

**FESTIVAL DE INVERNO DE ANTONINA (PARANÁ,  
BRASIL): O EVENTO SOB AS PERSPECTIVAS DE  
VISITANTES E RESIDENTES**

**Festival of Winter Antonina (Paraná, Brazil):  
the event from the perspective of visitors and residents**

Marcos Luiz Filippim<sup>1</sup>

Elizabete Sayuri Kushano<sup>2</sup>

Miguel Bahl<sup>3</sup>

**Resumo**

Este artigo discute a composição e avaliação do público do 20º Festival de Inverno da Universidade Federal do Paraná, edição 2010, evento cultural realizado anualmente na cidade de Antonina, situada na região litorânea do Estado do Paraná (Brasil). O estudo compara as opiniões dos visitantes e residentes em relação ao evento. A metodologia seguiu a abordagem de pesquisa quantitativa de corte transversal. Os resultados indicaram maior presença de público feminino, jovem e proveniente da capital do estado e da área vizinha à cidade-sede. A avaliação foi positiva, sendo ligeiramente melhor entre os residentes. Aspectos da cultura local foram valorizados pelos respondentes. A qualidade dos espetáculos e a organização do evento corresponderam aos aspectos com maior notação na avaliação, enquanto os preços de produtos e serviços e a limpeza da cidade apareceram como aspectos a serem melhorados.

**Palavras chave:** Cultura e turismo. Festival de Inverno de Antonina. Eventos culturais. Perfil de público em eventos.

---

<sup>1</sup> Doutorando em Geografia pela Universidade Federal do Paraná (UFPR). Docente nos Cursos de Tecnologia em Gestão de Turismo e de Gestão Pública da Universidade Federal do Paraná (UFPR), Setor Litoral. E-mail: marcoslupim@yahoo.com.br

<sup>2</sup> Doutoranda em Geografia pela Universidade Federal do Paraná (UFPR). Docente no Curso de Tecnologia em Gestão de Turismo da UFPR, Setor Litoral. E-mail: sayuritur@gmail.com

<sup>3</sup> Doutor em Ciências da Comunicação pela Universidade de São Paulo (USP), docente do Curso de Graduação em Turismo e no Programa de Pós-Graduação de Mestrado e Doutorado em Geografia (UFPR). E-mail: migbahl@ufpr.br

### **Abstract**

This article discusses the composition and assessment of public of the 20th Winter Festival at the Federal University of Parana, 2010 edition, cultural event held annually in the city of Antonina, located in the coastal region of Parana State (Brazil). The study compares the views of residents and visitors about the event. The methodology follows the approach of quantitative with cross-sectional survey. The results indicated a higher presence of female and young public, from the state capital and the nearby area to the host city. The evaluation was positive, and slightly better among residents. Aspects of local culture were valued by respondents. The quality of the shows and the organization of the event corresponded with the highest rating aspects in the evaluation, while prices of products and services of cleaning the city appeared as aspects to be improved.

**Keywords:** Culture and tourism. Winter Festival of Antonina. Cultural events. Profile of public in events.

### **Introdução**

O turismo tem sido frequentemente apontado como um dos principais vetores de desenvolvimento e recuperação de áreas economicamente estagnadas. Seus efeitos, no entanto, não se restringem ao escopo da economia, uma vez que se constitui também em um fenômeno sociocultural cujos desdobramentos se observam em diferentes dimensões da vida humana. As implicações da atividade no âmbito da cultura têm despertado o interesse da academia como objeto de pesquisa, em investigações que são desenvolvidas sob diferentes óticas e variadas abordagens teórico-metodológicas.

Nesse contexto, desenvolveu-se a presente investigação, que se debruça sobre a conexão entre o turismo e a produção de um evento cultural. A proposta se configura em analisar a composição e avaliação do público do Festival de Inverno da Universidade Federal do Paraná - UFPR, edição 2010. O evento consiste em um festival cultural realizado com periodicidade anual, na cidade de Antonina, situada na região litorânea do Estado do Paraná. Dessa forma, erigiu-se o seguinte problema de pesquisa: Como se caracterizava o perfil do público e sua avaliação em relação ao Festival de Inverno da UFPR? Subsidiariamente a essa questão central, pretendeu-se também comparar as perspectivas do público geral com as dos residentes na cidade que recebe o evento.

Para a consecução dos objetivos, que consistem, portanto, em caracterizar o perfil e comparar as opiniões do público geral às do público residente na cidade-sede, foi realizada uma pesquisa de campo em uma perspectiva quantitativa, utilizando-se de métodos estatísticos na análise dos resultados.

A estrutura do presente trabalho contempla, além desta nota introdutória, uma contextualização preliminar acerca do festival, seu surgimento e trajetória, e a caracterização da atividade turística na região estudada, seguida da apresentação dos procedimentos metodológicos utilizados para a consecução dos objetivos de pesquisa, uma análise dos resultados e as conclusões obtidas com a realização do estudo.

