



INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DE PERNAMBUCO

CURSO SUPERIOR TECNOLÓGICO EM GESTÃO DE TURISMO

ERIQUE RAFAEL LIMA NASCIMENTO

DRIELY DO NASCIMENTO OLIVEIRA

FESTIVAL DE TEATRO ONLINE:

dimensão ao desenvolvimento do Turismo Cultural

Recife

2021

INSTITUTO FEDERAL DE CIÊNCIA E TECNOLOGIA DE PERNAMBUCO - IFPE

Departamento dos Cursos Superiores - DACS

Coordenação Acadêmica de Turismo – CATU

Curso Tecnológico em Gestão de Turismo

ERIQUE RAFAEL LIMA NASCIMENTO

DRIELY DO NASCIMENTO OLIVEIRA

FESTIVAL DE TEATRO ONLINE:

dimensão ao desenvolvimento do Turismo Cultural

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado à Coordenação Acadêmica de Turismo, Instituto Federal de Ciência e Tecnologia de Pernambuco, como parte dos requisitos para obtenção do título de Tecnólogo@s em Gestão em Turismo.

Orientadora:

Prof. ^a Dra. Cláudia Sansil

Recife

2021

N244f Nascimento, Erique Rafael Lima.

Festival de teatro online: dimensão ao desenvolvimento do Turismo Cultural / Erique Rafael Lima Nascimento; Driely do Nascimento Oliveira. – Recife: O Autor, 2021.

70f. il. Color.

TCC (Curso Superior Tecnológico em Gestão de Turismo) – Instituto Federal de Pernambuco, Coordenação Acadêmica de Turismo - CATU, 2021.

Inclui Referências e Apêndices

Orientadora: Professora Dr^a Cláudia S. Santos Sansil

1. Turismo. 2. Turismo Cultural. 3. Teatro 4. Comunidade. I. Sansil, Cláudia S. Santos (orientadora). II. Instituto Federal de Pernambuco. III. Título

CDD 338.4791

Catálogo na fonte: Bibliotecário Cristian do Nascimento Botelho CRB4/1866

**ERIQUE RAFAEL LIMA NASCIMENTO
DRIELY DO NASCIMENTO OLIVEIRA**

**FESTIVAL DE TEATRO ONLINE:
DIMENSÃO AO DESENVOLVIMENTO DO TURISMO CULTURAL**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado à Coordenação Acadêmica de Turismo, Instituto Federal de Ciência e Tecnologia de Pernambuco, como parte dos requisitos para obtenção do título de Tecnólogo@s em Gestão em Turismo.

Recife, 30 de novembro de 2020

BANCA EXAMINADORA

Profa. Dra. Cláudia da Silva Santos Sansil
(Orientadora/Presidente da Banca)

Profa. Ma. Flávia Viviana Cavalcanti
Avaliadora Interna

Professor Me. Jailson Sousa da Paz
Avaliador Externo ao *Campus*

DEDICATÓRIA

Dedicamos este trabalho a todos e todas aquelas que vieram antes de nós. Aos que nos acompanharam neste processo e aos que ainda virão. Somos muitos

AGRADECIMENTOS

Agradeço aos meus pais, por todo esforço e investimento na minha educação. Por não desistirem de mim e sempre me incentivarem a ser maior. Por todas as coisas abdicadas em nome do meu sucesso e por todo amor que me foi dado.

Agradeço a Erique por me acompanhar, desde o princípio, me guiar nessa longa jornada que trilhamos juntos. Por me fazer amar acordar todos os dias e ir ao IFPE, pois sabia que encontrá-lo deixaria meus dias mais leves.

Agradeço à Maria Clara por sempre acreditar em mim, insistir na minha capacidade e estar ao meu lado.

Agradeço aos professores que se dedicaram em nossa formação e sempre buscaram meios para nos motivar. Em especial à professora Cláudia Sansil, que abraçou nosso tema e nos conduziu durante todo o processo.

Ao bibliotecário do *Campus* Paulista, Cristian Botelho, pela disponibilidade, velocidade em produzir a Ficha Catalográfica deste estudo. Assim como ao diretor dessa Unidade do IFPE, senhor George Gaudêncio, pelo consentimento na feitura do trabalho.

Driely do Nascimento Oliveira

AGRADECIMENTOS

Gostaria de agradecer a todos os que vieram antes de mim e tornaram esse momento possível. Agradeço também a toda espiritualidade que me guia e me mantém vivo.

Agradeço à minha família e tudo o que puderam proporcionar para minha formação educacional. Agradeço principalmente à minha mãe, Maria Sidneide, minha avó Luiza Neves e minhas tia Sabrina Neves e Kátia Felizardo. Ao companheirismo, carinho e afeto, agradeço aos meus irmãos que tornam minha vida mais leve e segura, Italo Lima, Natália Araújo, Maria Gabrielly, Clara Felizardo e Luann Mateus.

Na minha trajetória no IFPE, cruzei com pessoas extremamente importantes, agradeço a cada uma que permitiu que nossos encontros fossem possíveis. Menciono em especial minha dupla Driely, que hoje já é mais uma irmã e parceira de projetos. Agradeço também em especial à Victória Pessoa, Cynthia Canuto e Larissa Amanda.

Agradeço a todos os amigos e amigas que cruzaram minha jornada, antes, durante e depois de minha formação no IFPE.

Ao bibliotecário do *Campus* Paulista, Cristian Botelho, pela disponibilidade, velocidade em produzir a Ficha Catalográfica deste estudo. Assim como ao diretor dessa Unidade do IFPE, senhor George Gaudêncio, pelo consentimento na feitura do trabalho.

Aos professores do curso de Gestão de Turismo do IFPE, meus mais sinceros agradecimentos. Principalmente à minha orientadora querida, Cláudia Sansil.

Erique Rafael Lima Nascimento

RESUMO

O presente trabalho propõe um festival de teatro online para o Recife, almejando auxiliar no desenvolvimento do turismo cultural da cidade, segmento que ainda necessita de muitas ações para um melhor aproveitamento. Na construção teórica, caminhamos em conjunto com autores importantíssimos, do campo turístico, tais como Richards, Irving, instituições como a OMT e o PromPerú, assim como no segmento do teatro, a exemplo de Boal e Nogueira. Um evento como um festival de teatro, pode contribuir para o desenvolvimento da economia, cultura, política e autonomia das comunidades da cidade, podendo, desta maneira, contribuir um dos objetivos deste trabalho, desenvolver o turismo cultural do Recife. Para auxiliar na realização do trabalho, utilizamos como metodologia, um levantamento bibliográfico, além de entrevista, questionário e observação direta. Foi possível identificar a necessidade de ações que promovam atividades culturais na cidade, principalmente no que diz respeito ao teatro, assim como a disponibilidade de materiais e interesse humano em participar.

Palavras-chave: Turismo. Turismo Cultural. Teatro. Comunidade

ABSTRACT

This Course Completion paper proposes an online theater festival for Recife, aiming to assist in the development of cultural tourism in the city, a segment that still needs many actions for better use. In the theoretical construction, we walk together with very important authors, from the tourist field, such as Richards, Irving, institutions such as OMT and PromPerú, as well as in the theater segment, such as Boal and Nogueira. An event such as a theater festival can contribute to the development of the economy, culture, politics and autonomy of the city's communities, thus being able to contribute one of the objectives of this work, to develop Recife's cultural tourism. To assist in carrying out the work, we used as methodology a bibliographic survey, as well as interview, questionnaire and direct observation. It was possible to identify the need for actions that promote cultural activities in the city, especially with regard to theater, as well as the availability of materials and human interest in participating.

Keywords: *Tourism. Cultural Tourism. Theatre. Community.*

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Card digital de divulgação SESC-SP	30
Figura 2 - Programação FETEAG Digital	32
Figura 3 - Protesto Profissionais do setor de eventos protestam no Recife	33

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 -	Visualizações do #EmCasaComSesc no mês de agosto 2021 ..	31
Gráfico 2 -	Qual sua faixa etária?	35
Gráfico 3 -	Identidade de gênero	36
Gráfico 4 -	Você é morador/a de Recife/RMR?	36
Gráfico 5 -	Faixa Salarial	37
Gráfico 6 -	Costuma consumir atrativos culturais? Qual?	38
Gráfico 7 -	Quais locais você costuma consumir os produtos culturais?	39
Gráfico 8 -	Durante a pandemia, qual expressão artística você mais consumiu?	40
Gráfico 9 -	Tem interesse em participar de festival online?	41
Gráfico 10 -	Qual valor você pode pagar em um ingresso para o festival? ...	42

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 - Programação	44
Tabela 2 - Orçamento Humanos	47
Tabela 3 - Orçamento Recursos Materiais	47
Tabela 4 - Valor total do projeto	48
Tabela 5 - Plano de cotas de patrocínio	50

LISTA DE ABREVIATURA E SIGLAS

CATU	– Coordenação Acadêmica de Gestão de Turismo
CETIQ.BR	– Centro Regional de Desenvolvimento da Sociedade da Informação
COVID-19	– <i>Corona Virus Disease 2019</i>
DACA	– Departamento Acadêmico dos Cursos Superiores
FETEAG	– Festival de Teatro do Agreste
FUNCULTURA	– Fundo Pernambucano de Incentivo à Cultura
IFPE	– Instituto Federal de Pernambuco
LGBTQIA+	– Lésbicas, Gays, Bissexuais, Transexuais e Travestis, Queer, Interssexo, Assexual e outros.
JGE	– Janeiro de Grandes Espetáculos
OMT	– Organização Mundial do Turismo
OPAS	– Organização Pan-Americana de Saúde
PE	– Pernambuco
PROMPERÚ	– <i>Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo</i>
UNWTO	– <i>The World Tourism Organization</i>
RJ	– Rio de Janeiro
SEBRAE	– Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas
SESC	– Serviço Social do Comércio
SP	– São Paulo

SUMÁRIO

1	JUSTIFICATIVA	15
2	FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA	18
2.1	Turismo Cultural	18
2.2	Turismo de Base Comunitária	20
2.3	Teatro e Comunidade	22
3	OBJETIVOS	26
4	PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS	27
4.1	Análise das ações do Sesc para a cultura no contexto da pandemia de COVID-19	27
4.2	Análise das políticas públicas para a cultura na cidade do Recife	32
4.3	Questionário sobre interesses dos moradores do Recife acerca de ações culturais	34
5	PLANEJANDO O FESTIVAL	43
5.1	Programação do festival	44
5.2	Profissionais	45
5.3	Recursos Físicos	46
5.4	Recursos Materiais	46
5.5	Orçamento	47
6	MONTANDO AS ESTRATÉGIAS DE AÇÃO	49
7	CONSIDERAÇÕES FINAIS	51
	REFERÊNCIAS	53
	APÊNDICE A	55

APÉNDICE B	62
APÉNDICE C	65

1 JUSTIFICATIVA

É sabido que o turismo é uma das atividades econômicas que mais crescem no Brasil. O desejo por viajar, descobrir e redescobrir novos lugares faz parte do imaginário de toda a população mundial. Ainda que nos anos de 2020/21 a atividade turística tenha sofrido perdas com o cenário da COVID-19, é uma das fortes apostas para o aquecimento da economia, quando todos os setores estiverem funcionando normalmente.

O conceito de turismo é bastante discutido por diversos teóricos e estudiosos do tema, porém em 1991 a Organização Mundial do Turismo (OMT) publicou uma definição, tornando-se a mais usada no século XXI. No ano de 2008, a Lei nº 11.771 foi sancionada no Brasil sob a presidência de Luiz Inácio Lula da Silva. Nesta lei, o conceito de turismo se faz presente como toda atividade realizada por pessoas físicas durante período inferior a um ano, desde que seja fora do seu entorno habitual.

Em consonância com os estudos realizados, durante a nossa formação, este trabalho tem como objetivo propor um festival de teatro online na cidade do Recife, a fim de potencializar o turismo cultural e fortalecer as comunidades periféricas da região. A iniciativa parte da necessidade de ampliar as ações e as discussões sobre o turismo cultural como potencialidade à cidade, além de movimentar e fortalecer as comunidades locais. Entender as possibilidades e trabalhar com as diversidades culturais, pode se tornar uma medida assertiva à atividade turística.

Percebemos, enquanto profissionais do turismo e moradores da cidade, que este, dentre os outros segmentos existentes, ainda é pouco trabalhado e executado em articulação com as comunidades da cidade, vide a pluralidade cultural concentrada no município e nos seus arredores. É preciso, cada vez mais, criar estratégias de valorização da cultura e das comunidades locais, para que a atividade turística e cultural, assim como as pessoas residentes do destino turístico, possa se fortalecer e oferecer maior desenvolvimento social, cultural, político e econômico.

A grande maioria dos turistas, que opta pela cidade Recife como destino, tem como principal motivação da escolha os atrativos naturais, como, por exemplo, as praias, deixando em segundo plano o contato com a cultura e as diversas manifestações presentes na localidade. É, portanto, necessário que haja um trabalho maior, contínuo, e mais eficaz na valorização da cultura e nos seus respectivos produtores, para que ações e espaços culturais possuam mais visibilidade,

enriquecendo, em contrapartida, a quantidade e a qualidade dos atrativos turísticos existentes no município.

A priori, as idealizações para o projeto caminhavam em direção à execução do festival no formato presencial, porém a pandemia do coronavírus, que teve o primeiro caso registrado no Brasil no dia 26 de fevereiro de 2020, transformou todas as realidades possíveis. A COVID-19 é uma doença infecciosa causada pelo coronavírus, conhecido cientificamente como SARS-CoV-2. De acordo com a Organização Pan-Americana de Saúde - OPAS, uma em cada seis pessoas infectadas pelo vírus fica gravemente doente e desenvolve dificuldade de respirar, o que nos apresenta uma informação preocupante, pois, no mês de novembro de 2021, o Brasil ultrapassou mais de 620 mil óbitos, e o registro de 22 milhões casos confirmados. Neste mesmo mês, a Organização Mundial de Saúde – OMS anunciou a preocupação com a variante Ômicron, cujo contágio é mais veloz, assim como algumas mutações podem ser perigosas. Todavia, as pesquisas continuam para os cientistas melhor analisá-la e, inclusive, analisaram a eficácia das vacinas na nova cepa.

A pandemia e a preocupação com a realidade atual fizeram-nos mudar a rota e encontrar brechas para o novo momento, entender como a arte do encontro e a arte do deslocamento poderiam sobreviver ao caos, foi de suma importância para todos os/as profissionais do teatro e do turismo. Pode-se afirmar que a cultura confirmou ser uma das grandes forças motivadoras que sustentam a população em todo o momento pandêmico, seja através de filmes, séries, músicas, dança, teatro ou qualquer outra expressão cultural existente. “A capacidade de acessar virtualmente e desfrutar da cultura confortou as pessoas, além de servir de inspiração para as jornadas do futuro.” (OMT, 2021. p.3).

Sendo assim, devido aos obstáculos apresentados decidimos propor, neste projeto, um festival de teatro online uma vez serem os encontros e os deslocamentos possíveis mais na dimensão do virtual; embora, no mês de setembro, o Governo do Estado tenha anunciado o aumento dos percentuais em relação à frequência de público em espaços fechados e em eventos. Mas, com a nova variante circulante (Ômicron), e nem todos completaram o esquema vacinal, mantivemos a ideia do formato digital. A proposta deste estudo é a de apresentar um Festival de Teatro Online como possibilidade de ação ao fomento do turismo cultural e ao desenvolvimento das comunidades da cidade.

