

## A atuação do Relações Públicas no mapeamento do público teatral

### *The performance of public relations in mapping the theatrical public*

Suelen GOTARDO<sup>1</sup>

#### Resumo

Este artigo reflete sobre a importância da participação do profissional de Relações Públicas no processo da produção cultural, a partir de um levantamento público espectador realizado em Porto Alegre, no Rio Grande do Sul. O período da pesquisa é de dez anos e é analisado por meio da ótica metodológica da Análise de Conteúdo, proposta por Laurence Bardin (2011). Traz reflexões sobre o perfil deste público consumidor e serve de ferramenta a ser utilizada por profissionais de RP na formação de espectadores.

**Palavras-chave:** Comunicação. Cultura. Gestão e Produção Cultural. Artes Cênicas.

#### Abstract

This article reflects on the importance of the participation of Public Relations professionals in the cultural production process, based on a public audience survey conducted in Porto Alegre, Rio Grande do Sul. The research period spans ten years and is analyzed through the methodological perspective of Content Analysis, as proposed by Laurence Bardin (2011). It also presents reflections on the profile of this consumer audience, serving as a tool to be used by Public Relations professionals in shaping spectators.

**Keywords:** Communication. Culture. Cultural Management and Production. Performing Arts.

#### Introdução

O campo das Relações Públicas desempenha um papel fundamental na produção cultural contemporânea, agindo como ponte entre os artistas e o público. Através de estratégias de comunicação rigorosamente planejadas, as Relações Públicas podem transmitir a mensagem e o propósito por trás de uma obra de arte, tornando-a mais acessível e compreensível para uma ampla gama de audiências.

---

<sup>1</sup> Doutoranda no Programa de Pós-Graduação de Comunicação Social da Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul (PPGCOM - PUCRS). E-mail: Suelen.Gotardo@edu.pucrs.br

No entanto, embora seja considerada de extrema importância por muitos artistas, a gestão cultural ainda é realizada de forma improvisada. A professora Villas-Boas (*in* Rubim, 2005, p. 100) reflete que se “a cultura é para artista, parece não haver lugar, por exemplo, para empreendedores”. Além disso, aponta ainda que as “lideranças falam de metas com medo de falar dos sonhos, ao passo que agentes do mercado cultural falam de sonhos com receio de falar em metas” (*in* Rubim, 2005, p. 100).

Portanto, este artigo examina como as práticas de Relações Públicas (RP) podem influenciar no processo de produção cultural, destacando a sua importância na promoção, comunicação e engajamento do público com a arte. Destaca o papel do profissional de RP na criação de visibilidade para projetos artísticos como produtor cultural, a partir do mapeamento do público teatral gaúcho, com o objetivo de contribuir nas estratégias de formação de plateia nesta região.

Como proposta metodológica, o artigo traz a análise de conteúdo (AC), que analisa os dados mapeados e reflete sobre o público identificado neste processo. O *corpus* analisado neste trabalho abrange o público de seis casas teatrais da capital gaúcha e de três festivais que acontecem no município anualmente. O levantamento se dá no período de 2010 a 2019, recorte utilizado na dissertação de mestrado, defendida em 2021, no Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, sobre o processo de divulgação de espetáculos teatrais. O objetivo é demonstrar distintos caminhos de atuação ao profissional de Relações Públicas, como por exemplo, atuar na produção de eventos culturais.

### **Relações Públicas como produtor cultural**

As atividades que a profissão exerce são muitas, que vão muito além da organização de eventos, cerimonial e protocolo. Há nessa lista o endomarketing, assessoria de comunicação, consultoria, comunicação interna e mercadológica, planejamento, produção cultural, entre outros tantos campos em que o RP atua.

Peruzzo (1986) lembra que a atividade nasce em um momento de crise com o intuito de promover a relação da marca, empresa ou produto com a sociedade e, consequentemente, com o público. Em Dornelles (2007) compreendemos que a prática é fruto da expansão da economia industrial e do avanço da tecnologia que acentuou a necessidade de comunicação e compreensão entre os diferentes segmentos de público.

Nessa mesma linha, Kunsch (2003) lembra que a área se organizou num processo estruturado em etapas que acontecem de forma contínua, onde uma atividade vai subsidiando a outra. Portanto, podemos considerar que o profissional de Relações Públicas atua, também, no campo da organização, sugerindo estratégias comunicacionais e ferramentas de gestão para atingir um determinado objetivo.

Todo o sistema envolvido na práxis da comunicação passa, em algum momento, por um processo de difusão ou divulgação. Segundo Gotardo (2021a), o evento cultural demanda gestão, produção, divulgação e promoção, seja no campo das artes plásticas, música, literatura ou artes cênicas. A esse profissional, damos o nome de produtor ou gestor cultural.

O profissional cultural propõe ações que abrangem a produção e o processo de divulgação do bem cultural, incluindo estratégias para identificar e alcançar o público-alvo, o desenvolvimento de uma identidade visual que desperte o interesse do espectador, além de colaborar com a assessoria de imprensa. Por esse motivo, o universo da produção cultural é um solo fértil entre as atividades desempenhadas pelo profissional de Relações Públicas.

Diferente do que muitas vezes se imagina o senso comum, a cultura é uma atividade, como toda prática social humana, que requer organização. Uma festa popular, como o carnaval, por exemplo, aparentemente apenas um lugar, por excelência, do lúdico e das manifestações espontâneas, não pode se realizar sem um grande esforço de organização (RUBIM, 2005, p. 19).

Além de promover e comunicar, as Relações Públicas também facilitam o engajamento do público com a produção cultural. Isso pode ser alcançado através de várias estratégias, como mídia social, eventos de networking e programas educacionais.

