2006.
- BELL-GAM, H. L. **Strategies for the development of tourism and theatre industries in Nigeria: Rivers State Perspective**. *The Creative Artist: A Journal os Theatre and Media Studies*, 2009.
- BENI, M. C. **Análise estrutural do turismo**. São Paulo: SENAC, 2000.
- BIGNÉ ALCAÑIZ, E.;FONT AULET, X.;ANDREU SIMÓ,L. **Marketing de Destinos Turísticos – analisis y estratégias de desarrollo**.Madrid: Esic, 2000.
- BRASIL, Ministério do Turismo. **Turismo Cultural: Orientações Básicas**. Brasília: Ministério do Turismo, 2010.
- BRASIL, Ministério do Turismo. **Projeto Vivências Brasil: Aprendendo com o Turismo Nacional – Relatório de visita técnica em Rio de Janeiro e Paraty/RJ**. Brasília: Ministério do Turismo, 2008. Disponível em:<<http://www.excelenciaemturismo.gov.br>>
- BRASIL, Ministério do Turismo. **Segmentações do Turismo: Marcos Conceituais**. Brasília: Ministério do Turismo, 2006.
- BRASIL, Ministério do Turismo. **Segmentação do Turismo: Marcos Conceituais**. Brasília: Ministério do Turismo, 2006.
- BRITTO, J; FONTES, N. **Estratégia para eventos: uma ótica de marketing e do turismo**, 142 p., São Paulo. Aleph, 2002.
- BRITTO, J. **Estratégias para Eventos**. Aleph: 2006, p.20.
- COSTA, P. J. **Goo.gl**. Disponível em: <<https://goo.gl/b2C1Pv>>. Acesso em: 02 de

Outubro de 2017.

DECLARAÇÃO DE CARACAS, 1992. Disponível em:
<<http://www.brasil.gov.br/cultura/2009/10/saiba-quais-bens-brasileiros-sao-patrimonio-mundial-cultural>> Acesso em: 09 de Outubro de 2017.

EJARQUE, J. **Destinos Turísticos de Exito – diseño, creación, gestión, marketing**. Milão: Pirâmide, 2005.

FERDINAND, N.; WILLIAMS, N. **International festivals as experience production systems**. Tourism Management, v.34, 2013.

FRANZONI, T. M. **Teatralidade e sociabilidade no planejamento urbano na Ilha de Santa Catarina: um caminho entre o passado e o presente, a técnica e a política e a festa**. Centro de Filosofia e Ciências Humanas, Universidade do Estado de Minas Gerais. (2012).

Festival de Cinema de Gramado. **Goo.gl**. Disponível em:
<<https://goo.gl/jYC9oS>> Acesso em: 02 de Outubro de 2017.

HUGHES, G. **Theatre in London and the inter-relationship with tourism**. Tourism Management. 1998.

LAW, C. M. **Urban Tourism – Attracting Visitors to Large Cities**. London & New York: Mansell. 1993.

MARTIN, V. **Manual prático de eventos**. São Paulo – SP: Atlas, 2003, p.116,117.

Ministério do Turismo. **Programa de Regionalização do Turismo**. Brasília: Ministério do Turismo: Disponível em:
<http://www.turismo.gov.br/sites/default/turismo/o_ministerio/publicacoes/downloads_publicacoes/Marcos_Conceituais.pdf>

MARCELINO, N. C. – **Estudos do Lazer: uma introdução 3º Ed.** – Campinas, SP: Autores Associados, 2002. – (Coleção educação física e esportes)

OLIVEIRA, C. D. M. **Festas populares religiosas e suas dinâmicas espaciais.** Mercator – Revista de Geografia da UFC. p. 23-32 2007.

Panoramio – Photo of **Universidade Estadual, Ponta Grossa, PR.**
Panoramio.com. Disponível em: <<https://www.panoramio.com/photo/95140718>>. Acesso em: 02 de Outubro de 2017.

PICARD, D.; ROBINSON, M. **Remaking worlds: festivals, tourism and change.** Clevedon: Chanel View Publications, 2006.

RIBEIRO, M. **Festas populares e turismo cultural – inserir e valorizar ou esquecer? O caso dos Moçambiques de Osório, Rio Grande do Sul. PASOS –** Revista de Turismo y Patrimonio Cultural. p. 47-56 2004.

REGINA, M. **Googl.** Disponível em: <<https://goo.gl/wJPZSx>>. Acesso em: 02 de Outubro de 2017.

SOUZA, L. **Turismo de negócios impulsiona economia de PG.** Diário dos Campos, 2015.

SCHIAPPA, B. **A dimensão teatral do Auto da Fé.** Universidade de Lisboa. Lisboa, Portugal. p. 72. 2002.

SCHIAPPA, B. **A dimensão teatral do Auto da Fé.** Universidade de Lisboa. Lisboa, Portugal. p. 75. 2012.

VALLS, J.F. **Gestión de Destinos Turísticos Sostenibles.** Barcelona: Gestión, 2004.

ZANELLA, J. C. **Manual de organização de eventos: planejamento e operacionalização.** São Paulo: Atlas, 2003.

44º Festival Nacional de Teatro – **FENATA UEPG – Ponta Grossa – PR.** uepg.br Disponível em: <<http://www.uepg.br/fenata/44/>>. Acesso em: 02 de Outubro de 2017.

APÊNDICES

APÊNDICE A: Questionário enviado para os Coordenadores do Festival:

QUESTIONÁRIO DE ENTREVISTA COM COORDENADORES

1 - Como surgiu o Festival Nacional de Teatro?
2 - Qual era a origem dos grupos que se apresentavam no Festival durante o tempo em que coordenou o FENATA?
3 - Existe relação entre FENATA e Turismo? Qual? Como?
4 - Você acredita que o Festival Nacional de Teatro fomenta o Turismo na cidade de Ponta Grossa – PR?