A utilização dos meios virtuais para manutenção e fomento das atividades culturais atingiu clara notoriedade durante a pandemia da COVID-19; cada vez mais, a tecnologia se torna aliada do turismo nas suas mais diversas práticas e ramificações. Durante a pandemia do coronavírus, festivais de artes cênicas atribuíram ao seu formato uma nova roupagem, realizando-os com êxito, na versão online. É o caso do “Janeiro de Grandes Espetáculos (JGE) - Festival Internacional de Artes Cênicas e Música de Pernambuco”, cuja 27ª edição ocorreu em formato híbrido no ano de 2021. O FETEAG - Festival de Teatro do Agreste, também promoveu, no ano de 2021, uma edição online com oficinas e mostra de cenas curtas.

É possível perceber como a realidade pandêmica fez com que os profissionais de cultura se (re)organizassem e encontrassem brechas para possíveis ações. O mesmo é preciso pensar no que tange aos profissionais do turismo. É necessário, portanto, que fissuras sejam encontradas e novos espaços ocupados. Os obstáculos são reconhecidos pela OMT, no Guia UNWTO para recuperação inclusiva – Impactos Socioculturais do COVID-19 publicado em abril de 2021, ao citar: “Com milhões de empregos em jogo, esta crise sem precedentes ameaça prejudicar permanentemente os frágeis ecossistemas dos setores cultural e turístico.”

O formato online permite que diversas localidades se encontrem. Realizar um festival de teatro no espaço virtual possibilitará às pessoas, do Brasil e de todo o mundo, entrarem em contato com manifestações culturais e comunidades produtoras da nossa cidade. Além de potencializar a indústria do turismo cultural.

CAPÍTULO 2

FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

O presente trabalho é composto por diversas discussões e conceitos que compõem o campo do turismo e do teatro, e para fundamentar teoricamente as escolhas e abordagens, elegemos alguns autores e algumas autoras que nos auxiliam e ancoram nossa construção no diálogo teórico pertinente às idealizações da dupla. No campo do turismo, estabelecemos diálogos com as obras de Richards (2019), Irving (2009), Normativas e Documentos emanados pelas instituições como a Organização Mundial de Turismo - OMT (2009), a *Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo* - PromPerú (2014); e a respeito do Teatro, os pensamentos são compartilhados com Nogueira (2008), Coutinho (2015) e Boal (2008).

2.1 Turismo Cultural

A atividade turística se caracteriza fortemente pela circulação de pessoas, que acabam entrando em contato com outras culturas e vivências, pode-se assim dizer que é impossível dissociar o turismo da cultura, pois, esta é um dos principais componentes de um atrativo turístico, elemento que compõe o destino e tem o papel de determinar a identidade e propulsionar o fluxo turístico da região.

[...] a definição de cultura é quase tão vasta quanto a do próprio turismo. Junto com o patrimônio arquitetônico e das artes, alguns países incluem em sua definição, por exemplo, a gastronomia, o esporte, a educação, as peregrinações, o artesanato, a contação de histórias, e a vida na cidade". (RICHARDS *apud* OMT, 2009).

É possível afirmar que a cultura está presente em todos os segmentos turísticos, seja ele qual for, desde que o turista ocupe um espaço diferente do seu entorno habitual, outras relações culturais são estabelecidas. É necessário, porém, pensar mais a fundo sobre ambos os temas (cultura e turismo). Ainda que a cultura esteja presente na atividade, nem sempre ela é o motivador do deslocamento do turista, alguns/mas viajantes mantêm contato com a cultura do local por já estar ali presente, mas outros/as decidem seus destinos pensando primeiramente na cultura, para estes/as, a cultura local e os atrativos culturais são os principais motivos à

realização da viagem, e este segmento turístico específico recebe o nome de turismo cultural. Entende-se por turismo cultural pela Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo (PromPerú, 2014, p.44): “[...] tipo de turismo que satisfaz o desejo de conhecer a história do local e admirar atrações culturais, sítios arqueológicos, monumentos arquitetônicos, prédios históricos e museus”.

É pensando nesta perspectiva que sentimos a necessidade de trabalhar objetivando o desenvolvimento do turismo cultural; através de um projeto que tem como objeto um festival de teatro, e objetivos ações de fortalecimento da cultura que possam ser postas em prática auxiliando, desta forma, o crescimento da atividade turística e da atividade cultural na cidade do Recife.

Cada vez mais os/as viajantes procuram por destinos que promovam experiências, para além dos atrativos fixos. O turismo de experiência promove ao/à turista não somente uma visita aos ambientes criados para atender suas necessidades, como, por exemplo, os circuitos tradicionais e pontos de visitas “obrigatórios”, mas também uma vivência no local de destino, a existência de uma relação entre os turistas, os moradores e a cultura. O intuito do turismo de experiência é estimular a vivência e o envolvimento com a comunidade local e o conhecimento de novas atividades. De acordo com o SEBRAE-SP (2018), os turistas passaram a ser mais exigentes nas escolhas dos pontos turísticos a serem desfrutados, ou seja, são mais importantes as experiências vividas naquele local do que o próprio ambiente.

Sendo assim, é de extrema importância que os destinos promovam novas possibilidades de atrações turísticas, ressaltando a cultura, o lazer e a interação entre habitantes e visitantes. Realizar movimentos culturais em localidades com potência para se tornar um atrativo turístico, também, pode tornar-se uma ferramenta à gestão turística de uma região, pois movimenta a localidade, promove lazer às pessoas envolvidas, e evidencia áreas antes não valorizadas.

Diante da pandemia da COVID-19, e o atual contexto do turismo nesta realidade, “o turismo cultural tem um importante papel para desempenhar na promoção de um crescimento econômico sustentável e inclusivo, o fomento da inovação e geração de benefícios e empoderamento para todos.” (OMT, 2021. p.3).

Nesse sentido, para a Organização Mundial do Turismo (2021), o turismo cultural pode auxiliar de diversas formas possíveis no contexto da pandemia do coronavírus a fim de promover melhora ao setor turístico no pós-pandemia. Realizar

um projeto tendo como ponto de partida o turismo cultural pode, de acordo com a OMT (2020):

- Criar estruturas de governança participativa. Reunir artistas e profissionais culturais, comunidades locais, o setor privado e representantes de destinos para concordar e agir em uma visão compartilhada para seu destino cultural e melhorar sua competitividade.
- Abrir o debate sobre o turismo cultural consciente e responsável. Explorar como destinos culturais e instituições podem responder aos seus papéis dentro das sociedades.
- Melhorar o papel da cultura nos destinos. Produtos culturais e experiências são chaves fundamentais para estratégias de marketing de destino, mas também requerem a mesma relevância no planejamento de medidas emergenciais e de apoio.
- Inspirar os viajantes a redescobrir sua cultura local e indústrias criativas. Criar novas experiências que alimentam a oferta turística para se reconectar com as comunidades locais.
- Conscientizar sobre o importante papel das comunidades e profissionais da cultura e de seu patrimônio vivo no desenvolvimento sustentável do turismo.
- Garantir que as comunidades e profissionais sejam os principais beneficiários e tenham um papel de liderança na gestão do turismo.

Desta forma, comungando com as contribuições abordadas pela OMT e citadas anteriormente, o nosso projeto tem como uma das metas estimular o desenvolvimento do turismo cultural na cidade do Recife, priorizando as comunidades e/ou manifestações que possuem pouca visibilidade artística.

2.2 Turismo de Base Comunitária

Quando tratamos sobre turismo de base comunitária, estamos falando de iniciativas e atividades promovidas nas comunidades locais, com o intuito de agregar valores, conhecimento, visibilidade, gerar emprego e melhorar a economia da região. Proporcionando, por meio de experiências turísticas, uma troca entre moradores e visitantes. Para Irving (2009, p.111), o turismo de base comunitária “significa encontro e oportunidade de experiência compartilhada”. Compreendemos, portanto, que nosso

projeto poderá articular as comunidades e as indústrias do turismo e do entretenimento.

Segundo Bursztyn et al (2009), a proposta do turismo de base comunitária é promover a história, cultura, ambiente e modo de vida das pessoas que ali residem. Diferente do turismo de massa, o turismo de base comunitária tem o intuito de valorizar a relação de vínculo do turista com o ambiente natural e a cultura do lugar. Para Irving (2009), o turismo de base comunitária é:

[...] aquele tipo de turismo que, em tese, favorece a coesão e o laço social e o sentido coletivo de vida em sociedade, e que por esta via, promove a qualidade de vida, o sentido de inclusão, a valorização da cultura local e o sentimento de pertencimento. (IRVING, 2009, p.111).

A participação da comunidade local é essencial à atividade turística quando se pensa no turismo de base comunitária, este segmento só consegue ser desenvolvido plenamente se a comunidade local for protagonista da ação, e não apenas objetos do processo. No turismo comunitário, para Coriolano (2009, p. 283), “os residentes possuem o controle produtivo da atividade desde o planejamento até o desenvolvimento e gestão dos arranjos produtivos.”

O objetivo deste segmento turístico é fazer com que a comunidade atue como administradora e gestora das ações locais, ainda que recebam apoio do setor público ou iniciativa privada para desenvolvimento do processo. No entanto, o protagonismo é dos próprios moradores. Dessa forma, fica mais evidente a identidade da comunidade e a união da mesma. Trata-se de uma oportunidade aos turistas de conhecerem a verdadeira realidade local. Assim,

[...] os objetivos do turismo de base comunitária são múltiplos: comunidades, empoderamento, propriedade, conservação de recursos naturais e culturais, desenvolvimento social e econômico e qualidade da experiência do visitante. (RODRÍGUEZ e VIZCARRA 2015 p.56 *apud* HIWASAKI (2006).

Há uma preocupação também com o desenvolvimento do local ocupado pela comunidade, desenvolvimento este, que está diretamente ligado com a valorização da cultura, dos modos de vida, das tradições e das cosmologias locais (AZEVEDO, 2002). O desenvolvimento local, é “[...] capaz de contribuir para a consolidação ética destas dimensões e da própria expressão da dimensão simbólica da vida em sociedade” (IRVING, 2009 p.113); enquanto Rodríguez e Vizcarra (2015 p.56) ressaltam o

potencial do Turismo de Base Comunitária para promover o desenvolvimento integral das comunidades, através da redução da pobreza, da geração de emprego e renda.

É nessa perspectiva, trabalhada por Irving (2019), sobre o turismo de base comunitária, que este projeto se fundamenta. Nesse sentido, o desenvolvimento da ação turística tem como foco principal a comunidade como agente fundamental da atividade, pensando também no desenvolvimento do local. Propor um festival de teatro online, com foco nas comunidades periféricas da cidade do Recife como protagonistas das ações e atrações culturais, auxilia no desenvolvimento social, cultural e econômico do município como um todo.

A proposta é estimular o compromisso de desenvolvimento socioeconômico das comunidades receptoras e a participação das comunidades locais em todas as etapas do processo de implementação do projeto, objetivando a geração de benefícios à população local e à sua autonomia no processo de decisão das ações.

O evento, quando bem planejado e realizado, pode assumir um caráter protagonista na ação turística, elevando não apenas o marketing do destino como também auxiliando o desenvolvimento das comunidades residentes. Assim,

[...] os eventos culturais não tem apenas como objetivo final atrair somente visitantes. Eles também estimulam o desenvolvimento socioeconômico de uma região e podem contribuir para a preservação do patrimônio cultural de diversas vilas ou cidades. (MARUJO, 2012, p.124).

2.3 Teatro e Comunidade

Antes de falarmos sobre teatro e comunidade, precisamos entender o que esses termos significam separadamente, para que seja possível compreender a importância dessa junção. Desta maneira, elegemos a definição de um dos maiores teóricos brasileiros sobre teatro:

A etimologia grega de *teatro* dá ao vocábulo o sentido de miradouro, lugar de onde se vê. O edifício autônomo, de fins idênticos àquele que se chama hoje teatro, se denominava *odeion*, auditório. Na terminologia dos logradouros cênicos da Grécia, *teatron* correspondia à plateia, anteposta à *orquestra* e envolvendo-a como três lados de um trapézio ou um semicírculo. Não se dissocia da palavra teatro a ideia de visão. [...] (MAGALDI, 1994, p.7)

O teatro ultrapassa a convenção de apresentação teatral e de espaço físico, podendo dentro dessa expressão artística encontrar ações de cunho pedagógico, por

exemplo. Mas no sentido mais amplo, como explica Magaldi, o teatro geralmente finda em uma apresentação artística. Para que a atividade teatral aconteça é imprescindível existirem três bases: 1. o/a ator/atriz, 2. o/a espectador/a e 3. o discurso que deseja ser passado.

Entendendo o conceito de teatro, lembramos também de sua importância como instrumento de libertação. É nesta perspectiva, de um teatro político, que este projeto se desenha. Acreditando na proposta do teatro como “ferramenta” de conscientização cidadã e política às comunidades da cidade do Recife. Pensando no teatro político, nossa visão comunga com o trabalho desenvolvido pelo dramaturgo Boal (2008, p.11), no teatro do oprimido, no qual afirma: “Todo teatro é necessariamente político, porque políticas são todas as atividades do homem, e o teatro é uma delas”, entra em consonância também com a pesquisa do Teatro atravessado de Bident (2016, p.53), pois, na concepção deste autor: “o teatro é atravessado por questões sociais e políticas, a geografia da arte, a política da escrita, os processos de decisão, os discursos dos espectadores”.

A ideia de dar, como dizia Boal (1996), os meios de produção teatral ao povo, parte da motivação e do desejo que a própria comunidade seja produtora da ação cultural. Partindo dessa premissa, pretendemos, que toda a execução do festival seja realizada por artistas e não-artistas residentes das comunidades do município de Recife, buscando gerar desenvolvimento social, político, cultural e econômico da classe trabalhadora.

Quando se fala em comunidade muitos significados e associações podem surgir rapidamente, inclusive, significados que fujam da proposta que se pretende abordar neste trabalho. Stasiak (2006, p. 322), a partir de estudos da obra de Bauman (2003), cita que a comunidade perpassa pelo “[...] local fiel à sua natureza na medida em que é: distinta dos outros agrupamentos humanos, pequena e autossuficiente, sinteticamente é uma acomodação do berço ao túmulo.”

Já Kershaw (1992) afirma que existem dois tipos de comunidade, uma entendida como comunidade local, quando um grupo de pessoas ocupam o mesmo espaço geográfico, como, por exemplo, a comunidade do Bode, localizada no bairro recifense do Pina; e a outra é a comunidade de interesse, que são grupo de pessoas que comungam de algum interesse em comum, comunidade LGBTQIA+, por exemplo. A execução do projeto será trabalhada a partir da ideia de comunidade local, uma vez que objetivamos desenvolver o turismo cultural da cidade do Recife.

Para Cohen (1985), comunidade é uma entidade à qual pertencemos, maior que as relações de parentesco e mais imediata do que a relação que se entende por “sociedade”. Sendo assim, a comunidade é um espaço para as experiências e vivências essenciais da convivência social, fora do lar familiar. Ou seja, teatro na comunidade são ações teatrais, sejam elas pedagógicas, experimentais ou mostras, que acontecem para, com e pela comunidade.

No artigo intitulado “Teatro e Comunidade”, Nogueira (2008, p. 17) apresenta três modelos de teatro na comunidade, sendo eles:

1. **Teatro para comunidades:** espetáculos teatrais feitos por artistas de fora da comunidade para apresentar na comunidade. Relação vertical, de baixo para cima.
2. **Teatro com comunidades:** espetáculos teatrais realizados com base em pesquisas específicas na comunidade. Feitos, também, por artistas fora da comunidade.
3. **Teatro por comunidades:** espetáculos teatrais realizados pela própria comunidade, a comunidade vive todo o processo de criação teatral. Vale salientar que este modelo sofre grande influência de Augusto Boal, diretor de teatro, dramaturgo, ensaísta brasileiro e fundador do Teatro do Oprimido.