### **O festival de Inverno de Antonina e o turismo no litoral do Paraná**

Criado em 1991 pela Coordenadoria de Cultura da Pró-Reitoria de Extensão e Cultura da Universidade Federal do Paraná - UFPR e com vinte e uma edições ininterruptas, o Festival de Inverno da Universidade Federal do Paraná, conhecido corriqueiramente como “Festival de Antonina”, em função da cidade em que é realizado, é um evento cultural de periodicidade anual, com apresentação de atrações musicais, peças de teatro e oficinas de arte e cultura. Embora evoque temas de escopo geral, a identidade regional merece destaque, na medida em que grupos locais e do entorno participam das atividades e motivos regionais são frequentemente contemplados nas apresentações. Além disso, durante sua realização, a cidade transforma-se na “Capital Cultural do Paraná”, já que o evento é considerado um dos maiores festivais dessa natureza no Brasil, conforme anuncia o sítio eletrônico da municipalidade (ANTONINA, 2011). Essa característica do evento suscita o sentimento de topofilia, como é qualificado por Tuan (1980, p. 5) o “[...] elo afetivo entre a pessoa e o lugar ou ambiente físico”.

O Festival tem propiciado um espaço alternativo de aprendizagem, prática, reflexão crítica, apreciação e produção artístico-cultural, constituindo-se em atividade única na Região Sul brasileira e referência para os profissionais envolvidos com

extensão universitária, produção artística e ensino da arte, bem como para não profissionais interessados na iniciação do fazer artístico (OSINSKI, 2002).

A estrutura do Festival tem sido de oito dias de oficinas e espetáculos. As oficinas estão agrupadas em: infantis, de aprimoramento, acima de 15 anos e de educação especial. Os espetáculos, em apresentações de música erudita e popular e de teatro (UFPR, 2011).

O Município de Antonina situa-se na área Leste do Estado do Paraná, distando 79 km da Capital, Curitiba e 55 km de Paranaguá, cidade que se constitui em pólo regional. Possui uma área de 878,26 km<sup>2</sup> e altitude média de 500 metros (FRANCO, 2004, p. 20).

Conforme Bigarella (1991) o processo de produção e transformação motivado pela atividade turística no espaço litorâneo do Estado do Paraná, vem ocorrendo desde o final da década de 20 do século passado, com os primeiros loteamentos; e sofrido um grande *boom* nas décadas de 1970 e de 1980. Franco (2004) também assinala significativas transformações decorrentes do turismo na região, em especial a urbanização, que afeta a população tradicional de pescadores. Nesse sentido, a autora alude a descaracterização cultural como um dos principais impactos negativos da atividade turística.

No entanto, a curiosidade dos turistas, aliada ao aumento de seu fluxo para determinadas regiões também pode deflagrar um movimento autêntico de valorização e resgate da cultura local. Esse corolário foi catalogado por Ruschmann (1999), em seu levantamento acerca dos efeitos do turismo. Assume-se, neste estudo, essa mesma perspectiva, no sentido de compreender o turismo como um fenômeno que proporciona o contato intercultural e promove a transformação e ressignificação do espaço no qual ele ocorre. Para Buttimer (1982, p. 78) o espaço consiste em “[...] um conjunto contínuo dinâmico, no qual o experimentador vive, desloca-se e busca um significado. É um horizonte vivido ao longo do qual as coisas e as pessoas são percebidas e valorizadas”.

A mitigação de eventuais efeitos negativos da atividade turística, particularmente no âmbito da cultura, é recomendada pelo Ministério do Turismo:

A opção pelo desenvolvimento turístico deve conciliar-se aos objetivos de manutenção do patrimônio, do uso cotidiano dos bens culturais e da valorização das identidades culturais locais. O uso turístico deve sempre atuar no sentido do fortalecimento das culturas. Assim, a atividade turística é incentivada como estratégia de preservação do patrimônio, em função da promoção de seu valor econômico. Praticando esses pressupostos, algumas iniciativas de implementação de políticas públicas de turismo têm despertado o sentimento de orgulho nas comunidades em relação à sua identidade cultural. Práticas culturais, antes esquecidas, vêm sendo resgatadas e o patrimônio preservado, mesmo face às influências da globalização e da tendência à padronização de expressões, bens e serviços culturais e turísticos (BRASIL, 2006, p. 9-10).

Neste contexto, o Festival de Antonina surge no ano de 1991, como alternativa de revitalização econômica através da promoção do turismo, aliado ao entorno cultural (UFPR, 2011). A estratégia de realização de eventos como vetor de desenvolvimento também é vaticinada em Bahl (2004, p. 15):

O setor de eventos é um dos mais dinâmicos para movimentar a economia de uma localidade e os seus desdobramentos se expressam de diversas maneiras, seja através de benefícios econômicos de diversas ordens, sejam os mais identificados à prestação de serviços turísticos [...]. Ao mesmo tempo, verifica-se que boa parcela da população se envolve diretamente com a atividade principalmente na sua fase de execução, além de que outros profissionais acabam por se beneficiar. Ao exigir mão-de-obra qualificada expande as possibilidades profissionais e insere personagens de diversas ordens.

