



UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARÁ
INSTITUTO DE CIÊNCIAS DA ARTE
ESCOLA DE TEATRO E DANÇA
LICENCIATURA PLENA EM TEATRO

SILVIA DUTRA TEIXEIRA

**TEATRO EMPRESARIAL:
A TRAJETÓRIA EMPREENDEDORA DA ITAGUARI CULTURAL**

BELÉM – PARÁ
2019

SILVIA DUTRA TEIXEIRA

TEATRO EMPRESARIAL:
A TRAJETÓRIA EMPREENDEDORA DA ITAGUARI CULTURAL

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado à Universidade Federal do Pará, como requisito parcial para a obtenção do grau de Licenciada Plena em Teatro, sob a orientação do professor Me. Paulo Roberto Santana Furtado.

BELÉM – PARÁ

2019

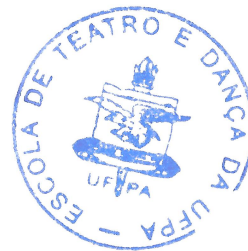
**Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP) de acordo com ISBD
Sistema de Bibliotecas da Universidade Federal do Pará
Gerada automaticamente pelo módulo Ficat, mediante os dados fornecidos pelo(a) autor(a)**

D978t DUTRA TEIXEIRA, SILVIA DUTRA TEIXEIRFA
O TEATRO EMPRESARIAL : A TRAJETÓRIA
EMPREENDEDORA DA ITAGUARI CULTURAL / SILVIA
DUTRA TEIXEIRFA DUTRA TEIXEIRA. — 2019.
68 f. : il. color.

Orientador(a): Prof. Me. Paulo Roberto Santana Furtado Roberto
Santa Furtado
Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação) - Faculdade de
Teatro, Instituto de Ciências da Arte, Universidade Federal do Pará,
Belém, 2019.

1. TEATRO. 2. TEATRO EMPRESARIAL. 3. ITAGUARI
CULTURAL. 4. MERCADO . 5. EMPRESA. I. Título.

CDD 370.1170981



ATA DE AFERIÇÃO DO TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO

Aos 16 dias do mês de dezembro do ano de dois mil e Dezenove, às 10h, reuniu-se na sala 15 (quinze) desta ETDUFPA, a Banca Examinadora composta pelos docentes: Prof. Me. Paulo Roberto Santana Furtado (Orientador e Presidente), Profa. Dra. Waldete Brito Silva de Freitas (Examinadora interna) e Prof^a. M.^a Tânia Cristina dos Santos Santana (Examinadora externa) para a avaliação do Trabalho de Conclusão de Curso de autoria da aluna **SILVIA DUTRA TEIXEIRA**, intitulado: “**TEATRO EMPRESARIAL: A trajetória empreendedora da Itaguari Cultural**”. Após a apreciação do trabalho escrito e da apresentação pública oral e expositiva, a banca promulga o seguinte resultado:

O trabalho foi aprovado com conceito Excelente (E)
com as seguintes observações: atender as solicitações da banca:
Revisar gramática e Abnt; trabalhar o conceito de
recepção performática e dar voz para a voz do empresário
do artista e do produtor.

e após constar, foi lavrada a presente Ata, que depois de lida e aprovada, foi assinada pelo presidente e demais membros da banca examinadora.

Belém, 16 de dezembro de 2019



Prof. Me. Paulo Roberto Santana Furtado
Orientador e Presidente



Prof^a. Dra. Waldete Brito Silva de Freitas
Examinadora Interna



Prof^a. M.^a Tânia Cristina dos Santos Santana
Examinadora Externa

Autorizo, para fins acadêmicos e científicos, a reprodução total ou parcial desta monografia por processos fotocopiadores ou eletrônicos, desde que mantida a referência autoral. As imagens contidas neste trabalho, por serem pertencentes a acervo privado, só poderão ser reproduzidas com expressa autorização dos detentores do direito de reprodução.

Assinatura: Silvia Dutra Teixeira

Local e Data: Belém, 15 de Janeiro 2020

SILVIA DUTRA TEIXEIRA

TEATRO EMPRESARIAL:
A TRAJETÓRIA EMPREENDEDORA DA ITAGUARI CULTURAL

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado à
Universidade Federal do Pará, como requisito parcial
para a obtenção do grau de Licenciada Plena em Teatro.

Data: _____

Conceito: _____

BANCA EXAMINADORA:

Prof. Me. Paulo Roberto Santana Furtado – UFPA
(Orientador)

Prof.^a Dr.^a Ivone Maria Xavier de Amorim Almeida – UFPA
(Membro)

Prof. Dra. Waldete Brito Silva de Freitas – UFPA
(Membro)

Prof. Me. Tânia Cristina dos Santos Santana – UFPA
(Membro)

BELÉM – PARÁ

2019

Dedico este trabalho especialmente aos atores, produtores, músicos, técnicos e as instituições públicas e empresariais que atuaram direta e indiretamente nas ações empreendedores da Itaguari Cultural.

AGRADECIMENTOS

Agradeço primeiramente ao Pai Celestial, o qual convidou-me a experiência vital na terra.

A Minha Mãe batalhadora Dilma Teixeira e irmã Cilene Teixeira e toda a minha família.

Ao meu orientador que tenho enorme admiração: Prof. Me Paulo Santana.

A minha irmã de tablado que tanto me incentivou “Rose Tuñas”.

Ao meu amigo e parceiro atuante no Teatro Empresarial “Ricardo Tomaz”.

E especialmente aos colaboradores da Itaguari Cultural. “Luciene Alves, Aury Gomes, Douglas Abarat, Kátia Menezes, Alcir Nunes, Gisele Griz, Wirleide Gonçalves, Weleda Freitas, Rick Niranda, Luís Moraes, Anselmo Azevedo, Paulo Marat, Cláudio Moraes, Faye Mello, Nilson Chucre, Fernando Sarmiento e Paula Barros.

E todos os atores, diretores, músicos, cenógrafos e figurinistas que se fazem presentes na família Itaguari.

Dedico este trabalho em especial a ele “Raimundo Pirajá” meu eterno diretor de teatro, que ficaria muito orgulhoso com o meu crescimento no mundo das artes.

A minha pequena cia ABC de Teatro Caseiro, meus filhos “Kamil Teixeira e Beatriz Teixeira”.

E claro, a minha primeira incentivadora do meu fazer artístico, em que um dia estava recrutando alunos na Escola Estadual Gondim Lins, para formar um grupo de teatro em sua comunidade no Guajará, e mais tarde veio ser minha madrinha de crisma “**Lúcia Monteiro**”.

E foi lá na comunidade do Guajará, onde tudo começou.

RESUMO

Este trabalho de conclusão de Curso apresenta o Teatro Empresarial sob a trajetória empreendedora da Itaguari Cultural, produtora artística sediada na Trav. Santa Catarina nº 204, apt. nº 402. Tendo como objetivo compreender o que é o Teatro Empresarial e como se dá o processo metodológico em campo de atuação a partir das experiências da trajetória da Itaguari. Ressaltando ainda a importância da linguagem cênica no seio corporativo e como seguimento da economia criativa. O mesmo parte de um resumo histórico do teatro mundial, visando a busca dos empreendedores desse período até o teatro brasileiro, partindo desta compreensão, para então conceituar o Teatro Empresarial.

PALAVRAS CHAVE: Teatro – Teatro Empresarial – Itaguari Cultural – Mercado – Empresa.

ABSTRACT

This Course Conclusion Work shows the Itaguari Culture Corporate Theater down the business way, artistic promoter localized on 204 Santa Catarina Lane apt. 402. This searching has like objective to comprehend what means the corporate theater and how this methodological process goes on acting camp based n Itaguari experience way. Emphasizing yet the scenic language importance in corporative sphere and like creative economy's sector. This moment entrepreneurs' searching, starting this comprehension to conceptualize the corporate theater.

KEYWORDS: Theater – Corporate Theater – Itaguari Cultural – Mercado – Corporate.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1- Intervenção Teatral Movimento Compre no Pequeno Negócio. SEBRAE-PARÁ..	38
Figura 2 - Premiação: Destaque Teatro Empresarial.	40
Figura 3 - Ação Promocional da empresa Claro, realizada em sinais de trânsito.	41
Figura 4 - Ação Promocional: De Filho para Mãe. TIM TELEFONIA.	42
Figura 5 - Esquete Teatral: A Feira está chegando! Para o Lançamento Interno da Feira do Empreendedor 2010 - SEBRAE-PARÁ.....	43
Figura 6 - Esquete Teatral apresentada ao SINDIFISCO-PA	43
Figura 7 - Esquete Teatral “PROTEÇÃO TOTAL YAMADA”.....	45
Figura 8 - Vovó Gente Boa. Y. Yamada.	46
Figura 9 - PROTEÇÃO TOTAL YAMADA.	48
Figura 10 - Proteção Total Yamada	47
Figura 11 - Proteção Total Yamada Junino.....	47
Figura 12 - Teatro Itinerante: Circuito das Artes. FUNDAÇÃO CULTURAL DO PARÁ TANCREDO NEVES.	48
Figura 13 - Teatro Itinerante: Os Imbatíveis.	49
Figura 14 - Intervenção Teatral apresentada na Casa do Trabalhador.....	50
Figura 15 - Ambientação Temática com Personagens: CLARO TELEFONIA.....	50
Figura 16 - Recepção Performática com Atores. CLARO TELEFONIA.....	52
Figura 17 - Espetáculo: Guaraci e Cairé. Feira Panamazônica do Livro.	53
Figura 18 - Contação de História: A Borboleta de uma Asa Só. BOULEVARD SHOPPING.	53
Figura 19 - Grupo Ciranda de Contos. CATEDRAL, CASTANHAL-PARÁ.....	54
Figura 20 - Grupo Ciranda de Contos em trânsito a caminho de Algodual-Pará.....	54
Figura 21 - Contação de História. BOULEVARD SHOPPING.	55
Figura 22 - Recreação - Circuito das Artes- Fundação Cultural do Pará na Ilha de Cotijuba.	56

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO.....	9
2	MINHA HISTÓRIA, A HISTÓRIA DO TEATRO E O TEATRO EMPRESARIAL.....	12
2.1	Minha história.....	12
2.2	História do Teatro.....	15
2.3	Teatro Empresarial.....	20
2.4	Objetivo do Teatro Empresarial	24
3	METODOLOGIAS DO TEATRO EMPRESARIAL	26
3.1	A Metodologia.....	26
3.2	Dramatização	26
3.3	Jogos Teatrais.....	30
3.4	Andragogia.....	32
3.5	Psicodrama	33
4	A EMPRESA ITAGUARI CULTURAL – HISTÓRICO	36
4.1	Quem Somos.....	38
4.2	Atividades Criativas Desenvolvidas.....	40
4.2.1	Ação Promocional e Cultural.....	40
4.2.2	Esquete Teatral.....	42
4.2.3	Teatro Itinerante.....	44
4.2.4	Intervenção Teatral.....	49
4.2.5	Ambientação Performática e Temática.....	50
4.2.6	Recepção Performática.....	50
4.2.7	Espectáculos Teatrais.....	52
4.2.8	Contação de Histórias.....	53
4.2.9	Recreação.....	55
4.2.10	Os Clientes.....	55
5	CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	60
6	REFERÊNCIAS.....	64

1 INTRODUÇÃO

A partir de uma breve análise da trajetória histórica do teatro, observa-se que esta arte sempre se apresentou como um agente propagador de concepções sociais. A ação do representar foi uma das primeiras formas de comunicação encontrada pelo homem, nasceu simplesmente da necessidade intrínseca do ser humano expressar-se.

As representações das expressões espontâneas dos seres humanos não acarretavam ações elaboradas para a espetacularidade, eram voltadas somente para a comunicação e interação social, porém, o homem atentou-se desta habilidade para além de sua utilidade natural, e com isso os gestos corriqueiros do dia-a-dia ganharam pequenas camadas que aos poucos foram elaboradas com intensidades de atrair e modificar o olhar do próximo, ao modo em que o homem poderia provocar o choro e o riso, educar, entreter, politizar, evangelizar e até revelar os seus mais profundos sentimentos, surgindo então o teatro como espetáculo.

Das mais diversas finalidades, a representação sempre serviu ao homem para um determinado propósito, dado as primeiras sociedades que as utilizavam para a caça, ou para a conexão com o divino através das danças ritualísticas. Serviu ao Estado Grego como uma ideologia de vida, aos Romanos como entretenimento, e ao Sagrado como recurso didático e propagação da fé.

O Teatro é uma linguagem artística que evolui juntamente com o homem, é arte efêmera, provoca emoções, move pensamentos e impulsiona a ação, permite troca mútua dos mais diversos contextos e questionamentos do ser e sobre o mundo. É uma ação canalizadora de idéias, portanto é ato político. É um estado de permissão, onde há trocas de lugares e cada um se permite ser um pouco de tudo e inerente de si mesmo.

Partindo do estudo teórico do teatro, almejo constatar que o teatro realizado nos espaços corporativos apresenta importância significativa diante de sua aplicabilidade a classe profissional, pois é agente canalizador de concepções de idéias e não se difere, nem se distancia das concepções teatrais estudadas. Dado a esta breve reflexão, instaurou-se um dispositivo disparador o qual impulsionou a escrita desta pesquisa com o tema intitulado como “Teatro empresarial”, pautada nas realizações cênicas da Itaguari Cultural, objeto de pesquisa deste trabalho.

Com o tema “A Trajetória Empreendedora da Itaguari Cultural”, produtora artística que acarreta em seu histórico o teatro voltado especificamente para as empresas. Assim, instaurou-se a pergunta norteadora deste trabalho: “Qual a importância do Teatro

Empresarial?

Em resposta à pergunta problema surgiu a seguinte hipótese:

Compreende-se esta importância a partir da necessidade das empresas almejarem a melhoria do profissional no ambiente de trabalho, agregando a constatação a partir das realizações cênicas da Itaguari, produtora que já estabeleceu uma trajetória de experiências que sublimam a relevância da pesquisa do Teatro Empresa.

E para fluir o objetivo deste trabalho, fez-se necessário aprofundar a pesquisa no conceito de teatro empresarial e sua importância diante das empresas, mapear a diversificação de serviços prestados pela Itaguari Cultural e descrever sua metodologia aplicada diante das ações cênicas como objetivos específicos do referido trabalho.

Impulsionada pela busca da compreensão do Teatro diferenciado das convenções teatrais compreendidas no percurso acadêmico, e pela limitação de publicações acerca do tema, comecei a acreditar na importância deste estudo, dado a isso, por dois motivos: o primeiro advém pelo grupo empresarial que investe e acredita neste teatro como um grande canal educativo através de suas ações de treinamentos, e o outro, pelo viés da criativa trajetória de realizações da Itaguari.

Ressalto ainda que durante o processo, fui favorecida ao conhecimento de metodologias que não eram aplicadas pela Itaguari, e trago-as a esta pesquisa, por ter pretensões em incorporá-las e aplicá-las como novos recursos pedagógicos e andragógicos diante das instituições empresariais. Desta forma, ressalto, a importância da aliança entre conhecimento acadêmico e experiência.

Portanto, no decorrer do processo investigativo desta pesquisa, debruçei-me em obras que dialogam com as vivências cênicas realizadas dentro das empresas para embasar com o referido trabalho, no entanto não me apropriei de uma obra única como referencial teórico, e como disse anteriormente, há limitações bibliográficas acerca deste tema, porém determinei consultar um autor para cada capítulo e sessão, sendo assim, para o recorte sobre a história do teatro, onde procuro os empreendedores teatrais do período, aciono a obra: A História Mundial do Teatro de Margot Berthold.

Para contribuir na compreensão acerca do Teatro Empresarial, busquei em diferentes Monografias, sendo elas: Treinamento Estratégico como Fator Estratégico Leva Soluções as Empresas de Nogueira Casimiro; A Arte como Ferramenta de Comunicação Interna: Desenvolvimento de Percepções por Intermédio do Teatro de Bárbara Felipe e Thábata Santos.

O Artigo de Helenita Fernandes: Teatro Empresarial – Uma Ferramenta Alternativa; e Teatro Empresarial, uma Ferramenta Primordial para o Administrador do Séc. XXI. aplicado na empresa Grafite Teatro Empresarial por Miguel da Silveira, Palloma Bueno; Samira Chaves.

Dimensões Inovadoras do Teatro-Empresa na Comunicação Organizacional de Fernando Luiz Milani.

Sobre as metodologias acerca do teatro empresa, consultei: Andragogia – Liderança, Administração e Educação de Marcio Karolezar para a compreensão da Andragogia; e para o estudo do psicodrama, acionei: O Teatro da Espontaneidade de Levy Moreno e Lições de psicodrama: introdução ao pensamento de J. L. Moreno de Almeida de Wolf e Gonçalves e O Psicodrama Restrito de Telma Teixeira, enquanto que para os Jogos Teatrais acionei Viola Spolin.