Aqui, e durante a proposta de execução do festival, utilizaremos a noção de teatro por comunidades, cujo intuito é fazer com que a comunidade participe das atividades turística e cultural como agente social e não apenas como espectador. É de extrema importância que projetos estimulantes à consciência política e crítica das comunidades existam. Deste modo, a sociedade como um todo e a localidade turística têm avanços no que diz respeito às práticas sociais e culturais.

A proposta de estabelecer uma relação direta e consciente entre teatro e comunidade está firmada na relação com a pedagogia de Boal (1996), a qual propõe que os espectadores teatrais passem a ser, a partir do nascimento do teatro do oprimido, mais especificamente do teatro fórum, *espectAtores*, ou seja, agentes ativos dos acontecimentos teatrais. A função do teatro na comunidade coincide com um dos objetivos deste trabalho: fortalecer a comunidade.

3 OBJETIVOS

Geral:

- Propor um festival de Teatro online para potencializar o turismo cultural nas comunidades da cidade do Recife.

Específicos:

- Mapear as comunidades e manifestações culturais da cidade com potencialidade turística na periferia;
- Promover o envolvimento de comunidades que estão fora do eixo central da cidade na atividade turística cultural;
- Fortalecer a comunidade local por meio de atividades turística e teatral.

CAPÍTULO 4

PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Durante a realização deste trabalho, lançamos mão de alguns procedimentos metodológicos; selecionamos àqueles que precisaram ser utilizados para constatar a importância da realização de um Festival de Teatro online para o Turismo Cultural na cidade do Recife. Neste capítulo, expomos quais foram estes procedimentos, o porquê da escolha e os resultados atingidos.

A pesquisa foi exploratória, uma vez que se propõe a debruçar-se sob um território pouco explorado e trabalhado, como é o turismo cultural na cidade do Recife articulado ao teatro.

[...] as pesquisas exploratórias são úteis quando o tema em estudo foi pouco explorado. A pesquisa exploratória é desenvolvida no sentido de proporcionar uma visão geral acerca de determinado fato [...] na pesquisa exploratória, busca-se conhecer, mais profundamente, o tema abordado, de modo a torná-lo mais claro. (MUNERATTO et al. 2013. p.10)

Nesta perspectiva, utilizamos alguns instrumentos de investigação, como, por exemplo, a pesquisa bibliográfica, realizada por meio da leitura de livros, artigos e outros materiais que discorrem sobre o tema escolhido. A entrevista, entendida por Haguette (2010, p.81) “[...] como um processo de interação social entre duas pessoas na qual uma delas, o entrevistador, tem por objetivo a obtenção de informações por parte do outro, o entrevistado”. Sendo assim, partimos do conceito de entrevista proposto por este autor com vistas à elaboração de nossos questionários. Além do levantamento bibliográfico e da entrevista, utilizamos como instrumento à consecução deste trabalho, a observação direta.

4.1 Análise das ações do Sesc para a cultura no contexto da pandemia de COVID-19

Realizamos, com a gestão do Setor Cultural do SESC-Pernambuco, entrevista¹, com o objetivo de coletar dados sobre as ações promovidas e destinadas à cultura por essa instituição em âmbito municipal, estadual e nacional, no contexto

¹Entrevista completa no Apêndice A.

da pandemia do coronavírus, e buscamos compreender se tais ações estão em sintonia e articuladas com as políticas públicas do Estado.

A entrevista foi realizada por meio da Plataforma Zoom com Karol Spinelli, licencianda em Teatro pela UFPE, atriz, dramaturga e estagiária do setor de gestão cultural do SESC Santo Amaro, âmbito responsável pela organização, produção e monitoramento dos projetos culturais do SESC. No período do agendamento, os gestores do SESC estavam elaborando o Festival Palco Giratório. Todavia, a referida estagiária integra o grupo de responsáveis pelas políticas, por ser da nossa faixa etária, vivenciar processos de aprendizagens assim como nós, a entrevista tornou-se fluída e possibilitou ampliar os olhares acerca da temática. A concepção sobre as ações da instituição em contexto pandêmico, afirmou:

Eu cheguei na mudança lá. Foi muito louco, mas ao mesmo tempo bem enriquecedor, porque eu vi esta ponte se abrindo e dizendo “é um novo tempo agora”. Um tempo difícil porque a gente colocou um projeto em caráter emergencial e a gente precisa entender o que é a emergência de cada artista. A gente sabe de fato que tem pessoas que vivem da profissão, e deveria ser né, o nosso subsídio realmente. (SPINELLI, 2021).

O projeto ao qual a entrevistada se refere é o #CulturaemRedeSescPE, um dos primeiros projetos desenvolvido pelo Sesc com o objetivo de incentivar a produção artística local nas plataformas digitais. Ao todo foram mais de mil projetos inscritos, oriundos de todo o estado, sendo entre esses 161 trabalhos contemplados; as ações foram veiculadas nas redes sociais do SESC em Pernambuco e dos próprios artistas.

Dentro deste projeto, foi muito interessante porque as linguagens de circo, teatro e dança, que são as linguagens de cênicas, elas foram contempladas, e aí realmente abriu para lives, podcasts, linguagem de pesquisa. Percebo que no tempo de pandemia dentro do SESC teve realmente esse lugar de chegar perto do artista que estava em casa sem receber [...] (SPINELLI, 2021).

Durante a pandemia da COVID-19, tiveram outras ações do SESC-PE para o setor cultural como, por exemplo: lives promovendo debates sobre os cursos do SESC e outras temáticas culturais, cursos e oficinas culturais no formato remoto, o projeto Terça com Poesia, exibição de documentários no YouTube, a IV mostra SESC de Cinema, exibição de espetáculos teatrais online, entre outros. O SESC Pernambuco ainda realizou um projeto voltado ao turismo, chamado “Viaje Conosco”, que ocorreu

no mês de maio e julho de 2021, neste período alguns estabelecimentos estavam abrindo para o público.

Sobre o âmbito nacional, Spinelli compartilha que o SESC possui o Departamento Nacional, chamado, geralmente, de DN. Esse Departamento estabelece diálogos com os setores regionais, como, por exemplo, o SESC-PE e dentro dele o Santo Amaro, Casa Amarela, entre outros; quando existe um projeto maior, como é o Palco Giratório, o DN fica responsável por distribuir os espetáculos de todo o país em cada cidade. O Palco Giratório de 2021 ocorreu nos meses de setembro e outubro, exclusivamente em ambiente digital; a edição abarcou, também, o ano de 2020, uma vez que não aconteceu devido à pandemia. Por este motivo, o projeto recebe o título de Palco Giratório 2020/21.

Ao ser questionada sobre a comunicação dos projetos do SESC com as comunidades da cidade, a entrevistada apontou a dificuldade da formação de público no setor cultural, e também para os obstáculos da divulgação, “porque os projetos não chegam a todos?”. Na sua vivência dentro do setor de gestão cultural do SESC Santo Amaro, Spinelli compartilha que em 2020 a edição do Transborda, não ocorreu devido à COVID-19, se propunha a estabelecer fortemente o contato com as comunidades, em especial a Campo Santo:

[...] uma forma dessas pessoas chegarem até nós, é a gente chegar até elas. Porque a gente não tem como conhecer o que essas pessoas querem, quais são os gostos, qual é o olhar, se a gente só esperar que elas cheguem até a instituição. E também entender a linguagem do lugar, dos interiores, das comunidades. O que está sendo feito nessas comunidades? O que pode agregar? Bora colocar oficinas... Já tá se fazendo muito, né?! Mas precisa mais. Precisa adentrar mais, e conviver lá dentro também. Que a representatividade não esteja em uma só função, mas em todas. Precisa ser uma ocupação real. (SPINELLI. 2021).

É de extrema importância que projetos sejam desenvolvidos, em específico, às comunidades, a fim de colocá-las no protagonismo da ação. Esta movimentação auxilia também na formação de público e no estímulo à criação e à apreciação cultural, potencializando, conseqüentemente, o turismo cultural.

Para entender as adaptações e ações das instituições culturais durante a pandemia, como é o caso do SESC-SP, iniciamos o trabalho com uma observação direta, caracterizada por ser uma técnica de coleta de dados, que tem por objetivo, compreender determinados aspectos da realidade. É importante salientar que a

observação direta não consiste apenas em ver e ouvir, mas também em examinar fatos ou fenômenos estudados (MARCONI *et al.* 2003. p.190).

Por meio da observação direta, foi possível analisar as ações realizadas pelo SESC-SP para continuar levando suas apresentações e eventos culturais ao público mesmo em meio à pandemia. Eles utilizaram a plataforma do Instagram como meio de divulgação de suas artes e exibiram seus eventos no Youtube, como é o exemplo do #EmCasaComSesc. Dentre as exposições tiveram apresentações musicais, teatrais e de dança. Além de uma programação voltada às crianças. Por meio de suas plataformas digitais (Instagram e Youtube), o SESC tem o alcance de mais de 318 mil seguidores. E, desta forma, mantém estímulos, dando vida, fomentando a cultura e exibindo suas programações.

Figura 1: Agenda SESC em casa

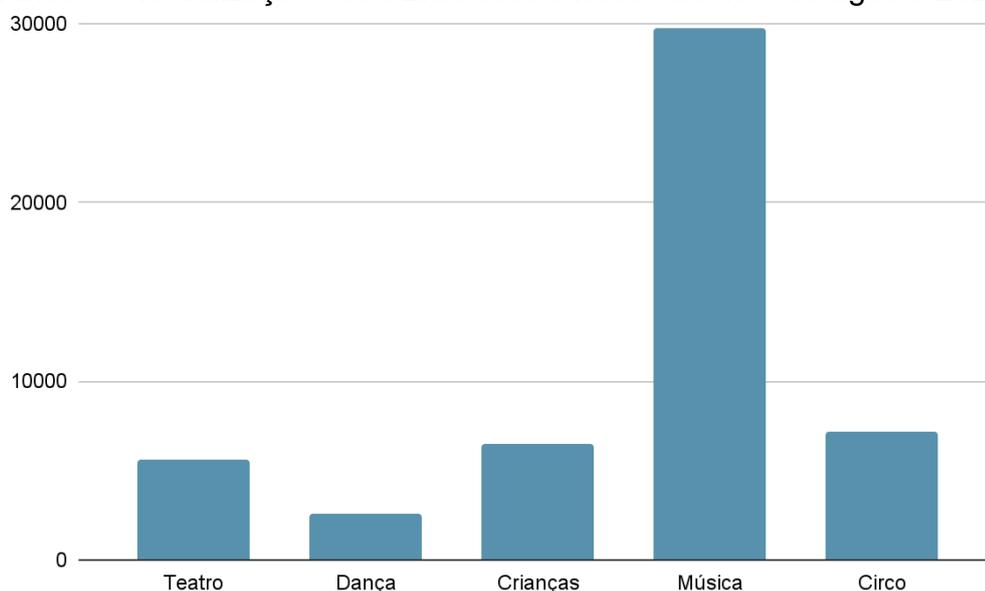


Fonte: Instagram @sescaovivo (2021)

Através da observação das ações do SESC, tanto no eixo RJ-SP como na cidade do Recife, notamos que, apesar das dificuldades e impedimentos, é sim possível desenvolver políticas voltadas ao crescimento e ao fomento das artes, principalmente as artes cênicas, que por sua vez foram impossibilitadas de serem realizadas devido à pandemia do coronavírus e as restrições adotadas como prevenção ao contágio.

É possível observar a seguir (Gráfico 1) que há, sim, uma demanda por parte dos espectadores por ações culturais no formato online. Analisando apenas o YouTube, durante o mês de agosto de 2021, notamos o alto nível de visualizações nas programações. As atrações musicais contaram com 29.793 mil acessos em apenas 07 dias do mês observado; enquanto os trabalhos infantis ocuparam apenas 03 dias do mês citado, e conquistaram o total de 6.486 mil views. Os números seguem altos nas demais categorias, como, por exemplo, as atrações de circo com 7.211mil acessos, os grupos de dança, em 05 dias, somam 2.588 mil visualizações. Isso tudo sem mencionar as atrações teatrais, integrantes do segmento explorado neste trabalho. O teatro ocupou 06 dias, do mês de agosto/2021, no #EmCasaComSesc, somando, até o momento desta análise, ou seja, setembro de 2021, 5.625 mil views em seus trabalhos.

Gráfico 1 - Visualizações do #EmCasaComSesc no mês de agosto 2021



Fonte: Os autores (2021)

O número de acessos dos espectadores é bastante expressivo, como pôde ser visto no gráfico acima. Em apenas em 06 dias as atrações teatrais, o projeto conta com mais de 5 mil visualizações no total, o que seria impossível se estes mesmos espetáculos fossem apresentados no Teatro Luiz Mendonça, localizado no bairro recifense de Boa Viagem, por exemplo. Já que o espaço conta apenas com 578 lugares, ainda que estivesse lotado nos 06 dias de apresentações, o número total de público atingido seria bem abaixo do conquistado pela ação analisada.

O que pretende-se com esta análise é apresentar possibilidades de se trabalhar com a cultura, ainda que de modo remoto, entendendo, com certeza, as facilidades que a internet e o meio virtual apresentam quando pensamos no acesso do público; uma vez que qualquer pessoa, no mundo inteiro, pode acessar as ações realizadas neste formato, o que também é do nosso interesse pontuar, pois realizar um festival de teatro online, com foco nas comunidades do Recife, pode chegar em turistas do mundo inteiro que, possivelmente, se interessem em visitar a localidade e entrar em contato com o turismo cultural de forma presencial.

4.2 Análise das políticas públicas para a cultura na cidade do Recife

O FETEAG - Festival de Teatro do Agreste - promoveu, no mês de abril de 2021, a sua primeira edição digital em seus 39 anos de existência no modelo presencial. O Festival também precisou adaptar suas atividades devido à pandemia. No evento, suas ações, na edição online, contaram com uma mostra de cenas curtas, composta exclusivamente por artistas das seguintes cidades: Caruaru, Petrolina, Olinda e Recife. Além de possuir residência artística e uma mostra dos resultados alcançados na finalização. Por meio desta ação do FETEAG, observamos as diversas possibilidades de trabalhar com as localidades, através de um festival online, o que nos aproxima do nosso objetivo: propor um festival de teatro online com foco nas comunidades, e tenha como protagonistas seus moradores. Não faltam potencialidades cultural e turística, da cidade do Recife, a serem exploradas!

Figura 2: Programação FETEAG Digital



Fonte: Site oficial FETEAG (2021)

Apesar dos exemplos positivos de ações culturais, realizadas no meio virtual, a Prefeitura do Recife e o Governo de Pernambuco não desenvolveram políticas públicas aos profissionais da cultura durante a pandemia. Como consequência desta falta de incentivo, muitos trabalhadores foram impedidos de exercer suas profissões; culminando na falta de produção na cultura local, e no agravamento da situação financeira dos artistas. Alguns protestos aconteceram na cidade do Recife, por parte dessas categorias dos setores de eventos e culturais. Os trabalhadores/as e os empresários/as exigiam que medidas fossem tomadas por parte das autoridades responsáveis.

Figura 3 - Protesto Profissionais do setor de eventos protestam no Recife



Fonte: Júlio Gomes/Leia Já! imagens (2020)

Apenas no fim de 2020, a Lei Federal intitulada Lei Aldir Blanc de nº 14.017 foi implementada em todo o território nacional, disponibilizando auxílio aos trabalhadores culturais e realizando editais de incentivo à cultura, ou seja, somente após longos meses de pandemia houve uma ação pensada diretamente para essa categoria. Vale salientar, graças à pressão da comunidade artística, em todo território nacional.