No caso específico do Festival de Antonina, os efeitos econômicos favoráveis são claramente perceptíveis, na avaliação do Presidente da Associação Comercial local, Paulo Pacholeck (2010) em entrevista concedida a Guilherme de Souza, na qual menciona que, embora haja eventos que atraem um público maior, como é o caso do carnaval, o festival produz resultados econômicos mais positivos em função das características do público.

Na mesma direção, em Bahl (2004) se assinala que a promoção de eventos consiste em alternativa eficaz no enfrentamento do problema da sazonalidade no turismo, como atesta no trecho aqui reproduzido:

Dependendo do formato, um evento pode atuar isoladamente como atividade de negócio, como atrativo turístico, como opção de entretenimento, ou aglutinando tais características ao mesmo tempo. Em paralelo, atua gerando fluxo de pessoas e movimentando a economia das localidades fora da temporada turística ou não, servindo também como complementação da oferta turística de atrativos ou como motivo principal para os deslocamentos (BAHL, 2004, p. 23).

[...]

Também é de se destacar que alguns eventos, pelo seu prestígio e importância, agregam valor à imagem das destinações que os realizam e outros são de interesse para o desenvolvimento de ações de captação (BAHL, 2004, p. 77).

A promoção de eventos com o objetivo de aumentar o fluxo de visitação fora da temporada turística convencional parece tanto mais pertinente no caso em questão, na medida em que Antonina situa-se em uma região litorânea, fortemente afetada pela flutuação da demanda, como atesta estudo do Instituto Paranaense de Desenvolvimento Econômico e Social, que aponta a sazonalidade como um dos principais obstáculos do turismo no litoral do estado (IPARDES, 2008).

## **Metodologia**

A opção metodológica deste trabalho seguiu uma abordagem descritiva de corte transversal. O cumprimento dos objetivos da pesquisa demandou a elaboração de um questionário, que foi aplicado aos visitantes do evento, incluídos nessa condição os moradores da cidade em que o mesmo ocorreu. Na impossibilidade de entrevistar todos os presentes ao festival, optou-se por compor uma amostra, colhida de forma aleatória. Chegou-se, assim, a um número de 180 respondentes, sendo que 45 eram domiciliados na própria cidade, enquanto os demais eram visitantes de outras cidades, predominantemente da capital do estado, que conforme mencionado anteriormente dista cerca de 79 km de Antonina.

A pesquisa foi realizada de forma independente, sem o apoio financeiro da organização do evento. Os alunos do curso de Tecnologia em Gestão de Turismo da UFPR Setor Litoral foram os entrevistadores, orientados anteriormente e na ocasião do evento pelos professores. A hospedagem e as fotocópias do questionário foram

concedidas pela Prefeitura Municipal de Antonina e o transporte e custos com a alimentação dos estudantes pela UFPR Setor Litoral.

O instrumento de pesquisa utilizou questões abertas e fechadas, assim como variações da escala de Likert (*apud* BARBETTA, 2009) para medição do grau de satisfação ou avaliação dos respondentes em relação a diversos aspectos do objeto de estudo. O conteúdo dos questionários foi pré-codificado através de um *software* empregado na realização de pesquisas desse gênero. A mesma ferramenta permitiu a tabulação dos dados, assim como a construção das tabelas usadas no tratamento dos resultados, através de métodos estatísticos.

O questionário foi aplicado através de contato pessoal com os informantes e ocorreu nos próprios locais onde o festival foi realizado ou no seu entorno.

### **Resultados da pesquisa**

Neste bloco são apresentados os resultados da pesquisa, que foram obtidos a partir da aplicação do instrumento de coleta de dados, que foi respondido por 180 pessoas. Inicialmente o estudo compõe o perfil dos respondentes, para em seguida se voltar para a avaliação dos visitantes e moradores em relação ao evento e outros aspectos relacionados à estrutura urbana e turística.

A Tabela 1 apresenta a procedência dos visitantes. Como as citações referiram um grande número de cidades de origem, optou-se por indicar apenas os municípios com maior recorrência estatística. Assim, observou-se que Curitiba foi a cidade de origem com maior número de indicações, perfazendo um total de 68 respostas, o que correspondeu a 37,8%; seguida de Antonina, com 45 respondentes, ou 25% das indicações. Os outros municípios somados receberam 66 alusões, ou 36,7% das respostas.

<b>Procedência</b>	<b>Quantidade</b>	<b>Frequência</b>
Curitiba	68	37,8%
Antonina	45	25,0%
Outras Cidades	66	36,7%
Não Resposta	1	0,6%
<b>Total de Observações</b>	<b>180</b>	<b>100%</b>

Tabela 1 – Procedência dos visitantes

Fonte: Pesquisa de campo (2010)

No que se refere ao gênero, a composição ficou em 109 mulheres e 71 homens, o que correspondeu, respectivamente a 60,6% de público feminino, para 39,4% de masculino, conforme se observa na Tabela 2.

