

CELSO FRANCISCO GAYOSO

**COMPANHIA MOSAICO E O CAMPO DA FORMAÇÃO
TEATRAL EM CUIABÁ: PERSPECTIVAS DA
COMUNICAÇÃO E DOS ESTUDOS CULTURAIS**

**Universidade Federal de Mato Grosso - UFMT
Instituto de Linguagens - IL
Cuiabá
2008**

Livros Grátis

<http://www.livrosgratis.com.br>

Milhares de livros grátis para download.

CELSO FRANCISCO GAYOSO

**COMPANHIA MOSAICO E O CAMPO DA FORMAÇÃO
TEATRAL EM CUIABÁ: PERSPECTIVAS DA
COMUNICAÇÃO E DOS ESTUDOS CULTURAIS**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação (Mestrado) em Estudos de Linguagem do Instituto de Linguagens da Universidade Federal de Mato Grosso, como requisito parcial para obtenção do título de Mestre em Estudos de Linguagem.

Área de concentração: Estudos Literários e Culturais
Linha de Pesquisa: Arte, comunicação, cultura e contemporaneidade
Orientador: Prof. Dr. Yuji Gushiken

**Universidade Federal de Mato Grosso - UFMT
Instituto de Linguagens - IL
Cuiabá
2008**

FICHA CATALOGRÁFICA

G288c Gayoso, Celso Francisco
Companhia mosaico e o campo da formação teatral em Cuiabá: perspectivas da comunicação e dos estudos culturais / Celso Francisco Gayoso. – 2008.
127p. : il. ; color.

Dissertação (mestrado) – Universidade Federal de Mato Grosso, Instituto de Linguagens, Pós-graduação em Estudos de Linguagem, Área de Concentração: Estudos Literários e Culturais, Linha de Pesquisa: Arte, Comunicação, Cultura e Contemporaneidade, 2008.
“Orientador: Prof. Dr. Yuji Gushiken”.

CDU – 316.773.2

Ficha elaborada por: Rosângela Aparecida Vicente
Söhn – CRB 1/931

Índice para Catálogo Sistemático

1. Comunicação – Forma do objeto
2. Comunicação e cultura
3. Teatro – Mato Grosso
4. Teatro – Comunicação – Modelos teóricos
5. Teatro – Teoria dos campos
6. Companhia Teatro Mosaico

CELSO FRANCISCO GAYOSO

**COMPANHIA MOSAICO E O CAMPO DA FORMAÇÃO TEATRAL:
PERSPECTIVAS DA COMUNICAÇÃO E DOS ESTUDOS CULTURAIS**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação (Mestrado) em Estudos de Linguagem do Instituto de Linguagens da Universidade Federal de Mato Grosso, como requisito parcial para obtenção do título de Mestre em Estudos de Linguagem.

BANCA EXAMINADORA

Prof. Dr. Yuji Gushiken (UFMT)
(Orientador)

Prof. Dr. Mario Cezar Silva Leite (UFMT)
(Examinador interno)

Prof. Dr. João Luís Anzanello Carrascoza (USP e ESPM)
(Examinador externo)

Prof^a. Dr.^a Lucia Helena Vendrúsculo Possari
(Suplente)

AGRADECIMENTOS

Agradeço em primeira instância à CAPES que possibilitou através de subsídios, a realização desta pesquisa acadêmica.

Ao Prof. Dr. Yuji Gushiken, que com sua disposição e rigor me orientou desde o primeiro semestre da graduação.

Ao Prof. Ms. João Antônio, por me iniciar no universo científico através do retrovisor das realidades do mundo, a História.

Ao Prof. Dr. Mário Cezar e às Prof.^a Dr.^a Ludmila Brandão e Lúcia Helena que com suas contemporaneidades possibilitaram-me uma análise do tempo presente e uma pretensa visão teleológica do mundo.

Ao Prof. Dr. João Carrascoza, por integrar ao final do processo desse ritual acadêmico contribuições significativas.

Aos meus colegas de mestrado e também aos professores do MeEL.

DEDICATÓRIA

Ao Ser(es) Superior(es) que nas mais diversas culturas ocupa(m) um lugar privilegiado no imaginário e dá(ao) sentido à algumas (in)existências.

À minha mãe, que por atitudes abnegadas me proporcionou este momento.

Ao meu pai, que apesar de todos os pesares da vida me ensinou que o mundo não é apenas aquilo que se faz e tem, mas o que se sente.

Ao meu irmão, que na sua discreta atuação consegue ser protagonista de todos os momentos de minha vida.

Ao Sandro, meu companheiro leal, presente em todas as instâncias da minha vida “adulta”. E ao Teatro Mosaico que propiciou o feitiço deste trabalho.

À minha colega de trabalho e parceira, Prof^a. Ms. Silvia Ramos, com quem estabeleci prolíficos diálogos que ajudaram na execução deste trabalho. E ao meu amigo Prof. Ms. Elton Rivas, que possibilitou inúmeras oportunidades a mim.

À Lyu, ao Carlinhos, aos Rodrigues (Porfírio e Meloni), ao Ronei, ao Scott, à irmã América, aos amigos Deg, Cléo e Paulinho.

À Nadine e ao Iago que quando chegarem saberão que virtualmente já existiam.

“Entender’ significa adaptar a percepção dos fenômenos experimentados a este mundo comum, que é entendido sem o esforço para entendê-lo e sem o esforço para entender o que significa entender”.
(Zygmunt Bauman)

RESUMO

GAYOSO, C.F. *Companhia Mosaico e o campo da formação teatral em Cuiabá: perspectivas da comunicação e dos estudos culturais*. Cuiabá, 2008. 118 f.

Este trabalho analisa a lógica de funcionamento do campo teatral em Mato Grosso, tendo como foco a trajetória da Companhia Teatro Mosaico. A abordagem teórica busca respaldo na teoria da formação dos campos (Bourdieu) e em modelos teóricos dos estudos em comunicação: relações públicas (Kunsch) comunicação organizacional (Torquato do Rego), cibercultura (Lévy; Castells) e comunicação como ritual (Carey). A análise sociológica de uma organização cultural é realizada de modo a possibilitar a modulação entre os conceitos de comunicação e cultura, que encontram na contemporaneidade diversas reflexões.

Palavras-chave: teoria dos campos; teatro; mercado de bens simbólicos; comunicação como ciência da cultura.

ABSTRACT

GAYOSO, C.F. *Companhia Mosaico and the formation of theatrical field in Cuiabá: perspectives of communication and cultural studies.*

This work analyzes the logic of functioning of theatre's field, based on the activities of Companhia Teatro Mosaico. The theoretical emphasis attends to the field's formation theory proposed by Pierre Bourdieu and in models of communication studies: public relations (Kunsch), organizational communication (Kunsch), cyberculture (Lévy, Castells) and communication as ritual (Carey). A sociologic analyses of an culture organization is made in a way which is possible to module communication and culture concepts very reflected in the contemporaneity.

Keywords: field's theory, theatre, market of good symbolic, communication as culture.

SUMÁRIO

Introdução	11
Por um método, uma razão prática	14
A idéia de formação dos campos	17
Lógica de produção dos bens simbólicos	22
Eixos delineadores do campo teatral.....	25
Políticas públicas para a cultura: a intervenção do poder público na formação do campo teatral	26
Políticas de marketing cultural: o capital privado na formação do campo teatral	34
Jornalismo cultural: a presença simbólica do teatro no discurso jornalístico	41
Pensamento comunicacional na Companhia Teatro Mosaico.....	46
Comunicação organizacional.....	47
Elementos da cibercultura na formação do campo teatral.....	62
Comunicação como ritual	69
Breve história do teatro em Mato Grosso e a Companhia Teatro Mosaico	78
A trajetória da Companhia Teatro Mosaico	84
Muito Barulho por Nada (1995)	86
Auto da Estrela Guia (2002)	94
A Menina e o Vento (2004).....	99
A Caravana da Ilusão (2005).....	102
Romeu e Julieta (2005)	107
Considerações finais.....	111
Referências bibliográficas	115
Anexos	119

Introdução

A prática da produção teatral sempre esteve condicionada a elementos estéticos e, sobretudo, burocráticos para sua constituição. Raymond Williams (2001) faz uma análise sociológica da cultura tendo como objeto de estudo o teatro renascentista inglês. O autor analisa as formas, instituições, os meios de produção e processos de reprodução cultural.

Raymond Williams afirma que o teatro burguês, da primeira metade do século XVIII na Inglaterra, estabelece não apenas uma nova dramaturgia, e sim, uma nova concepção de sociedade, sendo assim, corroborada através das peças, esse novo modo de categorização da sociedade. Porém, um fato salientado por Williams na análise sociológica do teatro é a dependência da prática teatral aos subsídios e o jogo político contido nessa relação:

“(...) o resultado paradoxal de tornar o teatro menos público, de procurar confiná-lo (nas novas condições separadas) ao ‘infortúnio privado’ ... eram necessários, não só como inauguração daquele teatro (burguês), plenamente ampliado e abrangente em termos sociais modernos que desde então predominou, mas como um modo de livrar-se das formas decadentes nas quais, devido a mudanças na ordem social, a substância geral havia murchado ou desvanecido, e tudo que restara fora a ‘pompa’, o ‘deslumbrante espetáculo’ ou a retórica da posição social” (Williams: 2000: 164-165)

O que Williams faz é uma espécie de explicação de como surge a idéia moderna das produções teatrais, o modo como essas produções têm na sua “gênese”, uma série de outros mecanismos exteriores ao simples ato de representar. Tendo que, a partir de então, contar com outros capitais e organismos para sua realização.

Neste sentido, este trabalho tem a proposta de analisar a produção teatral de uma companhia no contexto regional da cidade de Cuiabá. A teoria dos campos, de Pierre Bourdieu, serve de linha mestra para a escrita desta dissertação, não apenas como balizamento teórico, como também, uma proposta epistemológica.

Deste modo, o que se faz é uma análise da produção teatral, no caso, da Companhia Teatro Mosaico e sua constituição na relação com elementos

próprios da Comunicação Social: relações públicas, comunicação organizacional e comunicação como ritual. Essas proposições compreendem a comunicação como ciência da cultura e utiliza-se de disciplinas como a sociologia e artes, auxiliares na constituição deste trabalho. Para o primeiro momento, creio que a apresentação do objeto de pesquisa se faça imprescindível.

A Companhia Teatro Mosaico foi fundada em 1995, no Rio de Janeiro (RJ), naquela cidade, ainda na condição de grupo teatral, participou de alguns festivais estudantis e recebeu alguns prêmios representativos que conferiram ao então grupo uma visibilidade, ainda que pequena na cena teatral carioca.