Na primeira metade de 2021, o governador de Pernambuco, Paulo Câmara, e algumas prefeituras do Estado, anunciaram auxílios aos artistas vinculados às festas do carnaval e, posteriormente, outras a exemplo do São João, pois tais festividades não puderam acontecer devido ao coronavírus. Ainda com essas ações governamentais, promovidas tardiamente, destacamos a necessidade de ações e políticas públicas mais concretas, voltadas à realização, à manutenção e à divulgação dos nossos produtos culturais.

Analisando o site oficial da Prefeitura da Cidade, notamos a falta de conteúdo e material pensado e destinado ao turismo cultural. No “Manual aos Guias de Turismo” desenvolvido, em junho de 2017, pela Secretaria de Turismo e Lazer da cidade, não há em nenhum roteiro, tampouco atração teatral. Realizamos, aqui, um recorte para o segmento deste trabalho, ainda que alguns dos roteiros sejam em espaços ocupados por diversos edifícios teatrais, nenhum deles soma em seu arsenal a ideia de visitar o teatro, para que através da visita guiada proporcionasse no/a turista o interesse em assistir a algum espetáculo. No roteiro “Bairro do Recife”, bairro no qual estão o Teatro Hermilo Borba Filho, o Teatro Apolo e o Espaço Cênicas, nenhum desses é citado como possibilidade. No “Rua da Aurora”, onde mais uma vez nenhum espaço teatral foi citado, existe o Teatro Arraial Ariano Suassuna, por exemplo.

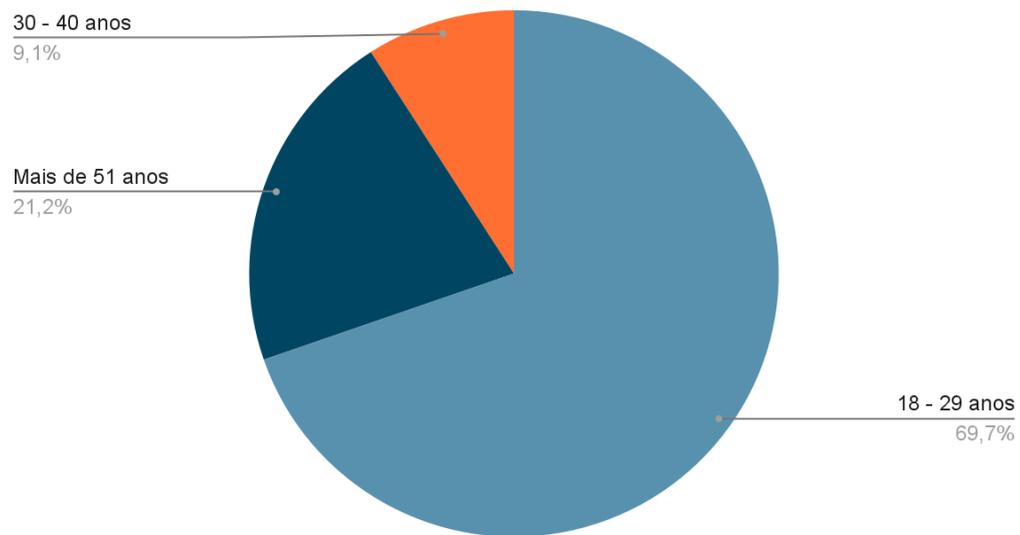
Se a realidade é bastante complicada para espaços teatrais (físicos) hegemônicos, como os citados acima, a situação se agrava quando se pensa na realidade das políticas públicas e ações culturais voltadas às comunidades, principalmente em contexto pandêmico.

4.3 Questionário sobre interesses dos moradores do Recife acerca de ações culturais

Pensar em um projeto que tem como um dos focos centrais a participação das comunidades da cidade, é um caminho delicado, não podemos abordar estes espaços e pessoas como meros objetos de pesquisa e/ou depósito de expectativa, é necessário, antes de tudo, entender quais os desejos desses grupos quanto ao turismo cultural. Para isso, foi aplicado um questionário² com 13 perguntas, para moradores do Recife, a fim de entender qual a relação destes com a cultura na cidade. A escolha da amostra para pesquisa foi aleatória, não houve um grupo pré-selecionado, o questionário foi aplicado à comunidade recifense no geral. A participação da população na pesquisa foi pouca, quando se compara com a quantidade de habitantes existentes na cidade. Percebemos que o desestímulo da população em trabalhos de cunho cultural se faz presente tanto na quantidade de pessoas participantes, quanto nas respostas do questionário, é possível notar a necessidade de um trabalho de formação de público e estímulo à cultura.

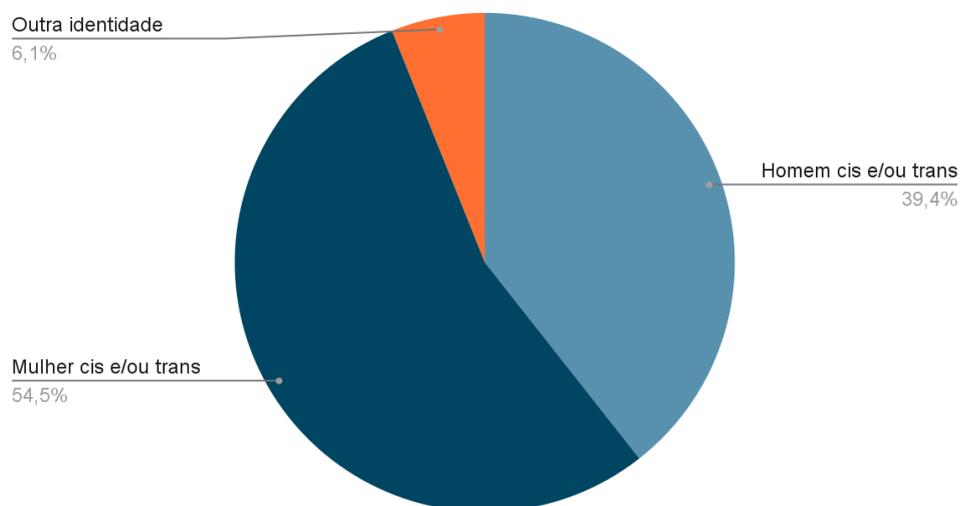
É possível analisar, por meio das respostas obtidas no questionário, o perfil da população e seus interesses. No que diz respeito à faixa etária dos/as participantes, a grande maioria (69,7%) possui dos 18 aos 29 anos, em seguida, somaram 21,2%, os/as participantes que possuem mais de 51 anos. A menor parte dos/as participantes (9,1%) possuem entre 30 e 40 anos. Os números nos apontam uma grande participação dos jovens adultos dispostos a contribuir e refletir sobre o setor cultural dentro da cidade do Recife. A faixa etária que ocupa o primeiro lugar é um ótimo público para se trabalhar à formação de público e a inserção no setor cultural, uma vez que é, neste momento, no qual rotinas e práticas cotidianas são repensadas mais criticamente, podendo, a partir daí, incentivar a criação e apreciação de atrativos e manifestações culturais.

²Questionário completo no Apêndice B e C.

Gráfico 2 - Qual sua faixa etária?

Fonte: Os autores (2021)

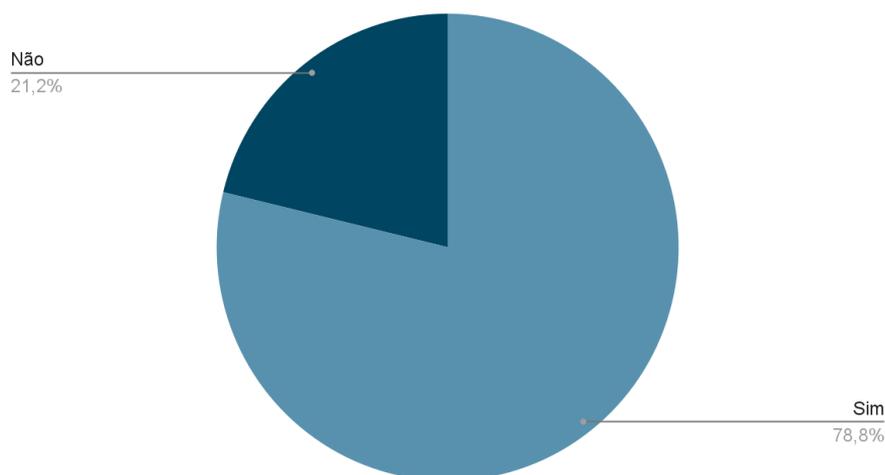
O público feminino se faz presente com bastante força nesta pesquisa, somando 54,5%, as mulheres cis e/ou trans ocupam o primeiro lugar nesta sondagem. Em seguida, os homens cis e/ou trans, atingem 39,4%, deixando em terceiro lugar (6,1%) as pessoas que se definem com outras identidades de gênero.

Gráfico 3 - Identidade de gênero

Fonte: Os autores (2021)

Ao indagarmos sobre o local de residência dos participantes, a grande maioria, apontando 78,8%, afirmou ser morador/a da cidade do Recife, enquanto 21,2% residem em outros municípios do Estado de Pernambuco. Esse dado é de extrema importância, uma vez ter este TCC a finalidade de propor um festival de teatro online, promovendo turística e culturalmente as comunidades da cidade do Recife. Dentre os residentes locais, percebemos ter havido participação de uma grande quantidade de bairros e localidades, abrangendo desde a zona norte (Arruda, Torre, San Martin etc.) à zona oeste (Várzea, Engenho do Meio, Coqueiral, etc.) do Recife.

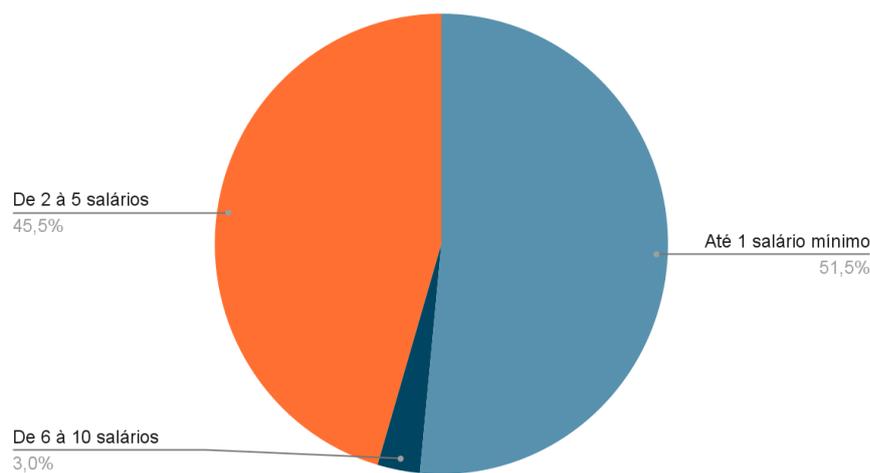
Gráfico 4 - Você é morador/a de Recife/RMR?



Fonte: Os autores (2021)

Outra dimensão que pudemos perceber, por meio da pesquisa, diz respeito à faixa salarial destes/as participantes. A maioria, com um pouco mais da metade da porcentagem (51,5%), afirmou receber até ou apenas um salário mínimo, 45,5% de dois a cinco salários mínimos, e apenas 3% de seis a dez salários mínimos. Essa informação é valiosa, principalmente se considerarmos as localidades apresentadas anteriormente. É possível notar que estamos trabalhando com um grupo de pessoas que não fazem parte da elite econômica recifense, sendo assim, ter um projeto que estimule a economia financeira e cultural da localidade é uma ação, em nossa concepção, assertiva.

Gráfico 5 - Faixa Salarial

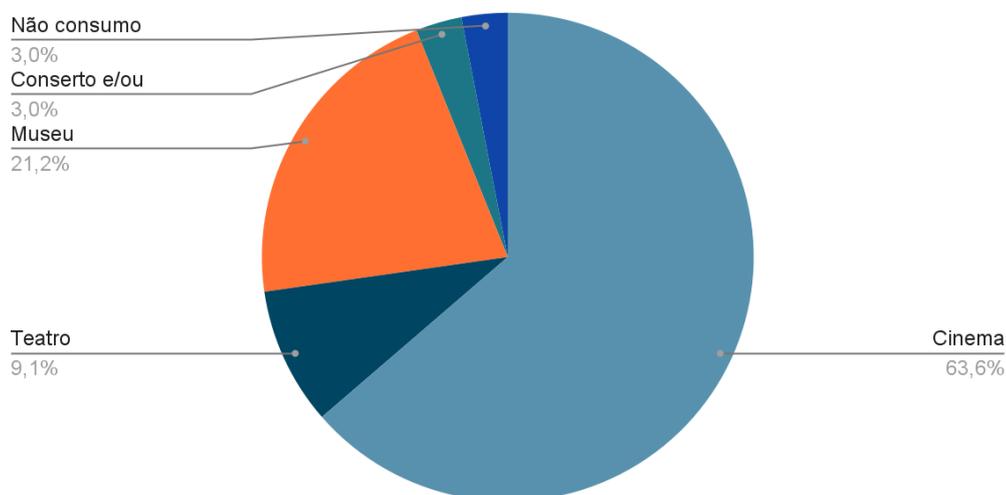


Fonte: Os autores (2021)

Buscando entender se há consumo de obras e ações culturais por parte das comunidades, questionamos sobre qual segmento artístico os/as participantes mais costumam consumir atrativos culturais, caso consumam. Não surpreendentemente, o cinema atingiu a primeira posição com a grande maioria da porcentagem, somando 63,6% das escolhas, seguido pelas visitas aos museus (21,2%). Apenas em terceiro lugar, com somente 9,1%, localizamos a citação ao teatro. Há diversos fatores para o cinema ocupar, avassaladoramente, o primeiro lugar, dentre eles podemos citar a falta de incentivo e políticas públicas as outras áreas artísticas que não o audiovisual. No Funcultura, um dos principais mecanismo de fomento e difusão da produção cultural no estado de Pernambuco, apenas o audiovisual possui dois editais exclusivos, que no ano de 2021 já estão nas suas 14^o e 15^o edições. A música também possui um edital próprio, mas chegou bem depois do audiovisual, promovendo a sua 5^o edição. As dimensões artísticas precisam concorrer no edital geral, o qual abarca todas as linguagens artísticas.

Além de citar a falta de políticas públicas e incentivo, é muito importante mencionar a dificuldade de realizar uma formação de público para o teatro. A arte teatral, por muitos anos, foi tida como arte da e para a elite, e no ano de 2021, as comunidades não se sentem pertencentes ao teatro, tanto enquanto expressão artística, como nos espaços físicos. É preciso que ações direcionadas a outros públicos (moradores de comunidades e periferias, que não frequentam teatro) sejam produzidas, para que assim, as pessoas possam se apropriar da arte e da possibilidade de estar presente, pertencer. É, também, modificar as estruturas que já estamos condicionados/as.

Gráfico 6 - Costuma consumir atrativos culturais? Qual?