<b>Gênero</b>	<b>Quantidade</b>	<b>Frequência</b>
Masculino	71	39,4%
Feminino	109	60,6%
<b>Total de Observações</b>	<b>180</b>	<b>100%</b>

Tabela 2 – Gênero dos visitantes

Fonte: Pesquisa de campo (2010)

No que diz respeito à idade, observou-se uma distribuição entre todas as faixas etárias, com maior concentração na faixa entre 19 e 24 anos, que foi indicada por 59 respondentes, o que correspondeu a 32,8% do total, conforme demonstrado na Tabela 3. Quando se realiza uma composição das faixas que contemplam idades de até 35 anos, observa-se que nesse grupo situaram-se 64,5% dos respondentes, evidenciando uma maior demanda do público jovem.

<b>Idade</b>	<b>Quantidade</b>	<b>Frequência</b>
Até 18	18	10,0%
De 19 a 24	59	32,8%
De 25 a 35	39	21,7%
De 36 a 45	32	17,8%
De 46 a 60	22	12,2%
Acima de 60	08	4,4%
Não Resposta	02	1,1%
<b>Total de Observações</b>	<b>180</b>	<b>100%</b>

Tabela 3 – Idade dos visitantes

Fonte: Pesquisa de campo (2010)

Com relação ao estado civil, obteve-se a seguinte composição: 101 pessoas, ou 56,1% indicaram ser solteiros; 58, ou 32,2% casados ou vivendo em união estável; 11, ou 6,1% separados ou em situação equivalente; e 7 respondentes, ou 3,9% viúvos. Houve ainda a situação de que 3 pessoas, ou 1,7%, que não responderam essa questão, conforme a Tabela 4.

<b>Estado Civil</b>	<b>Quantidade</b>	<b>Frequência</b>
Solteiro	101	56,1%
Casado ou equivalente	58	32,2%
Separado ou equivalente	11	6,1%
Viúvo	7	3,9%
Não resposta	3	1,7%
<b>Total de Observações</b>	<b>180</b>	<b>100%</b>

Tabela 4 – Estado civil dos visitantes

Fonte: Pesquisa de campo (2010)

A composição do nível de escolaridade dos informantes ficou constituída da seguinte forma: 6,7% mencionaram ter nível de pós-graduação; 16,1% que haviam concluído o ensino superior; 28,9% com superior incompleto; 30,6% que concluíram o

ensino médio; 10,0% que chegaram ao ensino médio, porém que ainda não o haviam concluído; 6,7% com o nível fundamental e 2,8% que não responderam a esta questão. Como é possível observar, o nível de escolaridade foi relativamente alto, considerando-se que 82,3% dos respondentes tinham pelo menos o ensino médio completo. Essa característica parece estar relacionada à natureza cultural do evento. A Tabela 5 apresenta essa distribuição. Ainda nesse sentido, é relevante mencionar que 46,1% dos respondentes informaram estar estudando à época da realização da pesquisa. Levando-se em consideração os dados expressos anteriormente na Tabela 3, que indicam maior concentração de visitantes nas faixas etárias mais jovens, presume-se que as taxas de escolarização tendem a aumentar.

<b>Escolaridade</b>	<b>Quantidade</b>	<b>Frequência</b>
Fundamental	12	6,7%
Médio Incompleto	18	10,0%
Médio Completo	55	30,6%
Superior Incompleto	52	28,9%
Superior Completo	29	16,1%
Pós-Graduação	9	5,0%
Não resposta	5	2,8%
<b>Total de Observações</b>	<b>180</b>	<b>100%</b>

Tabela 5 – Nível de escolaridade dos visitantes

Fonte: Pesquisa de campo (2010).

A Tabela 6 apresenta a profissão ou ocupação dos respondentes. Como esta era uma pergunta aberta no instrumento de coleta de dados, obteve-se uma grande variedade de respostas e optou-se enumerar apenas as categorias com no mínimo cinco referências, ficando as demais na alínea “*outros*”. Em alguns casos houve o agrupamento das respostas semelhantes como, a título de exemplo, “*Funcionário Público*” e “*Servidor Público*”. A categoria mais recorrente foi a dos estudantes, que correspondeu a 20,6% do público; seguida da dos profissionais liberais, com 11,6%; e

professores, com 9,4%. Assim, levou-se em conta que os resultados sugerem uma relação entre o evento e o universo escolar ou acadêmico.

<b>Profissão</b>	<b>Quantidade</b>	<b>Frequência</b>
Estudante	37	20,6%
Autônomo/Profissional Liberal	21	11,6%
Professor	17	9,4%
Comerciário	12	6,7%
Artista	11	6,1%
Aposentado	7	3,9%
Dona de Casa	7	3,9%
Comerciante	6	3,3%
Servidor Público	5	2,8%
Secretária	5	2,8%
Outros	36	20,0%
Não resposta	16	8,9%
<b>Total de Observações</b>	<b>180</b>	<b>100%</b>

Tabela 6 – Profissão dos visitantes

Fonte: Pesquisa de campo (2010)