Sendo assim, o referido trabalho é dividido em três capítulos:

O primeiro capítulo, abordo o a minha trajetória no teatro, em seguida faço um recorte sobre a História do Teatro e O Teatro Empresarial, para então conceituar o Teatro Empresarial.

O segundo capítulo, abordo como se procede a Metodologia do Teatro Empresarial, a partir das experiências realizadas pela Itaguari Cultural e o conhecimento de novas metodologias, as quais trago neste trabalho, de modo a serem implementadas diante das realizações da produtora teatral, tais como: Andragogia; Psicodrama e Jogos Teatrais.

O terceiro capítulo, trago a trajetória da Itaguari e suas ações criativas partir do teatro.

E por fim, teço as minhas considerações finais.

2 CAPÍTULO I: MINHA HISTÓRIA, A HISTÓRIA DO TEATRO E O TEATRO EMPRESARIAL.

2.1 Minha História

Iniciar uma escrita de si não é tarefa fácil, é um caminhar árduo por meio do qual pretendo “revelar com exatidão o meu íntimo em todas as situações da minha vida. Foi a história da minha alma que prometi contar, e para escrevê-la fielmente não tenho necessidade de outras memórias: basta-me, como fiz até aqui, voltar-me para dentro de mim”. (ROUSSEAU in DUQUE-ESTRADA, 2009, p.17). Olho para traz e vejo que ao colocar os pés descalços na rua, precisei correr muito para que ninguém me alcançasse.... Com as mãos trêmulas e o coração acelerado tivera medo do que vinha pela frente, pois fugira de casa com dezessete anos de idade..., naquele instante olhava somente para o horizonte que me guiava... “O Teatro”. Esse guia foi me conduzindo a ser uma atriz, contadora de histórias, instrutora teatral, produtora cultural e fundadora da produtora “Itaguari Cultural”, objeto de pesquisa desse trabalho de conclusão de curso da Licenciatura Plena em Teatro pela Universidade Federal do Pará sob o Tema: Teatro Empresarial: A Trajetória Empreendedora da Itaguari Cultural.

A importância deste estudo acadêmico está galgada no fato de existirem poucos registros em pesquisa sobre esse seguimento teatral. “..., mas como contar aquilo que não foi dito, nem feito, nem mesmo pensado, mas somente apreciado e sentido sem que eu possa exprimir outro objeto de minha felicidade senão o de ter experimentado? (BLANCHOT, Maurice. *Les confessions*, Livre VI, p. 225).

Tudo começou em 1995, encontrava-me sentada em uma carteira escolar na porta da sala de aula, era mais um daqueles dias frustrantes da escola pública em que o horário de aula estava vago. Coursava o primeiro ano do ensino médio na Escola Estadual Antônio Gondin Lins no bairro do Guajará I, e nesse momento entre trocas de conversas com os amigos, passou uma jovem senhora apresentando-se como Lúcia Araújo¹, recrutando jovens para montar um grupo de teatro em sua comunidade, então não pensei duas vezes, saltei da carteira imediatamente, de modo a candidatar-me, sendo que neste dia e mais os outros que vieram, foram os dias mais felizes de minha vida, pois estava iniciando um sonho em minha vida: fazer teatro.

¹ Lúcia Monteiro de Araújo. (1959) Historiadora, pesquisadora e professora de história formada pela ESMAC-Escola Superior Madre Celeste. Atuante em pesquisas com ênfase na história e transformações socioambientais do município de Ananindeua-PA.

Em 1998, matriculei-me na oficina de iniciação teatral na Casa da Linguagem e no resultado da oficina que fizera fui convidada para fazer parte de dois grupos de teatro: O Grupo Anthares² e ao Grupo Vivência³, neste último atuei por três anos. Fui integrante ainda do Grupo TEM (Teatro Experimental de Mosqueiro)⁴, o qual atuava em duas linhas de trabalhos: Os espetáculos clássicos e o Teatro Popular⁵ como “Cordão de Pássaro Junino Tangará” e Auto das Pastorinhas “Filhas do Oriente”, Paixão de Cristo e Casamento na Roça.

Por intermédio do Diretor teatral do Grupo Vivência de Teatro, Raimundo Pirajá,⁶ participei do curso livre de teatro na extinta Escola de Teatro Studio em Ação, em seguida ganhei uma bolsa de estudos para o curso técnico em ator, em contrapartida teria que prestar serviços de recepcionista na mesma. Com o decorrer do curso, comecei a sentir dificuldades financeiras, para me manter e me locomover, motivos estes, que me fizeram pedir parar sair da Escola, mas tive meu pedido recusado pela direção da empresa, talvez pela qualidade e dedicação do meu trabalho. Após um bom diálogo a direção ofereceu-me a possibilidade de ministrar um curso de teatro infantil com o intuito de garantir recursos para o meu sustento, e foi no convívio com as crianças, que se aflorou a professora de teatro em mim.

Mas, “...como falar de si, como falar com verdade de si, como limitar-se ao imediato falando de si e fazer da literatura o lugar da experiência original?” (BLANCHOT, in DUQUE-ESTRADA. 2009, p.19). Percebo hoje que meu desempenho e dedicação me permitiram crescer na empresa e como reconhecimento deste fazer foi-me oferecida a função de Coordenadora da Escola. Em seguida fui convidada para ser sócia proprietária da empresa. Naquele momento percebi que poderia iniciar a criação de minha própria empresa, trabalhando com a escrita e execução de projetos culturais em nível nacional, estadual e regional, produzindo assim meus próprios projetos.

Com o fechamento das portas da Studio em Ação, dei início ao meu projeto visionário com o objetivo de torná-lo real. Fundei a Itaguari Cultural em 09 de setembro de 2007. Iniciei

² Grupo Anthares: Grupo de Teatro criado pelo Diretor “Paulo Marat” em Belém do Pará. Fundado com a proposta inicial do Teatro do Movimento com a realização de dois espetáculos: Quem disse que o Godot não Vem? e “Reflexo”. Atualmente o grupo alterou a proposta da poética original, atuando em outras frentes de estéticas.

³ Grupo de Teatro Vivência: criado em 1979 por “Raimundo Pirajá”, sob a égide da defesa e difusão da cultura popular. Desde então, toda a ação cultural do Vivência está assentada no fazer cênico e teatral Brasileiro, em especial, o da região Amazônica. Atualmente o grupo encontra-se inativo após o falecimento do diretor.

⁴ Grupo TEM de Teatro: É o grupo mais antigo e atuante do Estado do Pará, foi fundado em 1953 por Alberto Bastos em Mosqueiro e transferido para Belém, hoje está sob a coordenação de Agenor Del Valle.

⁵ Teatro Popular: Tendo origem no período da exploração da borracha no Pará. Termo designado ao teatro realizado pelo povo, sem recursos e técnicas precisas do teatro tradicional.

⁶ Raimundo Pirajá (+ 2011). Foi ator, fundador e diretor do Grupo Vivência de Teatro em Belém do Pará. Artista premiado em festivais expressivos de teatro no Brasil. Em sua trajetória, foi incansável na luta por políticas públicas democráticas em prol as artes cênicas.

com a divulgação da empresa e acrescentei nos objetivos da mesma: serviços de Ações Promocionais, Teatro Empresarial e Produção Teatral. São dez anos de atuação no mercado, trabalhando com a colaboração de artistas da cidade.

Desde o momento que fugi de casa até os dias de hoje, ainda continuo buscando meus objetivos no teatro. Hoje parto em busca de novos horizontes. Iniciei o curso de Licenciatura Plena em Teatro pela Universidade Federal do Pará, para solidificar o conhecimento acadêmico com a minha prática de vida e do fazer teatral, com o intuito de alavancar minha empresa e o meu fazer frente à Produtora Itaguari Cultural.

...a palavra autêntica se liberta de todo e qualquer confinamento ao custo de manter-se num movimento incessante, pois que ela não reproduz uma realidade preexistente, mas só pode existir na condição de produzir a sua verdadeira verdade. (DUQUE-ESTRADA, 2009, p.19).

Meu trajeto é árduo e percebo que o teatro que faço é diferente das produções teatrais realizadas pelos grupos em Belém do Pará que buscam suas realizações de várias formas, uns de caráter experimental, objetivando a formação de plateia e outros com apelos comerciais, que partem de textos fáceis ou de cópias de clássicos musicais da Broadway, estes em busca de um mercado que inexistente em nossa região por uma política cultural ineficaz. Isto me faz perceber que nós artistas ainda não conseguimos viver da nossa arte como afirma Pereira (2015, p.01) “A profissão de ator é paralela a outra que ele exerce, porque ele não consegue se sustentar só como ator”. O que se percebe é que se não houver uma mudança na configuração dessa política, nunca conseguiremos sonhar com o que acontece no eixo Rio e São Paulo, um movimento cultural menos excludente e mais ativo.

Por outro lado, o hábito de ir ao teatro não é uma característica do público paraense, fato este que contribui para que o mercado cultural não alavanque. Além do que, para haver mercado é preciso ter uma mediação entre produto e comprador, o que não acontece em nossa região, pois sofremos com a falta de profissionais que façam o elo com o mercado, o produtor.

Interessante ressaltar que existem vários grupos de teatro em Belém do Pará constituídos juridicamente, não como empresas, mas como entidades Sem Fins Lucrativos. Suas ações e práticas no dia-a-dia validam-nas como tal, já que os integrantes dessas Associações formadas por atores, diretores teatrais e equipe técnica, reúnem-se para montagens cênicas desprendidos da busca do lucro, mas em busca do fazer artístico e da pesquisa, em um processo de coletivização do processo de fazer-conhecer e exprimir arte, preceituado por (PAREYSON, 1989). É pela ausência de mercado, de investimentos em

políticas e ações para a cultura, a Itaguari Cultural apresenta um nicho de possibilidades no mercado da economia criativa para artistas que queiram sobreviver por meio do seu ofício. É nesse contexto que apresento outra possibilidade de trabalho, que como artistas podemos oferecer ao mercado, não para seguir o mesmo trajeto das Associações Sem Fins Lucrativos (Grupos de Teatro) e sim como uma Microempresa do seguimento teatral, nos moldes que a produtora cênica foi idealizada.

Por isso continuo minha luta e caminho em direção do meu sonho. Acreditando que um dia o artista possa viver de sua arte e quando isso acontecer estarei na dianteira de um trabalho que acredita na valorização do fazer teatral, em uma nova vertente de mercado tão pouco conhecida em nossa cidade.

2.2. A História do Teatro

“O teatro é tão velho quanto a humanidade. Existem formas primitivas desde os primórdios do homem. A transformação numa outra pessoa é uma das formas arquetípicas da expressão humana”. (BERTHOLD, 2011, p.01).

Para sustentar minha discussão em torno do caráter empresarial do teatro, é necessário contextualizar a trajetória do teatro com um olhar nas ações empreendedoras desenvolvidas no percurso da história. As primeiras manifestações caracterizadas como teatro surgiram nas ações do cotidiano e no modo de sobrevivência dos povos primitivos. As encenações não eram elaboradas para a espetacularidade e sim utilitárias à caça, repassadas como treinamento e proteção contra-ataques de animais ferozes. As cavernas seriam o palco e os figurinos e acessórios de peles e ossos de animais, semente de frutas e palhas das plantas. As máscaras de animais utilizadas eram fundamentais, proporcionando a identificação com o animal e a leitura de personagem. O teatro se fazia presente em outros momentos, como nos rituais sagrados atrelados ao canto e a dança, realizado nas aldeias em agradecimento a colheita ou como o rito de passagem de uma criança à fase adulta.

Na Grécia Homérica o teatro iniciou-se durante os festivais sagrados em agradecimento a fertilidade da vegetação, a colheita e a procriação da vida em homenagem ao deus da fertilidade e do vinho, Dionísio. “O teatro é uma obra de arte social e comunal; nunca isso foi mais verdadeiro do que na Grécia Antiga”. (BERTHOLD, 2011, P. 01). Os cânticos em homenagem ao deus do vinho denominados de ditirambos eram realizados durante os festivais sagrados que abriam o caminho para a dança, a poesia e para o teatro, culminando em orgias por meio da embriaguez do vinho. Com o passar dos tempos os festivais foram

ganhando proporções maiores e o teatro impôs-se mais ativo, surgindo então as Tragédias “Para honrar os deuses, em cujas mãos piedosas estão o céu e o inferno”. (BERTHOLD, 2011, p. 104.), e as Comédias “...sempre foi uma forma de arte intelectual e formal e independente. Deixando de lado as peças satíricas, nenhum dos poetas trágicos da Grécia aventurou-se na comédia, como nenhum dos poetas cômicos escreveu uma tragédia”. (BERTHOLD, 2011, p. 118.). As tragédias gregas ganharam importância política e religiosa durante os festivais e despontaram como modelo e inspiração para várias nações, enquanto a comédia retirava-se das alturas da sátira política para o menos arriscado campo da vida cotidiana.

O primeiro teatro fixo do mundo foi erguido na Grécia. Grandes autores destacaram-se, seus textos eram financiados pelo governo e estes eram responsáveis por toda a produção teatral. Paralelo ao teatro oficializado pelo governo, existiam os mimos, “bandos de saltimbancos que vagavam pelas terras da Grécia e do Oriente. Dançarinos, acrobatas e malabaristas, flautistas e contadores de histórias que se apresentavam em mercados e corte, diante de camponeses e príncipes, entre acampamentos de guerras e mesas de banquetes”. (BERTHOLD, 2011, p. 136). Estes artistas deram os primeiros passos do empreendedorismo teatral.

O teatro romano iniciou-se sob a influência do teatro grego, tanto no estilo quanto na arquitetura “O teatro romano cresceu sobre o tablado de madeira dos atores ambulantes da farsa popular. Durante séculos, o palco não foi nada mais do que uma estrutura temporária, erguida por pouco tempo para uma ocasião e desmontada de novo”. (BERTHOLD, 2011, p.148), também realizou grandes tragédias clássicas, porém foi a comédia que se destacou em seus teatros provisórios. Mais adiante Roma constrói seu primeiro teatro fixo, denominado de Coliseu, que não recebeu os espetáculos dramáticos e sim os jogos de gladiadores e shows sangrentos com animais. Entre as apresentações, os mimos e a pantomima faziam-se presentes e foram agraciados ao gosto do público. Roma queria se tornar uma grande potência mundial e utilizou-se do teatro para seu ideal político, portanto, o teatro romano servia ao estado e não aos poetas.

“Era essa arte de rir e provocar o riso, que o mimo devia sua popularidade em Roma”. (BERTHOLD, 2011, P. 162). Assim como na Grécia não eram subsidiados pelo governo, viviam por conta das apresentações feitas nas ruas e eram pagos em gorjetas pelo povo. Enquanto que as despesas e custos de produção dos espetáculos apresentados nos teatros romanos eram subsidiados pelo governo. Os artistas dos mimos foram precursores do empreendedorismo do teatro romano, pois viviam do que produziam.

O teatro na idade média:

É tão colorido, variado e cheio de vida e contrastes, quanto os séculos que acompanha. Dialoga com Deus e o Diabo, apoia seu paraíso sobre quatro singelos pilares e move todo o universo com um simples molinete. Carrega a herança da antiguidade na bagagem, tem o mimo como companheiro e trás nos pés o rebrilho do ouro bizantino. Provocou e ignorou as proibições da igreja e atingiu se esplendor sobre os arcos abobadados dessa mesma igreja. (BERTHOLD, 2011, P.185).

Ainda assim foi um período de superação e de grandes produções de espetáculos cristãos, iniciado gradativamente primeiro pelos próprios sacerdotes durante as missas, os textos eram retirados da própria bíblia e apresentado em latim, o espaço cênico era o interior das igrejas, aos poucos, o teatro sacro foi ganhando proporções maiores até emergir para além dos muros da igreja, apresentando-se em praças públicas à frente da Igreja. Além do teatro cristão, os mimos e as farsas foram resistentes diante das proibições e destacavam-se gradativamente em feiras e tabernas.

As farsas “na origem, realmente, intercalavam-se nos mistérios medievais, nos momentos de relaxamento e de riso: A farsa era concebida como aquilo que apimenta e completa o alimento cultural e sério da alta literatura” (PAVIS, 1999, P.164). É um estilo teatral que surgiu nesse período e gradativamente foram empreendendo os espetáculos como um verdadeiro negócio, pois cobravam gorjetas para sustentar suas produções.