Em 2001, já na condição de companhia, estruturada de modo que justificava esta nova condição, o Teatro Mosaico instala-se em Cuiabá. A razão desta transferência atendia às possibilidades de estruturação da companhia em um território onde a prática teatral não possuía representatividade nacional. Dos grupos locais, o Teatro Fúria era o que tinha maior proeminência na cena mato-grossense.

Desde sua fixação em Cuiabá, a Companhia Teatro Mosaico conseguiu estabelecer novos parâmetros para o fazer teatral desde a difusão de elementos estéticos, bem como a sugestão de novas gerências de organizações culturais.

Com base nisso, essa dissertação foi dividida em três capítulos que propõem a contemplação do processo de construção de uma organização cultural, em suas relações internas e externas que são elementos constitutivos da prática teatral.

No primeiro capítulo, o que se fez foi elucidar a noção de campo proposta por Pierre Bourdieu para dar o panorama geral da análise que será feita durante o trabalho. Neste capítulo também, esboça-se os eixos delineadores do campo teatral: os organismos públicos e privados que auxiliam no processo de construção de uma organização cultural. A presença simbólica do teatro no discurso jornalístico também é analisada de forma crítica. Compreende aos elementos constitutivos na relação da companhia com outras instituições.

No capítulo II, a análise é centrada nas relações internas, na gestão da comunicação na Companhia Teatro Mosaico, privilegiando-se assim a auto-gestão comunicativa da organização. A comunicação organizacional, através da comunicação institucional e administrativa, sugere a gerência da comunicação. A cibercultura, como ambiente onde circulam informações, produz uma utilização vantajosa de seus aparatos para a constituição do campo teatral. E a comunicação como ritual propõe o sentido da comunicação como espaço simbólico de trocas, onde é possível perceber as práticas vinculadoras da atividade humana.

O terceiro capítulo fornece em primeira instância um panorama da produção teatral em Cuiabá desde o período colonial até ao período que antecede ao estabelecimento da Companhia Teatro Mosaico. Logo após, as narrativas das montagens da companhia buscam contar a partir de peculiaridades como se constituiu o objeto pesquisado.

Por um método, uma razão prática

“Digo que para compreender uma produção cultural não basta referir-se ao conteúdo textual dessa produção, tampouco referir-se ao contexto social contentando-se em estabelecer uma relação direta entre o texto e contexto.”
Pierre Bourdieu (1997).

A função do pesquisador

Certa feita em uma de suas palestras, Pierre Bourdieu disse que, se fosse japonês, não gostaria de boa parte do que se escrevia sobre o Japão por não-japoneses, em virtude deste(s) olhar(es) ter(em) uma perspectiva que privilegia o Outro, como exótico. Por isso, algumas de suas análises etnológicas se fincaram sobre solo francês (ou de forte influência francesa, no caso da Argélia), “quintal” do qual o autor conhecia. Sendo assim, como sugestão metodológica, Bourdieu propõe que este pesquisador:

*“(...) objetiva apreender estruturas e mecanismos que, ainda que por razões diferentes, escapam tanto ao olhar nativo quanto ao olhar estrangeiro, tais como os princípios de construção do espaço social ou os mecanismos de reprodução desse espaço e que ele acha que pode representar em um modelo que tem a pretensão de *validade universal*”.* (BOURDIEU, 1994: 23).

Para esta investida acadêmica, é preciso analisar o objeto da forma sugerida por Pierre Bourdieu, desenvolver a percepção desse jogo. A palavra jogo é sempre evocada por este autor para tratar dos elementos de força na constituição de um campo, neste caso, o campo da produção cultural, tendo como “subcampo” a prática teatral, tomando como recorte, o caso da Companhia Teatro Mosaico.

A percepção deste jogo significa apreender “as ‘coisas a fazer’, formas a criar, maneiras a inventar, em resumo, como possíveis dotados de uma maior ou menor ‘pretensão de existir’” (Bourdieu, 2005: 65). E essa “pretensão de existência” numa ambiência cultural se efetiva a luta pela formação de um campo. Neste caso, o campo teatral.

Para melhor entendimento do processo de formação deste campo, algumas definições em nível epistemológico precisam ser feitas sobre esta pesquisa. Se formos adequar este trabalho aos padrões vigentes de metodologia, ele se classifica como um trabalho de pesquisa qualitativa, calcado nas pesquisas de campo, histórica e bibliográfica.

Por se tratar de uma pesquisa empírica, foi utilizado o método descritivo. Para a coleta de dados, foram feitas observações diretas e indiretas. As primeiras, com registro sistemático dos fatos que ocorrem na situação da pesquisa, neste caso sendo um observador participante, por estar inserido no objeto a ser pesquisado.

Já no caso da observação indireta, os recursos foram as entrevistas com pessoas que fizeram parte da companhia, história de vida do diretor da companhia, detentor de grande parte das informações necessárias para esta pesquisa. Além destes dados primários, obtidos originariamente pelo pesquisador, foram utilizados também fontes secundárias – jornais e revistas. Neste caso, a pesquisa bibliográfica também é considerada uma fonte secundária de dados, uma narrativa para a posteridade.

Porém, para este trabalho, a narrativa, além de contar a história da Companhia Teatro Mosaico, busca situar a trajetória da companhia na perspectiva de como se forma um campo, como pontua Bourdieu. Para o sociólogo, trajetória é a descrição de uma série de posições sucessivamente ocupadas pelo mesmo ator em estados sucessivos do campo (Bourdieu, 2005:71). Neste caso, na constituição do campo teatral em Mato Grosso.

A “isenção” do método

Escolher este objeto para desenvolvimento da pesquisa foi, de alguma forma, a grande problematização e “solução” do projeto. Pois, a mim, na condição de componente da companhia em questão, auxiliou em muito na obtenção de dados e fontes para a realização do processo de pesquisa e escrita. Porém, na condição de assessor de imprensa da companhia, por vezes, sempre me vi condicionado a fazer este trabalho de forma a privilegiar seus interesses.

O resultado poderia ser mais ou menos a aplicação que Pierre Bourdieu fez em relação ao campo jornalístico, em sua obra *Sobre a televisão*, onde aplicou sua teoria de formação dos campos para a produção televisiva francesa. Em uma de suas citações, ele diz que a pauta prioritária da (emissora de) televisão vai interessar exclusivamente aos propósitos daquele veículo de comunicação.

Colocado estrategicamente entre a pesquisa e as atividades desenvolvidas na companhia, resolvi “tomar uma decisão”¹: a de fazer convergir as práticas de comunicação desenvolvidas no trabalho da companhia e os modelos científicos propostos pelas disciplinas cursadas durante o período de obtenção de créditos junto ao Programa de Pós-Graduação (Mestrado) em Estudos de Linguagem da Universidade Federal de Mato Grosso (MeEL-UFMT).

Assim como propõe Gaston Bachelard (1991:27), “o fato científico se conquista contra a ilusão do saber imediato”. Sendo assim, o que percebi durante o percurso para a construção foi a constante necessidade de ler e reler distintos modelos discursivos para a construção teórica do objeto pesquisado. Sabíamos de antemão que a noção de “campo”, de Bourdieu, em certa medida contribui diretamente para a abordagem teórica do tema em questão. De modo simultâneo, a formação do campo teatral, a nosso ver, precisava dialogar mais intensamente com os estudos em comunicação e estabelecer o diálogo entre a comunicação e a cultura. Portanto, pode-se supor que este estudo enquadra-se numa interface entre estudos de cultura e estudos de comunicação, que por vezes se confundem.

Para este trabalho, a idéia de formação dos campos proposta por Pierre Bourdieu é interpretada na relação da companhia com algum dos aparelhos disponíveis e necessários para a constituição do que se pode chamar de campo teatral.

À primeira vista, a não-proeminência de outros agentes constituintes deste campo pode ser interpretada como um erro metodológico, porém, trata-se de uma opção deste projeto de pesquisa para elucidar o funcionamento de apenas um dos agentes, no caso a Companhia Teatro Mosaico.

¹ Pierre Bourdieu propõe que para análise de um campo é preciso pensar nos “espaços possíveis” de tomada de decisão dos agentes deste campo para constituição do mesmo.

A idéia de formação dos campos

“Toda história do campo é imanente ao funcionamento do campo e, para estar à altura de suas exigências objetivas, como produtor, mas também consumidor, é preciso possuir domínio prático e teórico dessa história”. (Bourdieu: 1991)

A cultura contemporânea é resultado de relações constantes com diversas culturas, entre campos, *habitus* e capitais muito parecidos e muito diferentes, numa dinâmica tecida por inúmeras redes simbólicas. Falar da produção de bens simbólicos é fazer referência a uma grande quantidade de processos interligados, impossíveis de serem separados como simples dados. Estes processos são uma composição tão coesa que não se consegue separar detalhes para uma análise isolada, porque ela só funciona no conjunto da dinâmica da própria composição. Uma alternativa para analisar estes sistemas é relativizá-los com base na *teoria dos campos*.

Dentre alguns dos conceitos espalhados por Pierre Bourdieu, a noção de campo talvez seja o que tenha maior proeminência em sua obra. Partindo da noção de sociedade de Max Weber, Bourdieu, de alguma forma, contraria a lógica do pensamento marxista tradicional e afirma que a sociedade não pode ser analisada apenas sob a perspectiva de classes econômicas e ideológicas. O imperativo do pensamento bourdieuano foi produzir uma análise sociosemiótica da sociedade e ir além dos pressupostos marxistas tradicionais que reduzem o organismo social às classes. A propósito, Bourdieu desconsidera a existência efetiva das classes sociais, para o autor o que existe é um espaço social, de diferenças, onde as classes se encontram virtualmente (Bourdieu, 2005: 26-27).

Nesta virtualidade, diversas classes coexistem e produzem os campos que são distintos, concorrentes, complementares e correspondentes. Retomando os estudos de Weber, Bourdieu afirma que “para restituir às análises toda sua força e alcance, antes é preciso reconhecer que os grupos (...) são sempre o resultado da opção de acentuar o aspecto econômico e

simbólico” (Bourdieu: 2005, 15). Aspectos que ao serem analisados referem-se à história de formação de um campo.

A noção de campo foi postulada como proposta de pôr fim a um dilema teórico. Pois, até então, para explicar produtos culturais, era preciso escolher duas vias exclusivas: estruturalismo ou marxismo. A perspectiva bourdieuana, de alguma forma, propôs uma lógica de funcionamento que denegou estas duas correntes. O que podemos inferir é que para Bourdieu, o campo de produção simbólica não poderia ser visto nem à maneira do estruturalismo, como um universo submetido a uma lógica imanente ao conhecimento, nem à maneira do marxismo, como instrumento a serviço da dominação de classes.

Sendo assim, o campo² é um espaço simbólico, onde seus agentes lutam para a constituição do campo e de si próprios. Eles são sistemas de relações objetivas constituídas de várias espécies de capital. As posições em um campo são relativas, não diretamente através das interações ou conexões, mas em relações de diferenças, especialmente ao considerar as formas de poder. Para diferenciar campo de relações sociais é importante salientar que, enquanto as relações sociais são definidas pelas conexões, o campo é definido pelas diferenças entre os agentes.