Com relação ao meio de transporte utilizado para chegar até o evento, considerando-se aqui o maior percurso, para os casos em que se usou mais que um meio, obteve-se os resultados expressos na Tabela 7. O automóvel respondeu por 41,7% das indicações; seguido do ônibus, com 18,3%; e das vans, com 7,2%. Houve ainda 10% que indicaram outros meios de transporte, não previstos no instrumento de coleta de dados, tais como bicicleta ou locomoção a pé. É importante mencionar que esses últimos meios corresponderam a uma parcela significativa das 41 não-respostas, provenientes dos moradores locais. Tais resultados remeteram a uma preferência dos residentes pelo deslocamento a pé durante os dias do evento. Embora as razões desse comportamento não tenham sido contempladas no instrumento de pesquisa, parece razoável supor que a opção por essa modalidade de deslocamento tenha ocorrido para evitar congestionamentos decorrentes da interdição de algumas ruas e maior número de

peçoas e veículos na cidade, tanto pela proximidade das suas moradias aos locais em que ocorriam as atividades, bem como às próprias características dos moradores em caminhar no seu dia-a-dia.

<b>Transporte</b>	<b>Quantidade</b>	<b>Frequência</b>
Automóvel	75	41,7%
Ônibus de linha	33	18,3%
Van	13	7,2%
Outra forma	18	10,0%
Não resposta	41	22,8%
<b>Total de Observações</b>	<b>180</b>	<b>100%</b>

Tabela 7 – Meio de transporte utilizado

Fonte: Pesquisa de campo (2010)

No que tange ao tipo de grupo que realizou a visita, 60 respondentes indicaram que estavam com amigos, o que representou 33,3% do total de respostas; 42 ou 23,3% estavam com a família; 23, ou 12,8% estavam sós, ou seja, não se encontravam em grupo; 2,8% estavam em grupos de teatro, que foram incluídos no instrumento pela natureza do evento. Havia ainda 7,8% dos respondentes em outros grupos. A discriminação dos resultados encontra-se na Tabela 8.

<b>Grupo</b>	<b>Quantidade</b>	<b>Frequência</b>
Amigos	60	33,3%
Família	42	23,3%
Só (não está em grupo)	23	12,8%
Outros Grupos	14	7,8%
Grupo de Teatro	5	2,8%
Estudo	3	1,7%
Não resposta	38	21,1%
<b>Total de Observações</b>	<b>180</b>	<b>100%</b>

Tabela 8 – Tipo de grupo

Fonte: Pesquisa de campo (2010)

A Tabela 9 apresenta os meios de hospedagem utilizados pelo público do evento. Observou-se haver um contingente expressivo de pessoas que realizaram visita sem pernoite (26,1%), o que supostamente poderia estar associada à curta distância do domicílio dos visitantes em relação à cidade de realização do festival. A hospedagem em casa de amigos ou parentes também foi relevante, já que foi indicada por 23,9% dos respondentes. Houve ainda 12,8% dos informantes que ficaram em hotéis ou pousadas; 15% que se utilizaram de outros meios de hospedagem e 21,7% que não responderam a esta questão. Como o instrumento de coleta de dados foi preenchido pelos próprios informantes em um formulário com categorias de respostas pré-estabelecidas, presumiu-se que as altas taxas de não-respostas e indicação de outros meios se devam aos residentes. Assume-se, portanto, ter havido uma fragilidade metodológica na redação dessa pergunta, o que pode ter enviesado os resultados.

<b>Hospedagem</b>	<b>Quantidade</b>	<b>Frequência</b>
Visita sem pernoite	47	26,1%
Casa de amigos ou parentes	43	23,9%
Outro	27	15,0%
Hotel ou pousada	23	12,8%
Camping	1	0,6%
Não resposta	39	21,7%
<b>Total de Observações</b>	<b>180</b>	<b>100%</b>

Tabela 9 – Meio de hospedagem utilizado

Fonte: Pesquisa de campo (2010)

No que se refere ao gasto médio diário, solicitou-se aos respondentes para incluir custos com hospedagem e não incluir custos com deslocamento do domicílio até a cidade. Como alguns respondentes indicaram valores muito acima das faixas de resposta convencionais e outros não responderam a essa questão, optou-se pela não utilização da média e sim da moda estatística para evitar vieses. Assim, o valor referido mais recorrentemente foi de R\$ 50,00, indicado por 8% do público.

O tempo de permanência na cidade está expresso na Tabela 10. As visitas com um dia foram indicadas por 32,2% do público; de dois a quatro dias por 24,4%; e com cinco ou mais dias por 22,2%. Houve ainda 21,1% de não-respostas a esta questão, que novamente podem ser atribuídas aos moradores locais.

<b>Permanência</b>	<b>Quantidade</b>	<b>Frequência</b>
Um dia	58	32,2%
Dois a quatro dias	44	24,4%
Cinco dias ou mais	40	22,2%
Não resposta	38	21,1%
<b>Total de Observações</b>	<b>180</b>	<b>100%</b>

Tabela 10 – Tempo de permanência na cidade

Fonte: Pesquisa de campo (2010)

Com relação ao comparecimento em edições anteriores do evento, observou-se que 128 respondentes, ou 71,1% do público já havia visitado o festival, enquanto 50 pessoas, ou 27,8% estavam em sua primeira visita, e 1,1%, ou duas pessoas, não responderam, como se verifica na Tabela 11.