O teatro renascentista almejou copiar fielmente o teatro antigo perante as regras aristotélicas de unidade de tempo e lugar. As obras gregas e romanas foram revisitadas e encenadas. Mais adiante o jovem encenador Shakespeare foi o primeiro a desvincular-se com as regras aristotélicas, posicionando-se quanto às questões históricas e conflitos interpessoais das personagens.

As arquiteturas cênicas dos teatros foram construídas aos moldes gregos e romanos na primeira fase renascentista, mais adiante, com a união da ciência, geometria, matemática, astronomia e a arte, os palcos e os cenários ganham a ilusão da perspectiva. Os projetos cenográficos aos poucos foram ganhando mais destaques do que a própria obra literária.

O empreendedor pioneiro desse período foi James Burbage, construiu a primeira casa de espetáculo “*The Theatre*”, em seguida outros edifícios foram construídos como “*The Curtain*” e “*The Rose*”, nesse período houve a cobrança dos ingressos e o teatro desponta como um empreendimento, encaixando-se dentro da economia de mercado.

Lope de Rueda, autor e ator foi outro grande empreendedor a frente da primeira companhia profissional que despontou na Espanha, apresentando seus espetáculos em currais

abandonados e pátios de estalagens, pois a Espanha não tinha ainda um teatro fixo. Enquanto que a Itália ganhara seu primeiro teatro coberto com moderna arquitetura.

Em meados ao séc. XVI surge a comédia dell'art:

... que surgiu na Itália e inicialmente significava não mais que uma delimitação em face do teatro literário culto, a Comédia Erudita. Os atores dell'art eram, no sentido original da palavra, artesão de sua arte, a do teatro. Foram ao contrário dos grupos amadores acadêmicos, os primeiros atores profissionais. (BERTOLD, 2011, p. 353.).

Os artistas faziam de sua arte um verdadeiro ofício, eram preparados desde a infância, tornando-se verdadeiros profissionais de teatro na época, pois viviam intensamente de sua arte e empreendiam viajando por toda a Europa.

A era romântica do teatro não caminhou comumente ao movimento artístico e literário do período, desvinculou-se das regras de unidades do teatro aristotélico: tempo, espaço e ação, passando a celebrar o texto em prosa e verso a partir das expressões do individualismo e do sentimentalismo do homem. Sendo o jovem encenador William Shakespeare o precursor da quebra das regras teatrais, inspirando vários dramaturgos e encenadores ao seu modelo de teatro romântico. O romantismo cultivou sentimentos de emancipação política e revolucionária. Nesse período vários teatros independentes foram construídos e o teatro ganhou os mares da comercialização por toda Europa.

Um desenvolvimento paralelo foi a crescente comercialização do teatro, que começou nas grandes cidades da Europa e estimulou a tendência para o estrelato no palco. A América entrou em cena, com sedutores contratos para convidados e atraiu os grandes atores românticos, e especialmente dos de Londres, para Nova York, Filadélfia e Boston. (BERTHOLD. 2011, p. 430.).

O teatro naturalista é o marco da mudança na forma de representação deste fazer, extraiu a teatralidade exagerada do teatro, trazendo à cena a interpretação natural da vida.

A era da máquina havia começado, a ciência empreendeu a tarefa de interpretar um homem como produto de sua origem social. Fatores biológicos, foram reconhecidos como forças formativas da sociedade e da história. Numa época em que a sociologia começou a investigar a relação do indivíduo e da comunidade a derivar novas teorias estruturais das mudanças observadas na vida coletiva, os historiadores da cultura claramente precisavam também de novas categorias de classificação. (BERTOLD, 2011, p. 451.).

O naturalismo adentrou em uma caixa cênica e levantou uma quarta parede frontal invisível, com a função de separar os atores da plateia, para então deixar a cena transcorrer espontaneamente, sem a mediação entre ambos. A encenação era a mais natural possível,

assim como o cenário e figurino que precisavam ser copiados fielmente a natureza com pesquisas constantes para se chegar a precisão exata do real.

Nesta época Moscou era afortunada por possuir generosos patronos da arte, industriais e homens de negócios devotavam suas fortunas a propostas artísticas e os pais de Stanislavisk, mantinham em sua casa, palco para peças infantis e amadores. Com a chegada dos Meiningers em 1885, surgiu a inspiração de uma nova concepção do fazer teatral, viajaram e influenciaram o mundo. Stanislavisk e Antoinette foram herdeiros e aprofundaram esse método de atuação que é a base da encenação para uma legião de atores.

O Teatro Moderno é uma arte de resistência e vem acompanhando o tempo, espaço e o ritmo do homem. É desprendido de estilo teatral único, ora é misto de várias influências e métodos, entre eles: Stanislavisk, Meyerhold, Brecht, Grothovisk, Artaud, Boal, entre outros. Ora é tão primitivo que se remete ao modo de sobrevivência dos povos nômades. A poética cênica é livre e pertence a quem almeja alterar o olhar do próximo através da sua arte, sejam através dos grupos teatrais, por atores independentes ou por produtores culturais.

No Brasil o teatro foi introduzido pelos Jesuítas:

O teatro chegou ao Brasil tão cedo ou tão tarde quanto se desejar. Se por teatro entendermos espetáculos amadores isolados, de fins religiosos ou comemorativos, o seu aparecimento coincide com a formação da própria nacionalidade, tendo surgido com a catequese das tribos indígenas feitas pelos missionários da recém-fundada companhia de Jesus. Se, no entanto, para conferir ao conceito a sua plena expressão, exigirmos que haja uma certa continuidade de palco, com escritores, atores e público relativamente estáveis, então o teatro só terá nascido alguns anos após a independência, na terceira década do século XIX. (FARIA, 2012, p.21).

Mais adiante como fonte de lazer e entretenimento mediante a vinda da família real para o Brasil, onde os espetáculos teatrais começaram a ser importados da Europa.

O Teatro Brasileiro de Comédia – TBC⁷ foi o primeiro grupo a realizar espetáculos feitos por atores locais, utilizando textos importados, enquanto que o Grupo Teatro de Arena⁸ lutou pela dramaturgia totalmente brasileira e foram grandes incentivadores da luta pelo sentimento nacionalista, motivando escritores a escrever e encenar com atores genuinamente brasileiros.

⁷ Teatro Brasileiro de Comédia: O Teatro Brasileiro de Comédia foi fundado, em 1948, pelo italiano Franco Zampari (1898- 1966), associado a um grupo de empresários de São Paulo, transformando um velho casarão em teatro aparelhado com 18 camarins, duas salas de ensaio, uma sala de leitura, oficina da carpintaria e marcenaria, almoxarifados para cenografia e figurinos, além de modernos equipamentos de luz e som. Um teatro elaborado para atender a elite da época.

⁸ Grupo de Teatro de Arena: Fundado em 1953, foi um dos grupos mais importantes da década de 50,60, promoveu a renovação e nacionalização do teatro brasileiro.

Os primeiros passos do teatro rumo as empresas no Brasil foram dados em 1953 pelo Grupo Teatro de Arena, por meio do movimento do teatro político, tendo como organizadores: Augusto Boal, Gianfrancesco Guarnieri e José Renato Pécora.

Uma plateia formada pela elite cultural e estudantes não satisfazia mais os anseios do Grupo Teatro de Arena, seria preciso utilizar o teatro como propagação de uma ideologia à classe trabalhadora, público este que não tinha acesso ao teatro. E foi diante dessa inquietação que o Arena saiu em busca de novos espaços, e encontraram, nos pátios das empresas, o palco ideal. O teatro naquele período não adentrava nas empresas, eram apresentados no chão à frente das fábricas do lado de fora com o intuito de politizar os trabalhadores e aguçar os protestos de reivindicação de direitos trabalhistas e a liberdade de expressão diante dos empresários e governo.

Ainda nesse período, o teatro adentrou no espaço corporativo diante da trajetória de Augusto Boal, quando este exerceu função de representante da sociedade ao cargo de deputado. A encenação realizada na Assembleia Legislativa era denominada de teatro legislativo e sua composição era feita por integrantes da plenária com o objetivo de facilitar a compreensão das novas leis, para então serem votadas conscientemente. Augusto Boal foi influenciado diretamente por Bertold Brecht, que rompeu com as fronteiras do teatro e levou a cena para além dos espaços convencionais, como o chão das fábricas, contribuindo na formação crítica do ser humano.

A arte de atuar sempre esteve em lugares diversificados, nas cavernas, na rua, igrejas, tablados, e na edificação teatral erguido especificamente para a representação cênica, sendo então o lugar mais apropriado para as apresentações, mas o acesso ao mesmo, nem sempre é democrático às companhias teatrais.

2.3 Teatro Empresarial

O teatro realizado para as empresas permeia um novo propósito denominado de Teatro Empresarial, um estilo teatral pouco citado em livros, seja pela falta de pesquisa sobre o assunto, ou porque ainda não foi notado pelos historiadores, ou ainda por ser considerado por uma grande parcela de artistas, como uma “Arte Menor”. O que percebo aqui é que este tipo de arte deve ser valorizado, seja pelo seu contexto, seja como forma de educação para adultos ou como agente de informação e transformação comportamental do ser humano por meio de sua aplicabilidade.

O Mercado de trabalho vem sofrendo constantes perdas, fruto da recessão econômica e de alterações nas regras da Consolidação das Leis do Trabalho (CLT), a partir de um projeto do governo Michel Temer no ano de 2017 que engloba mudanças nos processos trabalhistas e no papel dos sindicatos, tornando mais rigoroso o questionamento de direitos do trabalhador na Justiça, retirando dos mesmos várias conquistas já consolidadas, impulsionando o trabalhador para uma nova configuração de sua postura profissional.

Nas últimas décadas as empresas vêm investindo em treinamentos para seus funcionários, com o intuito de atingirem os conceitos exigidos pelo mercado, o que os fazem recorrer a diversos métodos e técnicas em busca dessa almejada qualificação. Nessa busca, em 1993 foi realizado o “I Fórum de Técnicas Alternativas em Recursos Humanos”, objetivando discutir e propor novos métodos e treinamentos a serem utilizados pelas empresas para melhorar a produtividade e o bem-estar do trabalhador, além de apresentar novas perspectivas corporativas profissionais, e sob esse contexto diante das organizações, o Teatro Empresarial, vem se consolidando ao longo dos anos.

Mas, o que é esse Teatro Empresarial que vem sendo utilizado pelas empresas para melhorar suas atividades e as de seus trabalhadores? Conceituá-lo não é fácil, manifestou-se como a tarefa mais árdua desse trabalho e nesta busca procurei analisar atentamente os diversos conceitos sobre o tema.

Segundo Casimiro (2004) “Teatro Empresarial é uma forte ferramenta que poderá ser aplicado diretamente no treinamento em termos como: Liderança, planejamento, motivação, atendimento ao cliente, comunicação, entre outros”.

Fernandes (2013, p.01) descreve que:

Teatro Empresarial não deve ser entendido como mero entretenimento, mas como uma ferramenta alternativa, um verdadeiro dispositivo, atrelado às demandas da empresa e à possibilidade de um diagnóstico mais amplo, múltiplo e transversal (transversal no sentido de fazer a empresa perceber a teia das circunstâncias internas, apreendendo-a no sentido ativo, problematizando questões, permitindo observar as redes que se cruzam, as relações que se constroem ou desconstroem; perceber em toda a sua estrutura onde algo esbarra, atravessa, desconecta ou interrompe o fluxo contínuo).

A autora afirma ainda que:

“O Teatro torna-se uma ferramenta eficaz porque lida com diversas linguagens, com uma variedade múltipla de signos e também porque se constrói fundamentalmente através da relação grupal. Quando se fala em qualidade total, em metaferramentas, em empresa de sucesso, a condição *sine qua non* é o ser humano e a valorização de sua criatividade, imaginação, habilidade, percepção de situações novas, raciocínio

sistêmico, tomada de decisões, aspectos estes comuns no fazer teatral”. (FERNANDES, 2013, p. 01).

Para Matos, Miguel e Chaves (2011, p.03) da empresa Grafite Teatro Empresarial:

O Teatro Empresarial é uma nova oferta de ferramenta para treinamentos e dinâmicas motivacionais, que ganha cada vez mais espaço no mercado de eventos empresariais, onde competentes atores/empreendedores utilizam-se de técnicas teatrais e empresariais como uma forma de comunicação, abordando assuntos pertinentes à vida nas empresas, uma consultoria interna e externa em forma de arte, mas com assuntos sérios e temas abordados de acordo com a necessidade do administrador ou da empresa. Um novo conceito de Arte e Negócios!

O representante da companhia Ubatuba, relata a Millani que:

Teatro-empresa, segundo a Ubatuba⁹, é uma ferramenta muito utilizada para incutir nos colaboradores mensagens, por exemplo, que versam sobre Semana Interna de Prevenção de Acidentes (SIPAT), doenças sexualmente transmissíveis (DST), qualidade de vida, meio ambiente, motivação, liderança e produtividade, ergonomia, força de vendas e outras mais. (UBATUBA in MILLANI, 2013, p.35).

Os conceitos acima foram favoráveis ao meu estudo, porém, não convergem ao conceito por mim estudado enquanto aluna do curso de Licenciatura em Teatro da UFPA e sim pela Itaguari Cultural, que está no mercado para atender às demandas do setor empresarial. Diante desse impasse, faço uma reflexão entre os dois: o conceito do Teatro Empresarial assinado pelas empresas e sobre o conceito oriundo da visão artística. Sobre o primeiro, compreende-se que o teatro é utilizado como uma ferramenta que irá contribuir para tal finalidade ou como um meio para chegar ao fim, porém o segundo advém a partir dos estudos de formação de professora de teatro, onde percebo que ele está além deste conceito, teatro é uma linguagem artística, na qual um ou vários atores apresentam uma determinada história que desperta na plateia sentimentos variados capazes de transformar o homem.

Assim, a Itaguari Cultural, tenta mesclar os dois conceitos em suas realizações, já que utiliza o Teatro Empresarial contratado pelas empresas para treinamentos e capacitação de trabalhadores, mas também, aposta em suas construções criativas aliadas a conceitos de

⁹ Ubatuba: Companhia criada por artistas em 1984, busca oferecer aos clientes atrações diversificadas, como teatro, circo, música, oficinas de arte, entre outras. Apresenta um casting de aproximadamente 300 artistas e 500 figurinos, utilizados em mais de 11.200 eventos realizados para as mais renomadas empresas no Brasil e no exterior. Para a atividade destinada ao teatro-empresa, conta com uma equipe de atores, dramaturgos, diretores e cenógrafos especializados nessa modalidade.

pensadores das artes cênicas, acreditando no teatro como arte indutora de conhecimento e transformações do ser humano, como já relatado anteriormente.

Nesta perspectiva, a Itaguari Cultural pode utilizar para seu trabalho o corpo funcional da empresa, atores profissionais ou colaboradores de uma instituição organizacional. Assim, os setores e departamentos empresariais apresentam-se como excelente canal de diálogo com o teatro e nos mais diversos treinamentos. Podendo abordar conteúdos científico, didático e informativo, favorecendo a metodologia do facilitador.

O teatro desde o início de sua existência, na sua forma mais pura, sempre serviu como um elo de intermediação do homem com o mundo e o teatro abordado nas empresas não perdeu sua relevância inicial: atua como facilitador nos processos de comunicação e informação; contribui para o desenvolvimento social, motor e intelectual dos funcionários, estimulando e exercitando a memória; melhora a comunicação oral e escrita; contribui para a superação à inibição; amplia a criatividade; e, melhora as percepções do indivíduo.

Diante das empresas o teatro pode ser realizado por um grupo de teatro, trabalhado a partir de um tema e/ou texto indicado pela empresa, ou por seu corpo funcional, por intermédio dos jogos teatrais, onde Psicodrama e a educação corporativa utiliza-os como metodologia.

As encenações teatrais, o espetáculo teatral e os esquetes, quando encenados na organização corporativa, apresentam-se como uma atividade lúdica; ensinam através da ação e assumem características próprias, onde conseguimos apontar a convenção do teatro tradicional em Teatro Empresarial, sendo uma delas: a praticidade diante das resoluções cênicas, que são dinâmicas e interativas, as cenas carregam um tom de humor com a adoção do perfil cultural da empresa contratante, porém, tais características não são fechadas como uma fórmula para a encenação diante das empresas.

O Teatro Empresarial pode apropriar-se ou não de qualquer estilo teatral ou de teóricos do teatro, como o teatro épico (*Brecht*), o teatro do oprimido (*Boal*), o teatro naturalista, romântico, entre outros. O teatro pode ser tão utilitário para atingir os ideais das empresas, como era no primitivismo para as caças, ou para atender os ideais do Estado no teatro grego.

Nas últimas décadas, o teatro vem gradativamente ganhando mais espaço no mercado empresarial, onde competentes atores-empresendedores associam técnicas teatrais com as empresariais em uma forma de comunicação, abordando assuntos referentes a cultura das empresas de forma prazerosa e diferenciada.