Este artigo é uma aproximação com a dissertação defendida no mestrado, que traz um mapeamento de produções gaúchas, identificando a atuação do profissional de RP. Foi identificado que a maioria dos espetáculos teatrais produzidos em Porto Alegre não contavam com um profissional especializado para a produção cultural. Muitos grupos e coletivos dividiram a produção entre os seus integrantes ou, ainda, contratam um jornalista no final do processo para lidar com as tarefas da imprensa. No entanto, conforme defende Gotardo (2021a), este profissional de comunicação muitas vezes chega sem entrosamento com a equipe e carece de ferramentas de gestão cultural.

Portanto, é fundamental que artistas e profissionais de RP percebam a produção cultural como uma etapa essencial na criação de um espetáculo. Para o profissional, cabe identificar o campo da produção cultural como um espaço de atuação. Uma das principais atividades do RP, neste processo cultural, é o planejamento, um elemento vital para o gestor da cultura. Villas-Boas (2005, p. 104) explica que

é necessário descrever a missão da tarefa, apontar os objetivos, identificar o público-alvo, desenvolver as estratégias para atingir o objetivo proposto, delimitar as ações e as tarefas, apresentar métodos de controle, de modo a mensurar os avanços e fragilidades do planejamento e, por fim, tabular os resultados. Mesmo caso anterior.

Segundo a autora, “o que chamamos de produção é a execução continuada do planejamento” (2005, p. 105). Logo, é necessário que o profissional de Relações Públicas enxergue o potencial deste campo de atuação. Entretanto, ainda há um distanciamento entre este diálogo da comunicação, por meio da área das relações públicas, e o campo cultural. Gotardo (2021, p. 149) afirma que “a assessoria, solo fértil para a integração da comunicação, cumpre importante papel neste processo” e destaca que o profissional de Relações Públicas pode atuar diretamente com o marketing cultural e, especialmente, na produção cultural: “Os profissionais da área (em especial o RP) encontram no processo de produção e divulgação da cultura, uma grande oportunidade de trabalhar a comunicação e a inserção mercadológica”, destaca a autora (2021, p. 149).

## O consumo do teatro

Na cena cultural, diversos produtores reclamam da diminuição de seus espectadores. Esse público parece sofrer influência do novo modelo de identidade cultural: tecnológico e, segundo Maffesoli (2014), tribal. Essas inquietações foram levantadas quando o teatro começou a perder espaço, principalmente diante das novas opções de lazer da atualidade.

Prikladnicki (2020<sup>2</sup>) destaca que “há muito tempo, artistas e outros profissionais de teatro, dança e circo se perguntam como atrair mais público para os espetáculos gaúchos”. Para o jornalista, há uma percepção [...] de que o número de espectadores esteja

---

<sup>2</sup> Trecho da matéria publicada no jornal Zero Hora. Disponível em: <<https://gauchazh.clicrbs.com.br/colunistas/fabio-prikladnicki/noticia/2020/06/pistas-sobre-o-perfil-do-publico-do-teatro-gaicho-ckb8fiqnf009x015ns3xeurb9.html>>. Acesso em: 11 set. 2020.

minguando geração a geração”, afirma Prikladnicki (2020). Esse processo não se limita à comunidade porto-alegrense. O mesmo cenário se estende por todo o território brasileiro, conforme mostra uma pesquisa realizada em doze capitais do Brasil pela JLeiva Cultura e Esporte (2020)<sup>3</sup>, em parceria com o Instituto Datafolha. De acordo com o estudo, o cinema continua sendo a atividade de lazer preferida dos brasileiros, com 64% das escolhas. Mostra também que 37% dos entrevistados afirmam não ter frequentado o teatro nos últimos 12 meses anteriores ao levantamento, ou nunca foram. Quando questionados sobre os motivos, o desinteresse e questões financeiras foram as respostas mais comuns.

Mas quanto custa ir ao teatro? No cenário porto-alegrense, a maioria das peças teatrais gaúchas variam entre R\$ 20,00 a R\$ 80,00<sup>4</sup>. Já os ingressos para as peças nacionais ou internacionais variam de R\$ 30,00 a R\$ 160,00<sup>5</sup>. Ou seja, há teatro para todos os tipos de bolso.

Este artigo teve acesso à pesquisa realizada pela produtora cultural Debi Mayer, pela jornalista Kemi Oshiro, pelo ator Douglas Oliveira e pelo designer Tiago Maier Labes, sobre o perfil do público teatral porto-alegrense. Intitulado Projeto Abduzidos<sup>6</sup>, o estudo apresenta dados sobre o público de espetáculos em cartaz nos meses de setembro, outubro e novembro de 2016.

Com um total de 144 pessoas entrevistadas e 14 espetáculos de teatro, destaca-se: a idade. 19% das pessoas entrevistadas afirmaram ter de 31 a 35 anos, e 13% de 26 a 30 anos. O grau de escolaridade apresentou 37% com ensino superior completo, seguido por 22% das respostas com pós-graduação concluída. O ensino superior incompleto e o ensino médio incompleto apresentam juntos 13% das respostas.

---

<sup>3</sup> Mais informações sugere-se ler: <<http://www.culturanas capitais.com.br>>. Acesso em: 15 mai. 2020.

<sup>4</sup> Comparação de dois espetáculos gaúchos: Em Chamas e Xaxados e Perdidos. O espetáculo Em Chamas foi apresentado no Teatro Renascença, com valores entre R\$20,00 e R\$40,00. Informação: <[http://lproweb.procempa.com.br/pmpa/prefpoa/cs/default.php?p\\_noticia=999206452](http://lproweb.procempa.com.br/pmpa/prefpoa/cs/default.php?p_noticia=999206452)>. Acesso em: 20 ago. 2020. O espetáculo Xaxados e Perdidos foi apresentado no Teatro São Pedro, com valores de R\$30,00 e R\$80,00. Informação: <<http://www.teatrosaopedro.com.br/eventos/xaxados-e-perdidos-rs-2>>. Acesso em: 20 ago. 2020.