O antropólogo latino-americano Nestor García Canclini, em sua obra *Diferentes, desiguais e desconectados*, busca atualizar o conceito de campo proposto por Pierre Bourdieu e, partindo da definição do autor francês sobre a constituição de um campo, afirma que existem dois elementos fundamentais: a existência de um capital comum e a luta pela sua apropriação (Canclini, 2005a).

Canclini diz ainda que um campo existe na medida em que não se consegue compreender uma obra sem conhecer a história do campo de produção da obra. Quem participa do campo tem um conjunto de interesses comuns, uma linguagem, uma “cumplicidade objetiva subjacente a todos os antagonismos” (Canclini: 2005, 76) e, por isso, o fato de intervir na luta contribui para a reprodução do jogo mediante a crença no valor deste jogo.

² A palavra campo é utilizada com frequência nas traduções para a língua portuguesa. Porém em algumas traduções para a língua inglesa, a tradução do termo corresponde à palavra arena, que se refere especificamente aos campos de batalha, por se constituírem em espaços de lutas.

Sobre esta cumplicidade básica constroem-se as posições de confronto que marcam a constituição de um campo.

Em 1997, com o apoio do *Institut National de la Recherche Agronomique* (Inra), de Paris, Bourdieu escreve *Les usages sociaux de la science: pour une sociologie clinique du champ scientifique*, para tratar da constituição do campo científico na referida instituição. Dentre algumas das considerações que o autor faz, está a de que todo campo – o campo científico, por exemplo – é um campo de forças e um campo de lutas para conservar ou transformar esse campo de forças. Para compreender a lógica de funcionamento:

“(…) num primeiro momento, pode-se descrever o espaço científico como um mundo físico, comportando as relações de força, as relações de dominação entre os diversos agentes. Os agentes criam o espaço, e o espaço só existe (de alguma maneira) pelos agentes e pelas relações objetivas entre os agentes que ali se encontram” (Bourdieu: 2004, 23).

Nessa mesma obra, Bourdieu trata também da definição dos agentes sociais que compõem determinado campo. Os agentes sociais estão inseridos na estrutura e em posições que dependem do seu capital. Desenvolvem, assim, estratégias que dependem, elas próprias, e em grande parte, dessas posições, nos limites de suas disposições.

Essas estratégias orientam-se para a conservação ou transformação de uma estrutura, e pode-se genericamente verificar que, quanto mais as pessoas ocupam uma posição favorecida na estrutura, mais elas tendem a conservar ao mesmo tempo a estrutura – e, por conseguinte, sua posição –, nos limites de suas disposições (isto é, de sua trajetória social, de sua origem social) que são mais ou menos apropriadas à sua posição.

Quando uma crítica de moda afirma que “a lantejoula apareceu de novo”, mais do que uma mera análise de uma nova tendência da moda, o que ela faz, enquanto agente, é se apropriar da sua posição no campo e legitimar sua condição, propondo uma nova tomada de posição do campo que depois de então passará a funcionar com base num discurso deste agente que ocupa um lugar privilegiado. Bourdieu também discorreu sobre o mundo da

moda em *A Produção da Crença*³ com o intuito de elucidar a lógica de funcionamento deste campo, considerado por ele um campo hermético e excludente. “O campo da alta costura deve sua estrutura à distribuição desigual, entre as diferentes *maisons*, da espécie particular de capital que é fator da concorrência” (Bourdieu: 2004,115), sobretudo aos agentes que reproduzem a seu modo a lógica de funcionamento que os privilegia. Ainda sobre a função do agente, em *O amor pela arte*, Bourdieu discorre sobre a grande competência do agente em um campo, em específico o campo artístico:

“A obra de arte considerada enquanto bem simbólico não existe como tal a não ser para quem detenha os meios de apropriar-se dela, ou seja, de decifrá-la. O grau de competência artística de um agente é avaliado pelo grau de seu controle relativo ao conjunto dos instrumentos de apropriação da obra de arte” (Bourdieu: 2003, 71).

Para entender a idéia de campo, é preciso pensá-lo como uma delimitação do mundo social, regida por códigos e leis próprios, quer se trate da universalidade, quer do jornalismo, do mundo literário ou artístico. Cada um destes campos forma tantos outros universos de convivência e influência. Para Bourdieu, cada campo é caracterizado por uma forma particular e diferentes interesses. Em alguns casos, a ação aparentemente “desinteressada” – na visão de um – obedece, porém, à lógica do campo ao qual pertence um agente do campo distinto.

Para esta análise, vale ressaltar que o interesse econômico não é o equivalente geral dos interesses que se desdobram nos diversos campos, e que as pesquisas sociológicas propõem uma diferença fundamental, inspiradas pela problemática das escolhas racionais, que muitas vezes não atendem aos interesses econômicos.

O caso estudado nesta pesquisa obedece à lógica de formação dos campos culturais que dispõem de uma espécie de capital, considerado por Bourdieu como sendo capital simbólico, não se atendo apenas à (nem desconsiderando a) lógica capitalista – aqui entendida na conformação de

³ A obra traduzida para o português com este título é originária do artigo produzido com a colaboração de Yvette Desault em janeiro de 1975, que trata da grifes da alta costura francesa.

como modelo econômico vigente. Com efeito, outras formas de capital coexistem e são dotadas de uma certa autonomia.

É importante reconhecer, porém, que, ao utilizar a terminologia econômica, Bourdieu não infere nenhum tipo de reducionismo econômico. Na verdade, ele vê o campo econômico como um simples campo entre muitos outros, sem conferir qualquer importância maior a este campo na teoria geral dos campos.

Em *Razões Práticas*, o autor trata de outras formas de capital. É o que ele chama de “capital simbólico”. O capital simbólico é qualquer tipo de capital (econômico, cultural, escolar ou social) concebido de acordo com as categorias de percepção: princípios de visão e de divisão, sistemas de classificação, esquemas cognitivos etc. Estas categorias são, em parte, produto da incorporação das estruturas objetivas do campo considerado, isto é, da estrutura de distribuição de capital no campo em questão. Em síntese, a idéia de capital simbólico, para Bourdieu, é a de que trata-se de um capital com base cognitiva apoiado sobre o conhecimento e reconhecimento” (Bourdieu, 2005: 150).

A partir das considerações acerca do capital simbólico, o autor propõe a sistematização do mercado dos bens simbólicos, embora possa parecer um pouco paradoxal se considerarmos a palavra mercado com referência intrínseca à lógica econômica. Porém, Bourdieu parte dessa lógica tendo em vista realidades de dupla face, onde as mercadorias, atendendo às exigências econômicas, são carregadas de significações ou dimensão simbólica. De fato, o mercado dos bens simbólicos é um universo de crença que só pode funcionar na medida em que consegue produzir, inseparavelmente, produtos e a necessidade desses produtos por meio de práticas que geralmente são a denegação das práticas habituais da economia.

Neste sentido, existe uma questão delicada de ser abordada junto aos produtores de bens culturais, ou de arte mais especificamente: a lógica econômica de produção de bens simbólicos. Há os que afirmam que com a incorporação dos interesses econômicos ocorra uma desconfiguração do fazer artístico. Walter Benjamin, em *A obra de arte na era da sua reprodutibilidade técnica*, trata desta denegação do sentido original da arte,

que traz em si a destruição do que há de mais valioso: sua autenticidade, sua autoridade, sua aura. Ao retirar de seu contexto original uma peça de arte e recriá-la de forma redimensionada, desterritorializada, atemporal, anula-se o caráter único, ou de sua existência histórica.

Porém, Pierre Bourdieu, em *O Mercado dos Bens Simbólicos*, propõe na lógica de produção dos bens simbólicos a existência de duas instâncias: a da produção erudita e a da indústria cultural.

Lógica de produção dos bens simbólicos

A lógica de produção dos bens simbólicos atende a duas instâncias distintas, que por si só constituem-se como campos da produção dos bens simbólicos. Para diferenciar estes dois campos, o critério adotado por Bourdieu refere-se a quem se destina a produção de cada um destes campos. Desta forma, o campo da produção erudita destina a produção de seus bens ao público que inclui os próprios produtores de bens simbólicos, neste caso, em específico, culturais. Por outro lado, a produção do campo da indústria cultural destina-se aos não-produtores de bens culturais, público (em geral).

Diferentemente do campo da produção cultural, que obedece circunstancialmente à lei da concorrência para a conquista do maior mercado possível, o campo da produção erudita tende a produzir ele mesmo suas normas de produção e os critérios de avaliação de seus produtos, obedecendo à lei fundamental da concorrência pelo reconhecimento propriamente cultural, concedido pelo grupo de pares, que são, simultaneamente, concorrentes e clientes privilegiados. Isto se deve ao poder de troca simbólica de que o campo da produção erudita dispõe para estabelecer as normas de produção e os critérios de avaliação de seus produtos.

Sendo assim, o campo da produção erudita funciona como um espaço de concorrência de legitimidade cultural. Deste modo, uma prática que tem grande representatividade neste processo de legitimação é a crítica, cada vez mais distanciada do público em geral. A crítica funciona como uma espécie

de “decodificador”, interpretando a obra e atualizando-a de forma inteligível ao público, constituindo, assim, uma sociedade de admiração entre artista e crítico (Bourdieu, 2005: 105-116).

Face ao trabalho desempenhado pelo crítico, Bourdieu afirma que neste processo de legitimação do crítico em relação a um trabalho artístico ocorre, simultaneamente, um processo de auto-legitimação do crítico. Pois a produção do discurso crítico sobre o trabalho artístico é uma das condições de produção do trabalho. Sendo assim, toda afirmação crítica contém, de um lado, a reconhecimento do valor da obra que a ocasionou, que é designada como um objeto significativo de discurso legitimador, e, por outro lado, uma afirmação de sua própria legitimidade enquanto crítico. Pois todos os críticos não declaram apenas seu julgamento do trabalho, mas também seus “direitos” de falar sobre e de julgar (Bourdieu, 1993: 31-36). Esta prática de “julgamento” de uma obra pode ser qualificada como avaliação pelos grupos de pares, ou seja, feita por pessoas que pertencem ao mesmo campo e que têm autoridade para falar sobre o assunto.

Alguns dos conceitos formulados por Bourdieu em relação ao campo da produção cultural, conforme se pode inferir, são aplicáveis ao campo comunicacional. Algumas obras como *Pierre Bourdieu e o campo da comunicação* (Miranda, 2005) e *O habitus da comunicação* (Barros Filho & Martino, 2003) evidenciam este diálogo que pode ser estabelecido entre os conceitos sóciológicos de Bourdieu e os estudos em comunicação. Embora, no Brasil, Bourdieu tenha sido mais associado à habilitação em Jornalismo dos cursos de Comunicação Social, suas contribuições para o campo da publicidade e relações públicas, começam a ser desenvolvidas e ainda não vigoram como muito recorrentes.