O Teatro Empresarial procura trazer alternativas para as soluções desses problemas, um bem que será útil tanto na vida profissional como na vida pessoal dos indivíduos. Trata-se do aperfeiçoamento de técnicas e de pessoas e que estimula também a flexibilidade tão necessária nos dias de hoje. (NETO, 1999, p.78).

O Administrador que aposta no desenvolvimento do seu colaborador encontra no Teatro Empresarial novas perspectivas de treinamentos, pois as cenas e os jogos teatrais servem para dinamizar temáticas sobre os trabalhos desenvolvidos pela empresa. Sendo assim, as artes voltaram nos dias de hoje a assumir esse nobre papel, em que sua função lúdica passa a ser a ponte para um sólido aprendizado. Missão desenvolvida pela Itaguari Cultural.

2.4. Objetivo do Teatro Empresarial

O objetivo do Teatro Empresarial origina-se através das perspectivas particulares de cada empresa, porém, em ação prática, configura-se com a finalidade de complementar ou alavancar o treinamento corporativo, com o intuito de motivar, instruir, e capacitar os colaboradores e gestores para o mercado de trabalho, partindo da representação de cenas, dos jogos, da dinâmica de grupos ou até mesmo da própria vivência do trabalhador. Em alguns casos, o teatro assume a função do treinamento como o todo, o qual precisa ter embasamento suficiente para superar o entretenimento, é preciso ser didático e abranger o conteúdo que a empresa deseja transmitir.

Quando assistem a uma peça com tal finalidade, os indivíduos se envolvem e percebem valores que são aprendidos e assimilados profundamente. Tal envolvimento tende a fazer com que a plateia sinta e acredite por alguns instantes no que o personagem sente ou sugere que esteja acontecendo. (OLIVARES, 1995, p.34).

A encenação teatral ao adentrar em uma organização, exerce função didática pois ensina através da ação. Os atores, geralmente representam personagens com características comportamentais peculiares dos funcionários da empresa contratada, a encenação sempre é baseada na cultura da mesma, fazendo com que o espectador possa identificar-se através dos mesmos, momento propício e importante para reflexão e mudanças de atitudes, um dos principais objetivos esperados.

O Teatro qualificado de “Ferramenta” é uma das peças fundamentais dos anseios de uma organização, pois atrela a linguagem artística a função educadora. Apresenta-se como um

recurso didático para a difusão de conteúdos técnicos de forma dinâmica e prazerosa, Mattos et al (2012, p.15) sobre o teatro como ferramenta pedagógica diz:

A dramatização é um excelente veículo de aprendizagem e mudanças de comportamento, pois propõe situações em que as pessoas possam identificar-se com os personagens e ações facilitando a sensibilização dos colaboradores para a sua reflexão e solução de problemas, promovendo aprimoramento da qualidade de seus produtos e serviços. Uma das maneiras de se trabalhar com o teatro na empresa é através da apresentação de uma cena como estímulo de debates e cuja temática é desenvolvida para abrir questões e não para encerrar “verdades”.

O teatro realizado na empresa nunca é o fim e sim um dos caminhos para atingir um resultado esperado pela instituição. Para se chegar ao resultado almejado, a empresa geralmente articula-se com debates, reflexões e atividades sobre a encenação apresentada.

O Teatro Empresarial não tem um único objetivo, eles são diversos e partem dos anseios de determinado setor da empresa com suas próprias perspectivas. O Setor de Marketing utiliza-o como propagação e vendas ou a conscientização do uso correto de determinado produto; o Departamento Pessoal, utiliza-o como recurso pedagógico e andragógico baseado em determinado assunto a ser desenvolvido com os colaboradores, sendo para o desenvolvimento pessoal, motivacional ou para a proteção e saúde no ambiente de trabalho.

3 CAPÍTULO II - METODOLOGIAS DO TEATRO EMPRESARIAL

3.1 A Metodologia

O uso de métodos em treinamentos que se utilizam da abordagem cênica é uma tendência precursora na educação corporativa. Existem metodologias diferenciadas para cada seguimento, entre elas destacam-se: A dramatização por atores profissionais ou funcionários; Os Jogos Teatrais; Andragogia e o Psicodrama Restrito.

Cada grupo de teatro ou produtora artística elabora seu método de apresentação, assim como cada empresa a partir de sua cultura, compartilham de anseios e finalidades distintas diante de sua metodologia laboral.

Viver o processo de transformação é a única forma de mudança de comportamento almejado pela empresa. Nesta abordagem, outras ferramentas como o Psicodrama, Arte terapia, Dinâmica de Grupo, Teatro Interativo, etc. fazem uma perfeita união com a proposta do Teatro Empresarial. (Fernandes in Casimiro, 2004, p.32).

Das metodologias citadas acima, as encenações com atores profissionais fazem parte das realizações da Itaguari Cultural, enquanto que as demais, estão sendo estudadas para futura implementação diante dos serviços oferecidos pela produtora. E a partir das pesquisas e estudos para feitura deste Trabalho de Conclusão de Curso, percebi que minha empresa pode ofertar outros serviços junto ao setor empresarial, ampliando o atendimento da mesma.

3.2 Dramatização

Para a encenação teatral realizada por artistas profissionais, procuro seguir a metodologia baseada nas experiências vivenciadas pela Itaguari Cultural, conforme discorro nos parágrafos a seguir as etapas desse processo.

A primeira etapa a seguir é conhecer o cliente, saber detalhes do perfil da empresa em que se vai atuar, como: histórico, o produto que ela gera, perfil dos funcionários, entre outras informações necessárias para então iniciar o primeiro esboço do que se vai apresentar.

A segunda etapa é marcar uma reunião presencial com o cliente, pois assim o fornecedor artístico poderá escutar o que o cliente deseja, para em seguida dialogar e prestar consultoria artística. É um momento de estreitamento de relações, onde as partes iniciam a

primeira etapa chamada de “relação de confiança”. Durante o diálogo, faz-se necessário anotar cada detalhe. Se o cliente desejar um espetáculo pronto, é preciso analisar se há necessidade ou não de contextualização do mesmo. Se por ventura a escolha for montar um espetáculo ou esquete teatral, necessita-se de uma atenção redobrada, não poderá faltar nenhum detalhe, já que atuar frente à uma empresa que utiliza o teatro como motivador ou educador, é de uma enorme responsabilidade, pois as informações precisam ser coerentes e eficazes.

A terceira etapa, faz-se um estudo e detalhamento do que deve ser feito, e várias questões devem ser levantadas, como: O que é? Para quê? Para quem? Onde? Como? Tempo de duração?

Após respondidas as questões anteriores, pode-se para dar início a quarta etapa com a escrita do texto dramático ou roteiro, sendo a base da encenação do Teatro nas empresas “ texto dramático, tradicionalmente orienta a escritura cênica. A escritura cênica é basicamente o conjunto e a interação de sistemas cênicos (texto, representação, espaço), aquilo que constitui a própria encenação”. (PAVIS, 2005, p.131-132).

O texto dramático após concebido, será apresentado ao cliente para sua devida aprovação, de forma a evitar falhas nas informações, principalmente quanto aos conteúdos científicos a serem repassados em forma de arte.

Após esta etapa, inicia-se a quinta etapa, onde é dado o início da produção do esquete, iniciando-se com os ensaios que perduram por no máximo um mês. Paralelo aos ensaios é enviado ao cliente a proposta do figurino e dos acessórios cênicos para aprovação, em seguida tem início a confecção dos mesmos.

Durante a sexta é etapa, faz-se necessário ainda, por questões de segurança, realizar uma apresentação da encenação criada para o contratante, pois este poderá averiguar se há algo a acrescentar ou a subtrair. Sempre que houver possibilidade, é importante uma demonstração no local onde será realizado o evento, de forma que o elenco possa se familiarizar com o espaço.

A sétima etapa, dar-se com a apresentação, onde toda a equipe e elenco devem chegar duas horas antes no local, para iniciar a caracterização das personagens, realizar aquecimento vocal e corporal, preparar o uso de microfones, sonorização e etc.

Sobre a dramaturgia a ser encenada, é importante ressaltar que sua criação quando for baseada no cotidiano da empresa, deve-se destacar algum funcionário que mereça uma homenagem ou apropriar-se de estereótipos de pessoas relevantes na empresa (autorizado pelo contratante) para a construção de personagens, estas experiências são válidas, desde que se

faça com respeito e valorização dos mesmos, o que normalmente contribui para uma encenação cômica, até chegar ao ponto importante da dramatização, ensinar ou motivar o colaborador através da emoção “A relação com o público é o vínculo que determina e especifica todos os outros: decidir se o teatro deve entreter ou instruir, confortar ou perturbar, reproduzir ou denunciar - tais são as questões que a dramaturgia formula na operacionalização de suas análises. (PAVIS, 1999, p. 114).

Segue abaixo, o resumo de dramaturgias elaboradas e realizados pela Itaguari.

1 - Texto: **A Vitória é Nossa!**

Autores: Paulo Marat e Silvia Teixeira, ano: 2008.

Dramaturgia elaborada para o Road Show (Treinamento de vendas) da Claro Telefonia Móvel no ano de 2008.

(Sargento e Cabo entram marchando).

SARGENTO: - Um! Dois! Três! Quatro!

CABO: - Use CLARO é um barato!

SARGENTO: - Quatro! Três! Dois! Um!

CABO: - Vamos todos...E não para qualquer um.

CABO: - Sargento posso cumprimentar o pessoal?

SARGENTO: - Pode sim, mas cuidado.... Conforme lhe doutrinei.

CABO: - Olá, como vai? Tudo bem? Olá, como vai? Tudo bem?

(Sargento e Cabo cumprimentam as pessoas pelo corredor da plateia).

SARGENTO: - Sentido! (Cabo responde em continência).

SARGENTO: - Cabo! Vamos nus preparar para essa guerra, vamos começar com um bom aquecimento.

CABO: - Claro Senhor!

SARGENTO: - (para plateia) E vocês soldados estão prontos para a guerra, então por favor, gostaria que todos ficassem de pé. Sentido! (Neste momento, o Sargento convida os participantes do evento a fazer alongamento, exercícios faciais, poli chinelo e etc. Ensina a plateia fazer o grito de guerra).

(Após o aquecimento, Cabo apresenta seu planejamento de guerra para o Sargento, abre o mapa).

2 - Texto: **Rumo a Excelência na Gestão.**

Autores: Paulo Marat e Silvia Teixeira.

Dramaturgia elaborada para divulgar a campanha Excelência na Gestão, direcionada aos funcionários do SEBRAE-PARÁ, ano: 2014.

Dona Rose: - Já vai ter evento aqui de novo! Lá mudaram minha escala para limpar o Auditório! Nem sei para que tanto treinamento para os funcionários. Olha que já vi tantos por aqui, já assisti, já participei também, mas não vejo mudança nas pessoas que trabalham aqui não! Na hora eles se empolgam que é uma beleza! Levantam bracinho, dançam...abraçam os colegas, mas depois volta tudo de novo. Acho uma perda de tempo fazer esses treinamentos, e também, eu que perco o meu tempo, podendo ir faxinar a sala do seu Carlos....

(Sr. Carlos já estava um bom tempo escutando D. Rose reclamar).

Sr. Carlos: (Entra e dá um susto em Dona Rose) – Dona Rose, o que a senhora está falando?!

Dona Rose: (Espantada) – Nossa Seu Carlos, não me assuste assim não pelo amor de Deus! Eu estava aqui limpando o auditório, hoje tem evento, não demora está cheio de gente...

O esquete teatral foi elaborado para o corpo funcional do SEBRAE Pará, visando contribuir na divulgação sobre o programa de excelência na Gestão, constando cinco personagens, os quais representavam uma história fictícia baseada no cotidiano da empresa.

Texto: A Feira está chegando!

Dramaturgia elaborada para divulgar a Feira do Empreendedor 2010, direcionada aos funcionários do SEBRAE-PARÁ, escrita por Paulo Marat e Silvia Teixeira.

(Dona Lili está saindo da copa para abastecer as garrafas de café e encontra com o Seu Chamequinho no corredor).

Seu Chamequinho: - Tia Lili, minha querida! A senhora já viu o clima que está por aqui? Parece até que vai ter festa. Já levei o chefe para vários lugares, não deu nem tempo de passar um lustre no carro. A senhora sabe que tenho muito cuidado com esse carro. Mas me diz aí, a senhora deve estar por dentro da coisa, o que está acontecendo?

Dona Lili: Tu não sabes? Vai ser lançada a Feira do Empreendedor 2010!

Seu Chamequinho: - Puxa vida, eu estava me esquecendo...quando vai ser mesmo?

Dona Lili: Pois eu não. Esse ano a feira vai ser de 26 a 30 de maio. Eu até fiquei curiosa com uma coisa que li no jornalzinho e ficou martelando aqui na minha cabeça, é um negócio de mercado étnico!

Seu Chamequinho: - Mercado étnico? Será que tem a ver com motor e carro? Porque tu sabes que fiz um curso e entendo tudo de carro. Ninguém me engana não!

3.3 Jogos Teatrais.

O jogo é uma atividade física, mental e sensorial, voltado à possibilidade de estímulo de ações integradoras entre o racional e o emocional, validando com dois ou mais participantes, proporciona aprendizagem de forma descontraída e divertida, conversando com o lúdico do indivíduo, acionando a imaginação e liberando a espontaneidade.

Ao serem aplicados na sua mais pura função, no simples ato de jogar ou brincar, carrega função educativa, pois impõe-se as regras espaciais e temporais, favorecendo a disciplina e convívio social, sendo que, é nos primeiros passos da educação, ainda na infância que se estabelece as primeiras ações do jogo do individual para o coletivo, proporcionando a liberdade do brincante. A partir dos jogos de ações coletivas herdados de várias gerações como os do canção popular da infância e da juventude, dos jogos tradicionais, e da improvisação para o teatro etc., são pesquisados, selecionados e reunidos em um sistema denominado de Jogos Teatrais.

Os Jogos Teatrais é uma designação brasileira dos jogos de improvisação “*Theater Play*” elaborados pela americana Viola Spolin¹⁰, traduzida no Brasil por Ingrid Dormien Koudela¹¹ em 1982, direcionados primeiramente para a educação e trabalhos em associações, expandindo-se aos grupos teatrais, empresas e etc. Sendo este método, o qual aprofundo nesta pesquisa para então ser desenvolvido pela Itaguari Cultural.

Sua aplicabilidade nas empresas, possibilita um treinamento que mais se aproxima com a prática, pois, aprende-se através da experiência, e para Spolin (2010) ninguém ensina nada a ninguém. Isto é válido tanto para a criança que se movimenta inicialmente chutando o ar, engatinhando e depois andando, como para o matemático com suas equações”.(Viola, 2010.p.01) proporcionando o exercício de habilidades, sendo elas: Autodisciplina, sociabilidade, desenvolvimento da comunicação, comprometimento, espírito em equipe, flexibilidade, afetividade e etc., além do desenvolvimento e crescimento do profissional e principalmente o florescimento de práticas humanizadas, uma das grandes metas a serem traçadas no mercado profissional do séc. XXI. Para Spolin, a maioria dos jogos é altamente social e propõe um problema que deve ser solucionado – um ponto objetivo com o qual cada indivíduo se envolve e interage na busca de atingi-lo. Muitas habilidades aprendidas por meio do jogo são sociais. (SPOLIN, 2010).

¹⁰ **Viola Spolin:** (1906 - 1994). Nascida em Chicago, foi uma das pioneiras do teatro improvisacional. Criou o sistema denominado de Jogos Teatrais influenciando várias companhias teatrais.

¹¹ **Ingrid Koudela** (1948). Escritora, tradutora e professora da cadeira de Teatro-Educação na USP. Traduziu para o português e desenvolveu o sistema de jogos teatrais e do pensamento de Viola Spolin no Brasil.

A aplicação dos jogos teatrais pode ser realizada por profissionais de teatro, os quais exercerão a função de facilitador/coordenador durante o processo, convocando os jogadores a desprender-se um estado dispersão do presente para um foco direcionado.

O coordenador, providencia diante do grupo, a divisão em dois, direcionando ao primeiro momento um grupo para ser a plateia e o outro, os jogadores, sendo que após a partida, os grupos sofrem alternâncias entre si, porém é fundamental seguir essa estrutura.

O sistema elaborado pela americana, se estrutura em três partes: Objetivo, foco, avaliação.

O foco: É o ponto mais importante do jogo, sendo atribuído ao coordenador de especificar qual é o foco do jogo, podendo ser objeto, pessoa ou ação do jogo.

Instrução: Cada jogo tem suas normas ou regras, cabendo ao facilitador esclarecer tais regras e sempre atrair os jogadores ao foco.