<sup>5</sup> Espetáculo *Dancin Days*, com direção de Deborah Colker no Teatro do Sesi. Informação: <<http://www.centrodeeventosfiergs.com.br/en/events/o-frenetico-dancin-days-faz-turne-nacional>>. Acesso em: 20 ago. 2020.

<sup>6</sup> Sugere-se a leitura da pesquisa Projeto Abduzidos. Disponível em: <<https://pt.slideshare.net/DboraMaier/projeto-abduzidos-235002024/DboraMaier/projeto-abduzidos-235002024>>. Acesso em: 20 ago. 2020.

Em relação ao campo profissional, Prikladnicki (2020) destaca que “apenas 22% dos espectadores entrevistados se disseram profissionais do meio artístico”. Esse dado surpreende pois “esperava-se que a amostra refletisse uma predominância de pessoas do meio”. A pesquisa, no entanto, mostrou que 13% são professores, 11% são artistas e, com 11% também, são estudantes.

Quando questionados sobre como ficaram sabendo do espetáculo, 38% dos entrevistados responderam a opção “outros”, referindo-se à divulgação da programação do Porto Alegre em Cena, por meio de artistas envolvidos com a peça ou indicações. A opção boca a boca contou com 33% das respostas, seguido pela divulgação na plataforma do Facebook, com 20%, jornal impresso, com 5% e cartaz ou panfleto, com 2%.

Sobre a carência das atividades culturais, 50% responderam que sim, há falta de opções, enquanto 45% responderam que não há. Além desses, 5% não souberam ou não quiseram opinar. Questionados sobre os possíveis motivos da carência de atividades, os entrevistados apontaram a fragilidade da divulgação, escassez de apoio e incentivo cultural, pouca oferta de atividades gratuitas e de opções descentralizadas. Mesmo as pessoas que responderam não ter carência de atividades culturais apontaram a qualidade da divulgação e de espaços culturais adequados para comportar as atividades.

Outra questão apontada no estudo sobre o perfil do público espectador é sobre as atividades que compõem as horas de lazer. Entre as respostas, 62 pessoas afirmaram preferir livros e 59 ir ao cinema. Empatados, 41 pessoas preferem consumir cultura em casa, enquanto as outras 41 respostas afirmaram a preferência pelo teatro. Cabe ressaltar que esta questão foi aberta e possibilitou uma ou mais respostas.

Por fim, após análise dos dados, foi possível traçar um perfil do espectador de teatro porto-alegrense. Com este estudo, o profissional de Relações Públicas pode desenvolver um plano estratégico, definir ferramentas de divulgação e atuar na busca de novos espectadores.

### **Mapeamento do público**

É verdade que a dissociação entre teatro e comunicação surge de um problema latente e atual: a percepção da diminuição de seu público. Esse fator pode ser conferido logo mais pelos números levantados nos teatros da capital gaúcha. Mas quais motivos estariam alavancando o decréscimo da curva do espectador de teatro em Porto Alegre?

Para responder este questionamento, este estudo utiliza do procedimento da Análise de Conteúdo (AC), proposta por Laurence Bardin (2011).

Duarte e Barros (2006, p. 280) definem a AC como “um método das ciências humanas e sociais destinado à investigação de fenômenos simbólicos por meio de várias técnicas de pesquisa”. As ferramentas que este trabalho utiliza para obter os resultados das três principais fases da AC foram: a pré-análise, a exploração do material e o tratamento dos resultados, da inferência ou da interpretação. Além disso, para desenvolver a técnica de análise de dados, foi definida a análise de conteúdo categorial, em virtude do seu caráter investigativo.

De acordo com Bardin (2011, p. 125) “a pré-análise tem por objetivo a organização, embora ela própria seja composta por atividades não estruturadas, ‘abertas’, por oposição à exploração sistemática dos documentos”. Neste trabalho, a pré-análise se deu a partir das etapas propostas pela autora (2011, p. 126). São elas: leitura flutuante e a escolha dos documentos. Já o *corpus* da análise, que de acordo com Bardin (2011, p. 126) se trata do “conjunto dos documentos para serem submetidos aos procedimentos analíticos”, respeita as regras da exaustividade, da representatividade e da homogeneidade. Correspondem a esse conjunto do *corpus*, o mapeamento do público dos seis principais teatros da capital gaúcha: Theatro São Pedro, Centro Municipal de Cultura (Teatro Renascença e Sala Álvaro Moreyra), Teatro Bruno Kiefer (Casa de Cultura Mário Quintana), Teatro de Arena, Teatro do Sesc e Instituto Ling. Estes espaços foram escolhidos por representar o cenário cultural porto-alegrense, de modo a mapear os cenários públicos e privados, municipais e estaduais, e de grande relevância cultural.

Quadro 1: Corpus da pesquisa

| <b>Teatros</b>   |
|--|
| Theatro São Pedro  |
| Centro Municipal de Cultura<br>(Teatro Renascença e Sala Álvaro Moreyra) |
| Teatro Bruno Kiefer<br>(Casa de Cultura Mário Quintana)                  |
| Teatro de Arena  |
| Teatro do Sesc   |
| Instituto Ling   |

Fonte: A autora (2023)

O Theatro São Pedro é o teatro mais antigo de Porto Alegre em funcionamento atualmente. Inaugurado em 1858, ele é situado em frente à praça da matriz e possui capacidade de 650 lugares. Sua administração, embora estadual, também passa pela Fundação do Theatro São Pedro.

Já o Centro Municipal de Cultura<sup>7</sup> abriga dois teatros municipais: o Teatro Renascença, com capacidade de 284 lugares, e a Sala Álvaro Moreyra, com 90 lugares. Ambos teatros foram fundados em 1978, funcionam até hoje com temporadas, onde os grupos são selecionados por meio de editais promovidos pela Prefeitura Municipal de Porto Alegre (PMPA).