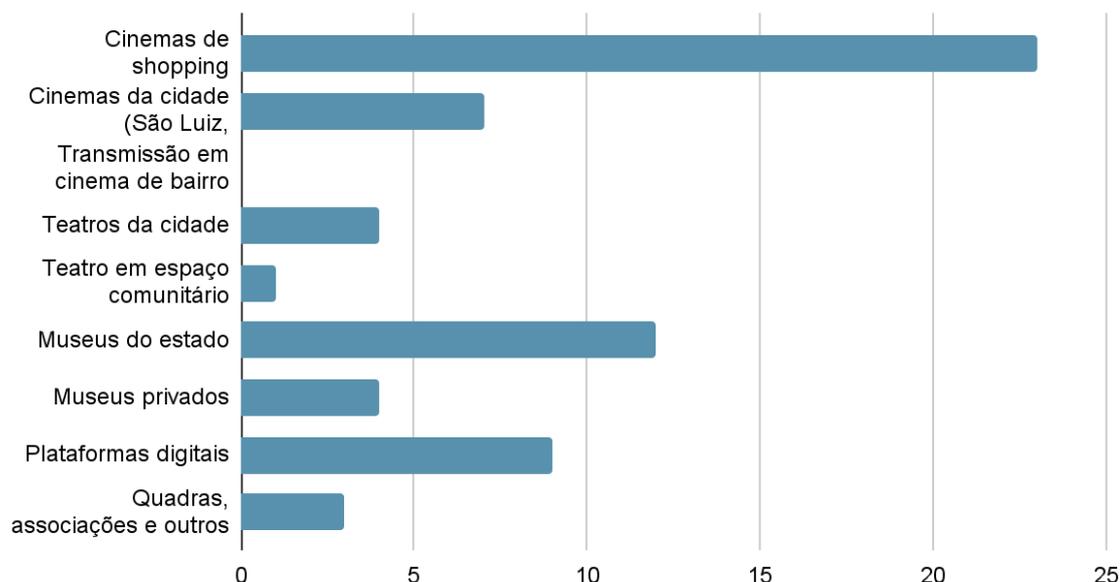
Fonte: Os autores (2021)

Ao serem questionados/as sobre quais locais físicos mais consumiam os atrativos citados anteriormente, o cinema dos shoppings foi o que dominou as respostas, com mais da metade dos entrevistados. A associação do shopping como espaço de lazer, se dá principalmente devido ao imaginário capitalista que rege nossas ações e escolhas, uma vez que somos seres criados e moldados neste contexto. Vale também citar a presença da indústria cultural no que diz respeito às escolhas da sociedade. A cultura de massa é uma das principais ferramentas utilizadas para subverter os possíveis pensamentos críticos e autônomos que possam surgir por parte da sociedade. No cinema, a indústria cultural opera fortemente, uma vez que esse formato propõe que o espectador se distancie da realidade e aprecie algo que não as questões sociais, e reais do seu contexto:

[...] não há tempo, para a intuição e o sentimento das coisas, nem para o exame lógico delas: a tônica consiste apenas em mostrar, indicar, constatar. Não há revelação, apenas constatação, e ainda assim uma constatação superficial — o que funciona como mola para a alienação. O que interessa não é sentir, intuir ou argumentar, propriedades da consciência icônica e simbólica; apenas, operar. (COELHO, 1980, p. 30).

Cada vez mais, fica nítida a importância em se promover arte libertadora, como afirma BOAL (2008): um teatro político que possa emancipar a sociedade, promovendo autonomia, pensamento crítico e desenvolvimento nas mais diversas áreas, e não apenas operar, como destaca COELHO (1980).

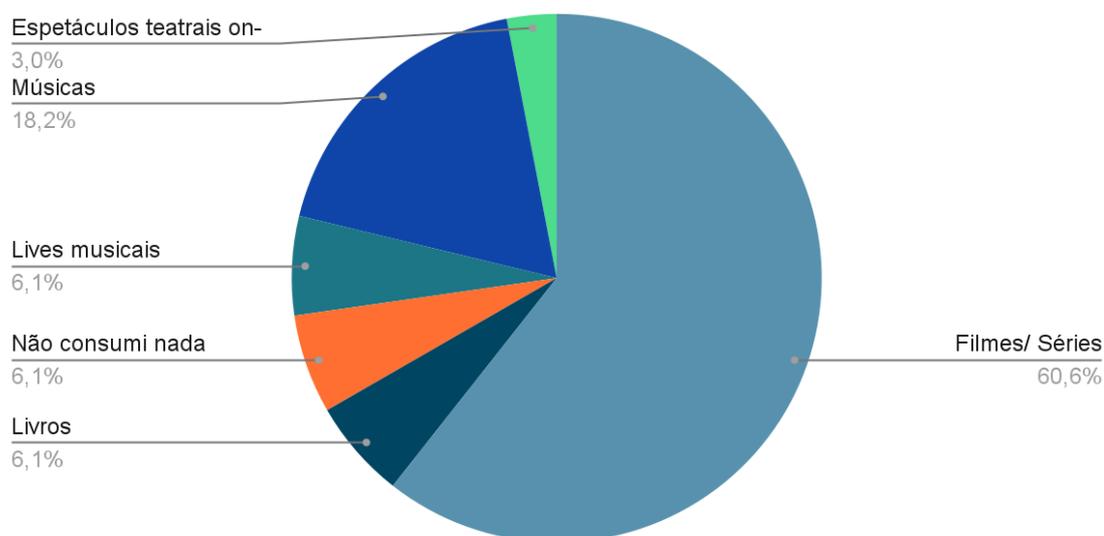
Gráfico 7 - Quais locais você costuma consumir os produtos culturais?



Fonte: Os autores (2021)

Na pesquisa, percebemos que no que diz respeito ao consumo dos produtos artísticos, durante a pandemia de COVID-19, o audiovisual continua liderando o consumo dos respondentes, principalmente devido ao aumento de serviços de streaming (Netflix, HBO Max, Disney Plus, Globo Play etc). O teatro sofreu com a necessidade de adaptação para o universo virtual, mas houve diversas ações e experimentos no formato digital. Todavia, apenas 3% dos/as participantes consumiram espetáculos e/ou experimentos teatrais no formato remoto. O que nos faz questionar como está sendo feita a divulgação desses projetos? Constitui-se em problema de divulgação ou de formação de público? Faz-se necessário refletir sobre estas questões, uma vez que tal problemática exista para além da realidade pandêmica. É preciso estabelecer e fomentar outras relações do teatro para com a comunidade da cidade do Recife. Estimular a criação e a apreciação de projetos teatrais, pode ser um bom caminho a ser trilhado em busca de maior conscientização, empoderamento e liberdade.

Gráfico 8 - Durante a pandemia, qual expressão artística você mais consumiu?



Fonte: Os autores (2021)

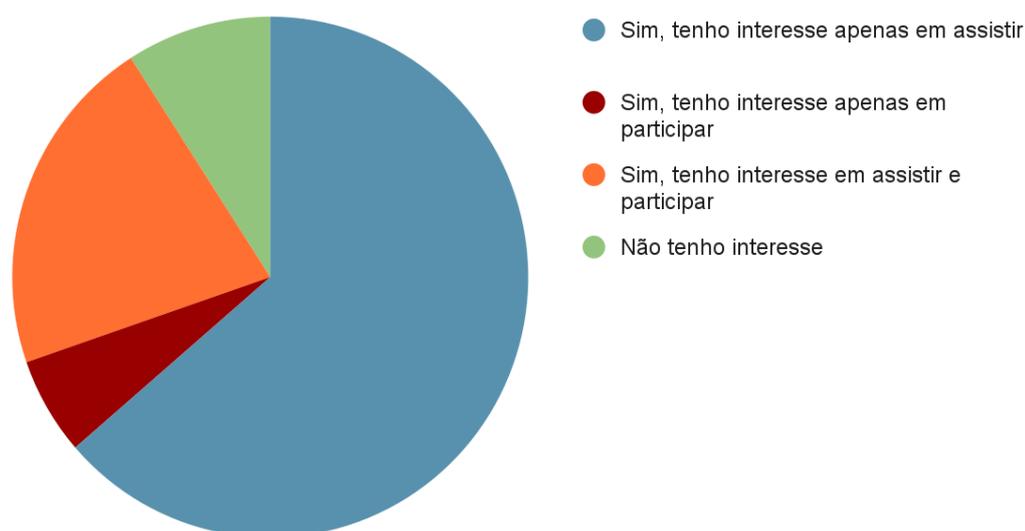
Com pouca diferença, 57,6% das pessoas afirmaram conhecer artistas nos seus respectivos bairros, em contrapartida, 42,4% não conhecem nenhum grupo ou artista individual. Dos que conhecem algum/a artista, dança e música são os segmentos mais citados, um/a artista de teatro também surge como resposta. O que nos chamou atenção, com bastante surpresa, foi a presença de alguém conhecedor, no seu bairro, um grupo e/ou pessoa atuante com teatro de mamulengo; é riquíssimo ter emergido tal notícia, pois trata-se de área quase invisível aos olhos da sociedade. Por outro lado, é triste por ser um número tão pequeno quando comparado aos demais.

A fim de elaborar as perguntas para o trabalho proposto neste estudo, questionamos sobre o interesse dos/as participantes de fazer parte de um festival de teatro no formato online. Para a nossa felicidade, a grande maioria afirmou ter interesse em participar do evento, sendo 63,3% das pessoas interessadas apenas em assistir o festival, 21,2% interessadas em assistir e participar, 6,1% apenas em participar, e por fim, somando 9,1%, estão as pessoas que não desejam nem participar nem assistir.

Sendo assim, percebemos que ainda que, dentre os participantes, muitos não consomem atrações teatrais, presencial ou remotamente, a grande maioria tem interesse em participar, seja na produção do evento ou apenas como espectadores. Este dado é de grande valor, pois demarca o interesse da comunidade recifense de

sediar e de promover um festival de teatro online. E com um trabalho de formação de público e divulgação, as pessoas que demonstraram desinteresse podem mudar de ideia e integrar à realização do evento. Os participantes acreditam ser as apresentações culturais em formato online: boa (48,5%) e ótima (39,4%) iniciativa, tiveram ainda aqueles que acham que é uma ação mediana (12,1%), no sentido qualitativo.

Gráfico 9 - Tem interesse em participar de festival online?

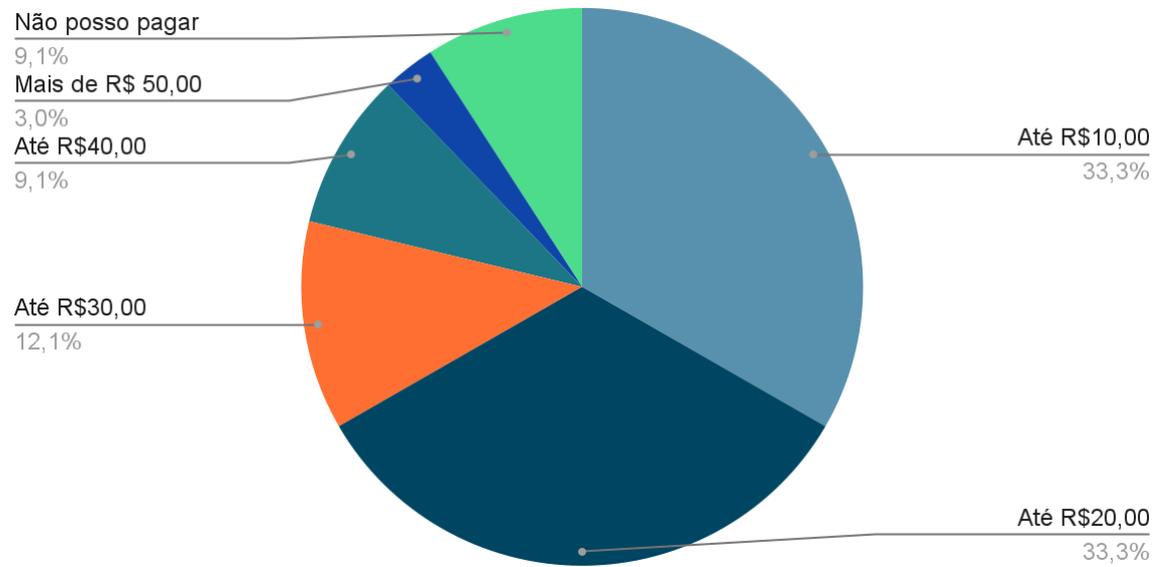


Fonte: Os autores (2021)

Por fim, indagamos sobre a possibilidade da aquisição de ingressos para o festival, e com base nas respostas, a grande maioria pode pagar algum valor: em primeiro lugar até R\$10 e segunda posição aos que pagariam R\$ 20, respectivamente. Apenas 9,1% das pessoas afirmaram não poder pagar nenhum valor na aquisição de ingressos.

O projeto, a priori, não propõe venda de ingressos, uma vez que o objetivo é a participação da população como um todo, principalmente de moradores/as das comunidades. Porém, caso haja mais de uma edição da realização do projeto, ou por necessidade ainda na primeira execução, pode-se trabalhar com a venda de ingressos com valores simbólicos, a partir dos dados coletados e apresentados no gráfico 10.

Gráfico 10 - Qual valor você pode pagar em um ingresso para o festival?



Fonte: Os autores (2021)

CAPÍTULO 5

PLANEJANDO O FESTIVAL

Como afirmamos anteriormente, o presente Trabalho de Conclusão de Curso tem como objetivo propor um festival de teatro online, com o intuito de auxiliar no desenvolvimento do turismo cultural recifense. A proposta é que o festival seja protagonizado por comunidades da cidade do Recife, a fim de potencializar a localidade e os moradores em diversas instâncias, principalmente econômica, social, política e cultural.

Como já citado, estimula-se que a realização do festival seja de forma online, por meio de plataformas digitais, por exemplo, o Instagram, o Google Meet e o YouTube.

A proposta é que o Festival ocorra em dois finais de semana, com diversas apresentações teatrais protagonizadas por moradores/as das comunidades que possuam potencialidades turística e cultural. Esta preparação será feita por meio de atividades de formação e mediação teatral com os/as residentes, antes da realização final do festival.

Com o intuito de formar e estimular uma criação cênica própria da comunidade, a sugestão é que arte-educadores ministrem oficinas, baseadas no teatro do oprimido de Boal, com as pessoas interessadas em fazer parte do evento. Almeja-se que os arte-educadores envolvidos neste processo, também, sejam residentes da comunidade em questão. Ou seja, além de existir o festival online como produto final, as ações para esse momento iniciam anteriormente.

Sugerimos que as inscrições dos/as moradores interessados em participar das apresentações cênicas sejam feitas através de formulário disponibilizado no site oficial da Prefeitura do Recife da Cidade do Recife, e que o mesmo seja divulgado nas redes sociais da Prefeitura e do próprio festival. Os/as interessados devem preencher o formulário e estar disponíveis no momento da oficina e da apresentação final no festival. Não haverá seleção, os primeiros 30 inscritos poderão participar, sendo divididos em 3 turmas de 10 integrantes, desde que compareçam aos encontros destinados às oficinas. Ainda que o projeto não tenha parceria e incentivo direto da Prefeitura, almeja-se a utilização de seus canais de comunicação, como, por exemplo, o site cultura.pe.gov.br, para a divulgação do formulário e outras ações.

Além da inscrição para a oficina, também haverá uma chamada pública convidando os residentes das comunidades que possuam trabalhos artísticos (teatrais) e desejem participar do Festival. O projeto pode, em um primeiro momento, iniciar as atividades em comunidades que possuem uma forte presença de manifestações artísticas como: Alto José do Pinho, Morro da Conceição e a Várzea.

5.1 Programação do festival

³Propõe-se que o festival seja realizado em 02 (dois) finais de semana, para que possa, em 04 (quatro) dias distribuir as apresentações e trabalhá-las com foco e precisão. As atrações do festival serão divididas entre resultado das oficinas ofertadas e apresentações de artistas da comunidade que já possuam trabalhos.