Avaliação: Realizada pelos jogadores que fazem parte da plateia e vice-versa.

O Jogo Teatral aplicado nas empresas, podem sofrer adaptações de acordo com a necessidade do grupo daquela instituição, e diversas são as possibilidades extraídas através dos jogos teatrais, podem ser acionados para a seleção de pessoal, treinamento do corpo funcional e gerencial, para a pesquisa de dados ou assuntos relevantes, trabalho coletivo e etc. É um exercício que alimenta o desenvolvimento pessoal e coletivo de um trabalho em grupo. “Quando todos se tornarem líderes. Quem será o seguidor? Quando todos se tornarem seguidores. Quem ficará para ser o líder? Quem ficará para ser líder ou liderando. Quando todos forem seguidores e líderes? ”. (SPOLIN, 2001, p. 11).

Na relação autoritária a regra é percebida como lei. Na instituição lúdica a regra do jogo pressupõe o processo de interação, proporcionando o crescimento do profissional e, principalmente, o desenvolvimento das práticas humanizadas, uma das grandes metas traçadas no mercado profissional do Século XXI.

A Itaguari em seu trajeto, aplicou os jogos teatrais em eventos festivos das empresas (confraternizações, comemorações), desprendido de intenções voltadas ao treinamento do corpo funcional das empresas, e sim para a interação e lazer aos participantes.

Um outro espaço de realização dos jogos teatrais aplicado pela Itaguari, foi voltado para o desenvolvimento das habilidades artísticas na oficina de iniciação teatral na

Comunidade Polo São Pedro, no bairro da Terra Firme em 2014, e aos voluntários da Instituição Cruz Vermelha, no período de outubro a dezembro de 2017.

3.4 Andragogia

“...nós aprendemos aquilo que nós fazemos. A experiência é o livro-texto vivo do adulto aprendiz” (LIDERMAN, in TEIXEIRA, 2005, p. 1).

O mercado profissional exige profissionais cada vez mais competentes para acompanhar a contemporaneidade organizacional, para isso é necessário se adaptar as novas tendências relacionadas da profissão. Para acompanhar esta tendência, as empresas investem em programas de treinamentos, gerando novos aprendizados diante de seu corpo funcional. Como se trata do ensino-aprendizagem para adultos ou educação continuada para adultos, trago a Andragogia para essa discussão.

A Andragogia é uma ciência que busca proporcionar os melhores meios para orientar adultos no seu processo de aprendizagem, valorizando a experiência como importante fonte para este tipo de trabalho, diferentemente da pedagogia em seu processo de aplicação. O adulto é ser humano que detém conhecimentos próprios, oriundos na escolarização ou pelas experiências práticas de suas vivências e de acordo com o conceito da Andragogia, ninguém ensina o adulto, este precisa ser direcionado a aprender e estão propensos aos conhecimentos que contribua para suas atividades do dia-a-dia, relevando suas experiências e o conhecimento, sejam eles culturais, sociais e históricos.

O ensino voltado para adultos, sempre foi uma preocupação da humanidade.

Isso é surpreendente, se considerarmos que todos os grandes mestres dos tempos antigos – Confúcio e Lao Tsé na China, os profetas hebreus e Jesus nos tempos bíblicos; Aristóteles, Sócrates e Platão na Grécia antiga, e Cícero, Evelídio e Quintiliano na Roma antiga – foram professores de adultos, não de crianças. Esses professores notáveis acreditavam que a aprendizagem era um processo de investigação mental, e não a recepção passiva de conteúdos transmitidos. Por esse critério, eles desenvolveram técnicas para envolver os alunos com a investigação. (LABSSJ, 2019, p.5).

Os treinamentos empresariais se apropriaram da Andragogia para provocar motivações interna no adulto profissional aprendiz. Utilizando-se de diversas estratégias, o método andragógico dialoga com as artes, provocando as mais diversas sensações:

As estratégias das abordagens andragógicas envolvem o exercício pleno da criatividade desde elaborações cognitivas como resumos de textos, avaliação crítica,

pesquisa e apresentação sobre um assunto, auto avaliação, bem como simulação, construção coletiva de jogos de aprendizagem, dramatizações, teatro, poesias, música, dança e contextos artísticos diversos. (CONCEIÇÃO NETO, 2012, p.4).

Além da escola e comunidade, o espaço corporativo é um dos ambientes inclinados para aplicação do método andragógico, atuando diretamente na educação para os adultos profissionais, seja no momento em que este adentra na empresa e precisa compreender a funcionalidade da mesma, ou na reciclagem para acompanhar a atualização das demandas do mercado profissional.

O teatro na educação andragógica, atua como conteúdo didático do facilitador, podendo ser aplicado através da cena artística para provocar debates e reflexão dos conteúdos, através dos jogos teatrais, ou pela própria experimentação cênica onde o profissional aprendiz, vivencia, sente e participa do treinamento, onde ambos exercitam seus papéis profissionais.

3.5 Psicodrama Restrito

Um Encontro de dois: olhos nos olhos, face a face.
E quando estiveres perto,
arrancar-te-ei os olhos e
colocá-los-ei no lugar dos meus;
E arrancarei meus olhos
para colocá-los no lugar dos teus;
Então ver-te-ei com os teus olhos
e tu ver-me-ás com os meus.
(Moreno, 1914. p.03)

O mercado econômico atual apresenta-se em constante transição, seja pela crise econômica mundial, pelas constantes crises políticas, ou até mesmo sob impacto de novas tecnologias, afetando diretamente na instabilidade do corpo funcional das empresas. Diante desse contexto, emerge o novo perfil profissional do mercado do trabalho do século XXI.

O perfil do novo trabalhador do século em voga precisa ser dinâmico, globalizado, espontâneo e interativo. Porém, a criatividade é o principal vetor desse novo processo das mudanças nas corporações. Diante dessa transição do velho trabalhador para o novo perfil, há certa relutância a quebra de paradigmas, que são acarretados pela insegurança, pelo medo, incertezas, disputa interna e desmotivação. Estas problemáticas provocam a individualização e ausência de um bem maior diante de uma equipe de trabalho, a “união”.

Na atual conjuntura do mercado as empresas precisam de um profissional comprometido com a equipe, disposto a atuar pelos objetivos da instituição. Sobre o trabalho em equipe, Teixeira (2008, p.16) diz:

Trabalhar em equipe é atingir resultados através da cooperação (operar com), compartilhando e comprometendo-se com um mesmo propósito, confiando nas pessoas e facilitando seu desenvolvimento. Quando as pessoas não estão conscientes da interdependência do seu trabalho e não são avaliadas e/ou reconhecidas por colaborarem, mas ao contrário, pelo trabalho individual, é difícil que haja cooperação. No entanto, quando se valem da complementariedade de habilidades diversas, da responsabilidade e alcance de resultados de forma compartilhada, da ajuda mútua e colaboração, da confiança e especialmente da interdependência, o trabalho de equipe pode fazer com que as incertezas e dificuldades sejam vistas como oportunidades e não como ameaças.

Considero que um trabalho em equipe deve ser desenvolvido aos moldes de um grupo de amigos, onde, todos se conhecem, se compreendem e se ajudam. Porém, a equipe empresarial é agrupada de forma aleatória, não há nenhum entrosamento inicial por parte dos integrantes, contribuindo para o distanciamento e individualização nas realizações das tarefas. Essa falta do conhecimento interpessoal distancia o tão sonhado desejo das instituições “O Trabalho em Equipe”.

Para desenvolver trocas afetivas e coletivas e a busca de ideais coletivos, existem vários programas para o desenvolvimento do corpo funcional de uma empresa, um deles é o Psicodrama.

Psicodrama é um método para o desenvolvimento espontâneo-criativo e afetivo de relações interpessoais, criado pelo médico Jacob Levy Moreno (1889-1974), foi desenvolvido inicialmente para o diagnóstico clínico e mais adiante, expandiu-se para o espaço das organizações. Com o tempo, vários estudiosos das relações humanas sucederam a pesquisa de Moreno, como Telma Teixeira¹² (2009), que aprimorou o método para o trabalho com as empresas, passando a se chamar Psicodrama Empresarial.

Para Moreno, o homem nasce espontâneo e sua criatividade aflora sempre quando lhe é favorecido o ato de agir, porém os fatores sociais e ambientais contribuem no adormecimento das expressões naturais do ser. Moreno enfatiza a espontaneidade como um recurso nato do homem, que a partir do trabalho com o Psicodrama pode ser resgatado para potencializar a criatividade, provocando uma revolução interna e externa no ser humano. Quanto a espontaneidade GONÇALVES, WOLFF e ALMEIDA, afirmam que:

¹² Telma Teixeira: Psicodramatista empresarial. Autora do livro “Psicodrama Empresarial”.

Para que tenhamos o prazer de nos sentirmos vivos é preciso que nos reconheçamos como agentes do nosso próprio destino. Quando somos reduzidos à condição de peças de engrenagens, nas quais somos colocados sem o reconhecimento de nossa vontade, impedidos de iniciativa pessoal, estamos privados de nossa espontaneidade. Há alienação do fator E^{13*}. A espontaneidade é a capacidade de agir de modo “adequado” diante de situações novas, criando uma resposta inédita ou renovadora ou, ainda, transformadora de situações preestabelecidas. (GONÇALVES, WOLFF e ALMEIDA, 1988.p 48).

Para testar o Psicodrama o médico utilizou o teatro para realizar seus experimentos revolucionários com o ser humano. Usando o drama como lugar propício para o resgate da espontaneidade e criatividade do mesmo. Os temas propostos para dramatizar foram contextualizados a partir da problemática do protagonista (individual ou grupal), encenadas de forma lúdica, como “um faz-de-conta”.

Aí o sonhador, o ético e o pecador, como diria Moreno, têm a oportunidade, em ambiente protegido, de tecer sua história. Aí realiza-se o “homem cósmico”, o homem da criatividade simbólica; expandem-se e reduzem-se os átomos sociais; criam e recriam-se papéis. Trabalha-se a um só tempo-presente, passado, futuro. Nesse contexto ocorre a “catarse de integração”, a principal forma de cura do psicodrama. Nele manifestam-se o co-inconsciente e inconsciente individual. (GONÇALVES; WOLFF; ALMEIDA, 1988. P.99).

Para o desenvolvimento do método, cinco itens oriundos do teatro são acionados:

1. **Protagonista:** para o método de Moreno, existem dois tipos de protagonista. Um que atuará como ator principal que centralizará o drama compartilhando seu íntimo com todo o grupo. O outro protagonista é o próprio grupo;
2. **Ego-Auxiliar:** exerce função de ator coadjuvante no grupo. Porém assume responsabilidades direta com a ação e até substituir o protagonista quando houver necessidade;
3. **Cenário:** lugar apropriado a receber a representação do drama, estudado de acordo com as necessidades da ação;
4. **Plateia:** grupo que prestigia o outro grupo durante a dramatização, posteriormente trazendo suas colocações e reflexões sobre a observação.

Vale ressaltar que na dramatização o importante é a vivência dos participantes e não a representação por excelência. Então o psicodramatista deve se utilizar de meios em que todos do grupo participem, para o desenvolvimento do método faz-se necessário seguir três etapas:

¹³ Moreno tem como proposta primordial associar o fator E à “adequação” e do ajustamento do homem a si mesmo.

1. **Aquecimento:** primeiro momento do Psicodrama, onde se define quem é o protagonista, a problemática do grupo e a preparação do grupo para o drama;
2. **Dramatização:** exposição encenada do conflito através do protagonista juntamente com o ego-auxiliar, sendo que o conflito pode ser resolvido ou apenas encaminhado para a terceira etapa do processo. A dramatização é realizada a partir do improviso;
3. **Compartilhamento:** Dar-se após a dramatização, onde o grupo pode expor suas impressões a respeito da encenação. Esse é o momento propício para as reflexões acerca das atitudes.

O Psicodrama empresarial deve ser utilizado por profissionais especializados na área. O psicodramatista ao executar o método, traz os temas a serem trabalhados no grupo, pois estes já foram estabelecidos juntamente ao setor de recursos humano da empresa. Teixeira (2009) utiliza o Psicodrama baseado na teoria da espontaneidade e na teoria dos papéis, originando o termo criado pela mesma como Psicodrama Restrito.

O Psicodrama restrito é realizado especificamente nas empresas, limitando-se sua aplicação apenas aos papéis profissionais do funcionário ou colaborador da mesma, abortando todos os outros papéis desempenhados na vida pessoal do mesmo. Para a realização prática o método deve ter:

1. Jogos Dramáticos: oriundos do teatro, é o momento de vivência lúdica, contribuindo na espontaneidade do imaginário. É dada a oportunidade de vivenciar através de cenas, tanto as personagens fictícias, quanto as personagens dos papéis desempenhados pelo profissional em seu dia-a-dia. Contribui para o diagnóstico da problemática a ser resolvida, bem como na intervenção de conflitos interpessoais;

2. O *role-playing*: é o momento de interpretação dos papéis reais, visando situações do trabalho;

3. Inversão de papéis: é o jogo de inversão dos papéis profissionais, onde o trabalhador/jogador se coloca no lugar do outro, podendo experimentar a função do outro na cena, contribuindo na compreensão e na valorização do colega em sua respectiva função.

Para a psicodramatista, todo ser humano tem seus limites internos e externos e estes devem ser respeitados durante a aplicação do método, sendo necessário contribuir gradativamente ao estímulo das habilidades criativas para então garantir a interdependência pessoal do ser, melhorando como ser humano, tornando-o apto para o desenvolvimento das atividades em equipe.

4. CAPÍTULO III: A EMPRESA ITAGUARI CULTURAL - HISTÓRICO

Eu sempre fui muito crítico com relação ao uso da arte para fins práticos. Mas, acho que a esta altura vou ter que mudar. A arte vai ser usada, quer eu queira quer não. A minha ideia agora é que a cultura seja vista como um recurso. E quando você pensa que a cultura é recurso, o único jogo que existe é o do gerenciamento, da gestão dos recursos. É como na ecologia. Eu poderia continuar com a ideia da arte para a transcendência, uma arte para fins não instrumentais, mas mesmo assim, a arte vai continuar sendo usada. Eu posso ser um artista “puro”, mas quando colocar minha obra em um museu, estarei contribuindo para o PIB da cidade. Quando as pessoas pensam em criar um museu, elas justificam o museu pela arte, mas esse museu vai certamente contribuir para a economia da cidade. Então, queira eu ou não, a arte será sempre um recurso. (HOLLANDA apud LIMEIRA, 2005. p.02).

O Brasil é um país rico e diversificado culturalmente, mas em função da ineficácia das políticas públicas culturais, é muito difícil viver da arte. Como forma de driblar essa dificuldade alguns artistas se tornaram visionários e perceberam que havia um nicho de mercado a ser explorado. Utilizaram seus conhecimentos na área cultural e se tornaram empreendedores, vendendo sua arte, dando início a um novo setor no mercado, a Economia Criativa. Agora o artista virou empresário, ele o criador do negócio, proprietário e articulador das redes sociais e empresariais.

Segundo o Relatório da Economia Criativa das Nações Unidas e para a Ciência, Educação e Cultura – UNESCO de 2013, o teatro enquadra-se no 2º Setor da Economia Criativa. De acordo com Greffe (2015) a economia criativa surge, então, como uma nova maneira de encarar as fontes de desenvolvimento econômico, pondo em evidência uma problemática unificadora que vai além das leituras puramente setoriais, ressaltando o papel de um valor transversal: a aptidão para a criatividade.

De fato, a economia criativa ganha uma nova dimensão diante de setores da economia, não apenas no setor artístico, mas como o indutor que dialogará com os mais diversos seguimentos, apresentar-se com uma dinâmica exclusiva para manter-se no mercado econômico.

Sobre a economia criativa no Brasil, o ministro da cultura, Juca Ferreira (2015) diz:

É preciso reconhecer que o Brasil ainda não tem projeção, uma visão estratégica para a economia da cultura. Para que tenhamos uma política arrojada neste segmento, precisamos compreender suas leis de funcionamento, como diriam os economistas. Sem isso não temos como gerar indicadores mais precisos, nem como medir a eficiência das ações de fomento. Muito menos como fomentar iniciativas.

O Ministério da Cultura tem em suas atribuições fomentar iniciativas culturais, mas esbarra na dificuldade para impulsionar o mercado, para tal é preciso primeiramente elaborar

leis voltadas para a economia da cultura de forma a atuar politicamente no setor, e diante dessa ineficácia de políticas públicas voltadas para a criatividade, os artistas deparam-se com dificuldades de empreender um negócio artístico, principalmente na região norte, onde as políticas de fomento à cultura não suportam tamanha demanda de produtos artísticos. O Brasil adota o modelo híbrido para o desenvolvimento da economia criativa, porém não consegue atingir a produção artística do país.