Do famoso Hotel Majestic ao teatro. Assim é contada a história da Casa de Cultura Mario Quintana<sup>8</sup>. Em 1990 passou a ser um centro cultural e leva o nome do poeta gaúcho Mario Quintana, abrigando ali duas salas de teatro: o Teatro Bruno Kiefer e a Sala Carlos Carvalho, que recebem até hoje grupos de teatro de diversos lugares e é localizada no centro histórico da capital gaúcha, com capacidade de 165 lugares e administração estadual.

O Teatro de Arena<sup>9</sup> é um espaço referência na capital, especialmente porque abrigou espetáculos importantes durante o período da ditadura militar. Conta com 110 lugares e também é administrado pelo poder estadual. Já o Teatro do SESC (Serviço Social do Comércio) e o Instituto Ling são instituições privadas. O Teatro do Sesc<sup>10</sup>, com 270 lugares e o Instituto Ling<sup>11</sup>, com 89 lugares.

Além dos espaços culturais, foi aplicado a pesquisa a partir dos principais três festivais teatrais que acontecem no município anualmente.

Quadro 2: Corpus da pesquisa

| Festivais de teatro em Porto Alegre |
|-------------------------------------|
| Festival Porto Alegre em Cena       |

<sup>7</sup> O espaço é situado na Av. Erico Veríssimo, 307, Porto Alegre.

<sup>8</sup> A Casa de Cultura Mario Quintana fica na Rua dos Andradas, 736, Bairro Centro, Porto Alegre.

<sup>9</sup> O Teatro de Arena está localizado na escadaria da Av. Borges de Medeiros, nos Altos do Viaduto Otávio Rocha, no Centro Histórico de Porto Alegre.

<sup>10</sup> O Teatro do Sesc fica localizado na Av. Alberto Bins, 665, Bairro Centro, Porto Alegre.

<sup>11</sup> O Instituto Ling localiza-se na Rua João Caetano, nº 440, Bairro Três Figueiras, Porto Alegre.

|                             |
|-----------------------------|
| Palco Giratório             |
| Festival Porto Verão Alegre |

Fonte: A autora (2023)

É importante pontuar que, um dos grandes problemas identificados neste levantamento foi a falta de formalidade dos registros dos dados, uma vez que vários teatros demonstraram deficiência no histórico do público. Dessa forma, cabe ressaltar que foi solicitado à administração de cada teatro os registros anuais de público, no período de 2010 a 2019 e, no entanto, apenas o Centro Municipal de Cultura, que administra os teatros Renascença e Sala Álvaro Moreyra, e o Teatro de Arena, apresentaram os dados ano a ano, de forma clara, completa e objetiva.

Com base no aporte metodológico, temos a seguinte sistematização:

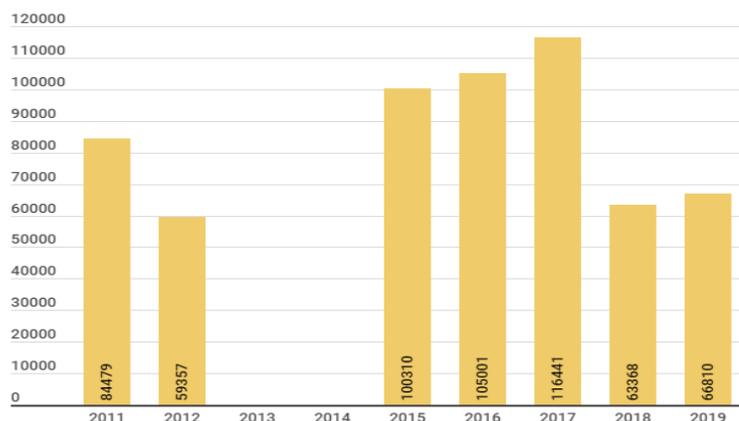
Quadro 3: Mapeamento de público dos teatros

| Teatros                     | 2010   | 2011   | 2012   | 2013   | 2014   | 2015    | 2016    | 2017    | 2018   | 2019   |
|-----------------------------|--------|--------|--------|--------|--------|---------|---------|---------|--------|--------|
| Theatro São Pedro           | -      | 84.479 | 59.937 | -      | -      | 100.310 | 105.001 | 116.441 | 63.368 | 66.810 |
| Centro Municipal de Cultura | 42.705 | 13.668 | 21.494 | 10.506 | 23.209 | 32.391  | 21.048  | 49.508  | 25.209 | 21.075 |
| Teatro Bruno Kiefer         | -      | -      | -      | -      | -      | -       | -       | 6.837   | 13.340 | 12.897 |
| Teatro de Arena             | 386    | 4.696  | 6.134  | 5.320  | 7.440  | 2.800   | 6.121   | 4.188   | 8.275  | 9.487  |
| Teatro do Sesc              | -      | -      | -      | -      | -      | -       | -       | -       | 11.282 | 11.324 |
| Instituto Ling              | -      | -      | -      | -      | -      | 1.015   | 652     | 2.448   | 2.915  | 2.751  |

Fonte: Elaborado pela autora (2020)

A gestão do Theatro São Pedro, durante o período de pesquisa, não forneceu os dados relacionados ao ano de 2010. Dessa forma, a pesquisa se deu a partir de 2011. Ainda no histórico, faltaram os registros dos anos 2013 e 2014, deixando assim descoberta e ineficiente a pesquisa em relação à década de interesse. O cálculo foi possível através dos anos 2011, 2012, 2015, 2016, 2017, 2018 e 2019.