Tabela - 1 Programação

DIA 01 / Sábado	
Horário	Atração
14h	Abertura Oficial:
	1 - Mesa de conversa. Tema: Importância da arte nas comunidades do Recife. Membros: Arte-educadores/as que ministraram as oficinas. 2 - Circuito de poesia/slam 2.1. 2 Artistas da comunidade 1; 2.2. 2 Artistas da comunidade 2; 2.3. 2 Artistas da comunidade 3;
16h	Espetáculo Cênico resultado da oficina com moradores da comunidade 1;
17h	Roda de conversa sobre o espetáculo cênico dos/as artistas da comunidade 1;
DIA 02 / Domingo	
Horário	Atração
15h	Espetáculo Cênico Infantil resultado da oficina com crianças moradores da comunidade 2;

³A escolha das comunidades que ocuparão a programação se dará por meio das demandas que surgirão a partir das inscrições. Sendo assim, nesta proposta de programação utilizaremos como exemplo os termos: comunidade 1, comunidade 2 etc.

16h	Roda de conversa sobre o espetáculo cênico dos/as artistas da comunidade 2;
19h	Performances: 1. Artista da Comunidade 2; 2. Artista da Comunidade 1; 3. Artista da Comunidade 3; 4. Artista da chamada pública;
20h	Apresentação Musical: 1. Artista(s) ou banda(s) selecionado/a através da chamada pública;
DIA 03 / Sábado	
Horário	Atração
16h	Mostra de cenas curtas desenvolvidas na oficina ministrada para a comunidade 3.
17h	Roda de diálogo sobre as cenas curtas apresentadas pelos/as artistas da comunidade 3;
DIA 04 / Domingo	
Horário	Atração
16h	Mostra de 04 (quatro) cenas curtas inscritas por artistas das comunidades;
18h	Mostra de 01 (um) espetáculo teatral inscrito por artistas das comunidades;
20h	Finalização: - Compartilhamento de mídias gravadas nas oficinas; - Pronunciamento final das organizadoras; - Imagens das comunidades e possíveis pontos turísticos;

Fonte: Os autores (2021)

5.2 Profissionais

Para a realização do festival, será necessária a contratação de uma equipe composta por profissionais capacitados e dispostos a contribuir positivamente na pré-produção e pós-produção de todo o evento. Esta equipe contará com 2 (dois/duas) turismólogos/as, responsável por acompanhar e analisar as possibilidades turísticas nas comunidades participantes, além de pensar estratégias que auxiliem no objetivo central do projeto, o desenvolvimento do turismo cultural; 1 (um/a) produtor/a cultural, responsável pela organização do festival em todas as etapas, este/a profissional estará junto ao/à turismólogo/a no contato com as comunidades e na realização das

estratégias de ação; 2 (dois/duas) mediadores/as culturais, profissionais que cuidarão das apresentações do evento, e do contato dos artistas com o público; 1 (um/a) designer gráfico com a função de confeccionar todas as artes de divulgação do festival; 1 (um/a) empresa de captação de audiovisual que fará a gravação dos espetáculos possibilitando a veiculação no YouTube durante a programação; 3 (três) arte-educadores para ministrar as oficinas teatrais com as comunidades; 1 (um/a) técnico/a em informática a fim de suprir todas as especificidades das lives, criação de sites, entre outros; uma média de 30 (trinta) artistas que se apresentarão durante os quatro dias do festival de teatro online; 1 (um/a) social media responsável pela comunicação e divulgação do festival nas redes sociais. No total, o projeto contará com 41 (quarenta e um) empregos diretos, número que pode variar dependendo da quantidade de artistas que aceitem participar.

5.3 Recursos Físicos

O Festival de Teatro acontecerá de forma online, devido à pandemia da COVID-19. Por este motivo, os recursos físicos necessários serão as comunidades participantes do evento, espaços que, possivelmente, servirão de cenário à criação cênica fruto da oficina a ser ofertada anteriormente. Vale salientar que as oficinas ocorrerão de forma remota, apenas a criação cênica, se necessário, ocorrerá de forma presencial, respeitando os protocolos sanitários estabelecidos pela OMS e pelo governo do estado. Como o foco do Festival são as próprias comunidades, nenhum lugar físico será utilizado, apenas o meio virtual.

5.4 Recursos Materiais

Possibilitando a realização do evento, no quesito dos recursos materiais, será necessário notebooks e outros equipamentos tecnológicos que auxiliem a transmissão da programação oficial e das mídias de divulgação; além disso, também serão utilizados equipamentos de filmagem, para a captação dos espetáculos cênicos no formato audiovisual; figurinos/ cenários e iluminação de acordo com a necessidade de cada produto artístico.

5.5 Orçamento

Tabela 2 - Orçamento Humanos

CARGO	QUANTIDADE	VALOR UNITÁRIO	TEMPO	TOTAL
Turismólogo/a	2	R\$ 2.350	02 meses	R\$ 9.400
Produtor/a Cultural	1	R\$ 2.500	02 meses	R\$ 5.000
Mediador/a Cultural	2	R\$ 2.000	01 mês	R\$ 4.000
Designer Gráfico	1	R\$ 1.891	02 meses	R\$ 3.782
Produtora audiovisual	1	R\$ 1.200	02 meses	R\$ 2.400
Arte-educadores	3	R\$ 2.058	02 meses	R\$ 4.116
T. I	1	R\$ 1.634	02 meses	R\$ 3.268
Artistas	30	R\$ 2.312	01 mês	R\$ 69.360
Social Media	1	R\$1.350	02 meses	R\$ 2.700
TOTAL				R\$ 104.026

Fonte: Os autores (2021)

Tabela - 3 Orçamento Recursos Materiais

MATERIAL	QUANTIDADE	VALOR UNITÁRIO	VALOR TOTAL
Aluguel de equipamentos de filmagem	1(2 meses)	R\$ 1.200	R\$ 2.400
Aluguel e produção de figurinos	1	R\$ 6.000	R\$ 6.000
Aluguel e produção de cenários	1	R\$ 3.050	R\$ 3.050
Aluguel de equipamentos de som	1	R\$4.000	R\$ 4.000
TOTAL			R\$ 15.450

Fonte: Os autores (2021)

Tabela 4 - Valor total do projeto

Recursos Materiais	R\$ 99.326
Orçamento para os profissionais envolvidos	R\$ 15.450
TOTAL	R\$ 119.476

Fonte: Os autores (2021)⁴

⁴Não houve cálculos relacionados à tributação.

CAPÍTULO 6

MONTANDO AS ESTRATÉGIAS DE AÇÃO

Para tornar possível a realização do festival online de teatro, proposto neste trabalho, é indicado que se estabeleçam parcerias com a Secretaria de Turismo, Esportes e Lazer da cidade e/ou com a Secretaria de Cultura, ambas pertencentes à Prefeitura do Recife. Além de ambas as secretarias é de extrema importância tentar apoio com outras instituições governamentais oficiais que se mostrarem disponíveis e interessadas na proposta. Não descartamos a iniciativa privada, cujos investimentos em arte são deduzidos em impostos.

As comunidades participantes devem ter presença significativa nas tomadas de decisões e acompanhamento das ações que serão realizadas, sendo assim, as associações de moradores, ONG, coletivos culturais e outras instituições, com ou sem fins lucrativos, poderão somar no que diz respeito à arrecadação dos recursos necessários à realização do evento.

As marcas e/ou instituições das comunidades participantes ou da cidade do município do Recife como um todo que participarem, estarão auxiliando diretamente o desenvolvimento econômico, social e cultural das localidades, e também irão ter suas marcas divulgadas durante todo o evento, para que assim todas as entidades envolvidas no festival possam crescer e se desenvolver como um conjunto.

Caso a Prefeitura do Recife e suas respectivas secretarias não demonstrarem interesse pelo projeto, propomos que o festival seja submetido em editais de fomento e incentivo à cultura, como é o exemplo do Funcultura, da Lei Aldir Blanc, editais da Fundarpe, entre outros. Ainda que a maior parte do financiamento seja constituída por meio de editais de cultura, é interessante que se criem parcerias com marcas/instituições e comércio das comunidades participantes, para que haja, como já citado, um desenvolvimento da localidade em diversos aspectos.

A priori o projeto não prevê venda de ingressos devido aos nossos objetivos. Almejamos, com este festival, o máximo de pessoas possível tendo acesso às manifestações culturais de comunidades do Grande Recife, assim como também que os próprios residentes das comunidades possam ter acesso, cada vez mais, à cultura de forma fácil e gratuita. Durante a execução do projeto, caso detectado a necessidade de ajuda, seja ela financeira, alimentícia e/ou social, por parte de alguma das comunidades, o evento realizará mutirões para arrecadações do valor/material

necessários, ou chamadas públicas para profissionais que possam auxiliar em situações de problemas sociais.

Para as empresas interessadas no mecenato, elaboramos um plano de cotas de patrocínio, a fim de auxiliar na captação de recursos.

Tabela 5 - Plano de cotas de patrocínio

Categoria	Valor	Contrapartida
VIOLA SPOLIN	Até R\$3 mil	<ul style="list-style-type: none"> Logomarca veiculada em todas as mídias de divulgação digitais do evento.
RUTH DE SOUZA	Até R\$ 9 mil	<ul style="list-style-type: none"> Logomarca veiculada em todas as mídias de divulgação digitais e físicas do evento, incluindo camisas, banners, flyers etc.
FERNANDA MONTENEGRO	Até R\$ 15 mil	<ul style="list-style-type: none"> Logomarca veiculada em todas as mídias de divulgação digitais e físicas. Nome da marca apresentado digitalmente durante a execução do evento (antes e depois das apresentações).
GRACE PASSÔ	Até R\$ 21 mil	<ul style="list-style-type: none"> Logomarca veiculada em todas as mídias de divulgação digitais e físicas. Nome da marca apresentado digitalmente durante a execução do evento (antes e depois das apresentações) e citado verbalmente durante a execução do evento.
NANÁ SODRÉ	Até R\$ 35 mil	<ul style="list-style-type: none"> Logomarca veiculada em todas as mídias de divulgação digitais e físicas. Nome da marca apresentado digitalmente durante a execução do evento (antes e depois das apresentações) e citado verbalmente durante a execução do evento. Tempo de 5min para falar sobre a marca em um dia do festival.

MARIA CLARA CAMAROTTI	R\$50 mil+	<ul style="list-style-type: none">● Logomarca veiculada em todas as mídias de divulgação digitais e físicas.● Nome da marca apresentado digitalmente durante a execução do evento (antes e depois das apresentações) e citado verbalmente durante a execução do evento.● Tempo de 5min para falar sobre a marca em todos os dias do festival.
--------------------------	------------	---

Fonte: Os autores (2021)

7 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Nosso interesse em propor um projeto que auxilie o desenvolvimento do turismo cultural em Recife, parte da nossa percepção enquanto moradores da cidade, e futuros turismólogos. Observamos que dentre os segmentos turísticos, o cultural constitui-se em empobrecimento de ações e de projetos. A cidade do Recife é repleta de manifestações culturais e artísticas, que ainda não possuem visibilidade política de incentivo à criação e apreciação. As manifestações, os grupos e artistas, assim como a potencialidade do município no ramo cultural, merecem ser assistidos, empoderados, visibilizados e trabalhados. Por estes motivos, elaboramos um Festival de Teatro Online, com foco no desenvolvimento do turismo cultural do Recife. A ideia é aumentar e estimular a produção cultural local, a divulgação de seus atrativos e, por consequência, aumentar o número de visitantes e de turistas na cidade.

Foi possível perceber ao longo das análises, entrevistas e questionários, que há, sim, demanda sobre eventos culturais, em especial o teatro. Há possibilidade de trabalho, e interesse da comunidade em participar, seja integrando as ações ativamente (produção, atuação etc), ou apenas assistindo.

O teatro é arte humana, neste sentido, é também política, e possui um caráter potente, capaz de promover a visão crítica, autonomia, participação e coletividade de todas as pessoas envolvidas, o que é de grande importância para as comunidades da cidade. No contexto da pandemia de COVID-19, o teatro, as demais manifestações artísticas, e o turismo foram extremamente afetados, atingindo a população nos setores: econômico, cultural, social e político. Promover um festival de teatro online, pode contribuir com o avanço nesses segmentos, sendo capaz de apresentar pontos positivos tanto às comunidades como ao turismo da cidade em geral.

Nosso intuito é apresentar e divulgar um Recife que está para além das praias, atrativos naturais e polos tecnológicos. Há “cultura na veia” e teatro diferenciado que podem ser trabalhados no setor cultural, aumentando ainda mais a variedade de visitantes que optam pelo Recife como destino turístico. A arte do encontro e a arte do deslocamento subvertendo as normas. Encontrar brechas é preciso. Avante.

8 REFERÊNCIAS

ACOMPANHE a programação do Cultura em Rede Sesc PE. **SESC-PE**. 8 jul. 2020. Disponível em: <https://www.sescpe.org.br/2020/07/08/programacao-cultura-em-rede-sesc-pe/>. Acesso em: 25 nov. 2021.

BARTHOLO, Roberto; SAN SOLO, Davis Gruber; BURSZTYN, Ivan (org.). **Turismo de Base Comunitária: diversidade de olhares e experiências brasileiras**. Rio de Janeiro: Letra e Imagem, 2009.

BIDENT, C. O teatro atravessado. **ARJ – Art Research Journal / Revista de Pesquisa em Artes**, v. 3, n. 1, p. 50-64, 17 maio 2016.

BOAL, Augusto. **Teatro do oprimido: e outras poéticas políticas**. 8º. ed. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2008.

BRASIL. Constituição (1988) Constituição da República Federativa do Brasil. Brasília: Senado Federal, 1988

COELHO, Teixeira. **O que é Indústria Cultural**. 35. ed. Brasiliense, 1993.

BRASIL. **Lei nº 11.771, de 17 de setembro de 2008**. Dispõe sobre a Política Nacional de Turismo, define as atribuições do Governo Federal no planejamento, desenvolvimento e estímulo ao setor turístico. Brasília. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2007-2010/2008/Lei/L11771.htm. Acesso em: 15 dez. 2020.

CADERNO de Atrativos Turísticos. **SEBRAE**. São Paulo, 2016. Disponível em: [http://www.bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/e6ab735ac11e71802d2e44cbce6d63f4/\\$File/SP_cadernodeatrativosturisticoscompleto.16.pdf.pdf](http://www.bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/e6ab735ac11e71802d2e44cbce6d63f4/$File/SP_cadernodeatrativosturisticoscompleto.16.pdf.pdf). Acesso em: 17 ago. 2021.

CAMPOS, Suzana Santos. Formas de turismo e segmentação do mercado turístico. **e-Tec Brasil**. Aula 09. Disponível em: http://proedu.rnp.br/bitstream/handle/123456789/606/Aula_09_Pdf_Plataforma.pdf?sequence=9&isAllowed=y. Acesso em: 17 dez. 2020.

Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo - PROMPERÚ. **Perfil del Turista Extranjero**, Peru, 2013

EMBRATUR lança campanha publicitária para promover o turismo doméstico no Brasil. **EMBRATUR**. 3 dez. 2020. Disponível em: <https://embratur.com.br/?p=211>. Acesso em: 19 dez. 2020.

HAGUETTE, Teresa Maria Frota. **Metodologias qualitativas na Sociologia**. 12. ed. Petrópolis: Vozes, 2010.

IGNARRA, Luiz. **Fundamentos do turismo**. Rio de Janeiro: Senac, 2013. ISBN 9788522116089.

MAGALDI, Sábato. **Iniciação ao teatro**. 5. ed. São Paulo: Editora Ática S.A, 1994.

MARCONI, Marina de Andrade; LAKATOS, Eva Maria. **Técnicas de pesquisa**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2003.

MARUJO, N. (2012). **Turismo, turistas e eventos: o caso da Ilha da Madeira**. Dissertação de Doutorado em Turismo, Universidade de Évora.