Publicado quatro anos após o maio de 1968, *Actes de la recherche en sciences sociales* propõe exatamente a seguinte condição: para “pensar o social, é preciso ser um pouco artista, um pouco ousado e, sobretudo, muito subversor” (Bourdieu, 2001:10). Para salientar esse conceito, que pode ser perfeitamente aplicável às práticas da comunicação, o autor afirma que pelo fato de os campos de produção de bens culturais serem universos de crença que só podem funcionar na medida em que conseguem produzir, inseparavelmente, produtos e necessidades desses produtos por meio de

práticas que são a denegação das práticas habituais da economia, é aí que se assenta a grande problemática distintiva em a arte comercial e a obra de arte, é “o comércio das coisas que não se faz comércio”.

Convém salientar que, para a constituição de um campo, as lutas são inerentes não apenas ao próprio campo, mas sim, na sua relação com campos externos. Um exemplo disso é a própria constituição deste trabalho acadêmico que se utiliza de elementos de constituição do campo científico como forma de legitimação de uma prática do campo cultural. A formação de um campo perpassa por essas instâncias gladiadoras com os outros campos, que resultam no campo do poder, que, diferentemente dos outros campos específicos, é o espaço de força dos diferentes tipos de capital.

De forma mais enfática, ocorre a luta entre os agentes de diferentes campos providos de um dos diferentes tipos de capital, e que tem suas lutas intensificadas sempre que o valor relativo dos tipos de capital é posto em questão. Dessa forma, a oposição entre a arte “verdadeira” e a arte comercial abrange a oposição entre os simples empresários que procuram lucro imediato e os empresários culturais que lucram para acumular um lucro cultural propriamente dito, nem que seja mediante a renúncia provisória ao lucro econômico.

Ao tratar desta distinção entre a arte “verdadeira” (como bem salientada pelo autor: entre aspas) e arte comercial, encontra-se também um grande questionamento quanto à classificação de determinado agente produtor de um bem simbólico. De acordo com o próprio Bourdieu, a distinção e o reconhecimento dos bens simbólicos são determinados pelos próprios agentes de determinado campo, sendo eles legitimadores de determinado produto (e seu produtor); e legitimadores de si mesmos, enquanto responsáveis pela formação do campo.

Os campos de produção cultural propõem, aos que neles estão envolvidos, um “espaço de possíveis” que tende a orientar sua busca definindo o universo de problemas, de referências, de marcas intelectuais, todo um sistema de coordenadas que é preciso ter em mente para entrar no jogo. Esse é o fator que diferencia os profissionais dos amadores.

O trabalho de Bourdieu na sociologia da cultura tenta reinserir questões como o significado e o valor dos trabalhos artísticos num múltiplo e

complexo sistema de funcionamento. Epistemologicamente, ele apresenta, além de suas pesquisas e métodos, um modelo que propõe muitas suposições acerca da função da cultura e abre novos horizontes para os estudos da prática cultural. Cultura, neste caso, é compreendida como o conjunto de processos sociais de produção, circulação e consumo da significação na vida social.

Sendo assim, para entender o funcionamento do campo cultural que opera as artes cênicas em Cuiabá, explanaremos os eixos que, ao definirem a formação deste campo, não obedecem às limitações geográficas e recebem interferências de outros espaços, bem como interferem na produção do campo de outros lugares. Os eixos delineadores do campo teatral podem aqui ser considerados os “espaços de possíveis” de que fala Bourdieu. É o espaço onde as tomadas de posição dentro de um campo são possíveis de ser realizadas.

Eixos delineadores do campo teatral

O delineamento de alguns dos eixos definidores do campo teatral fornece subsídios para o entendimento do processo de construção da história do objeto de pesquisa deste trabalho. Porém, não se trata de uma localização histórica, mas da análise destes eixos em relação às práticas da Companhia Teatro Mosaico. Esse método é compreendido por Pierre Bourdieu como o estudo das *tomadas de posição* (Bourdieu, 2005: 61). Trata-se de uma análise das estratégias dos agentes e instituições que estão envolvidas na constituição do campo teatral.

A noção de campo sustenta a análise feita a seguir, colocando os eixos delineadores do campo teatral à medida que propõe que a estrutura do campo permite compreender as relações entre o que lhe é interno e externo, sem que seja preciso tornar absoluto ou reduzir estes termos. Um campo de produção cumpre funções sociais externas pelo simples fato de obedecer a uma lógica própria, sendo esta lógica produzida a partir das tomadas de posição.

As tomadas de posição dependem circunstancialmente da posição que os agentes ocupam na estrutura do campo, isto é, na distribuição do capital simbólico. Aqui também vincula-se a distribuição do capital econômico, que passa a ser também um dos fatores do jogo pela produção do campo.

Porém, algumas das *tomadas de posição* dependem também de forças externas, em sua relação com dispositivos sociais que podem aqui ser compreendidos como:

a) as *políticas públicas*, que regulamentam e franqueiam o capital de origem pública direcionado às práticas culturais;

b) as *políticas de marketing* das empresas privadas, que encontram na sua vinculação com práticas culturais êxito na consolidação de seu projeto de construção identitária;

c) o *jornalismo cultural* enquanto prática jornalística voltada para o segmento cultural, que funciona como sistematizador e orientador dos agentes e instituições que compõem o campo de luta de formação do campo teatral.

Políticas públicas para a cultura: a intervenção do poder público na formação do campo teatral

A pesquisadora Jurema Machado, coordenadora de Cultura da Unesco (Organização Nacional das Nações Unidas para a Educação, Ciência e Cultura) propõe a utilização do termo “políticas públicas para a cultura”⁴, ao invés de políticas públicas de cultura.

O pesquisador Leonardo Brant, idealizador do Instituto Pensarte, é um dos sistematizadores do conhecimento acerca das políticas públicas de cultura. O autor define políticas públicas de cultura como:

“um programa de intervenções realizadas pelo Estado, instituições civis ou grupos comunitários, com o objetivo de satisfazer as necessidades culturais da população e

⁴ MACHADO, Jurema. **A construção de indicadores para a cultura**. In: Revista Observatório Itaú Cultural. N 01. p. 13-17.

promover o desenvolvimento de suas representações simbólicas” (Brant, 2003:7)

As políticas públicas desempenham papel determinante na formação dos campos culturais. Prova disso é a preocupação da atual gestão do Ministério da Cultura (Governo Lula) em desenvolver debates junto à classe artística e organismos políticos com a finalidade de determinar quais rumos serão tomados para o exercício das funções auferidas ao órgão máximo da gestão cultural no Brasil. No caso do teatro, a gestão das políticas das práticas teatrais está concentrada no Ceacen (Centro de Artes Cênicas) da Funarte (Fundação Nacional da Arte), órgãos subordinados ao Ministério da Cultura.

Porém, o que define uma política pública cultural não é apenas a existência de administrações dedicadas a um campo específico, como as gestões culturais, nem de uma população que se define profissionalmente por meio da arte, mas, sobretudo, o consenso democrático que permite transformar a cultura em objeto de atenção governamental, em espaço de investimento.

Para tratar da constituição do campo teatral com referência à cidade de Cuiabá, tendo como foco de estudos o caso da Companhia Teatro Mosaico, é necessário tratar de com quais políticas públicas esta companhia tem se relacionado ou já se relacionou para se compreender a atual posição em que ela se encontra. Deste modo, é imprescindível pensar nas políticas públicas que incentivam e propiciam a prática teatral, bem como os mecanismos legais que regem e legislam sobre o funcionamento destas políticas.

Sendo assim, políticas públicas podem ser compreendidas como um conjunto de ações promovidas por instituições públicas com a finalidade de subsidiar as práticas culturais como proposto no capítulo III do Título VIII que delibera *Da Educação, da Cultura e do Desporto*, da Constituição Federal do Brasil:

Art. 215. O Estado garantirá a todos o pleno exercício dos direitos culturais e acesso às fontes da cultura nacional, e apoiará e incentivará a valorização e a difusão das manifestações culturais.

Partindo desta premissa contida na Constituição Federal Brasileira, que dispõe de outras ações, os organismos públicos têm como uma de suas finalidades franquearem as práticas culturais e tornar acessíveis esses produtos culturais a uma parcela significativa da população. Entre algumas das outras disposições do capítulo que trata da Educação, da Cultura e do Desporto está a criação de fundos que subsidiam manifestações culturais a partir da vinculação da receita líquida tributária da Unidade de Federação.

É a partir de então que os mecanismos conhecidos como Leis de Incentivo à Cultura começam a ser implantados nas diferentes esferas da administração pública, sejam federais, estaduais e/ou municipais. Essas leis têm por objetivo estimular o desenvolvimento do setor cultural do país, através do incentivo de recursos financeiros, produtos ou serviços a projetos previamente aprovados.

Políticas públicas federais: Brasil

A Lei Federal de Incentivo à Cultura, conhecida como Lei Rouanet (Lei 8.313/91), regulamentada pelo decreto 455/92 e alterada pelo Decreto 1.494/95 e pela MP 1.589/97, institui incentivos fiscais para doações ou patrocínios a projetos culturais previamente aprovados pelo Ministério da Cultura, através do Programa Nacional de Apoio à Cultura (Pronac), tais como espetáculos teatrais, produções cinematográficas, apoio ao patrimônio histórico, artes plásticas etc. Sobre a Lei Rouanet, pode-se inferir que as *doações* ou *patrocínios* são limitadas a 4% do valor do IR devido por pessoa jurídica e 6% do IR devido por pessoa física.

O que distingue as modalidades de investimento em *patrocínio* e *doação* é a possibilidade (patrocínio) e a impossibilidade (doação) de inclusão de despesas com divulgação e mídia. Em função desta diferença, a dedução para as doações é de 40% do valor aplicado somado às despesas operacionais e, para patrocínios, de 30% do valor aplicado somado às despesas operacionais. Os benefícios da lei não excluem ou reduzem outros benefícios, além de serem cumulativos os investimentos incentivados nos âmbitos do ISS, ICMS e IR.

A Medida Provisória 1589/97 altera a Lei Rouanet, facultando pessoas físicas e jurídicas a deduzir diretamente do IR o correspondente a 100% dos valores aplicados em projetos culturais. Este incentivo é exclusivo para alavancagem de alguns segmentos culturais identificados pelo Ministério da Cultura como menos prestigiados pelos mecenas brasileiros, como, por exemplo, música erudita e instrumental, doações de acervos para museus ou bibliotecas públicas etc.