Gráfico 1 - Dados do Theatro São Pedro



Fonte: Elaborado pela autora (2020)

O gráfico apresenta um total de 84.479 espectadores no ano de 2011 e 66.810 espectadores, no ano de 2019. Isso corresponde a uma média decrescente de 20,92%. Percebe-se, no entanto, que há um desvio na curva nos anos de 2012 e 2017. Sobre o motivo deste descompasso, foi realizada pesquisa, mas não foi encontrado nenhum motivo específico para um aumento do público no ano de 2017, nem relacionada à baixa no ano de 2012. Porém, percebeu-se que o fomento à cultura, um dos principais estímulos para as produções culturais, pode ter algum tipo de contribuição nesta diferença de dados. Em pesquisa sobre as políticas culturais<sup>12</sup>, propostas pelo poder público estadual, encontrou-se a seguinte informação:

Em 2012 foi publicado o Edital SEDAC nº 2/2012, no valor total de R\$3.300.000,00, estabelecendo diversas categorias de fomento, entre elas apoio à criação e produção e apoio à difusão e à circulação. Ainda em 2012, foi publicado o edital SEDAC nº 41/2012 Pró-cultura RS FAC das Artes no valor total de R\$1.600.000,00 (GOTARDO, 2021, p. 56).

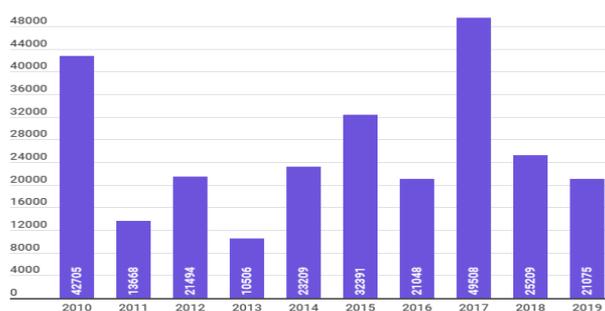
O Fundo de Apoio à Cultura (FAC) possibilita o financiamento de projetos artísticos oriundos de pessoas físicas e jurídicas. No ano de 2012, o Governo do Estado do Rio Grande do Sul ofereceu R\$4.900.000,00 em editais de fomento à cultura. Já em 2017, o investimento foi de R\$4.500.000,00, conforme edital publicado.

<sup>12</sup> Políticas culturais para as artes cênicas: uma breve análise do cenário cultural. Disponível em: <<https://periodicos.ufpb.br/index.php/tematica/article/view/58959/33217>>. Acesso em: 12 jan. 2022.

Em relação aos dados do teatro, a administração informou que, em 2012, o Theatro São Pedro comportou 58 atrações, totalizando 118 apresentações no ano. Já em 2017, ofertou 188 atrações e realizou cerca de 426 apresentações ao longo do ano. Portanto, entre 2012 e 2017, concluiu-se que a oferta também estimulou o espectador.

O Centro Municipal de Cultura e o Teatro de Arena foram os únicos estabelecimentos que apresentaram os dados completos dos anos solicitados. Quanto aos dados do Centro Municipal de Cultura, foi identificada a impossibilidade de analisar separadamente os dados de público do Teatro Renascença e da Sala Álvaro Moreyra. O motivo é a forma do armazenamento de dados pela instituição. Do período solicitado, 2010 a 2019, foi identificado que os dados correspondentes aos anos 2010, 2011, 2012, 2013, 2015 e 2016 foram arquivados de forma universal, separados não por teatro, mas pela classificação adulto e infantil. Já nos anos 2014, 2017, 2018 e 2019, os números foram pontuados separadamente, ou seja, separados por teatros - Renascença e Sala Álvaro Moreyra - sem considerar a classificação adulto e infantil. Logo, este trabalho optou por utilizar os dados universais do Centro Municipal de Cultura.

Gráfico 2 - Dados do Centro Municipal de Cultura

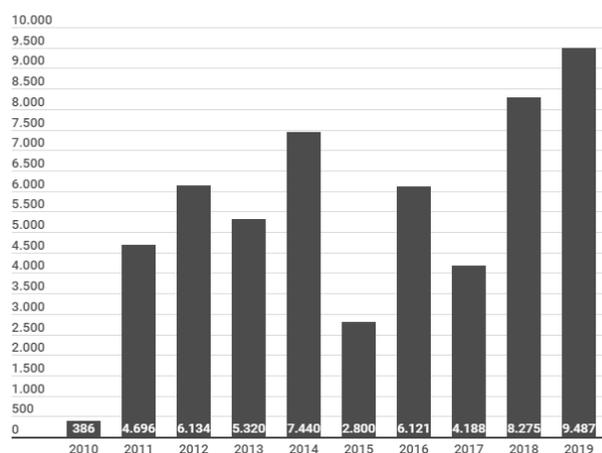


Fonte: Elaborado pela autora (2020)

De acordo com o gráfico, percebemos que em 2010 o espaço contabilizou 42.705 espectadores de teatro. Já em 2019, o número caiu para 21.075 espectadores anuais. Uma média significativa de 50,65% de redução, em comparação aos anos 2010 a 2019. Aqui também é possível perceber oscilações entre os anos. Em 2011, o total caiu abruptamente para 13.668 espectadores. Neste ano, o Centro Municipal de Cultura contou com 154 apresentações adultas e infantis. Já em 2017, o total dobrou de um ano para o outro, chegando a 49.508 espectadores. Neste ano, ainda, o espaço ofereceu 601 apresentações, entre espetáculos adultos e infantis.

De forma clara e objetiva, o Teatro de Arena apresentou todos os dados solicitados, tendo apenas um ponto de atenção: um dado díspar entre os registros fornecidos em relação ao ano de 2010, que apresentou um total de 386 espectadores. Por ser de grande alteração e diferença aos outros anos, não foi utilizado para a contabilização da média. A administração do teatro não soube explicar o motivo do número baixo, quando comparado aos outros anos, conforme apresenta o gráfico a seguir.