A Itaguari Cultural é uma dessas empresas que vislumbrou um nicho no Setor Cultural, suas práticas estão ligadas ao estudo e a pesquisa como forma de se manter no mercado como uma empresa criadora e empreendedora do seu fazer artístico, juntamente com artistas e grupos parceiros, vem gradativamente atravessando em meio as dificuldades de se fazer arte na Amazônia.

4.1. Quem Somos

Figura 1- Intervenção Teatral Movimento Compre no Pequeno Negócio. SEBRAE-PARÁ.



Fonte: Auricelia Gomes, 2015.

A Itaguari Cultural é uma produtora artística com doze anos de atividades no mercado cultural Estado do Pará, fundada por Silvia Teixeira em 09 de agosto de 2007. Criada inicialmente para atuar frente a projetos culturais por meio das leis de incentivo à cultura, porém seus primeiros passos foram prestar serviços para empresas por meio de encenações.

Atualmente exerce ações criativas por intermédio do teatro para proporcionar o diferencial no evento corporativo. Das ações desenvolvidas as que mais se destacam são:

Esquetes; Intervenção Teatral; e Ambientação Temática com personagens. Atendendo diretamente as Agências de publicidade, Órgãos Públicos, Sindicatos, entre outros.

Fundada sem capital inicial, apenas com o recurso mais almejado nos últimos tempos: a criatividade, por isso seu registro foi retirado oito meses após sua fundação. Porém, a Itaguari já iniciou seus trabalhos com um cliente, o Cartão, Crédito, Cobrança e Serviço – CCCS da empresa Yamada, o qual que era atendido pela extinta Escola de Teatro e Produtora Studio em Ação.

No dia 12 de outubro de 2007 recebi a ligação do CCCS, solicitando minha presença imediatamente para uma reunião. Naquele exato momento, mesmo com roupa de passeio e não apropriada para visitar um cliente, desviei-me do caminho planejado e fui até a mesma. O cliente solicitou uma Ação Teatral para a Feira SUPERNORT que seria realizada no Hangar, e para tal pedido, elaborei uma ação atrativa e pouco dispendiosa, pois estava sem capital para investir. Levei à Feira dois atores que atuaram como sombras para proporcionar um diferencial no Stand do Cartão Yamada.

Na semana seguinte, agendei uma reunião com os diretores do Cartão Yamada, para informar sobre o fechamento da Produtora Studio em Ação, aproveitando o ensejo para informar e questionar se a campanha “Proteção Total Yamada” do cartão Yamada poderia ser realizada pela Itaguari Cultural, já que os figurinos e adereços da referida ação estavam em meus cuidados. Os dirigentes do Cartão Yamada não contestaram, pois além de dirigente da Itaguari, atuava como atriz na ação com a personagem âncora, a Vovó Gente Boa. E assim trabalhamos durante oito anos com a ação, renovando contrato todos os anos, assim como figurinos e reformulação do texto. E o cliente solicitou outras ações para o Cartão Yamada, a partir daí outro espaço de atuação se abriu, o marketing da empresa Yamada solicitou nossos serviços criativos para a Yamada. E a primeira ação realizada foi a exposição de uma bailarina dentro do congelador de um refrigerador BOSCH.

Após os primeiros serviços realizados vieram as primeiras dificuldades: emitir Nota Fiscal e receber os pagamentos pelos serviços executados, pois a produtora ainda não tinha conta corrente em banco. Recebi alguns meses como pessoa física, emitindo Notas Fiscais Avulsas diante da Secretaria de Finanças do Município de Belém – SEFIM.

Senti necessidade de divulgar a Itaguari, pois ninguém sabia de sua existência. Foi o que fiz com os primeiros valores recebidos, os quais investi em uma tiragem de panfletos, aluguei o carro de uma amiga e saí visitando as agências de publicidade, entregando pessoalmente o material, durante três dias. Além do material impresso, providenciei a divulgação via mala direta para as mesmas agências e para o marketing de algumas empresas.

A primeira agência a entrar em contato após a divulgação foi a Castilho Propaganda e Marketing, em seguida: Chaves Mais, a Canomedia, Tango Comunicação, Borges Publicidade, Hospital Guadalupe e etc. E assim, gradativamente a pequena empresa de produção teatral, ganhou espaço no meio empresarial, realizando ações artisticamente criativas, provocando as mais diversas sensações através da arte, contribuindo para o desenvolvimento do profissional corporativo, entretenimento cultural, e renda aos profissionais da arte.

Devido ao reconhecimento de sua trajetória no mercado, em 2015, a Itaguari Cultural, foi premiada como Destaque do Teatro Empresa no XXXI Tradicional Baile dos Artistas.

Figura 2 - Premiação: Destaque Teatro Empresarial.



Fonte: Cláudio Moraes, 2015.

4.2. Atividades Criativas desenvolvidas:

4.2.1. Ação Promocional e Cultural

O termo estratégia tem por finalidade fazer com que um determinado produto seja conhecido no mercado. A Ação Promocional é criada pelo setor de Marketing das agências de publicidades, porém quando os nossos clientes, planejam a inserção do teatro em suas campanhas, eles buscam na Itaguari uma assessoria para então consolidar tal planejamento. E

a Ação Cultural partem de órgãos e grupos artísticos voltados a cultura, primando para a divulgação de um produto cultural de forma criativa.

Figura 3 - Ação Promocional da empresa Claro, realizada em sinais de trânsito.



Fonte. Acervo do autor, 2008.

As ações promocionais, podem ser realizadas como conscientização, preservação ou divulgação de um produto ou campanha de uma empresa. Partindo deste conceito, as ações da Itaguari Cultural são estratégicas e diferenciadas por trabalhar com atores que se dispõem a personificar o tema da ação. Partindo da necessidade de cada cliente, inserimos profissionais diversificados para compor nossas estratégias, sendo eles: promotores, músicos, produtores, esportistas, entre outros profissionais de acordo com a necessidade do cliente. Temos uma equipe que cria, coordena e executa as ações promocionais e culturais.

Geralmente as ações são realizadas em campanhas sazonais, como: carnaval, dia das mães, páscoa, verão e natal. As ações podem ser realizadas nas ruas, em sinais de trânsito, na praia, na própria empresa ou na frente desta, em eventos corporativos, feiras, degustação, entre outros.

Figura 4 - Ação Promocional: De Filho para Mãe. TIM TELEFONIA.



Fonte: Silvia Teixeira, 2014.

4.2.2 Esquete Teatral

É uma encenação teatral temática que varia de cinco a vinte minutos. São encomendadas e personalizadas de acordo com a necessidade de cada empresa e apresentadas em diferentes gêneros, sendo a tragicomédia e comédia as mais requisitadas. Podem seguir um roteiro de ações ou um texto.

De acordo com Pavis, o esquete (do inglês *sketch*) é definido como:

Uma cena que apresenta uma situação geralmente cômica, interpretada por um pequeno número de atores sem caracterização aprofundada ou de intriga aos saltos e insistindo nos momentos engraçados e subversivos. Nos esquetes, os atores interpretam uma personagem ou uma cena com base em um texto humorístico. Seu princípio motor é a sátira, as vezes literária (paródia de um texto conhecido ou de uma pessoa famosa), as vezes grotesca e burlesca da via contemporânea. (PAVIS, 1999, p.143).

Os Esquetes Teatrais elaborados pela Itaguari Cultural não se prendem em especificidade única na concepção poética, podendo se apropriar do teatro naturalista ao teatro satíro, porém há uma tendência que prima pela caricatura, enquanto que a dramaturgia elaborada é respeitada com todas as letras, pois nesta contém mensagens de extrema relevância a informar ao público.

Figura 5 - Esquete Teatral: A Feira está chegando! Para o Lançamento Interno da Feira do Empreendedor 2010 - SEBRAE-PARÁ.



Fonte: Auricelia Gomes, 2010.

As cenas podem atuar nos diferentes setores de uma empresa, porém no departamento pessoal, é comum apresentar-se como um Teatro Andragógico, atuando didaticamente determinado assunto, contribuindo para a solução de um problema no evento corporativo ou para levantar questões a serem discutidas. Os mais diversos temas são: segurança no trabalho, motivação, vendas, meio ambiente, DST, Álcool e Tabagismo.

O setor de Marketing das empresas contratantes da Itaguari, acionou com mais frequências os esquetes teatrais.

Figura 6 - Esquete Teatral apresentada ao SINDIFISCO-PA



Fonte: Luciene Alves, 2013.

4.2.3. Teatro Itinerante

O teatro itinerante realizado nas empresas são encenações, onde o elenco desloca-se atuando em diferentes espaços das áreas internas da mesma, podendo ser de sala em sala, setor em setor, pátio, corredor e etc., levando informações, atuando em caráter de motivação, divulgação de produtos, campanhas de prevenção a saúde do trabalhador, etc. Nesse deslocamento, o elenco está disposto a vulnerabilidade diante do público, onde este poderá intervir na cena durante apresentação.

Além dos espetáculos, com essa parceria Teatro/Empresa, surgiu a Intervenção, que são micros espetáculos, com duração de cinco a vinte minutos em média, que tem o objetivo de informar de forma rápida e concisa sem que haja necessidade de deslocar o público de suas seções de trabalho, pois os atores é que se deslocam pela empresa, nesse caso não há cenários, essa forma de apresentação se repete várias vezes durante o dia até que todo o público seja atendido. (FAVORETTO, D'ANNIBALE, 2017, p. 01).

A primeira ação Itinerante da Itaguari, foi denominada de “Proteção Total Yamada” realizada para a CCCS (CREDIÁRIO, CRÉDITO, COBRANÇA E SERVIÇO DO CARTÃO YAMADA) encomendado pelo setor de Marketing da empresa. A mesma foi criada no domínio da extinta Escola de Teatro Studio em Ação, e no momento em que esta fechava as portas, o proprietário repassou-me como herança, onde foi dada a continuidade mensalmente por mais 08 (oito) anos.

As encenações foram criadas para divulgar a entrega de prêmios aos ganhadores do produto Proteção Total Yamada e seus respectivos benefícios, os quais eram: Perda e roubo do Cartão Yamada; Desemprego; Invalidez; Falecimento; Incêndio Residencial.

O esquete iniciava frente aos caixas do supermercado, e logo deslocava-se rumo aos corredores, outrora nas escadas rolantes, andar de cima e fundo da loja, todos os espaços eram explorados, sendo composta pelas personagens: A Vovó Gente Boa, O Repórter Gente Boa, O Cartão Yamada e a Super Proteção Total Yamada, os quais recitavam em coro o slogan do produto “Proteção Total Yamada, a sua Tranquilidade Premiada”, em seguida o Repórter desejava as felicitações de bom dia/boa tarde aos cliente e funcionários, explicava o motivo da presença do elenco e apresentava cada personagem com bastante ênfase.

Figura 7 - Esquete Teatral “PROTEÇÃO TOTAL YAMADA”.



Fonte: Quesia Costa, 2008.

Logo após, anunciava a entrega dos prêmios da Proteção Total e o nome dos respectivos ganhadores, em seguida a Vovó Gente Boa, disparava gritos escandalosos para anunciar o roubo do seu cartão Yamada, chorava e passava mal, o Repórter interagia com a mesma para saber o que realmente estava acontecendo, neste interim a Super Proteção do Cartão Yamada aparecia para salvá-la e prometia encontrar o seu cartão Yamada que alegava ter caído da bolsa e aproveitou para conversar com uma funcionária da loja, mas a Vovó sempre puxava sua sombrinha em direção a cartão e prometia castigá-lo estourando todo seu limite de margem de compras. Neste momento ela saía com a personagem Cartão para explorar um outro espaço para a encenação. Na troca de espaço, o elenco adentrava recitando em coro o slogan do produto, o qual contribuía para despertar a atenção do público em prol a nossa presença.

Outras cenas foram criadas no decorrer do tempo, como incêndio residencial e o falecimento do marido da Vovó Gente Boa, para então reforçar a divulgação.

Quando o esquete Proteção Total Yamada fora realizado pela Studio em Ação não havia um texto, o elenco improvisava baseado no contexto, quando o esquete passou para a coordenação da Itaguari Cultural, passamos a seguir seqüências de cenas, as quais não ficaram somente no improviso e sim sob um texto que não estava escrito no papel, mas na vivência da encenação. Durante essa nova coordenação, passei a observar o esquete com um olhar distanciado da atriz que atuava, procurando melhorar e favorecer o que havia de melhor na mesma, e mesmo de personagem, orientava o elenco até mesmo durante a encenação, percebia o público e o momento certo de deslocar-se. Foi um período de aprendizagem na

própria prática, entre as descobertas, passamos a seguir uma espécie de metodologia, seguindo abaixo:

- A encenação só se deslocaria para outro espaço quando o elenco passasse todas as informações possíveis do produto para então o cliente ser contemplado de forma integral do conteúdo.
- Ressaltar informações relevantes acerca do produto em coro.
- Recitar em coro o Slogan do produto na troca de ambiente, favorecendo o ritmo e atenção do público para a ação.
- Não deixar o ritmo da ação cair.
- O Cantar durante a caminhada, para favorecer o ritmo da ação.

A criação poética da cena era um misto de teatro naturalista e sátiro. Porém, somente o Repórter carregava a interpretação naturalista, enquanto que os outros encenavam revertidos de caricatura, onde a Vovó Gente Boa atenuava no exagero satirizando sua própria atuação melodramática.

Figura 8 - Vovó Gente Boa. Y. Yamada.



Fonte: Luciene Alves, 2008.

A personagem Vovó representava os clientes, e minha inspiração para a criação da personagem foi baseada em minha mãe que era uma cliente fiel da loja Yamada. Alguns trechos das cenas da idosa, foram elaborados a partir de relatos de histórias de idosas as quais tiravam um tempinho para contar os melhores sentimentos referindo-os a empresa Yamada, entre as confissões das vovozinhas, aproveitei pequenas frases: “ A Yamada é uma mãe para mim! ”; “Sou cliente desde quando a Yamada era uma portinha”, e elas revelavam tais confissões com grande emoção e muito orgulho de serem as primeiras clientes da instituição.

Figura 9 - PROTEÇÃO TOTAL YAMADA.



Fonte: Maria Alves, 2007.

Figura 10 - Proteção Total Yamada



Fonte: Auricelia Gomes, 2013.

Figura 11 - Proteção Total Yamada Junino



Fonte: Acervo do autor, 2014.

Relatar momentos sobre a Proteção Total Yamada é acionar emoções de momentos especiais que estavam guardados, entrelaçados na própria alma, foram anos atuando mensalmente, onde a encenação proporcionou-nos viver do que se realmente temos prazer em fazer. Ressalto ainda que o cliente acreditava e valorizava a importância do teatro como excelente canal de informações, e em quase todas as atividades estratégicas, estávamos presente. Participamos de inaugurações de todas as lojas do grupo Yamada que abriram nesse período, viajamos para Castanhal, Vigia, Santarém-Pará e até loja de Macapá-AM.

Os colabores e clientes apresentavam-se receptivos com nossa presença, e cada momento era possível ver os sorrisos largos, pois além de informá-los acerca de um produto, eles divertiam-se naquele curto momento de cena. Acredito que sofremos uma estimativa de apenas 2% de rejeição, tanto de cliente, quanto de colaborador, simplesmente por não gostarem de teatro e por não acreditarem na campanha.

E nesse percurso foram realizados outros esquetes itinerantes, como: a divulgação do resultado do projeto Circuito das Artes da Fundação Cultural do Pará em 2014 e 2015, para divulgar a campanha “Mudanças de Atitudes” do SEBRAE- PARÁ, e campanha de prevenção de saúde no trabalho no Hospital Guadalupe 2008 e Casa do Trabalhador em 2014.