<b>Edições Anteriores</b>	<b>Quantidade</b>	<b>Frequência</b>
Sim	128	71,1%
Não	50	27,8%
Não resposta	2	1,1%
<b>Total de Observações</b>	<b>180</b>	<b>100%</b>

Tabela 11 – Visita a edições anteriores do evento

Fonte: Pesquisa de campo (2010)

Os resultados apresentados na Tabela 11 indicam um alto grau de fidelidade do público e são confirmados pela Tabela 12, que apresenta as taxas de intenção de retorno em edições futuras do evento. Nesse sentido, observou-se que 78,9% dos respondentes

indicaram querer voltar, além de outros 18,3% que talvez retornassem e apenas 1,1% que mencionaram não retornar ao festival.

<b>Edições Futuras</b>	<b>Quantidade</b>	<b>Frequência</b>
Sim	142	78,9%
Não	2	1,1%
Talvez	33	18,3%
Não resposta	3	1,7%
<b>Total de Observações</b>	<b>180</b>	<b>100%</b>

Tabela 12 – Intenção de retorno em edições futuras

Fonte: Pesquisa de campo (2010).

Com relação à forma como os respondentes tomaram conhecimento do evento, observou-se a importância da divulgação “*boca-a-boca*”, já que, respectivamente 36,1% e 11,1% souberam através de amigos e de instituições de ensino. Outras categorias de respostas citadas estão expressas na Tabela 13.

<b>Meio de Conhecimento</b>	<b>Quantidade</b>	<b>Frequência</b>
Amigos	65	36,1%
Instituição de Ensino	20	11,1%
Internet	14	7,8%
Cartaz ou folhetaria	13	7,2%
Rádio	7	3,9%
Jornal	3	1,7%
TV	3	1,7%
Outras Formas	34	18,9%
Não resposta	21	11,7%
<b>Total de Observações</b>	<b>180</b>	<b>100%</b>

Tabela 13 – Forma como ficou sabendo do evento

Fonte: Pesquisa de campo (2010)

Os respondentes foram convidados a indicar, em uma pergunta aberta, o principal motivo de sua visita ao evento. Considerando-se a natureza sintética do presente estudo, optou-se por relacionar apenas os termos mais referidos. Nesse sentido foram citados de forma mais recorrente as palavras: “Evento; Festival; Oficinas; Família; Familiares; Crianças; Amigos; Passeio; Lazer; Distração; Diversão; e Cultura”. A natureza dos resultados pareceu indicar três categorias relevantes de respostas: uma primeira que se refere ao evento em si próprio; a segunda, que diz respeito a uma oportunidade ou momento de convivência familiar e com amigos; e a terceira, afetas às atividades de lazer, diversão e cultura.

Além da pergunta aberta acerca do motivo principal para a visita, também solicitou-se que os respondentes indicassem o grau de importância por eles atribuído a diferentes aspectos na decisão de visitar o evento. As respostas foram dadas em uma escala de 1 a 5 pontos, com as seguintes equivalências: 1 = Sem importância; 2 = Pouca importância; 3 = Importância mediana; 4 = Importância mediana alta; e 5 = Muito importante. As Tabelas 14 e 15 apresentam os resultados obtidos, respectivamente, dos respondentes do público geral e público de moradores locais. A comparação demonstra que, enquanto o público geral atribuiu maior importância para a qualidade das apresentações (3,93 pontos); seguida do interesse pelos espetáculos (3,89 pontos); e visita aos atrativos turísticos da cidade (3,87 pontos); o público local atribuiu maior notação para o interesse pelos espetáculos (4,32 pontos); oportunidade de estabelecer relacionamentos (4,28 pontos); e qualidade das apresentações (4,00 pontos).

<b>Aspecto Considerado</b>	<b>Valor Médio</b>
Qualidade das apresentações	3,93
Interesse pelos espetáculos	3,89
Atrativos turísticos da cidade	3,87
Oportunidade de relacionamento	3,74
Festas paralelas	3,36
Participação em oficinas	2,87
Interesse profissional	2,78
Cumprimento de atividade escolar	1,69
<b>Conjunto</b>	<b>3,30</b>

Tabela 14 – Grau de importância das variáveis para a visita – público geral

Fonte: Pesquisa de campo (2010).

Nota: Os parâmetros são estabelecidos sob uma notação de 1 (sem importância) a 5 (muito importante).

A comparação das informações prestadas pelo público geral e moradores locais sugere também que a avaliação dos residentes foi ligeiramente mais positiva, já que a média dos conjuntos de quesitos foi de 3,3 pontos de notação do público geral, contra 3,6 atribuída pelos moradores. Houve coincidência entre os aspectos com menor notação para ambos os agrupamentos comparados. As variáveis consideradas menos importantes foram participação em oficinas; interesse profissional; e cumprimento de atividades escolares.