Gráfico 3 - Dados do Teatro de Arena



Fonte: Elaborado pela autora (2020)

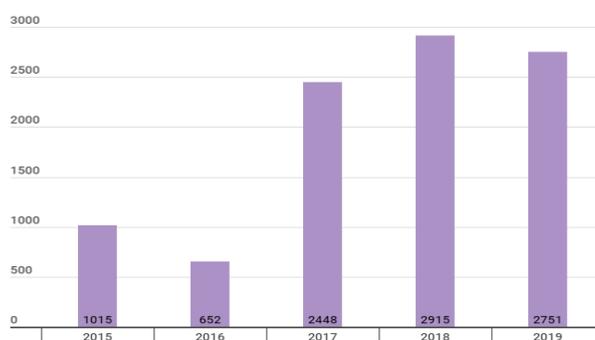
Dessa forma, apresenta um cenário crescente, partindo de 4.696 espectadores no ano de 2011, fechando em 9.487 no ano de 2019. Um aumento significativo de 50,50%.

Sobre os dados do Teatro Bruno Kiefer, notamos, mais uma vez, a informalidade no armazenamento de dados, uma vez que não conseguimos registro histórico anterior a 2017. Uma justificativa é a troca de gestão, já que a administração é pública e atualizada a cada quatro anos, com as trocas de governo. Temos, nesse sentido, em 2017 um registro de 6.837 espectadores; em 2018, o dado de 13.340 e, em 2019, 12.897 espectadores, demonstrando um aumento de 46,99% na média anual.

Semelhante ao caso anterior, identificamos também a informalidade no registro de dados do Teatro do Sesc, entidade privada. A unidade é gerenciada pelo Serviço Social do Comércio - SESC, uma instituição mantida por empresários. Assim, os dados apresentaram 11.282 espectadores em 2018 e 11.324 espectadores em 2019, apontando uma alta de 0,37% de um ano para outro.

Por fim, o Instituto Ling, que ampliou a sua atuação no ano de 2015, oferecendo ao público porto-alegrense um teatro com capacidade para 89 pessoas. Assim, registramos 1.015 espectadores em 2015 e 2.751 espectadores no ano de 2019. Uma alta de 63,10%.

Gráfico 4 - Dados do Instituto Ling



Fonte: Elaborado pela autora (2020)

O levantamento também abrangeu os três principais festivais que acontecem no município anualmente. Todos enviaram a relação completa de dados, de 2010 a 2019, conforme mostra a sistematização a seguir.

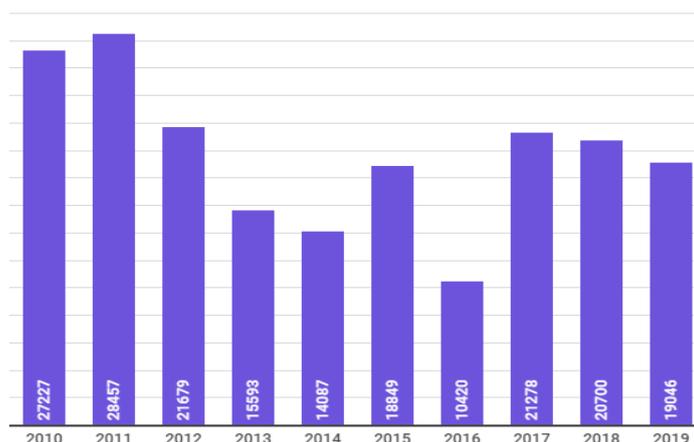
Quadro 4: Mapeamento de público dos festivais

| Festivais                | 2010   | 2011   | 2012   | 2013   | 2014   | 2015   | 2016   | 2017   | 2018   | 2019   |
|--------------------------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|
| Porto Alegre em Cena     | 27.227 | 28.457 | 21.679 | 15.593 | 14.087 | 18.849 | 10.420 | 21.278 | 20.700 | 19.046 |
| Porto Verão Alegre       | 60.380 | 62.420 | 63.720 | 50.320 | 47.274 | 36.256 | 50.024 | 45.000 | 40.000 | 38.787 |
| Festival Palco Giratório | 22.000 | 36.400 | 29.200 | 37.800 | 36.000 | 42.750 | 42.750 | 41.400 | 39.600 | 34.080 |

Fonte: Elaborado pela autora (2020)

Sobre o Festival Porto Alegre em Cena, é possível identificar um decréscimo ao longo dos anos. Enquanto a edição de 2010, foi registrado um total de 27.227 pessoas que participaram do festival, no ano de 2019, o número despencou para 19.046, uma redução de 30,18% em relação ao ano inicial desta pesquisa.

Gráfico 5 - Dados do Festival Porto Alegre em Cena

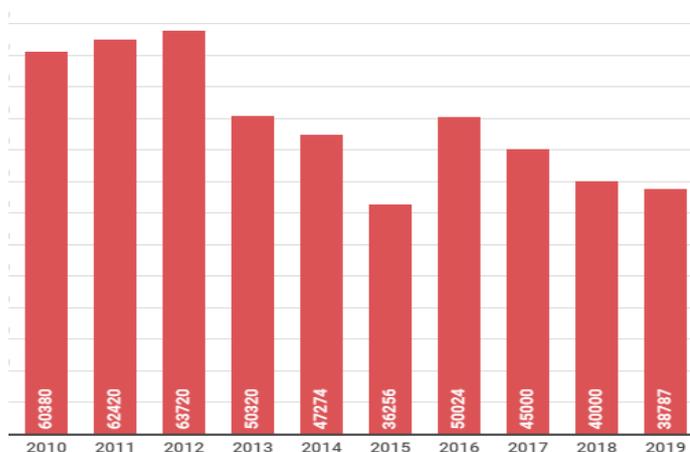


Fonte: Elaborado pela autora (2020)

Diversos fatores podem ter contribuído para esse decréscimo, como por exemplo, a oferta do consumo da cultura em plataformas digitais, como apontado no Projeto Abduzidos, ou a troca de gestão municipal, já que a realização desse festival é de responsabilidade da Secretaria Municipal de Cultura de Porto Alegre.

Sobre o Festival Porto Verão Alegre (PVA), realizado pela Mezanino Produções, temos um cenário semelhante ao do Porto Alegre em Cena, mesmo que não realizado pela gestão pública.