**Figura 12 - Teatro Itinerante: Circuito das Artes.
FUNDAÇÃO CULTURAL DO PARÁ TANCREDO NEVES.**

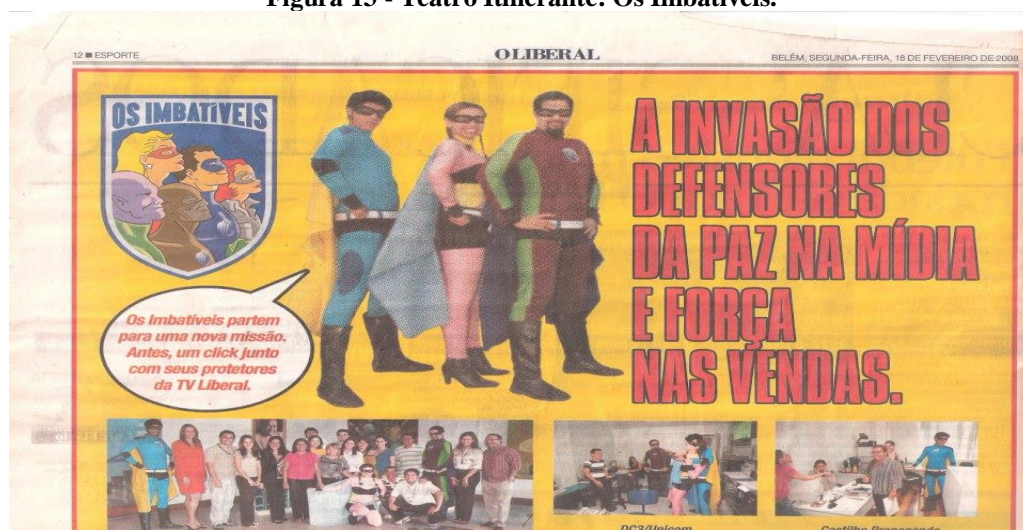


Fonte: Luciene Alves, 2014.

Entre as diversas ações, friso uma que merece destaque nessa trajetória, denominada “Os Imbatíveis”, sendo elaborada para entregar a Revista “Os Imbatíveis” do Jornal Liberal em 2008. A ação onde o elenco adentrava nas empresas, surpreendendo os funcionários em suas próprias salas, totalizando em 30 (trinta) agências de Belém. A ação teve a composição

de três personagens, sendo eles: O Super Programação, o Super Força, e a Super Audiência, com o texto e direção de Silvia Teixeira, e coordenação geral da Agência CANOMEDIA, um dos Clientes da Itaguari, pertencentes da busca por melhores estratégias para inserir seu produto no mercado, utiliza-se do teatro como proposta diferenciada em suas ações de marketing.

Figura 13 - Teatro Itinerante: Os Imbatíveis.



Fonte: Jornal Liberal, 2008.

4.2.4. Intervenção Teatral

A intervenção teatral é utilizada para surpreender o colaborador ou até mesmo o cliente, pode ser composta por um número reduzido de atores, que adentram na empresa em horário funcional, sua efetivação é prática e sucinta, podendo ir de sala em sala na empresa ou recepção. Em eventos festivos podem necessitar de uma quantidade maior de atores quando direcionada ao cliente, podendo ser realizada em seminários, treinamentos, entre outros. A intervenção pode ser em forma de enquete, divulgação de um produto ou simplesmente para reforçar mensagens, entregar brindes ou convites para eventos.

Figura 14 - Intervenção Teatral apresentada na Casa do Trabalhador.



Fonte: Elaine Monteiro, 2015.

4.2.5 Ambientação Performática Temática

A ambientação é realizada por atores devidamente caracterizados de acordo com o tema do evento. Os atores executam suas performances em espaço pré-estabelecido com a produção ou ficam circulando no evento.

Figura 15 - Ambientação Temática com Personagens: CLARO TELEFONIA.



Fonte: Acervo do Autor, 2015.

4.2.6 Recepção Performática

A Recepção Performática é uma ação artística realizada no espaço que antecede a entrada de um lugar, onde há uma transição de pessoas a serem recepcionadas por atores performáticos caracterizados com figurinos e maquiagem que carregam a identificação temática do evento, sendo este o palco de atuação dos artistas.

Estes espaços considerados inusitados, são decididos de acordo com a produção do evento. Há produções que procuram espaços com a arquitetura do prédio a qual integra-se a cena e ao tema do evento, fazendo ou não o uso dos recursos teatrais como: Cenografia, iluminação, sonorização e até pequenos fragmentos de textos.

A performance executa-se em tempos mútuos ou distintos, podendo ser elaboradas, ensaiadas e improvisadas. Voltadas especialmente ao imagético, com o uso do texto verbal e não verbal, porém, este não se torna preponderante diante da cena. “A palavra "texto" deve ser entendida no seu sentido semiológico, isto é, como um conjunto de signos que podem ser simbólicos (verbais), icônicos (imagéticos) ou mesmo indiciais. (CHOEN, 2002, p. 29).

Em termos gerais, a performance pode ser executada por atores e não atores, e durante a trajetória da Itaguari, experimentamos as duas modalidades; recordando em especial a recepção realizada por um jovem jogador de futebol fazendo embaixadinhas em um evento realizado pela Caixa Econômica Federal com o tema: Olimpíadas, o qual fora selecionado pela ausência de atores com tal habilidade esportiva. Porém friso a importância de se trabalhar com atores, pelo domínio do improviso e concentração, pois a ação sofre as mais diversas interferências no local.

No trabalho de apropriação do espaço – e levando em consideração a sua arquitetura, a sua atmosfera e as pessoas que o circundam – conseguimos projetar novas possibilidades para as personagens. Interferências do campo tátil, olfativo e da própria geografia do espaço colaboram para a ampliação do discurso. (REBOUÇAS, 2009, p.58).

A performance diante da recepção de um evento empresarial, inclinam-se as mais diversas funções, sendo elas:

- 1- Impactar ou surpreender o público.
- 2- Dar boas-vindas ao público, ora verbalmente ou corporalmente.
- 3- Contribuir na ludicidade do espectador de tempo, espaço e lugar.
- 4- Entrega de brindes, pulseiras, tickets e etc.
- 5- Provocar questionamentos.

Figura 16 - Recepção Performática com Atores. CLARO TELEFONIA.



Fonte: Teixeira, 2015.

4.2.7 Espetáculos Teatrais

Os espetáculos teatrais poderão ser produzidos e personalizados para cada empresa. Para tal realização é preciso de no mínimo um mês para executar a produção. Pois, se faz necessário a elaboração de texto, ensaios, produção de figurino, cenário, trilha sonora e iluminação.

O espetáculo teatral tem finalidade particular para cada empresa, e quando elaborado o roteiro, este deve seguir a necessidade do cliente.

Uma das vertentes da Itaguari Cultural é o repertório de espetáculos infantis, dispondo dos seguintes espetáculos Pepa Pig e sua família; As Aventuras de Dora Aventureira; Tardes de Chuva; Guaraci e Cairé; Teatro de Bonecos.

Figura 17 - Espetáculo: Guaraci e Cairé. Feira Panamazônica do Livro.



Fonte: Luciene Alves, ano 2010.

4.2.8 Contação de Histórias

Contar história é uma arte milenar, oriunda de uma tradição repassada de geração em geração. Na antiguidade, quando não existiam livros, era um recurso para repassar certo conhecimento da cultura de um povo ou das aventuras dos guerreiros em período de caça, e o mais velho se responsabilizava diante de tal função. Com o tempo, o cultivo dessa arte, direcionou-se a todos que queiram repassar adiante um conto; um causo; ou uma fábula, onde um adulto conta ou narra histórias através dos livros para os pequenos. Hábito este, adotado por poucos.

Figura 18 - Contação de História: A Borboleta de uma Asa Só. BOULEVARD SHOPPING.



FONTE: Patrícia Ventura, 2015.

Atualmente, contar histórias aos pequenos, é um incentivo à leitura e a imaginação, onde artistas, educadores e outros, apropriaram-se dessa missão. E partindo dessa perspectiva, e de contribuir na formação estética e crítica do indivíduo através da arte; a Itaguari passou a integrar em suas atividades criativas, essa arte, criando o grupo “Ciranda de Contos”, onde quatro artistas de teatro e da música contam e cantam histórias, acionando o teatro de animação, o brinquedo cantado e as cirandas do cancionero popular brasileiro, além de construir uma verdadeira paisagem sonora através dos objetos.

Figura 19 - Grupo Ciranda de Contos. CATEDRAL, CASTANHAL-PARÁ.



Fonte: Luciene Alves, 2016.

O grupo desfez-se por divergências musicais antes de completar dois anos de atividade, ficando apenas com as artistas Giselle Griz e Silvia Teixeira.

Figura 20 - Grupo Ciranda de Contos em trânsito a caminho de Cotijuba/PA.



Fonte: Luciene Alves, 2014.

Figura 21 - Contação de História: com Giselle Griz e Silvia Teixeira. BOULEVARD SHOPPING.



Fonte: Patrícia Ventura, 2017.

4.2.9 Recreação

A recreação é o termo designado para ações voltadas para o entretenimento, lazer, descontração e aprendizagem durante um evento, podendo abranger tanto o público infantil quanto o adulto. Sua realização é composta por: artistas, animadores, apresentadores performáticos, artistas visuais, contadores de histórias, ambientação temática, recepção performática, jogos teatrais, entre outros.

Esta atividade voltada ao público adulto, agrega-se ao momento de relaxamento dos profissionais depois de um período intenso de treinamentos, ou meses de dedicação pelas metas da empresa.

As recreações realizadas pela Itaguari ao público infantil, foram acionadas por empresas públicas, privadas e pessoas físicas.

Figura 22 - Recreação para o projeto Circuito das Artes- Fundação Cultural do Pará na Ilha de Cotijuba.



Fonte: Luciene Alves, 2015.

4.2.10 Os Clientes

A Trajetória Empreendedora da Itaguari Cultural é marcada especialmente por seus clientes que lhe deram a voz e credibilidade para o exercício cênico teatral para além dos espaços convencionais. Foram estes que acreditaram em nosso potencial e que o Teatro Empresarial poderia exercer papel fundamental diante do público laboral e de seus clientes.

Durante o percurso desse projeto, tive a oportunidade de escutar três clientes os quais cederam uma breve descrição acerca da Importância do Teatro Empresarial, sendo possível observar que as mesmas utilizam o teatro como um recurso para atingir seus objetivos em suas campanhas.

O Teatro como uma ferramenta visual durante o *Road Show*¹⁴ da empresa Claro Telefonia, para a inspirar mudanças de atitudes do colaborador, pois estes precisavam ver na encenação o exemplo de fatos baseados em atitudes reais e corriqueiras do dia-a-dia na empresa, eram as expectativas de Danielle Filgueiras¹⁵, Coordenadora da Agência Sim Comunicação em 2008.

Uma ferramenta deles reconhecerem um formato de atendimento ao cliente, para eles, os colaboradores pudessem se ver no dia-a-dia, e valorizassem o processo de atendimento ao cliente, então utilizamos o teatro na verdade para o treinamento da equipe e reciclagem da equipe. Foi nessa direção que a gente trabalhou o teatro, a

¹⁴ Treinamento ofertado aos colaboradores da Claro Telefonia em Belém e Macapá.

¹⁵ **Danielle Filgueiras** (1980). Coordenadora de Produção da Agência Sim Comunicação em 2008.

gente fez isso dentro do Road Show (Programa de Treinamento) em Belém e Macapá. (FILGUEIRAS, 2015).

Para atuar no mercado sem esquecer o foco na responsabilidade social, Rita Lima¹⁶ Gerente de Produção da Agência Ivo Amaral Publicidade, planejou o uso do Teatro como uma ferramenta de comunicação diante da campanha de uma empresa nacional, principalmente em regiões onde comunicação virtual e eletrônica eram escassos. Sobre a importância do Teatro, como um elo de comunicação, (LIMA, 2020) diz:

Há uns 3 anos, a agência, Ivo Amaral Publicidade, foi umas das participantes da licitação para atender um cliente de porte nacional. Como a gente sabe, não basta só um portfólio de fazer brilhar os olhos, nem também uma excelente equipe criativa, se a gente não apresentar a proposta de campanha para o cliente de forma convincente, deixar a certeza do seu alcance de excelentes resultados, como a empresa deseja. Para dar um valor maior à apresentação, além de todas as informações relevantes e objetivas, a Agência acrescentou uma ação teatral no final. Onde os atores cantavam e interagiam com a comissão de jurados, além de fazer toda a diferença, essa ação, literalmente, dava continuidade à proposta de comunicação publicitária da Ivo Amaral: mostrar uma empresa focada na responsabilidade social, sua participação mais diretamente nas ações comunitárias na região em que está inserida. Simbolicamente, os atores eram os colaboradores da empresa levando um conjunto de ações/benefícios à comunidade.

Para contribuir na comunicação interna, e atingir as metas da empresa diante do mercado, o SEBRAE-PA, apostou e acreditou nas potencialidades do Teatro Empresa. A instituição modelo em gestão, já apresenta em seu histórico o uso do teatro em suas atividades, e oportunizou a Itaguari Cultural, assim como outros grupos de teatro da cidade a estarem presentes em seus treinamentos. E nesse percurso, diante desta empresa, realizamos os diferentes serviços, como: O Teatro Itinerante, Intervenção Teatral, Esquetes Teatrais e Personagens Interativos.

Eliane Leal¹⁷, Gerente da Unidade de Gestão de Pessoas do SEBRAE/PA, relata que das mais diversas formas de comunicação interna na empresa, o teatro, contribui de forma dinâmica e interativa o repasse de conteúdos e mensagens através da encenação.

As atividades lúdicas, especificamente as teatrais, ajudam a empresa na comunicação interna, de uma forma mais leve e atrativa. O ambiente corporativo, geralmente está vestido de formalidades, que se refletem nos seus meios de comunicação, como e-mail, notas técnicas, regulamentos, normas, dentre outros. Essa comunicação, em muitas situações pode não ser efetiva, necessitando ser

¹⁶ **Rita Lima.** (1969). Gerente de Produção da Agência Ivo Amaral Publicidade, em 31 anos de exercício de função na Agência.

¹⁷ **Eliane Leal.** (1967). Gerente da Unidade de Gestão de Pessoas do SEBRAE-PA, em 22 anos de exercício de função no SEBRAE.

associada a estratégias de comunicação mais lúdicas. Os recursos utilizados pelos atores, como personagens, humor e interação chamam a atenção do público alvo, quebrando a resistência natural para assuntos que possam parecer “chatos”. E o mais importante, facilitando a fixação da mensagem a ser passada. Por isso, usamos dos recursos cênicos em várias ações na empresa. (LEAL, 2015).

Nosso primeiro cliente como relato anteriormente foi a CCCS (Crediário, Crédito, Cobrança e Serviço do Cartão Yamada). Mais adiante vieram as agências de publicidade e propaganda que detinham as contas de grandes e médias empresas de Belém, sendo destas que partiam toda a sagacidade para se fazer o diferente nos treinamentos e eventos corporativos.

Destaco ainda que, das agências de publicidade e propaganda onde prestamos serviço, foi possível destacar três delas que utilizam o teatro com propriedade e segurança na sua utilidade, as mesmas já apresentam a campanha pronta, com texto e figurino elaborado para realizarmos, sendo elas: A CASTILHO PROMO; a CANOMEDIA e SIM COMUNICAÇÃO, sendo que a terceira, foi a que mais acionou o teatro nesses últimos anos.

As Agências: IVO AMARAL; MARKETING AO CUBO E PHOCUS PROPAGANDA, antes de concluírem o planejamento estratégico, acionam a Itaguari para uma breve consultoria, tornando-se favorável a prevenção de riscos diante de tal evento e superação de metas.

Segue abaixo as empresas que fizeram parte da nossa história.

- 1- SEBRAE-PA;
- 2- CASA DO TRABALHADOR;
- 3- CEREST-BEL;
- 4- Y. Yamada;
- 5- Cartão Yamada;
- 6- TIM;
- 7- CLARO;
- 8- VIVO;
- 9- Agência CASTILHO PROMO;
- 10- Agência CANOMEDIA;
- 11- Agência IVO AMARAL;
- 12- Agência SIM COMUNICAÇÃO;
- 13- Agência NORTE COMUNICAÇÃO;
- 14- Agência MARKETING AO CUBO;
- 15- Agência PHOCUS;

- 16 - Agência CHAVES MAIS;
- 17- LOJAS VISÃO;
- 18- UNIMED BELÉ;
- 19- BIG BEN;
- 20- SINDIFISCO;
- 21- ASSOCIAÇÃO PARAENDE DOS SUPERMECADOS – ASPAS;
- 22 – SECRETARIA DE EDUCAÇÃO – SEDUC;
- 23- PARK SHOPPING;
- 24- SHOPING PÁTIO BELÉM
- 25- BOULEVARD SHOPPING;
- 26- Hospital SANTA CASA;
- 27- CAIXA ECONÔMICA FEDERAL;
- 28- BANCO DA AMAZÔNIA;
- 29- CONSTRUTORA VILLAGE;
- 30 -VOLLKSWAEGEM;
- 31 – CYRELA PINHEIRO CIRENE;
- 32 - CLIMEP;
- 33- FUNDAÇÃO CULTURAL DO PARÁ;
- 34 – CRUZ VERMELHA.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O desenvolvimento do presente estudo, possibilitou realizar uma análise descritiva das ações empreendedoras realizadas diante das empresas pela produtora Itaguari Cultural, objeto de pesquisa deste trabalho sob o tema Teatro Empresarial.