Porém, o que se percebe é que existe uma especulação muito grande em função dos projetos aprovados pela Comissão Nacional de Incentivo à Cultura, talvez não por parte da comissão, que dentro das possibilidades aprova um número significativo de projetos. A especulação parte das empresas que apóiam os projetos, tendo assim, algumas limitações geográficas e um privilégio às entidades culturais sediadas na região Sudeste do Brasil ou que tenham nomes de visibilidade para veiculação do patrocinador ao projeto.

Prêmio Funarte Myrian Muniz de Fomento ao Teatro

Ainda na esfera federal, existem outros mecanismos de facilitação das práticas culturais que possuem um caráter hipoteticamente mais democrático por tratar-se de editais administrados por alguns órgãos subordinados ao Ministério da Cultura e que já possuem uma quantia de recursos financeiros captada para a execução de projetos. Em geral, a empresa que patrocina estes editais é a Petrobras (empresa de capital aberto) e o órgão que regulamenta e organiza estes editais é a Funarte.

Uma dessas iniciativas é o Prêmio Funarte Myrian Muniz de Fomento ao Teatro, edital nacional para seleção de grupos para montagens de espetáculos, projetos de pesquisa teórica ou prática em teatro adulto, teatro para infância e juventude, teatro de bonecos e teatro de rua. Em 2007, foram concedidos 166 prêmios (totalizando R\$ 6.800.000,00) para grupos de todos os estados brasileiros. A inscrição e a seleção feitas por estado, com a colaboração das Secretarias de Estado da Cultura, na perspectiva da consolidação do Sistema Nacional de Cultura.

A novidade do edital, em 2007, foi a distribuição do montante por cotas para cada estado já determinado previamente pela comissão. No caso de Mato Grosso foram designados dois prêmios no valor de R\$ 20.000,00, para livre concorrência entre os grupos, companhias e produções teatrais residentes no estado. Esta tomada de decisão tem como fundamento a demanda de projetos, ou seja, os montantes liberados são proporcionais às inscrições de cada estado com base no edital anterior. Porém, discussões a respeito dessa cotização foram levantadas. Ao que se percebe, o intuito de descentralização regional das verbas públicas ocorre, porém, neste caso de forma restrita. Na edição anterior do Prêmio Funarte Myrian Muniz, o proponente tinha a possibilidade de escolher em qual das categorias de valor concorreria.

Prêmio Caravana Funarte de Circulação

Outra iniciativa proposta pela Fundação Nacional da Arte foi o Prêmio Caravana Funarte de Circulação, inspirado no antigo projeto Mambembão, que teve edições entre os anos de 1978 e 1989. Em 2004, foram criadas as Caravanas Funarte com o mesmo propósito do Mambembão: propiciar a circulação de grupos de teatro e dança pelos estados de todas as regiões brasileiras.

O objetivo do Prêmio Caravana Funarte é promover o intercâmbio entre as produções teatrais realizadas dentro de uma região do país e incentivar o encontro entre os grupos teatrais locais e visitantes e os mais diversos públicos. Busca-se assim, gerar uma dinâmica de troca de informações e emoções positivas e instigantes, para todos os envolvidos, ao mesmo tempo em que se formam novas platéias para o fazer teatral.

Políticas públicas estaduais: Mato Grosso

A Lei Estadual de Incentivo à Cultura do Estado de Mato Grosso, também é conhecida como Lei Hermes de Abreu (Lei 5893-A/91). Algumas outras leis complementares (Lei 6913/1997 e Lei 7042/1998) foram

decretadas de modo a reorganizar o texto da primeira lei, decretada em 12 de dezembro de 1991. Essas alterações referiam-se principalmente aos percentuais de dedução do ICMS e definição nas diferentes modalidades de incentivo sendo assim: a) *doação*: (100% - cem por cento) transferência de recursos ao produtor cultural, para realização de projeto cultural, sem quaisquer finalidades promocionais, publicitárias e de retorno material ou financeiro; b) *patrocínio*: (85% - oitenta e cinco por cento) transferência de recursos ao produtor cultural, para realização de projeto cultural, com finalidades promocionais, publicitárias ou de retorno institucional; c) *investimento*: (50% por cento) transferência de recursos ao produtor cultural, para realização de projeto cultural, que tenha como finalidade, também, o retorno material e/ou financeiro.

Porém, a mudança mais significativa na Lei Hermes de Abreu ocorreu no ano de 2004, com a alteração de sua natureza. De Lei de Incentivo passou a ser Fundo Estadual de Cultura. Entre as alterações previstas na nova legislação (Lei 8257/2004), a mais importante é a eliminação da figura do captador de recursos. Pois, no período de vigência da Lei de Incentivo à Cultura, as instituições e produtores culturais recebiam uma carta de captação com prazo de validade de um ano, como acontece com a Lei Rouanet.

Com a instituição do Fundo Estadual de Cultura, o repasse é feito diretamente pela Secretaria de Estado de Fazenda para uma conta da Secretaria de Estado de Cultura, que com o auxílio do Conselho Estadual de Cultura e dos secretários de Fazenda e de Cultura deliberam sobre a seleção dos projetos. Ao ser aprovado, o produtor cultural tem o montante depositado diretamente para executar o projeto, não tendo assim, a necessidade de captar recursos junto às empresas.

Depois de feita uma síntese explanatória da última alteração desta política pública de Mato Grosso, é necessário fazer algumas considerações quanto à aplicabilidade dos dois organismos: Lei Estadual de Incentivo à Cultura e Fundo Estadual de Cultura. A Lei, enquanto operava com a necessidade de captação, demandava duas instâncias de obtenção de recursos – a aprovação junto ao Conselho e a captação junto às empresas –,

deste modo, projetos que se mostravam insatisfatórios poderiam ser aprovados junto ao Conselho, mas dificilmente seriam captados.

Esta prática fazia surgir uma função que muitas vezes se beneficiava exacerbadamente dos produtores culturais: eram os “captadores” de recursos, que muitas vezes agiam como lobistas junto às empresas. Eram pessoas, geralmente de grande articulação política que tinham abertura junto a grandes empresas e que cobravam valores exorbitantes para desempenhar esta função, em alguns casos chegando a 50% do valor total captado. Mas, para alguns produtores era a única solução para não perder a carta de captação.

Já o organismo do Fundo Estadual de Fomento à Cultura anula a figura do captador, mas opera com dividendos parcelados ao longo do ano e o privilégio de recebimento se dá por prioridade imposta pelo Conselho Estadual de Cultura. Os projetos são aprovados, mas não têm um prazo exato para recebimento do montante, o que muitas vezes dificulta o cronograma de execução das atividades propostas em um trabalho artístico.

Outro aspecto que suscita algumas discussões quando se trata dos organismos estaduais de incentivo refere-se ao Conselho Estadual de Cultura. O conselho é composto por 4 (quatro) representantes indicados pelo Governo, mais 4 (quatro) representantes eleitos pela classe artística através de voto direto, além do presidente do conselho, função ocupada obrigatoriamente pelo secretário de Estado de Cultura. Este último, cargo nomeado pelo governo, geralmente atende aos interesses do governo e isso provoca algumas discussões nas votações dos projetos, já que sua função seria também a de intermediar a classe artística junto ao Estado, através das políticas públicas.

Políticas sazonais de artes cênicas em Mato Grosso

A relevância dos organismos públicos, como é o caso do Conselho Estadual de Cultura que delibera sobre as decisões e rumos das políticas públicas em Mato Grosso, está na regularidade destas ações. Porém, algumas ações propostas pela Secretaria de Estado de Cultura possuem caráter sazonal, pois dependem das diretorias e de idealizadores junto a este

órgão, que possui no quadro funcional uma rotatividade grande por ser ocupado predominantemente por funcionários com cargos comissionados, que têm sua validade volúvel às decisões políticas. Um exemplo deste tipo de política pública sazonal foi o projeto Artes Cênicas Itinerantes.

Realizado em 2004, o projeto contou com a participação de cerca de 270 artistas de onze grupos e companhias de teatro e dança de Mato Grosso: Ballet Art'Expressão, Cia. De Artes Katharsis, Cia. De Dança Contemporânea Somos o Show, Cia. Trama do Drama, Grupo Teatro Experimental, Grupo Teatral Expressão, Grupo Theatro em Cena, Grupo Municipal de Teatro Raio de Luz, Pessoal do Anima, Teatro Mariposas e Teatro Mosaico.

Esta iniciativa foi proposta pela Coordenação de Intercâmbio Cultural da Secretaria de Estado de Cultura, através da Gerência de Artes Cênicas, que durante este período era exercida pelo diretor do Teatro Mosaico, Sandro Lucose. Este projeto propiciou que estes grupos, não apenas de Cuiabá, mas também do interior, pudessem circular com suas produções por treze cidades de Mato Grosso: Barra do Garças, Campo Novo dos Parecis, Campo Verde, Chapada dos Guimarães, Cuiabá, Diamantino, Lucas do Rio Verde, Luciara, Santo Antônio do Leverger, Tangará da Serra e Vila Bela da Santíssima Trindade. Além de espetáculos, cada um dos grupos ministrava uma oficina da especialidade cênica que o grupo desenvolvia. O projeto foi apresentado novamente em 2005, mas não obteve aprovação junto ao Conselho Estadual de Cultura.

Outra iniciativa, que obteve resultados significativos para a produção no campo das artes cênicas em Mato Grosso foi a criação do Curso Técnico em Artes Dramáticas, proposto pela Secretaria de Estado de Cultura em parceria com o Senac e Sesc. A demanda por um curso superior em artes cênicas em Mato Grosso sempre se fez presente. Para tentar sanar esta necessidade, a SEC-MT em parceria com o Senac, criou em 2005, um curso profissionalizante em Artes Cênicas. O curso formou 35 alunos oriundos de Cuiabá e do interior de Mato Grosso. Ao final do curso, os alunos participaram da montagem do espetáculo *Édipo Rei*, texto de Sófocles.

Políticas públicas municipais: Cuiabá

O município de Cuiabá possui uma Lei Municipal de Incentivo à Cultura, instituída pela Lei 3434/1995 e sofreu alterações de outras leis que a sucederam (Lei 3722/1997 e Lei 3617/1999). As diretrizes de funcionamento da lei municipal são análogas às da antiga Lei Estadual “Hermes de Abreu”. Atualmente, ainda funciona sob o organismo de Lei, não sendo convertida ainda para Fundo.

Pode-se dizer que poucas são as ações propostas pela administração municipal na pasta de Cultura, até mesmo em função do montante destinado (menos 2% da arrecadação). O que ocorre também é a co-participação com a administração estadual, deixando a cargo da esfera estadual boa parte das ações, já que a mesma dispõe de um montante maior de recursos e atua também no município de Cuiabá.

No ano de 2007, uma ação chamada Edital Plano Municipal de Cultura possibilitou uma concorrência específica no segmento de Artes Cênicas. As propostas de trabalho contempladas receberam uma quantia para montagem de espetáculo teatral que deveria fazer dez apresentações junto às localidades determinadas pela gestão da Secretaria Municipal de Cultura, como contrapartida ao valor recebido.