<b>Aspecto Considerado</b>	<b>Valor Médio</b>
Interesse pelos espetáculos	4,32
Oportunidade de relacionamento	4,28
Qualidade das apresentações	4,00
Atrativos turísticos da cidade	3,80
Festas paralelas	3,79
Participação em oficinas	3,53
Interesse profissional	2,83
Cumprimento de atividade escolar	1,57
<b>Conjunto</b>	<b>3,60</b>

Tabela 15 – Grau de importância das variáveis para a visita – moradores

Fonte: Pesquisa de campo (2010).

Nota: Os parâmetros foram estabelecidos sob uma notação de 1 (sem importância) a 5 (muito importante).

Além do nível de importância para determinar a visita, também comparou-se a avaliação do público geral e de residentes em relação a diferentes aspectos. Os resultados estão expressos nas Tabelas 16, para o público geral; e 17, para o público local.

Para o público geral, os aspectos que receberam melhores notas foram a qualidade dos espetáculos (3,81 pontos); os atrativos turísticos da cidade (3,77); a organização geral do evento (3,66 pontos); e os serviços de alimentação (3,46 pontos). Esse mesmo público atribuiu as piores avaliações para o acesso ao festival (3,26 pontos); os preços de produtos e serviços (3,06 pontos); e a pior nota coube à limpeza, que recebeu 2,88 pontos de média.

<b>Aspecto Considerado</b>	<b>Valor Médio</b>
Qualidade dos Espetáculos	3,81
Atrativos turísticos	3,77
Organização geral do evento	3,66
Serviços de alimentação	3,52
Meio de hospedagem	3,46
Acesso à Cidade	3,45
Qualidade das Oficinas	3,44
Segurança	3,36
Acesso ao festival	3,26
Preços de produtos e serviços	3,06
Limpeza	2,88
<b>Conjunto</b>	<b>3,42</b>

Tabela 16 – Avaliação do evento – público geral

Fonte: Pesquisa de campo (2010).

Nota: Os parâmetros foram estabelecidos sob uma notação de 1 (péssimo) a 5 (ótimo).

O público doméstico atribuiu no conjunto uma avaliação ligeiramente mais positiva (média de 3,46, para uma média de 3,42 do público geral) e considerou como aspectos mais positivos a qualidade das oficinas (4,02 pontos); qualidade dos espetáculos (4,00 pontos) e organização geral do evento (3,80 pontos). Entre os aspectos

com menor notação encontram-se o acesso à cidade (3,25 pontos); a segurança (3,02 pontos); e novamente coube à limpeza a pior notação, com 2,47 pontos de média.

<b>Aspecto Considerado</b>	<b>Valor Médio</b>
Qualidade das oficinas	4,02
Qualidade dos espetáculos	4,00
Organização geral do evento	3,80
Meio de hospedagem	3,71
Atrativos turísticos	3,68
Serviços de alimentação	3,58
Preços de produtos e serviços	3,37
Acesso ao festival	3,27
Acesso à Cidade	3,25
Segurança	3,02
Limpeza	2,47
<b>Conjunto</b>	<b>3,46</b>

Tabela 17 – Avaliação do evento – moradores

Fonte: Pesquisa de campo (2010).

Nota: Os parâmetros foram estabelecidos sob uma notação de 1 (péssimo) a 5 (ótimo).

Embora a maioria dos aspectos tenha recebido uma avaliação positiva, quando tomados em perspectiva e comparados entre si, é possível perceber significativas diferenças de notação entre os diferentes quesitos avaliados. Tais distinções podem orientar ações gerenciais da organização do evento, assim como dos gestores do turismo para a potencialização dos pontos positivos e minimização dos aspectos negativos. Nesse mesmo sentido, as informações da Tabela 18, que apresenta a intenção de visitar outros atrativos turísticos da cidade, também podem oferecer subsídios ao planejamento do setor. Como se pode perceber, 67,3% dos respondentes mencionaram pretender visitar outros pontos de interesse turístico. Esse percentual pode, inclusive ser maior, uma vez que houve uma alta taxa de não respostas (18,9%) a esta questão, possivelmente relacionada aos moradores locais.

<b>Visita a outros atrativos</b>	<b>Quantidade</b>	<b>Frequência</b>
Sim, durante o festival	75	41,7%
Sim, em visita future	46	25,6%
Não pretende	25	13,9%
Não resposta	34	18,9%
<b>Total de observações</b>	<b>180</b>	<b>100%</b>

Tabela 18 – Intenção de visita a atrativos turísticos

Fonte: Pesquisa de campo (2010).

O instrumento de coleta de dados continha um campo destinado às sugestões dos respondentes. Dos 180 informantes, 131 registraram alguma espécie de impressão ou sugestão. Optou-se por relacionar aqui apenas as referências mais significativas. Nesse sentido foram aludidos de forma mais recorrente aspectos relacionados à limpeza e higiene dos ambientes e da cidade; o fato de haver menores bebendo ou em situação de risco à noite; a necessidade de melhoria nas estratégias de divulgação do evento; e o desejo de mais oficinas e atrações para o público infantil. Além disso, a edição em estudo também foi marcada pela ocorrência de fortes chuvas durante o período de sua realização e, embora consista em variável sobre a qual o planejamento tenha pouca ingerência, esse fato não fugiu, evidentemente, da avaliação do público.