Gráfico 6 - Dados do Festival Porto Verão Alegre

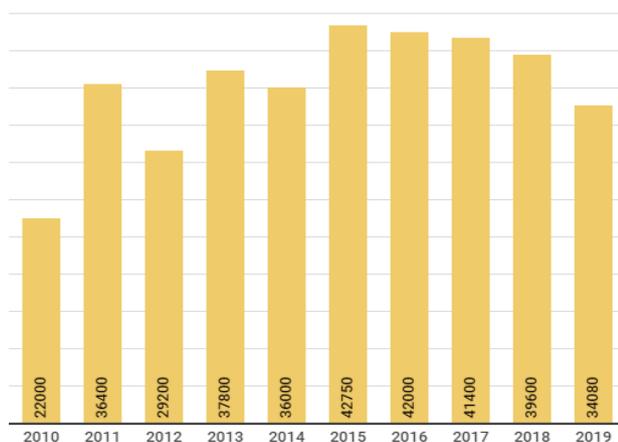


Fonte: Elaborado pela autora (2020)

Em 2010, o festival PVA contabilizou um total de 60.380 pessoas, enquanto em 2020, teve um total foi de 38.560 pessoas. Isso significa uma redução de 36,14%.

Por fim, o trabalho apresenta os dados referentes ao Festival Palco Giratório, promovido pelo Sesc/RS, Serviço Social do Comércio do Rio Grande do Sul.

Gráfico 7 - Dados do Festival Palco Giratório

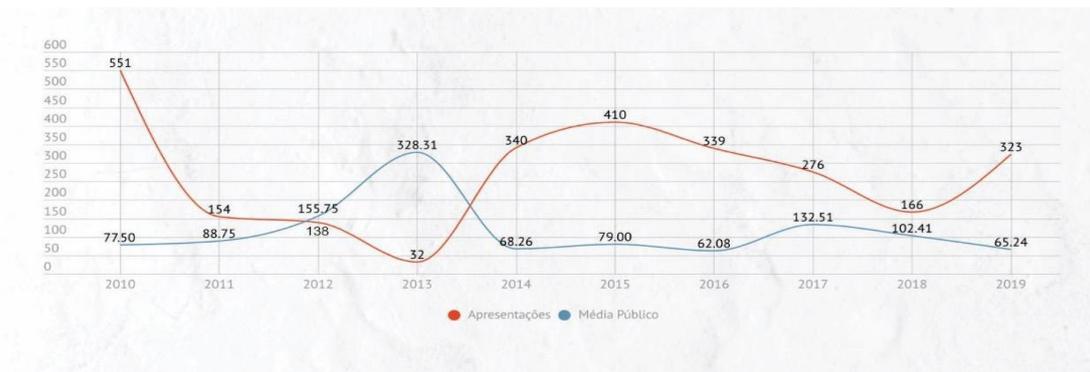


Fonte: Elaborado pela autora (2020)

Dos três festivais que acontecem anualmente na capital gaúcha, o Palco Giratório foi o que mais cresceu ao longo dos anos. Em 2010 apresentou um total de 22.000 espectadores, enquanto em 2019, o número subiu para 34.080. Analisando os resultados, percebemos que o número de artistas e espetáculos também aumentou ao longo dos anos. Na primeira edição do festival, em 2006, foi registrado cerca de 3.750 espectadores, 25 espetáculos e 12 grupos teatrais. Já no último ano de análise, o número aumentou para 46 espetáculos e 39 grupos envolvidos.

Para refletirmos sobre a média total do público em relação às apresentações, escolhemos um teatro e um festival: Centro Municipal de Cultura e o Festival Porto Alegre em Cena. Assim obtivemos:

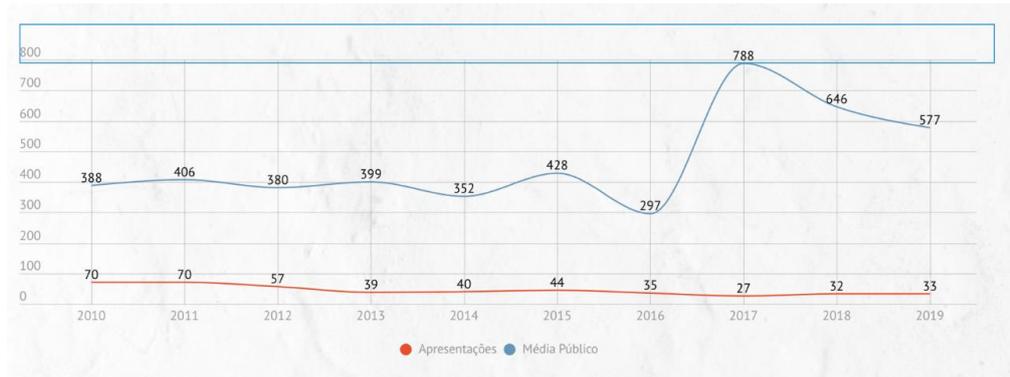
Gráfico 8 - Média total de público considerando todas as apresentações do Centro Municipal de Cultura



Fonte: Elaborado pela autora (2020)

Embora o contexto de cada gráfico seja bastante específico, percebemos semelhanças entre si, ainda que um esteja relacionado às ocupações em um teatro municipal, onde o próprio grupo realiza o seu processo de divulgação, enquanto o outro se trata de um festival que envolve estratégias diferenciadas de divulgação.