Na macro-estrutura que chamamos de eixos delimitadores do campo teatral, observamos a lógica de funcionamento dos organismos legais e algumas das políticas públicas de cultura que subsidiam a prática teatral nas esferas nacional, estadual e municipal.

Políticas de marketing cultural: o capital privado na formação do campo teatral

Roberto Muylaert (1993) define marketing cultural como um conjunto de recursos de marketing que permite projetar a imagem de uma empresa ou entidade através de ações culturais. As políticas de marketing cultural relacionam-se diretamente com empresas de capital aberto, privado e também com os organismos conhecidos como cadeias do sistema “S” (Sesc, Sesi, Sest etc.) Tratam-se de ações políticas que de alguma forma também

relacionam-se com as políticas públicas, pois todas suas ações têm por base a isenção fiscal gerida por administração pública. Porém, em sua zona de atuação existe um rigor maior na seleção dos projetos, pois o que está em jogo é construção identitária de determinada empresa que quer ter sua marca relacionada a este ou a outro segmento cultural, através de ações de marketing cultural.

Marketing cultural é toda ação de marketing que usa a cultura como veículo de comunicação para se difundir o nome, produto ou fixar imagem de uma empresa patrocinadora. Para se fazer marketing cultural não há fórmula fechada, pois há variáveis que, conforme combinadas, podem resultar numa excelente ação de marketing. O que manda é a criatividade para atingir o público-alvo de forma a atender os objetivos de comunicação da empresa com os recursos disponíveis.

Ao patrocinar um espetáculo teatral, por exemplo, a empresa pode não só associar sua marca àquele tipo de espetáculo e público como pode também oferecer amostras de produto (promoção); distribuir ingressos para seus funcionários (relações com o público interno ou endomarketing); eleger um dia exclusivo para convidados especiais (relações com o público externo ou marketing de relacionamento); enviar mala-direta aos consumidores/clientes informando que o espetáculo está acontecendo e é patrocinado pela empresa (marketing direto); mostrar o artista consumindo o produto durante o espetáculo (merchandising); levantar informações gerais sobre o consumidor por meio de pesquisas feitas no local (database marketing); fazer uma publicação sobre o evento (marketing editorial); realizar uma campanha específica destacando a importância do patrocínio (publicidade) e muitas outras ações paralelas que tem o poder de ampliar o raio de alcance da ação de marketing cultural.

Existem inúmeras razões para uma empresa desenvolver, no seu *briefing*, ações de marketing cultural: necessidade de diferenciação das marcas; diversificação do *mix* de comunicação das empresas para melhor atingir seu público; e necessidade das empresas se posicionarem como socialmente responsáveis. Ao patrocinar um projeto cultural a empresa se diferencia das demais a partir do momento em que toma para si determinados valores relativos àquele projeto (por exemplo, tradição,

modernidade, competência, criatividade, popularidade etc.). Também amplia a forma como se comunica com seu público alvo e mostra para a sociedade que não prioriza apenas a lucratividade de seus negócios.

A partir de uma noção de marketing cultural, o que faremos agora é explicitar as políticas de marketing cultural de algumas empresas tradicionalmente consideradas como empresas apoiadoras da prática teatral no Brasil e que tem reflexos na formação do campo teatral em Mato Grosso.

Instituto Itaú Cultural

O Instituto Itaú Cultural, fundado em 1987, em seu discurso institucional, reconhece na cultura a dimensão central das sociedades contemporâneas. Com base neste preceito, tem desenvolvido em sua política de marketing programas e projetos que visam criar instrumentos para fortalecer a manifestação de artistas e pesquisadores, de forma a ampliar o conhecimento sobre as artes e a participação do público nas diversas manifestações culturais.

Entre as ações do Instituto Itaú Cultural, a mais significativa e expressiva é o Observatório Itaú Cultural que realiza: estudos quantitativos sobre a indústria cultural, as práticas e os serviços culturais (cinema, literatura, indústria editorial e artes cênicas); análises quantitativas com foco nos valores culturais (os direitos culturais, a afirmação da diversidade cultural e a centralidade da cultura nos processos sociais e o apoio à formação de recursos humanos e indicadores para a gestão cultural).

Outra ação desenvolvida pelo Itaú Cultural é o Rumos Itaú Cultural, projeto voltado para todos os segmentos artísticos que anualmente abre editais de seleção de ações que contribuem para a renovação da produção artística. Além de difusor de novos talentos, o programa Rumos opera como sistematizador das artes no Brasil, através do programa Rumos Jornalismo Cultural com o intuito de formar mão-de-obra qualificada para o exercício da prática jornalística voltada para o segmento cultural.

No campo das artes cênicas, a maior contribuição está na criação da Enciclopédia Virtual de Teatro⁵, uma base de dados com mais de 3 mil verbetes sobre grupos, companhias e espetáculos desde o ano de 1938. Esta ferramenta virtual é uma importante fonte de pesquisa cênica já que dispõe de informações não apenas sobre grupos, como também autores, textos teatrais e maquetes virtuais de cenários de algumas montagens. Outra iniciativa com objetivo de difusão do conhecimento em torno das práticas teatrais propostas pelo Instituto Itaú Cultural é o projeto *Próximo Ato*. É um programa anual de reflexão teórico-prática que reúne artistas e intelectuais brasileiros e estrangeiros. É realizado graças à ação conjunta de instituições preocupadas em contribuir para a formação do pensamento sobre a arte contemporânea.

Centro Cultural Banco do Brasil

As ações de marketing cultural, no Banco do Brasil, são possíveis através de duas instâncias: os Centros Culturais e os Circuitos Culturais. Sendo assim, os centros culturais, localizados nas cidades de São Paulo (SP), Rio de Janeiro (RJ) e Brasília (DF) possuem uma programação que privilegia artistas, grupos e instituições culturais consagrados e de ampla aceitação e criadores de vanguarda considerados de alta qualidade pela crítica especializada. Já os circuitos culturais são descentralizados, ocorrem em várias regiões do Brasil e proporcionam destaque a artistas, grupos e instituições culturais de caráter regional.

Para a participação junto aos projetos dos centros culturais ou dos circuitos culturais do Banco do Brasil existem critérios de seleção que o projeto proposto por agente ou instituição cultural devem seguir. Alguns destes critérios são definidos pela diretoria de centros que, apesar de independentes, trabalham em parceria de modo que a programação de uma das unidades posteriormente seja realizada em outra. Um espetáculo que estréia no Centro Cultural do Banco do Brasil, no Rio de Janeiro, geralmente tem continuidade nas duas outras unidades, em São Paulo e Brasília.

⁵ Enciclopédia de Teatro. Disponível em <<http://www.itaucultural.org.br/teatro>>

Entre os critérios de seleção estão: a relevância conceitual e temática (concepção e argumentação que evidenciem importância histórica, cultural e artística); viabilidade técnica (demonstração de capacidade de realização ou envolvimento de profissionais com notória especialização); inovação (originalidade e ineditismo da proposta); adequação física (adaptabilidade aos espaços); adequação financeira (compatibilidade com a disponibilidade orçamentária e preços praticados no mercado) e identidade institucional (afinidade com princípios e valores éticos, de transparência, respeito e compromisso com a comunidade e o País).

A atuação do Banco do Brasil no marketing cultural relaciona ações institucionais, de relacionamento, interativas, de merchandising e fidelização dos clientes entre outras que poderão ser desenvolvidas em cada evento com os objetivos de: a) promover a instituição como apoiadora da cultura, comprometida com os anseios da sociedade; b) reforçar o conceito de empresa cidadã e o compromisso com as comunidades e com o país; c) agregar valor à marca BB, por meio de transferência de atributos relacionados à cultura; d) contribuir no processo de prospecção e fidelização dos segmentos de clientes priorizados em todos os mercados atendidos pelo Banco; e) ser instrumento na consolidação da estratégia do Banco junto a mercados priorizados.

Serviço Social do Comércio (Sesc)

Tentar discutir as ações de política de marketing cultural do Sesc pode ser algo um tanto complexo do ponto de vista metodológico e contra alguns princípios propostos pela instituição. Danilo Santos Miranda, diretor regional do Sesc/SP e autor do livro *Ética e Cultura*, é categórico ao dizer que o conceito de marketing cultural encontra-se deveras desgastado e que o termo tenha sido incorporado ao vocabulário das praticantes da área cultural sem preocuparem-se com as conotações possíveis do termo.

Para Danilo Santos, “ou é marketing ou é cultural”, ele afirma ainda que o grande desafio dos investimentos privados em cultura é conciliar a busca pela visibilidade com determinada ação social (incentivo), e que, antes

de se discutir cultura como negócio, ela precisa ser abordada em sua função educacional e transformadora.

Seja qual for a função da cultura para o Sesc, algo que fica patente nas ações praticadas pelas unidades de todo o Brasil é que são concebidas e articuladas para possibilitar um volume significativo de atividades com infraestrutura e êxito de suas ações. O Sesc Nacional desenvolve projetos que suprem a necessidade de circulação, formação, sistematização e apresentação nos diversos campos de ação cultural.

No caso do teatro, o projeto *Palco Giratório* possibilita a circulação de grupos de teatro e dança pelas unidades Sesc de todo o Brasil, com roteiro pré-estabelecido pela comissão de seleção. A comissão é composta por diretores regionais, especializados da área cultural, de cada um dos estados que apresentam os projetos desenvolvidos pelos grupos de sua localidade. Desta forma, o processo de seleção não é apenas para a escolha dos grupos, mas também uma espécie de indicador da forma como os projetos voltados para a formação de profissionais junto às unidades regionais estão sendo geridos.

Integrar a programação do *Palco Giratório* não requer apenas qualidade técnica por parte do grupo, como também incentivo por parte das unidades regionais no processo de desenvolvimento das artes. O projeto foi idealizado pelo técnico de teatro do Departamento Nacional do Sesc, Sidnei Cruz, em 1998. Este talvez seja o maior projeto de circulação teatral vigente no Brasil: mais 200 espetáculos já integraram o Palco Giratório nestes 10 anos de existência.

No que se refere à formação, paralelamente a apresentação dos espetáculos no *Palco Giratório*, os grupos selecionados realizam oficinas direcionadas ao público que desenvolve atividades artísticas da cidade. Com essas atividades é possível haver um intercâmbio cultural que possibilite a discussão de linguagens teatrais provenientes de outra realidade.

Mas é em uma das unidades do Sesc em São Paulo que o quesito formação tem seu maior expoente: o Centro de Pesquisa Teatral, no Sesc Consolação, coordenado por Antunes Filho desde sua criação em 1982. Centenas de jovens atores estagiaram no CPT, desde então, aprendendo novas técnicas interpretativas, contribuindo para a pesquisa de meios que,

sistematizados, resultam agora em um novo método para o ator. Também cenografia, figurino, iluminação e design sonoro têm no CPT núcleos, que unem a pesquisa de meios e de materiais à formação de artistas e técnicos dessas áreas. A dramaturgia é, igualmente, objeto de pesquisas e estudos no CPT.