MENEGHEL, Lirian Maria; TOMAZZONI, Edegar Luis. A comunicação e a integração dos atores do turismo regional: o caso do observatório de turismo e cultura da serra gaúcha (Observatur). **Turismo - Visão e Ação**. Camboriú, v. 14, n.2. pp. 246-260, 2012. Disponível em: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=261056074008>. Acesso em: 20 ago. 2021.

MOROSINI, Luciana. Pernambuco se mostra para o mundo através do turismo. **Diário de Pernambuco**. 23 nov. 2019. Disponível em: <https://www.diariodepernambuco.com.br/noticia/economia/2019/11/pernambuco-se-mostra-para-o-mundo-atraves-do-turismo.html>. Acesso em: 21 set. 2021.

MUNARETTO, Lorimar Francisco; et al. Um estudo sobre as características do método Delphi e de grupo focal, como técnicas na obtenção de dados em pesquisas exploratórias. **Revista de Administração da Universidade Federal de Santa Maria**, v. 6, n. 1, enero-marzo, pp. 9-24, 2013.

NOGUEIRA, M.P. **Teatro e comunidade**. In: FLORENTINO, A., and TELLES, N., eds. Cartografias do ensino do teatro [online]. Uberlândia: EDUFU, 2008, p. 173. Disponível em: books.scielo.org/id/5m6xs/pdf/florentino-9788570785183-18.pdf. Acesso em: 29 jul. 2021.

NOGUEIRA, M. P. A Opção pelo Teatro em Comunidades: alternativas de pesquisa. **Urdimento - Revista de Estudos em Artes Cênicas**, Florianópolis, v. 1, n. 10, p. 127-136, 2018. Disponível em: <https://periodicos.udesc.br/index.php/urdimento/article/view/1414573101102008127>. Acesso em: 29 jul. 2021.

O QUE é turismo de base comunitária? **Turismo e Inovação**. 2017. Disponível em: <http://turismoeinovacao.com/sustentabilidade/o-que-e-turismo-de-base-comunitaria/>. Acesso em: 10 jun. 2021.

ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DO TURISMO (2021). **Guia da UNWTO para Recuperação Inclusiva – Impactos Socioculturais do COVID-19**. ed. 2.: Turismo Cultural.

ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DEL TURISMO (2016). **Alianza entre turismo y cultura en el Perú – Modelos de colaboración entre turismo, cultura y comunidad**. UNWTO, Madrid.

PALCO Giratório. **SESC**. Disponível em: <https://www2.sesc.com.br/portal/site/palcogiratorio>. Acesso em: 25 nov. 2021.

PANOSSO NETTO, Alexandre. **O que é turismo?** São Paulo: Brasiliense, 2010.

PREFEITURA DO RECIFE. **Manual para os guias de turismo: Roteiros alternativos para passeios a pé.** Disponível em: www2.recife.pe.gov.br/sites/default/files/guia_12junho_v2_0.pdf. Acesso em: 31 ago. 2021.

RICHARDS, G. **Turismo cultural: Padrões e implicações.** In de Camargo, P. and da Cruz, G. (eds) Turismo Cultural: Estratégias, sustentabilidade e tendências. UESC: Bahia, pp. 25-48, 2009

RILA, Santa Maria. **Os desafios à Comunidade**, Rio Grande do Sul, jul./dez. 2006. Disponível em: http://jararaca.ufsm.br/websites/rila/download/RILA-5/Resenha5_2.pdf. Acesso em: 29 jul. 2021.

RODRIGUEZ, G.; VIZCARRA, I. Turismo comunitario y género: la incorporación de las mujeres al proyecto turístico del Ejido El Rosario, **Ocampo**, México, Spanish Journal of Rural Development, Vol. VI (Special 1): 55-70, 2015.

APÊNDICE A – ENTREVISTA COM SESC SANTO AMARO (COMPLETA)

Entrevista realizada com Karol Spinelli, estagiária do setor de gestão cultural do Sesc Santo Amaro (Recife-PE), no dia 22 de novembro de 2021

1. Bom dia, vamos iniciar falando um pouco sobre você e sua função no SESC para contextualizar.

Eu sou Karol Spinelli, eu sou artista, estudante de licenciatura em teatro, entrei em 2018 na licenciatura. Hoje eu estou atuando no campo da produção cultural no SESC, no estágio que estou agora, entrei lá em março de 2020, e a princípio foi na parte burocrática mesmo. A gente faz a pré-produção dos projetos e tudo. Isso não estava dialogando muito no início com o que eu faço porque eu pensei que seria sala de aula, mas aí eu fui para a parte da gestão cultural mesmo, a gente acompanha os projetos, vê como é a articulação lá dentro. Na minha área de teatro, eu dialogo muito com o trabalho do ator, com a dramaturgia, também, que é uma área que me fascina muito, e como pesquisadora. Estou me encontrando nestes lugares, mas a sala de aula ainda é a paixão, depois do palco lógico né!? Que o palco é a casa, a sala de aula eu visito, durmo, amo.

2. No tempo pandêmico, pudemos ver vários "produtos" artísticos se reinventando. Como o SESC funcionou durante a pandemia do ponto de vista artístico?

Eu iniciei no SESC no dia 05 de março, e no dia 18 eu estava em casa. Eu cheguei na mudança lá. Foi muito louco, mas, ao mesmo tempo, bem enriquecedor, porque eu vi esta porta se abrindo e dizendo “é um novo tempo agora”, um tempo difícil porque a gente colocou um projeto em caráter emergencial e a gente precisa entender o que é essa emergência de cada artista, que a gente sabe de fato que têm pessoas que vivem da profissão, e deveria ser né, o nosso subsídio realmente. Então o SESC teve esse lugar, e aí veio o #CulturaemRedeSescPE, o projeto que eu fiquei à frente, junto com Rita Marise, coordenadora/supervisora, mas depois houve uma troca para Rodrigo Cunha. Dentro deste projeto, foi muito interessante porque as linguagens de circo, teatro e dança, que são as linguagens de cênicas, foram contempladas, e aí realmente abriu para lives, podcasts, linguagem de pesquisa. Percebo que no tempo de pandemia, dentro do SESC, teve realmente esse lugar de chegar perto do artista que estava em casa sem receber; esses professores também enquanto artistas, como

ficaram nesse lugar, com seus trabalhos parados. Porque a gente se alimenta do encontro, né? Nosso trabalho tem o encontro como motor. E como fazer para chegar perto se não estamos? E aí também teve uma coisa bem interessante nesse momento que foi o ciclo de teatro e dança, onde eu consegui conhecer pessoas do Regional, de Petrolina, de Triunfo, de vários lugares, e a gente foi fazendo algumas aulas para poder ser um teste aos encontros on-line que iriam ter dos professores com os alunos depois, e aí se chamou de ciclos. Eu acho que foi essa corrida de projetos como o Cultura em Rede, por exemplo, que a gente colocou as linguagens de diálogos que são lives que aparecem no Instagram e YouTube do SESC, tiveram as criações que foram os espetáculos, a fruição que foram espetáculos + debates, e teve também a parte de e pesquisa destinada aos podcasts ou escrita de artigos. Acredito que alguns artistas que puderam ser contemplados por esse primeiro projeto, entre outros que apareceram no modelo remoto/virtual. Mas o SESC, realmente, correu bem atrás neste sentido.

3. Como funciona a curadoria dos projetos que fazem parte do Sesc? O SESC tem autonomia para elaborar ações ou depende de um setor maior uma vez que o mesmo é de esfera nacional?

O SESC tem esse caráter nacional, tem o Departamento Nacional, que a gente chama de DN, e aí geralmente o regional, que somos nós, tem todo esse diálogo com o DN, quando existe um projeto maior, como é o Palco Giratório, pega espetáculos de todo o país e vai distribuindo em cada cidade. E aí, tem esse tipo de diálogo, mas o SESC presa muito pela transversalidade, ou seja, a gente chega perto de artistas do interior, para que de lá a gente consiga beber dessa fonte e traz a Santo Amaro. Pensar o que é que a gente pode fazer com as comunidades ao redor? Como chegar perto desses artistas. A curadoria do Cultura em Rede, logo no início da pandemia, eu não tive acesso, quando chegou o projeto para mim Rita já trouxe os aprovados. Então eu não sei muito como foi essa escolha, mas o que percebo é que tinham que ser trabalhos com uma certa urgência, com representatividade mesmo. O que é aquilo que tá faltando pulsar. Que pulsa muito, mas não está sendo contemplado. Pessoas que trazem coisas muito fortes, a questão da negritude, dos indígenas, temáticas que precisamos alimentar. Até o SESC como uma Instituição estava precisando dessa carnificação, de trazer. Então foi muito bom, porque o circo também era muito forte neste projeto. Como o circo poderia sobreviver em uma pandemia? Eu percebo ter

sido a Instituição o lugar da sobrevivência. “Como estes artistas estão sobrevivendo?” Eu acho que quando a curadoria foi feita, foi muito neste lugar. A relevância e as competências da linguagem que estavam chegando, e como é que esta pessoa conseguiu se articular dentro da pandemia para a criação que estava dentro do projeto. E as condições também, porque a gente sabe que esta cultura on-line, é uma cultura que não inclui, que exclui. Tem pessoas que não tem condições de ter internet para fazer uma inscrição. Então como a gente consegue dialogar com tudo isso?

4. Como funciona a comunicação do Sesc com as comunidades? Divulgação e outras ações chegam nas comunidades?

Lá em Santo Amaro, a gente percebe que... eu enquanto aluna inclusive tinha muita dificuldade de perceber os cursos do SESC, o que é que acontecia lá dentro. Eu como público e plateia. Falo do Santo Amaro porque estou trabalhando e estudando lá. Ocupo estes dois lugares lá. Aí é um lugar muito escondido, e não sabemos o que é que faz o lugar ser escondido dentro da cidade. Também é algo para se pensar. Porque é escondido? Porque não é aparente? E sem contar tudo que circunda, né! que são comunidades. E não tem essa circulação. Uma coisa também que me incomoda, é sempre termos as mesmas pessoas nas filas de teatro, porque a gente percebe que a divulgação só tá chegando em um lugar, e esse lugar é dos alunos de teatro, porque já estão lá fazendo. Então tudo isso é um motor que gira. Quando eu to lá, percebo que a gente precisa ter uma união de todas as gestões, da comunicação, junto com a coordenação das artes cênicas, para que dentro dessa união, a gente possa melhorar essa difusão da divulgação. O Cultura em Rede, que foi esse projeto no início da pandemia, eu percebi que se não fosse com a comunicação a gente não conseguiria esse desmembramento. Por exemplo, o canal do YouTube do SESC subiu muito, porque fizemos uma playlist lá, todos os trabalhos foram colocados, e aí as pessoas têm acesso a essa playlist. Os Instagram também que hoje é o maior motor que podemos ver as lives e tudo. Então assim, realmente com essas ações nós conseguimos levar essas criações para lugares que não chegavam. E aí vem o chamado “boca a boca” também. Mas eu ainda acho bem carente, sabe? A divulgação do SESC como um todo. Essa questão das rádios, dos panfletos, é uma coisa que precisamos pensar em algo maior, em estratégias em como isso pode chegar em lugares que não se chegam. E aí é a mesma coisa de tu fazer o mesmo tipo de poética a vida toda no teatro. Mas eu no momento que estou lá, percebo que nos projetos on-

line deu uma boa melhorada na divulgação. Hoje vejo que pessoas que antes não ouvia falar do SESC estão escutando. Porque tá dentro dos podcasts dos projetos, no Instagram também. Mas isso é um pensamento nosso enquanto artistas também. Como nós formamos esse público? Como a gente divulga arte? Enfim....

5. Como incluir a comunidade nas propostas do Sesc? Como gerir esse espaço sem perder o cunho social?

Penso muito na hierarquia, porque a gente sabe que isso vem desse passado mesmo, dessas construções da revolução industrial que é o momento que colocou as funções em tudo. E aí a gente começa a pensar que a gente entra em um lugar, e o SESC é uma empresa, né!? A gente sente muito isso quando a gente chega na gestão de lá. E eu sempre fui uma pessoa que não gosto de estar em um lugar sem saber o que está acontecendo ao meu redor, porque a gente se aliena, por isso que a gente é artista, porque a gente gosta de ter amplitude do mundo. E se a gente for para uma empresa, só sabemos quais são as notas que a gente compra, não sabemos quem fez as notas. Eu quero saber quem fez! Aí eu quero estar junto com a comunicação, com o design para saber e entender o processo. Porque o caminho é o que faz a certeza da gente, se a gente negligenciar o caminho, não fazemos um resultado bonito. Acho que isso contempla tudo o que a gente tem na gestão, a gestão perde nesse sentido, da separação, de cada um faz o seu. Não! *Vamo* todo mundo fazer. Precisamos de um norte? Precisamos. Mas bora fazer algo com esses nortes, para que a gente vá se entendendo acima de tudo, e perceber que as coisas vão ficando mais sólidas e mais palpáveis para todo mundo, e vai ter pessoas que vão estar fazendo isso, entendendo o que tá fazendo e não só jogando pro mundo. Eu acho que a maior coisa que tô aprendendo, na gestão, e que poderia trazer nesse sentido é realmente se juntar e fazer com que gire uma coisa só. Parece ser utópico, às vezes, quando a gente pensa, porque a gente quer modificar muita coisa, quando a gente chega, por mais coisas bonitas que já existam, porque tô aprendendo um mundo muito bonito lá. Eu trabalho com computador, e a máquina tá sendo o lugar de afeto hoje né!? E a gente nem imaginava isso. É juntar tudo e fazer com que seja uma política de afeto, porque não tem nada mais afetuoso do que a gente caminhar coletivamente.

Quando eu entrei no estágio estava-se organizando o transborda, que não aconteceu devido a pandemia. Mas estavam pensando muito nesse contato com as comunidades, em especial a Campo Santo. Estava-se pensando em ir mesmo, chegar

com esses trabalhos lá. Porque eu acho que uma forma dessas pessoas chegarem até nós, é a gente chegar até elas. Porque a gente não tem como conhecer o que essas pessoas querem, quais são os gostos, qual é o olhar, se a gente só esperar que elas cheguem até a instituição. E também entender a linguagem do lugar, dos interiores, das comunidades. O que está sendo feito nessas comunidades? O que pode agregar? Bora colocar oficinas... Já tá se fazendo muito, né!? Mas precisa mais. Precisa adentrar mais, e conviver lá dentro também. Que a representatividade não esteja em uma só função, mas em todas. Precisa ser uma ocupação real. Aos pouquinhos, precisa ser um trabalho de formiga, a gente pegou o mundo bem ferrado mesmo né!? Esse governo aí.....

6. Qual o lugar das instituições privadas na relação com os artistas, como por exemplo, os bancos? É possível existir uma resistência cultural, no que tange a presença de temáticas e grupos minoritários?