A Necessidade desta pesquisa surgiu primeiramente com objetivo de se compreender a importância do teatro diferenciado voltado especificamente ao público adulto inclinado a aprendizagem profissional “o colaborador empresarial”. Para tanto foi necessário primeiramente compreender o teatro denominado de Teatro Empresarial, o qual atravessara pela minha vida diante da trajetória da Itaguari, permeando a busca constante de aprimorar essa experiência cênica.

Então, conceituar o teatro empresarial foi um dos passos mais importantes para dar continuidade na pesquisa, pois se não compreendesse esse fazer teatral, caminhar não seria possível. E nessa empreitada, aprofundar o estudo nesse estilo cênico apresentou-se em analisar os conceitos já formulados por grupos de teatro e pesquisadores contextualizando com as experiências cênicas realizadas pela Itaguari, os quais proporcionaram a base necessária desse entendimento.

A fase descritiva deste trabalho favoreceu gradativamente na reflexão da hipótese elaborada, direcionando os primeiros passos da compreensão da importância de um fazer teatral, sendo possível concluir que o Teatro Empresarial é uma linguagem artística disparadora a diversas inclinações para a autoaprendizagem, provoca a reflexão e mudanças de atitudes, utilizada como um recurso didático pelos agentes corporativos na educação do profissional. Dados estes, os quais ressaltam como qualidades que sublimam a relevância da pesquisa do Teatro Empresa.

Compreendeu-se que o ensino na educação corporativa em meio as profundas mudanças no mercado profissional e da competição empresarial, vem tateando em diferentes alternativas inovadoras as quais proporcionam a motivação do profissional pela busca de conhecimento e bem-estar no ambiente de produção. Sendo neste contexto que o teatro empresa apresenta-se: no elo entre treinadores corporativos e profissionais, que se utilizam de métodos diferenciados e criativos, os quais contribuem na autoaprendizagem, principalmente pelo viés das ações práticas as quais aguçam a criatividade e a espontaneidade, impulsionando a reflexão dos conteúdos abordados diante da aprendizagem, favorecendo bem-estar e melhoria pessoal. E o teatro diante desse cenário, por sua vez apresenta-se, entre

as duas premissas: uma delas, pelo teatro favorecer ações cênicas as quais mais se aproximam da prática, como os jogos teatrais e a outra, realizada pelas encenações artísticas.

Durante o processo investigativo desta pesquisa, fui favorecida ao conhecimento de duas metodologias, as quais se fazem presentes nos treinamentos corporativos: a Andragogia e o Psicodrama Restrito.

O contato com a Andragogia conforme mencionada no capítulo de metodologias do teatro empresarial, é uma ciência que teço considerações especiais, pois ampliou meu olhar ao modo de ver e fazer o teatro diante das empresas, portanto, passo a considerar que o Teatro empresa é andragógico, pois o uso dele atribuído como recurso didático é direcionado ao adulto aprendiz, abordagem qual favorece diretamente no aprimoramento sobre os conteúdos abordados entre cenas e jogos teatrais diante do treinamento empresarial, e sob essa ótica do ensino voltado ao adulto, venho almejando nomear as ações empreendedoras da Itaguari como metodologia andragógica.

Enquanto que o Psicodrama é um método para o desenvolvimento espontâneo-criativo e afetivo de relações interpessoais, criado pelo médico Jacob Levy Moreno (1889-1974), que provoca uma reflexão de conteúdos para se levar ao ambiente empresarial, contribuindo na melhoria pessoal, na produção de novos comportamentos e atitudes dos funcionários.

Posteriormente a Psicodramatista Telma Teixeira, inspirada nos preceitos de Moreno, desenvolve o método Psicodrama Restrito, cujo o foco de sua aplicação proporciona a melhoria de inter-relações, desenvolve trocas afetivas e coletivas e a busca de ideais coletivos.

E após contato com tais metodologias, instaurou-se uma dose de incentivo a busca de mais conhecimentos nessa área, ao modo que, possamos aprimorar os serviços ofertados pela Itaguari Cultural, comprometidos com qualidade a comunidade empresarial.

Durante o processo investigativo, deparei-me com algumas dificuldades para a realização desta pesquisa, porém, prefiro mencionar apenas a que mais me intrigou: A ausência de bibliografia que assinem o teatro empresa. Dificuldade então superada como um fato favorável, “o fortalecimento ao meu extinto desbravador de pesquisadora”, o qual crescia a cada passo dado, e de cada informação adquirida. E foi nesse percurso, que passei acreditar que nas entrelinhas dos capítulos dos historiadores e pesquisadores, estariam as pistas necessárias para formular meu entendimento. Porém, sinto que ainda é necessário dar continuidade nessa busca nas mais diversas fontes bibliográficas, iconográficas, a metodologia da história oral, acionando memórias de artistas atuantes neste seguimento, e abordagem nas empresas que acreditaram no potencial da arte como ferramenta metodológica.

E diante dessa busca, deparei-me com trabalhos acadêmicos de outras instituições de ensino que assinam o Teatro Empresarial como tema, onde encontrei pesquisadores que dialogavam diretamente com essa pesquisa.

Ressalto ainda, que há um terreno vasto a se pesquisar sobre esse tema, permeando utilizar-se dos mais diversos métodos de pesquisas, porém, a metodologia oral, é a mais apropriada no momento, pois acredito em uma escala considerável de produções de conteúdos através das entrevistas em grupos de teatros e empresas que já se dispuseram a receber essa linguagem artística.

O Jogo Teatral é um dos métodos em que mais tenho esclarecimento e domínio diante de sua aplicação, devendo a isso a formação de professor de Licenciatura em Teatro e pelas experiências acumuladas por alguns anos como instrutora teatral em cursos livres; escolas; fundações e projetos culturais, porém, no discorrer desta escrita, atentei-me ao fato de que, os responsáveis pelo intermédio do ensino dos adultos profissionais, não apropriaram-se dos jogos como recurso andragógico, e durante esses dez anos de práticas artísticas nas empresas sob a trajetória da Itaguari Cultural, não houve uma solicitação por parte das empresas acerca dos jogos teatrais. No entanto, disponho-me a perguntar: -Será que os treinadores corporativos desconhecem essa prática como metodologia? E o que fazer para mudar essa realidade? As respostas não cabem nesse momento, por enquanto essas inquietações apresentam-se como reflexão, porém há algo a se fazer para mudar esse paradigma. Entretanto atentei que para os treinamentos, as empresas apostam e acreditam no potencial da encenação, através dos esquetes e das intervenções teatrais, como um próprio dispositivo a suscitar questões relevantes sobre o conteúdo temático a ser abordado em tal evento, e diante dessa premissa, primo em esclarecer que há um mercado aberto para os profissionais de teatro explorarem, onde o próprio professor licenciado em teatro, é um dos mais indicados a aplicar essa prática.

Constatou-se ainda, e somente no discorrer deste trabalho, que as encenações teatrais voltadas ao público funcional de uma empresa, apresentam-se uma certa tendência convencionadas com características próprias, onde as cenas são práticas e dinâmicas, enquanto que os textos dramáticos remetem a ações do cotidiano da empresa, porém esse modelo não se fecha como única forma e nem limita-se a somente a essa poética cênica, podendo estender-se em buscar os modelos das encenações gregas assim como qualquer outra tendência teatral. E diante da empresa, o importante é utilizar-se da arte como um canal que irá proporcionar diálogos, reflexões e mudanças de atitude, sendo um dos principais objetivos do teatro empresa e dos anseios da empresa.

Reitero ainda que, este embrionário trabalho abre um leque de possibilidades em diferentes frentes de pesquisas que atravessam de forma horizontal e transversal sob o Teatro Empresarial, entre elas: A comunicação, a psicologia, a administração, os recursos humanos, a Andragogia, o Marketing e etc., aguça-me diretamente a busca de outras frentes de pesquisas, as quais considero relevante para a história do teatro paraense, como a busca da própria história do teatro empresarial, assim como um mapeamento de grupos e artistas atuantes ou os que já atuaram nesse seguimento, projeto este que vem sendo cogitado para um futuro estudo de mestrado.

Para fins, atribuo o referido trabalho como um incentivo ao estudo introdutório acerca do tema exposto em nossa região, onde primei por uma escrita cartesiana, para então contribuir para os primeiros passos de futuros pesquisadores e artistas que almejam conhecer ou até mesmo atuar nas artes a partir desse seguimento teatral.

REFERÊNCIAS

ALVES, Luciene. **Esquete Teatral apresentada ao SINDIFISCO-PA.** 1 fot., color. 2013.

ALVES, Maria. **Proteção Total Yamada.** 1 fot., color. 2007.

BERTHOLD, Margot. **História mundial do teatro.** Trad.de Maria Paula Zurawski, J. Guinsburg, Sergio Coelho e Clóvis Garcia. São Paulo: Perspectiva, 2001.

CASIMIRO, Nogueira. **Treinamento Estratégico como Fator Estratégico Leva Soluções as Empresas.** Universidade Candido Mendes. Rio de Janeiro, 2004. Monografia apresentada ao Curso de Pós-Graduação Lato Sensu em Gestão de Recursos Humanos.

COHEN, Renato. **Performance como Linguagem.** São Paulo: Perspectiva, 2002.

COSTA, Francisca. **1- Intervenção Teatral Movimento Compre no Pequeno Negócio.** Fot., color. 2015.

COSTA, Quesia. **Proteção Total Yamada.** 1 fo., color. 2008.

FAVORETTO, Rogério e D'ANNIBALE, Rodney, **Teatro nas Empresas: Uma Ideia Brasileira,** (2017) Disponível em <http://casabrasileiradramaturgia.com.br/teatro-nas-empresas/> 2017. Acesso em 08/10/17.

FELIPE, Bárbara; SANTOS, Thábata. **Arte como Ferramenta de Comunicação Interna: Desenvolvimento de Percepções por Intermédio do Teatro.** Trabalho de Conclusão de Curso de graduação do Curso Superior de Tecnologia em Comunicação Institucional – CTCOM – da Universidade Tecnológica Federal do Paraná – UTFPR. Curitiba. 2013.

FILGUEIRAS, Danielle. **Resultados Esperados Através do Teatro.** Entrevista concedida a Silvia Teixeira. WhatsApp: Belém, 27 jan.2020. 1. Mensagem WhatsApp.

FERNANDES, Helenita. **Teatro Empresarial – Uma ferramenta. R. H. com. Br.** Disponível no endereço eletrônico: <http://www.rh.com.br/Portal/Desenvolvimento/Artigo/3419/teatro-empresarial-uma-ferramenta-alternativa.html>. Acesso em 25/05/2016 às 13h e 32mi.

GONÇALVES, C. S.; WOLFF, J. R.; ALMEIDA, W. C. de. **Lições de psicodrama: introdução ao pensamento de J. L. Moreno.** São Paulo: Ágora, 1988.

GRAMIGNA, Maria Rita M. **Jogos de Empresa**. São Paulo: Makron Books, 1993. 138p.

GREFFE, Xavier, (GOLDBERGER, Ana. Tradução). **A Economia Artisticamente Criativa**. São Paulo: Iluminuras Ltda., 2015.

HELIODORA, Barbara. **Caminhos do Teatro Ocidental**. Barbara Heliodora. São Paulo: Perspectiva, 2013.

KAROLEZAR, Marcio. **Andragogia** - Liderança, Administração e Educação. São Paulo: Juruá.2008.

LABSSJ. **Andragogia**: aprendizagem efetiva para o desenvolvimento de adultos/ Pocket Learning3. Disponível em: https://issuu.com/labssj/docs/pocket3_andragogia/2010. São Paulo. Acesso em 08/11/19, às 11:50h.

LEAL, Eliane. **As Potencialidades do Teatro**. Entrevista concedida a Silvia Teixeira. E-mail: Belém, 27 jan.2020. 19h. 1 mensagem Hotmail.

LIMA, Rita. **A Importância do Teatro Empresarial**. Entrevista concedida a Silvia Teixeira. WhatsApp: 27 jan.2020. 17:47. 1 mensagem WhatsApp.

LIMEIRA, Tania Maria V. **Empreendedor Cultural: Perfil e Formação Profissional**. Artigo apresentado no IV ENECULT - Encontro de Estudos Multidisciplinares em Cultura de 28 a 30 maio de 2008. Faculdade de Comunicação/UFBA, Salvador-Bahia-Brasil.

MATOS, Gustavo da Silveira; MIGUEL, Palloma Bueno; CHAVES, Samira. **Teatro Empresarial, uma Ferramenta Primordial para o Administrador do Séc. XXI**. Aplicado na empresa Grafite Teatro Empresarial. ASSOCIAÇÃO DE EDUCAÇÃO E CULTURA DE GOIÁS. 2011. Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharel em Administração). FACULDADE PADRÃO UNIDADE III CURSO DE ADMINISTRAÇÃO. Disponível no endereço eletrônico: <file:///C:/Users/Silvia/Downloads/teatro-empresarial-uma-ferramenta-primordial-para-o-administrador-do-seculo-xxi-aplicado-empresa-grafite-teatro-empresarial.pdf>. Acessado em 25/04/16 às 14:38h.

MERRIAM, Sharan e CAFFARELLA Rosemary. **Andragogia: Aprendizagem efetiva para o desenvolvimento de adultos**. Pocket Learnine, edição 3.

MILANI, Luiz Fernando. **Dimensões Inovadoras do Teatro-Empresa na Comunicação Organizacional**. São Caetano do Sul. UNIVERSIDADE MUNICIPAL DE SÃO CAETANO DO SUL. 2013.179f. Dissertação (Mestrado em Comunicação). PROGRAMA DE MESTRADO EM COMUNICAÇÃO. Disponível no endereço eletrônico: <http://www.aberje.com.br/monografias/Milani,%20Luiz%20Fernando%20%20Dimens%C3%B5es%20inovadoras%20do%20teatroempresa%20comunica%C3%A7%C3%A3o%20organizacional.pdf>. Acesso em 09/04/2016 às 11:58h.

MORENO, Levy. **O Teatro da Espontaneidade**. São Paulo: Ágora.1973.

MORAES, Cláudio. **Premiação: Destaque Teatro Empresarial**. 2015. 1 fot., color

NETO, Dum de Lucca. **Em cena a organização**. Treinamento e Desenvolvimento. T&D. Ano VII. N.78. São Paulo. Brasil.

NETO, Vera Lúcia Conceição. **O Efeito das Abordagens Andragógicas Criativas para a Aprendizagem de Ensino Superior: o caso dos alunos de pós-graduação da disciplina de didática**. ENANPAD. Rio de Janeiro. 2012.

OS IMBATÍVEIS. **Jornal Liberal**. Belém, 18 de fevereiro de 2008. Caderno Esporte, p. 12, 1 fot., color.

OLIVARES, Inês Cozzo. **Os jogos teatrais no desenvolvimento humano**. Treinamento & Desenvolvimento. T&D. ano III. n.34. São Paulo. Brasil. Outubro. 1995.

PAREYSON, Luige. **Os Problemas da estética**. Tradução Maria Helena Nery Garcez. São Paulo: Martins Fontes, 1989.

PEREIRA, Suzane Lisboa. **Grupos de Teatro de Belém inovam na apresentação de peças**. É do Pará. Belém do Pará, 05 de setembro de 2015. Disponível em <http://g1.globo.com/pa/para/e-do-para/noticia/2015/09/grupos-de-teatro-de-belem-inovam-na-apresentacao-das-pecas.html>. Acesso 20/04/16 às 23 e 16min, e em 06/01/2018, às 21h.

REBOUÇAS, Evill. **A dramaturgia e a encenação no espaço não convencional**. São Paulo: Edunesp, 2009.

SANTOS, Glaucio. **O Artista como Empreendedor**. PPGAC-UFBA. Bahia. 2011.

SCHIMIT, Rodolpho. **Andragogia como Fundamento e Instrumento de Educação e Orientação aos Adultos**. Revista Eletrônica de Ciências Sociais Aplicadas. Acesso em 22/12/17, às 11h48min.

SPOLIN, Viola. **O jogo teatral no livro do diretor**. São Paulo: Perspectiva, 2001.

_____. **A arte de trabalhar em equipe**. Artigo do livro Recursos Humanos III publicado em novembro de 2013 pela Ecxcard.

PAVIS, Patrice. **Dicionário de Teatro**. São Paulo: Perspectiva, 1999.

TEIXEIRA, Gilberto. **Andragogia: a aprendizagem nos adultos**. Publicado em 28/03/2005. <http://lecschool.com.br/v1/biblioteca/EDUAndragogi2.pdf>. Acesso em 01/04/2018 às 08:16h.

TEIXEIRA, Thelma M. **Psicodrama Empresarial: o que, por que, como fazer**. Belo Horizonte: Santa Clara, 2008. 112p.