O caso específico de Cuiabá: Sesc Arsenal

Inaugurado no ano de 2001, o Sesc Arsenal, em Cuiabá, foi um projeto pioneiro da administração nacional do Sesc. A unidade na capital de Mato Grosso foi a primeira do país a comportar somente atividades culturais. A restauração do antigo Arsenal de Guerra, no bairro do Porto, demandou cerca de dez anos, entre a compra do imóvel e sua devida inauguração. O espaço conta com banco de textos teatrais, biblioteca, centro de difusão musical e sala de projeção para filmes. A abertura do Sesc Arsenal representou um marco na política de utilização de produções culturais em Mato Grosso. Antes disso, as apresentações artísticas de modo geral concentravam-se no Teatro Universitário⁶ e no Cine Teatro Cuiabá⁷.

No período de sua inauguração, o Sesc Nacional enviava mensalmente uma verba para desenvolvimento de alguns projetos com o intuito de movimentar as dependências do recém-inaugurado centro cultural de Cuiabá. Nos primeiros anos, a unidade Sesc Arsenal pagava cachê por apresentações de artistas locais como forma de estímulo às produções mato-grossenses. Era o período em que a unidade estava em processo de construção identitária e buscando fidelização do público.

Havia projetos como *Dramaturgia em Cena*, que contratava grupos amadores locais para realizar leituras dramatizadas de autores como Maria Clara Machado, William Shakespeare, John Steinbeck, entre outros. Outro projeto que apesar de não ser ligado às artes cênicas sempre contou (e ainda conta) com a participação massiva de profissionais de teatro é o *Poesia*,

⁶ Fundado em 1982. Capacidade: 506 lugares.

⁷ Desativado desde 1997, atualmente o prédio encontra-se em fase de restauração com reabertura prevista para dezembro de 2008.

Versos e Cordas – projeto de popularização da literatura através da declamação de obras de autores brasileiros.

Em 2004, os recursos enviados pela Direção Nacional do Sesc foram cortados. A unidade em Cuiabá passou a não dispor mais de fundo para contratação de espetáculos locais. A nova condição de produção artística das produções locais se reduziu à possibilidade de utilizar as dependências do teatro do Sesc Arsenal na condição de pagamento pela bilheteria e destinando 15% do valor para manutenção do espaço. Essa tomada de posição do Sesc Nacional gerou certa polêmica entre a classe artística, mas a aceitação da nova diretriz de funcionamento deu-se por conta de o Sesc Arsenal ter passado a configurar-se, neste tempo, como um espaço com o público minimamente fidelizado.

Outra política administrativa praticada pelo Sesc é a de possibilitar o maior número possível de produções a comporem a programação, inviabilizando assim a permanência de temporadas por um período maior que duas semanas. Trata-se de um fator complicador, considerando que uma peça teatral leva no mínimo quatro meses para ser montada e a possibilidade de apresentação no espaço do Sesc Arsenal nunca excede o período de quinze dias. Projetos paralelos como a *Mostra Guaná* (mostra de teatro de grupos locais) e o *Brincarolar* (colônia de férias), executados pela administração da unidade em Cuiabá, possibilitam a contratação de espetáculos locais.

Um sem-número de empresas tem propostas de marketing cultural no Brasil, porém a escolha destas acima foi feita com base nas ações que contribuíram para a formação do campo teatral tendo como estudo de caso a Companhia Teatro Mosaico.

Jornalismo cultural: a presença simbólica do teatro no discurso jornalístico

Jornalismo cultural é o nome que se dá à especialização da profissão jornalística nos fatos relacionados à cultura local, nacional e internacional, em suas diversas manifestações como artes plásticas, música, cinema, televisão,

folclore, teatro e afins. Os textos escritos para a editoria de cultura podem trazer uma reflexão sobre os movimentos culturais, aspectos históricos e características com aprofundamento.

No Brasil, a maior parte dos grandes jornais dedica à cultura um caderno diário, geralmente encartado junto ao caderno principal — é o caso do *Jornal do Brasil (Caderno B)*, da *Folha de S. Paulo (Folha Ilustrada)*, de *O Estado de S. Paulo (Caderno 2)* e de *O Globo (Segundo Caderno)*. Outros publicam um caderno semanal, como os diários econômicos *Gazeta Mercantil*, *Valor Econômico* e o *Jornal do Commercio*. Em Mato Grosso, os três jornais diários da capital possuem seus respectivos cadernos de cultura — *Jornal A Gazeta (Vida)*, *Diário de Cuiabá (DC Ilustrado)* e *Folha do Estado (Folha 3)*.

Para esta especialidade jornalística, as pautas incluem toda a área cultural, literatura, música, artes plásticas, teatro, televisão e a cobertura de eventos (festivais, exposições, *vernissages*), as instituições que geram produtos e fatos (produtoras de cinema, estúdios, galerias, museus, bibliotecas, teatros, gravadoras), as políticas públicas para a área (secretarias e ministérios da Cultura e da Educação) e o dia-a-dia do setor.

Como na maior parte das especializações jornalísticas, as fontes do jornalismo cultural são divididas entre protagonistas (artistas, produtores culturais, curadores, empresários), autoridades (secretários de cultura, funcionários públicos, diretores de fundações, museus e bibliotecas), especialistas (críticos, teóricos, historiadores de Arte) e usuários (o público).

A respeito da prática do jornalismo cultural, enquanto gênero jornalístico, Paulo Roberto Pires propõe ao jornalistas desta especialidade que:

“Os jornalistas de cultura são ou deveriam ser profissionais especializados numa tradução entre domínios, ou seja, promover um trânsito crítico entre o público e a obra, não simplesmente acompanhar a agenda, pautar um livro, disco ou espetáculo porque está sendo lançado ou estreando. O bom jornalista cultural contextualiza provoca discussão”. (PIRES *in* LINDOSO: 2007, 30).

O jornalismo cultural deve estar interessado nos aspectos da sociedade civil. Percebemos que o surgimento da sociedade civil como ator social é a maior inovação cultural dos últimos tempos. A sociedade civil, hoje, é o grande ator social no lugar do Estado. Como disse certa feita Jean-Luc Godard: “o Estado quer sempre ser uno e um só”; já o homem busca ser pelo menos dois. Direitos culturais, diversidades culturais, inovação, sociedade civil como ator social são alguns dos valores culturais contemporâneos, bem distintos daqueles que vigoraram até os anos 70 do século passado que se orientava por vetores como a identidade nacional, identidade cultural, o patrimônio e as classes sociais. Mas nesse processo de transição dos vetores determinantes das práticas culturais, bem como a sistematização destes, através da ferramenta jornalismo cultural, inúmeras discussões vêm à tona.

Muito tem se discutido nos últimos tempos sobre esta prática de Comunicação Social. Uma evidência encontrada em grande parte das discussões sobre este assunto é a questão das polarizações do jornalismo, da infinidade de oposições, pontuadas por Daniel Piza. Entre estas polarizações encontram-se jornalista *versus* acadêmico (quem tem mais propriedade para tratar do assunto?); nacional *versus* internacional (a questão se estende ou se reduz também ao nacional *versus* regional, o que tem maior relevância neste aspecto?); entretenimento *versus* erudição (que tipo de produção artística e/ou cultural deve ser priorizado?) e por último, e certamente o que causa maiores discussões, reportagem *versus* crítica (as condições de produção de especialização das publicações).

Em Cuiabá⁸, a Secretaria de Estado de Cultura de Mato Grosso organizou em 2006, o I Ciclo de Debates sobre Jornalismo Cultural, com o tema “Jornalismo, Cultura e Diversidade”, que contou com a participação dos editores dos cadernos de cultura, pesquisadores afins, bem como artistas, que são, de alguma forma, a fonte destas publicações.

Entre as inúmeras discussões levantadas no ciclo de debates, uma consideração pontuada no painel “Crítica e auto-crítica do jornalismo cultural”,

⁸Realizado de 10 a 12 de maio de 2006, o I Ciclo de Debates sobre Jornalismo Cultural foi direcionado aos profissionais de jornalismo cultural, estudantes interessados nessa área e à classe artística.

feita pela moderadora Ludmila de Lima Brandão⁹, está na definição de cultura e arte. De acordo com Ludmila, a cultura está relacionada à reprodução, e arte, relacionada à invenção. E quando estes dois termos são tomados como sinônimos é que os erros incorrem e a problemática do jornalismo cultural se instaura. É bem provável que cultura *versus* arte seja mais uma das polarizações desta prática jornalística, porém ainda não foram levadas em conta por especialistas.

O campo do jornalismo cultural em Cuiabá merece algumas considerações neste trabalho, já que, com base nele, o campo teatral se atualiza de alguma maneira. As editorias de cultura dos três veículos de comunicação impressa diária (A Gazeta, Folha do Estado e Diário de Cuiabá) possuem condições mínimas para o exercício da prática do jornalismo cultural.

O primeiro aspecto está na necessidade de o repórter de cultura na imprensa de Cuiabá cobrir as pautas dos diversos segmentos artísticos. O número reduzido – geralmente um repórter e um editor – de pessoas nas editorias de cultura não propicia nem fomenta, em suas políticas editoriais, coberturas especializadas que teriam como resultado reportagens de maior teor informativo a respeito dos mais diversos campos culturais e/ou artísticos. Outro aspecto do qual padece o jornalismo cultural na cidade é o que pejorativamente no meio jornalístico chama-se de “releasmania”. As matérias são elaboradas geralmente em conjunto com as assessorias dos eventos culturais, e muitas vezes, o release é publicado na íntegra.

No jornalismo cultural existe uma função específica: o crítico, que escreve análises críticas e comentários sobre determinada obra ou artista. Em geral, o crítico se especializa em determinada arte ou estilo e procura ter sólida formação teórica (ou acadêmica) para embasar suas opiniões. O texto da crítica é normalmente subjetivo, mas com embasamento marcado por uma linha de pensamento que em geral dialoga com outras áreas do saber. Pela informação técnica que o crítico coloca em suas matérias, o leitor hipoteticamente terá mais dados para fazer a sua própria avaliação.

⁹Historiadora e arquiteta, professora do Departamento de Artes da UFMT, doutora em Comunicação e Semiótica pela PUC/SP e pós-doutora em Crítica da Cultura pela Universidade de Ottawa, Canadá.

A presença do crítico na imprensa voltada para a cultura é um tema que traz uma discussão a mais. O desaparecimento gradativo de espaço para a crítica (ou inexistência, no caso da imprensa em Cuiabá) no jornalismo cultural gera inúmeros debates em âmbito nacional.