O Governo do Bolsonaro, assim falando bem por cima, porque dá em todos nós uma angústia muito grande de estar vivendo este momento, de *tá* passando por isso, sabendo que as consequências desse governo vão perdurar por anos, a gente sabe disso. Então é dentro dessa profissão que a gente tem, que nos paga tão pouco e que realmente, faz muitas pessoas terem vários tipos de profissão para poder estar nela, e não estar nela centralmente e isso vai para economia criativa e para a economia da cultura. E isso a gente precisa entender, porque nós somos alienados; tem muitos artistas que não sabem quais são as políticas públicas que nos respaldam. Também é importante a gente pensar que não temos um tipo de proteção mesmo, como as outras profissões tem, como o CRBIO de biológicas, tipo uma fundação que nos ampare, entende? E aí eu chego nessa questão dos bancos, porque eu já vi muitos espetáculos incríveis na Caixa Cultural, já vi também outros editais desses bancos, e a gente vê o que aconteceu com o grupo Clown de Shakespeare, o que aconteceu com o espetáculo "Abraço". Gente, é o lugar da monetização, né!? É o lugar que tá ali e que tanto faz com que a gente não possa abraçar uma sociedade diversificada com vários tipos de linguagens e corpos e corpas que tem tanto a mostrar e é invisibilizada. Então penso que os bancos deveriam sim, não só levar algo que uma sociedade, que tá dentro dessa transição mesmo, porque estamos passando por uma transição, quer ver. Mas que precisa resistir para o que precisa ser colocado. Eu digo de precisar, pela necessidade de vozes serem ouvidas. Eu vejo nesse sentido, que a resistência

da gente é não parar. Porque se a gente parar, realmente vamos ficar calados. Temos que chegar nesses lugares, nossos trabalhos precisam ser aceitos. E aí a função social do SESC que é o diálogo com a sociedade, de estar perto dessas comunidades. Mas até que ponto? Porque podemos ver isso até em uma legenda que a gente coloca as vezes, e aí não pode ser contemplado porque existe um padrão, etc. Mas que padrão? É um mundo que parece que a gente não pode falar né!?

APÊNDICE B – PESQUISA COM MORADORES DO RECIFE (COMPLETA)

Olá, somos Driely Oliveira e Erique Nascimento, estudantes do Curso Tecnológico em Gestão de Turismo, *Campus Recife* (IFPE). Este questionário faz parte do nosso Trabalho de Conclusão de curso intitulado: "FESTIVAL DE TEATRO ONLINE: dimensão ao desenvolvimento do Turismo Cultural", orientado pela professora Cláudia Sansil. O objetivo do TCC é propor um festival de teatro on-line, e para isso, solicitamos sua ajuda para responder este questionário sobre sua relação com a cultura da cidade do Recife, principalmente durante a pandemia. Agradecemos desde já!!

1. Qual sua faixa etária?

- () Menor de 18 anos
- () 18 - 29 anos
- () 30 - 40 anos
- () 41 - 50 anos
- () +51 anos

2. Identidade de gênero;

- () Mulher cis e/ou trans
- () Homem cis e/ou trans
- () Travesti
- () Não-binária
- () Outra identidade

3. Você é morador/a de Recife/RMR?

- () Sim
- () Não

4. Se você é residente de Recife/RMR qual seu bairro? (Caso não seja, informar "Não se aplica")

5. Faixa Salarial:

- () Até 1 salário mínimo
- () 2 a 5 salários mínimos

- () 6 a 10 salários mínimos
- () Mais de 10 salários mínimos

6. Você costuma consumir atrativos/produtos culturais? Se sim, qual você mais consome?

- () Cinema
- () Teatro
- () Museu
- () Concerto e/ou apresentações musicais
- () Dança
- () Não consumo
- () Outros: _____

7. Quais locais você costuma consumir os produtos acima?

- () Cinemas de shopping
- () Cinemas da cidade (São Luiz, Da Fundação etc)
- () Transmissão de cinema em bairros
- () Teatros
- () Teatros comunitários
- () Museus do estado
- () Museus de iniciativa privada
- () Plataformas digitais
- () Quadras, associações e outros espaços alternativos
- () Outros: _____

8. Durante a pandemia, qual expressão artística você mais consumiu?

- () Livros
- () Filmes / séries
- () Espetáculos teatrais on-line
- () Músicas
- () Lives musicais / show
- () Não consumi nada
- () Outros: _____

9. Você conhece, no seu bairro, grupos e/ou artistas culturais?

() Sim

() Não

10. Caso você conheça, em que área artística este grupo/indivíduo está inserido? (Ex: teatro, dança, música, artes visuais etc.).

11. Você teria interesse em participar e/ou assistir a um festival de teatro online?

() Sim, tenho interesse apenas em assistir

() Sim, tenho interesse apenas em participar

() Sim, tenho interesse em assistir e participar

() Não tenho interesse

12. Qual sua opinião sobre apresentações culturais no formato online?

() Ótimo

() Bom

() Médio

() Ruim

() Péssimo

() Outros: _____

13. Caso possa contribuir com a compra de ingresso para um festival de teatro online, até qual valor você pode pagar?

() Até R\$10

() Até R\$20

() Até R\$30

() Até R\$40

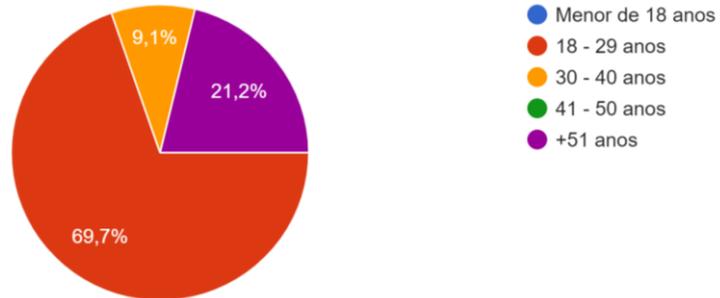
() Mais de R\$50

() Não posso pagar nenhum valor

APÊNDICE C - GRÁFICOS DA PESQUISA COM MORADORES DE RECIFE**1.**

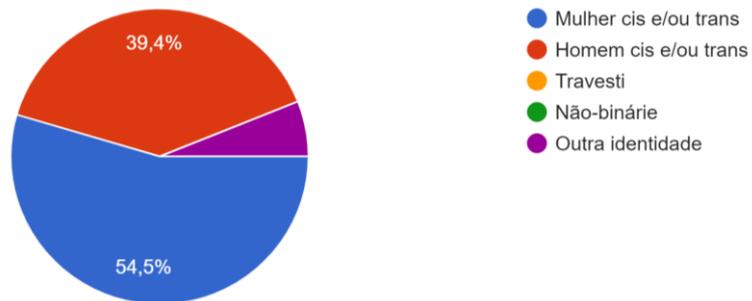
Qual sua faixa etária?

33 respostas

**2.**

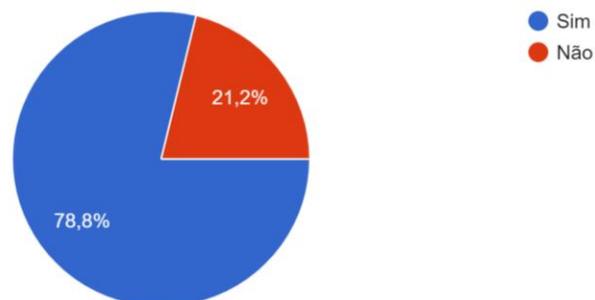
Identidade de gênero:

33 respostas

**3.**

Você é morador/a de Recife/RMR?

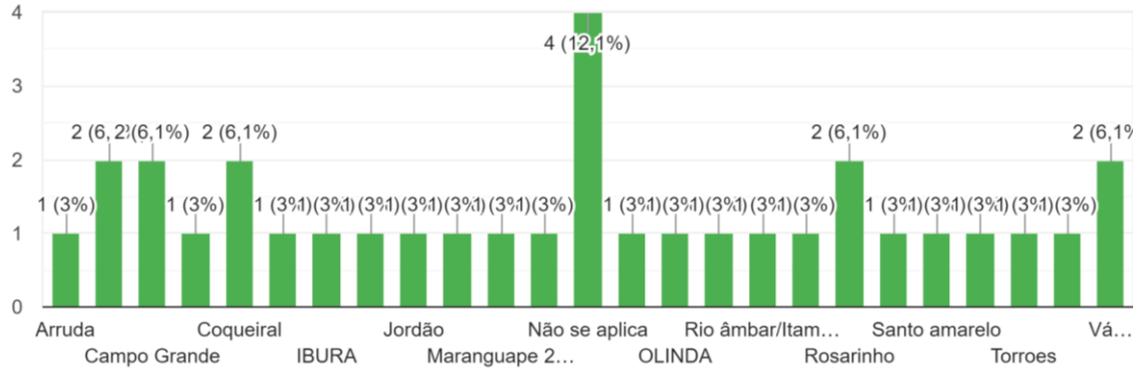
33 respostas



4.

Se você é residente de Recife/RMR qual seu bairro? (Caso não seja, informar "Não se aplica")

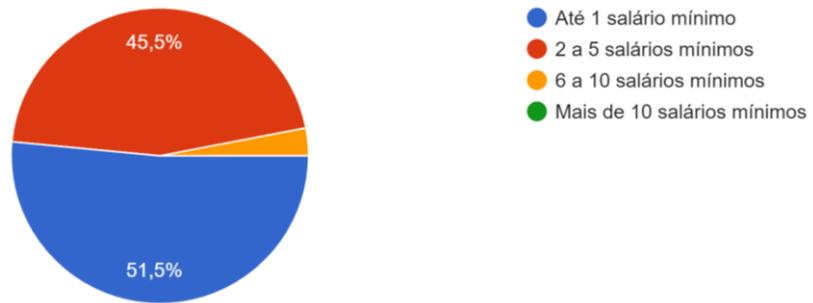
33 respostas



5.

Faixa Salarial:

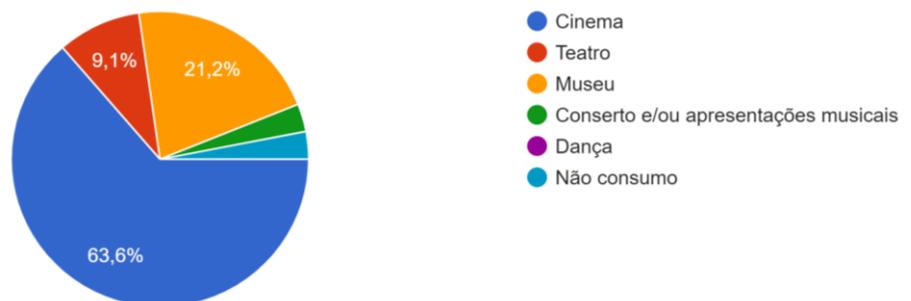
33 respostas



6.

Você costuma consumir atrativos/produtos culturais? Se sim, qual você mais consome?

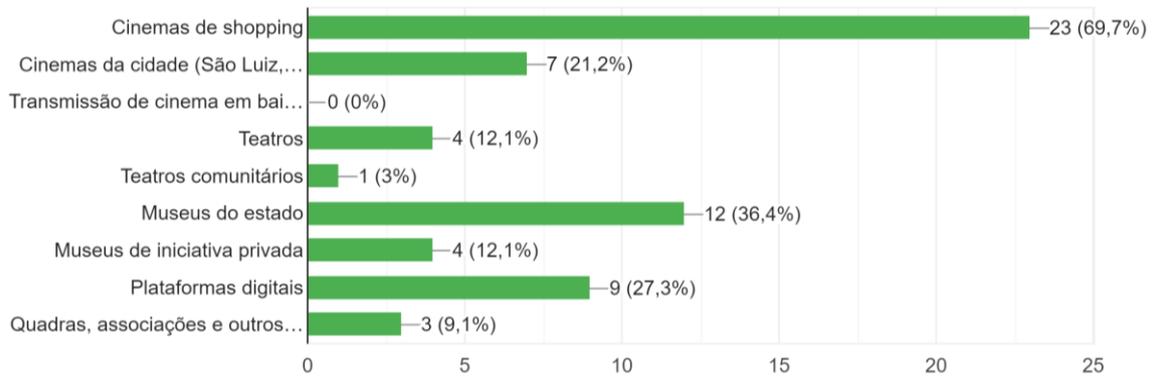
33 respostas



7.

Quais locais você costuma consumir os produtos acima

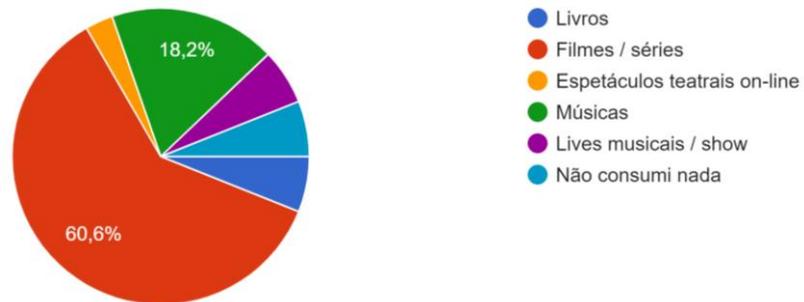
33 respostas



8.

Durante a pandemia, qual expressão artística você mais consumiu?

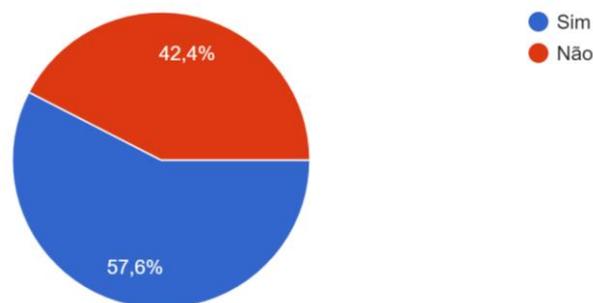
33 respostas



9.

Você conhece, no seu bairro, grupos e/ou artistas culturais?

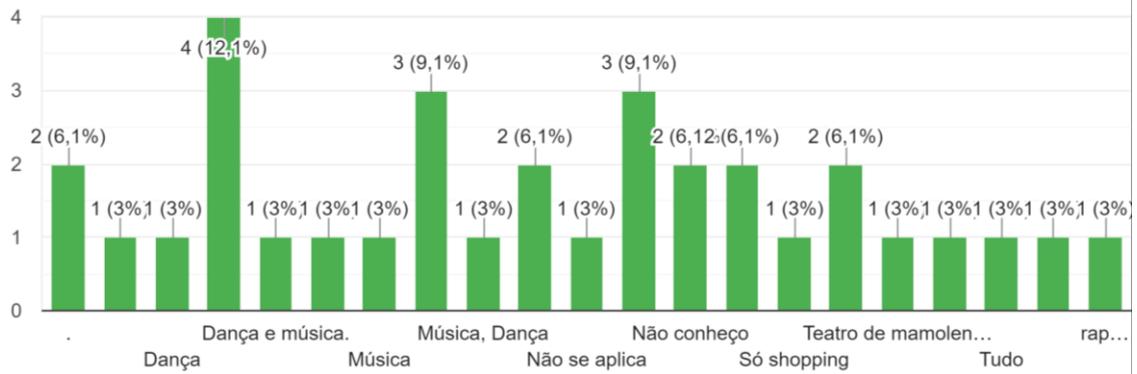
33 respostas



10.

Caso você conheça, em que área artística este grupo/indivíduo está inserido? (Ex: teatro, dança, música, artes visuais etc)

33 respostas



11.

Você teria interesse em participar e/ou assistir um festival de teatro on-line?

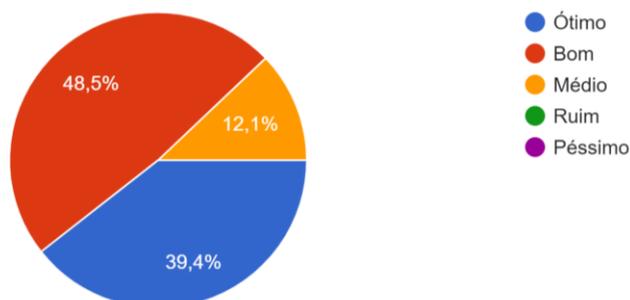
33 respostas



12.

Qual sua opinião sobre apresentações culturais no formato on-line?

33 respostas



13.

Caso possa contribuir com a compra de ingresso para um festival de teatro on-line, até qual valor você pode pagar?

33 respostas