Gráfico 9 - Média total de público considerando todas as apresentações do Festival Porto



Fonte: Elaborado pela autora (2020)

Quando analisado o número de apresentações ofertadas nos respectivos anos, altera-se a média de espectador por espetáculo. Essa média, porém, não é constante, ou seja, oscila em determinados anos. Quando analisamos o gráfico da Casa de Cultura Mario Quintana percebemos que, em 2010, o espaço ofertou 551 apresentações, apresentando uma média de público de 77 pessoas por apresentação. Porém, em 2013, o número de apresentações cai para 32 e a média de público sobe para 328 pessoas por apresentação. Em 2015, o número de apresentações novamente sobe para 410, enquanto

a média de público cai para 79 pessoas por espetáculo. Nesse sentido, há a compreensão de que quando há mais apresentações, a média de público por espetáculo cai. Uma hipótese para esse processo é de que o público que frequenta o teatro é o mesmo. Logo, quando se tem mais apresentações e espetáculos, esse público dilui-se entre as ofertas de atrações disponíveis.

No gráfico do Festival Porto Alegre em Cena, temos, em 2010, cerca de 70 atrações disponíveis e uma média de público de 388 pessoas por apresentação. Em 2012, o número de espetáculos cai para 57 e a média oscila para 380 pessoas. Em 2017, o número de apresentações caiu para 60%, ou seja, 27 apresentações, proporcionando uma média de público de 788 pessoas por apresentação. Nesse sentido, nossa hipótese se confirma. Porém, se tomarmos o cenário de 2016, quando o número de apresentações cai 50% em relação ao ano de 2010, ofertando 35 apresentações, a média se mantém em 297 pessoas por apresentação.

Identificamos que aí reside o papel da divulgação e, principalmente, de um bom planejamento e de novas estratégias comunicacionais. Nesse sentido, o profissional de Relações Públicas pode contribuir, a partir das suas expertises, de modo a conquistar e ampliar o público do teatro, atuando, sobretudo, na formação de plateia.

### **Considerações finais**

As Relações Públicas desempenham um papel multifacetado e crucial na produção cultural contemporânea. Desde a promoção e visibilidade até a comunicação eficaz e o engajamento do público, as estratégias de Relações Públicas são essenciais para conectar os criadores de arte com suas audiências. Ao reconhecer o valor das Relações Públicas no processo de produção cultural, grupos e coletivos podem maximizar o impacto e a acessibilidade de suas iniciativas artísticas.

Nesse sentido, este artigo apresentou o mapeamento do público de teatro do município de Porto Alegre, além de trazer informações sobre o perfil do espectador teatral, informações que podem ser utilizadas por profissionais de RP na formação de espectadores. A partir deste levantamento, é possível sugerir estratégias para atrair novos públicos, bem como políticas públicas de incentivo à produção cultural.

Outro aspecto mostrando foi entender que, quando há mais apresentações, a média de público por espetáculo cai. Isso significa que o público que frequenta o teatro é o

mesmo e, por muitos anos, a produção cultural não conseguiu atingir e buscar novos espectadores.

Em síntese, este artigo destaca o papel crucial desempenhado pelo profissional de Relações Públicas na esfera da produção cultural das artes cênicas, evidenciando os resultados provenientes da dissertação de mestrado defendida em 2021. A análise abrangeu um período de dez anos, conduzindo um minucioso mapeamento do público teatral em Porto Alegre, abordando seis teatros da capital e três festivais anuais no município.

A relevância da produção cultural e sua ligação com a gestão da cultura foram exploradas de maneira abrangente, delineando a importância de estratégias eficazes para conquistar um espectador cada vez mais conectado e se adaptando aos desafios da contemporaneidade. A reflexão sobre o perfil atual do espectador de teatro gaúcho reforça a necessidade de compreender suas preferências, hábitos e desafios, orientando, assim, as práticas futuras no campo da produção cultural.

Diante dessas análises, é evidente que o profissional de Relações Públicas desempenha um papel essencial na promoção e divulgação dos espetáculos teatrais, além de contribuir significativamente para o desenvolvimento e sustentabilidade do cenário cultural local. Ao compreender e atender às demandas do público teatral, os profissionais de RP podem ser considerados agentes-chave na construção de pontes entre o mundo artístico e o espectador, promovendo uma experiência cultural enriquecedora e sustentável ao longo do tempo.

## Referências

GOTARDO, Suelen. **A Divulgação de Espetáculos Teatrais na Pós-Modernidade: as estratégias de comunicação na produção cultural das artes cênicas**. 2021. 296 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação) - Curso de Comunicação Social, Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2021. Disponível em: <<http://tede2.pucrs.br/tede2/handle/tede/9554>>. Acesso em: 10 jul. 2021.

BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. São Paulo: Edições 70 LDA/Almedina Brasil, 2011.

DORNELLES, Souvenir Maria Graczyk (Org.). **Relações públicas: quem sabe, faz e explica**. Porto Alegre: Edipucrs, 2007.

DUARTE, J, BARROS, A. **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. 2.ed. São Paulo, Editora Atlas S.A.: 2006.

KUNSCH, Margarida Maria Krohling. **Planejamento de relações públicas na comunicação integrada**. São Paulo, Summus, 2003.

LIPOVETSKY, Gilles; SERROY, Jean. **A tela global: mídias culturais e cinema na era hipermoderna**. Porto Alegre: Sulina, 2009

MAFFESOLI, Michel. **O tempo das tribos: o declínio do individualismo nas sociedades de massa**. 5 ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2014.

PERUZZO, Cicilia Krohling. **Relações públicas no modo de produção capitalista**. 2. ed. São Paulo: Summus, 1986.

PRIKLADNICKI, Fábio. **Pistas sobre o perfil do público do teatro gaúcho**. 2020. Disponível em: <<https://gauchazh.clicrbs.com.br/colunistas/fabio-prikladnicki/noticia/2020/06/pistas-sobre-o-perfil-do-publico-do-teatro-gaucha-ckb8fiqnf009x015ns3xeurb9.html>>. Acesso em: 11 set. 2020.

RUBIM, Linda (Org.). **Organização e produção da cultura**. Salvador: Edufba, 2005.

VILLAS-BOAS, Rosa. Gestão cultural. *In*: RUBIM, Linda (Org.). **Organização e produção da cultura**. Salvador: Edufba, 2005.