### **Considerações finais**

Ao longo de 20 anos, por meio do Festival, observa-se o projeto sociocultural de uma Universidade Pública em promover ações em e para uma localidade. Embora críticas sobre os verdadeiros benefícios do evento para Antonina, e em especial, ao antoninense, sejam recorrentes, o que se percebeu durante a pesquisa foi a interação dos munícipes em vivenciar os dias do Festival.

Os resultados da pesquisa apontaram para a valorização da cultura local e o sentimento de pertencimento e orgulho dos moradores, que vêm na festividade a oportunidade de demonstrar aos visitantes o vigor e a beleza de suas manifestações.

Nesse sentido, parece relevante que a avaliação dos autóctones em relação ao evento seja ligeiramente mais positiva que aquela atribuída pelos turistas.

Outro fator observado foi o da promoção de eventos, que além de compor, *per si*, um atrativo turístico, também pode funcionar como um indutor de fluxo para outros atrativos do destino em que se realiza.

Quanto ao público do evento, foi composto predominantemente de pessoas provenientes da capital do Estado e demais cidades do entorno, o que revela o interesse pela própria produção artístico-cultural regional.

Chamou a atenção na pesquisa um aspecto considerado negativo tanto por visitantes quanto por moradores locais, que é a questão da limpeza. Nesse sentido, espera-se que os gestores públicos municipais se atenham a esse fato, que embora não esteja diretamente relacionado ao âmbito de uma Secretaria Municipal de Turismo, por exemplo, implica em muito na percepção do visitante, além de afetar a qualidade de vida dos moradores. É cabível pensar, também, em programas e projetos de sensibilização ambiental tanto para visitantes como para visitados.

Embora o turismo seja frequentemente apresentado como uma alternativa eficiente para a geração de emprego e renda, não se propõe aqui que o setor seja a panacéia de todas as mazelas que afetam regiões economicamente deprimidas. No entanto, a atividade seguramente pode ser incluída no rol das possibilidades de revitalização econômica, social e cultural de uma região, em especial através da realização de eventos como o Festival de Antonina.

A realização de novos estudos sobre a temática aqui discutida parece muito pertinente, sendo recomendável também uma análise qualitativa, que permita compreender o fenômeno sob uma perspectiva subjetiva dos respondentes. É mister salientar também que dentre os limites dessa pesquisa piloto, faz-se necessário sua repetição em anos posteriores para permitir uma análise comparativa e que avalie com maior precisão o perfil da demanda e do destino sede do evento, assim como de sua evolução.

## Referências

- ANTONINA (Município). **Portal de Antonina**. Antonina: 2011. Disponível em: <[http://www.antonina.com/?page\\_id=245](http://www.antonina.com/?page_id=245)>. Acesso em: 04/06/2011.
- BAHL, M. **Turismo e eventos**. Curitiba: Prottexto, 2004.
- BARBETTA, P. A. **Estatística aplicada às ciências sociais**. 4. ed. Florianópolis: UFSC, 2001.
- BIGARELLA, J. J. **Matinhos: Homem e Terra/Reminiscências**. Matinhos: Prefeitura Municipal de Matinhos / ADEA, 1991.
- BRASIL, Ministério do Turismo. **Turismo cultural: orientações básicas**. Brasília: Ministério do Turismo, 2006.
- BUTTNER, A. Aprendendo o dinamismo do mundo vivido. In: CHRISTOFOLETTI, A. (org.) **Perspectivas da Geografia**. São Paulo: DIFEL, 1982.
- FRANCO, A. C. N. P. **Caracterização da comunidade pesqueira de Antonina, Paraná**. Pontal do Paraná, 2004. 110 f. Monografia. (Bacharelado em Oceanografia) – Centro de Estudos do Mar, Universidade Federal do Paraná.
- IPARDES - INSTITUTO PARANAENSE DE DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO E SOCIAL. **Cadeia produtiva do turismo no Paraná: estudo da região turística do litoral**. Curitiba: IPARDES, 2008.
- OSINSKI, D. 11 Festival de Inverno. In: **Festival de Inverno da UFPR: 11 anos de cultura, arte e cidadania**. Curitiba: UFPR/PROEC, 2002.
- PACHOLEK, P. **Comércio arrecada 30% mais durante festival em Antonina**. Curitiba, 12 jul. 2010. Entrevista concedida a Guilherme de Souza. Disponível em: <<http://www.ufpr.br/portal>>. Acesso em: 04/06/2011.
- RUSCHMANN, D. van de M. **Turismo e desenvolvimento sustentável: a proteção do meio ambiente**. 3. ed. Campinas: Papirus, 1999.
- TUAN, Y. F. **Topofilia: Um estudo da percepção, atitudes e valores do meio ambiente**. São Paulo: Difel, 1980.
- UFPR. Pró-Reitoria de Extensão e Cultura – PROEC. **Sítio eletrônico do Festival de Inverno da UFPR**. Disponível em: <<http://www.proec.ufpr.br/festival2011/index.htm>>. Acesso em: 10/09/2011.

Recebido em novembro de 2012.

Aprovado em dezembro de 2012.