Embora se constitua como uma prática inerente à produção do campo cultural, a crítica necessita de uma prática da comunicação social para sua veiculação enquanto forma de ser reconhecida “fora da arena” dos produtores de bens culturais. Neste caso, faz-se referência à prática jornalística que publica os artigos críticos, encontrados especialmente nos periódicos de jornalismo cultural.

A despeito da relação entre teatro e jornalismo, Pierre Bourdieu afirma existir uma espécie de homologia entre ambas as práticas, principalmente ao jornalismo no que tange às críticas, que são frutos de julgamento. O sociólogo afirma que “o espaço dos julgamentos sobre o teatro é homólogo ao espaço dos jornais para ao quais são produzidos e pelos quais são divulgados” (Bourdieu: 2004: 44).

Apesar de apresentar algumas deficiências e resistências, o jornalismo cultural tem suas práticas colocadas à disposição no auxílio da constituição do campo teatral e evidencia a presença simbólica do teatro no discurso jornalístico. Do mesmo modo, que o discurso jornalístico se respalda nas produções teatrais para a constituição deste subcampo chamado de jornalismo cultural.

Pensamento comunicacional na Companhia Teatro Mosaico

“Para compreender a complexidade do ato comunicativo, um dos caminhos é estudar alguns elementos ou aspectos relevantes presentes na gestão do processo comunicativo nas organizações: as barreiras, os níveis de análise, as redes, os fluxos, os meios e as diversas modalidades comunicacionais existentes”
(Kunsch: 2002)

No capítulo anterior, tratamos dos eixos delineadores da produção de um campo. O que se fez foi apresentar os mecanismos de funcionamento e algumas das ferramentas comunicacionais disponíveis que operam como auxiliares no processo de formação do campo teatral.

Neste segundo capítulo, o que se pretende é abordar o pensamento comunicacional que tem norteado as práticas sociais da Companhia Teatro Mosaico. Para tanto, é necessário evidenciar como a comunicação é gestada e gerida pela organização e a forma como a prática comunicacional relaciona-se com os eixos delineadores do campo teatral.

A perspectiva de Pierre Bourdieu sobre a noção de campo aplica-se neste segundo capítulo quando a estrutura de funcionamento do campo permite que a análise seja feita simultaneamente entre os princípios de divisão internos em função dos quais se organizam e aponta a possibilidade de uma disciplina auxiliar da análise. Neste caso, os conceitos provenientes da Comunicação servirão de ferramentas para a pesquisa.

Na busca de definir e implantar uma política organizacional, a Companhia Mosaico adota modelos comunicacionais e ferramentas midiáticas com a finalidade de inserir-se na esfera da comunicação social que, como pretendemos mostrar neste trabalho, hoje responde em grande parte pela formação do campo teatral. Para tratar do pensamento comunicacional e sua relação com o campo da cultura, considera-se, no recorte temático deste trabalho, as abordagens da cibercultura (Lévy, 2000), das relações públicas e da comunicação organizacional (Kunsch, 2002) e da comunicação como cultura (Carey, 1988). Estas são abordagens teóricas que, entre outras, configuram-se como modelos de estudos vigentes na

sistematização da Comunicação como campo do saber. Deste modo, cada uma destas perspectivas será apresentada e, paralelamente à apresentação dos conceitos que as regem, serão narradas às práticas do Teatro Mosaico, ou seja, o modo como estas abordagens servem de ferramentas teóricas que não apenas balizam o pensamento comunicacional na Companhia Teatro Mosaico, mas também como ferramentas para se analisar as práticas comunicacionais da companhia.

Comunicação organizacional

A comunicação organizacional é uma competência essencial que as organizações modernas necessitam dominar, de modo a melhor gerenciar suas políticas com os mais diversos públicos. Trata-se de uma subárea da Comunicação que estuda como ocorre o processamento dos fenômenos comunicacionais nas organizações. Deste modo, analisa o sistema e o funcionamento entre a organização e seus diversos públicos.

São atividades que historicamente servem-se de ferramentas teóricas oriundas da área de relações públicas, mas que encontram-se aplicadas nas práticas profissionais de outras habilitações da Comunicação, como o jornalismo e a publicidade. Pode-se dizer que a comunicação organizacional é uma ferramenta concebida modernamente para projetar o futuro da organização com atividades no presente, pretensão análoga à da idéia de formação de um campo, que também possui este caráter teleológico.

De acordo com Margarida Kunsch, a comunicação organizacional compreende a comunicação institucional, a comunicação mercadológica, a comunicação interna e a comunicação administrativa (KUNSCH, 2002: 149-151). Durante algum tempo, profissionais da área de relações públicas referiam-se a este conjunto de práticas como “comunicação empresarial”. Porém, o que se percebeu com o decorrer do tempo foi que, não apenas organizações instituídas como “empresas”, propriamente ditas, pensavam em como gerir essas ações em comunicação. O termo “comunicação organizacional” passou a caracterizar uma abrangência maior, referindo-se assim às organizações – como o próprio nome já diz –, mas neste caso

independente da natureza, sejam de capital aberto, privado ou público; sejam ONGs, fundações ou corporações.

Ao fazer a elucidação do pensamento comunicacional da Companhia Teatro Mosaico, falamos do processo comunicacional dentro de uma organização. A respeito da forma como deve ser feita esta análise, Margarida Kunsch afirma que:

“(...) trata-se de um processo relacional entre indivíduos, departamentos, unidades e organizações. Se analisarmos profundamente esse aspecto relacional da comunicação do dia-a-dia das organizações, interna e externamente, perceberemos que elas sofrem interferências e condicionamentos variados, dentro de uma complexidade difícil até de ser diagnosticada, dado o volume e os diferentes tipos de comunicações existentes, que atuam em distintos contextos sociais” (Kunsch, 2002: 71)

Segundo a própria autora, a comunicação organizacional opera de modo complexo. Há, portanto, neste trabalho de dissertação, a necessidade de se esboçar, de forma sistemática, um panorama de como os processos comunicacionais são processados na organização pesquisada. E na convergência possível com o discurso da comunicação organizacional está a idéia de formação de campos de Pierre Bourdieu, ao propor que para o entendimento de um campo é necessário que se faça a análise de elementos internos e externos ao campo.

Mas, antes do início efetivo da análise, é necessário fazer a distinção de um termo que contribui para a categorização da organização teatral em estudo. Embora muitas vezes utilizadas como sinônimos, as palavras “grupo” e “companhia”, nesta asserção, e como já afirmamos anteriormente, têm conceitos distintos.

A formação de um “grupo” de teatro é caracterizada pelo conjunto de atores – em geral, em processo de formação profissional – reunidos ao redor de um fim comum a ser perseguido e que serve de centro ordenador das relações entre esses indivíduos, uns em relação aos outros, e entre eles e o fim buscado. Em geral, o grupo de teatro é uma organização em que cada decisão é tomada a partir de reuniões com toda a equipe, de modo que o

voto de todos possui o mesmo peso e os dividendos são distribuídos igualitariamente.

No caso de uma companhia de teatro, trata-se de uma organização que reúne pessoas com conhecimentos diferenciados, tais como intérpretes, diretores, cenógrafos, marceneiros, figurinistas, costureiras e outros. Todos eles têm por objetivo organizar um espetáculo, ou seja, a produção de entretenimento ao público. Uma companhia, portanto, refere-se a uma organização que trabalha com projetos artísticos e tem incumbências de direcionar recursos para pagar os salários dos artistas, aluguéis e outras despesas relacionadas à companhia. Em geral, as companhias iniciam-se como um grupo de atores amadores – caso do Mosaico, quando de sua fundação em 1995 – que se dedicam à atividade teatral sem a preocupação de remuneração, com o objetivo de simplesmente fazer experimentações. Somente depois de algum tempo, estes grupos (até então, amadores) dão início à formação de companhias.

No Brasil, era comum haver companhias que reuniam atores e técnicos em torno de um ator de prestígio como princípio de organização de grupos e companhias, conforme relata Clóvis Levi (1997). Companhias teatrais brasileiras fizeram muito sucesso e percorreram grandes extensões territoriais, tais como a de João Caetano, no século XIX. A Companhia Procópio Ferreira, a Companhia Tônia-Celi-Autran, a Companhia Nydia Lícia-Sérgio Cardoso, a Companhia Maria Della Costa são alguns dos exemplos desta forma de organização cultural. Estes atores, além de respeitados pelo grande público, eram os principais intérpretes e administravam essas companhias, além de produzir e dirigir, escolher as peças ou escrever eles mesmos seus textos, eram eles quem também detinham todas as práticas ditas de comunicação relativas à companhia.

Com base na elucidação do conceito de companhia de teatro, pode-se, por analogia, fazer uma comparação entre uma organização cultural e uma empresa, considerando alguns aspectos. As organizações culturais apresentam semelhanças com empresas privadas: ambas viabilizam ofertas de produtos e serviços através do sistema de produção, possuem um conjunto de públicos, incluindo seus trabalhadores, consumidores,

comunidade financeira, fornecedores e outros, como os membros da comunidade onde se localizam.

Porém, existe a diferença entre o relacionamento do gestor da cultura com seus públicos, e do gestor de uma empresa com os seus. Isto não só porque na organização cultural o corpo de trabalhadores-artistas/atores é diferente, mas também porque é comum no mundo das artes colocarem os desejos e as necessidades dos consumidores abaixo daqueles dos produtores – por trabalharem com a subjetividade intrínseca do criador do espetáculo.

Descartando as diferenças entre estes dois tipos de organização, cultural e empresa privada, percebemos características similares: o objetivo de sobrevivência é comum a ambas. Elas também se apresentam como sistemas de produção e têm em comum vários imperativos operacionais, tais como a necessidade de planejamento, treinamento de pessoal, administração financeira e efetivo desenvolvimento de públicos. No caso do Teatro Mosaico, a tarefa de pensar e gerir as práticas de comunicação tem sido responsabilidade ligada diretamente a dois cargos já existentes no organograma da companhia: a direção geral e a assessoria de imprensa.

Comunicação administrativa na Companhia Teatro Mosaico

O diretor geral da companhia possui formação na área de Artes Cênicas, com habilitação em Direção Teatral, o que o respalda a elaborar todo o plano de ação das atividades da organização. É ele quem determina que espetáculos serão montados ao longo do ano e quem faz intervenções junto aos órgãos fomentadores da prática teatral – já mencionado no capítulo anterior desta dissertação. Além de congregar as funções administrativas da companhia, bem como movimentação financeira das contas e pagamento de artistas e prestadores de serviços terceirizados.

De acordo com Margarida Kunsch, estas atividades são concernentes ao que ela chama de comunicação administrativa, “que processa dentro da organização, no âmbito das funções administrativas, e que permite viabilizar todo o sistema organizacional por meio de uma confluência de fluxos e redes” (Kunsch, 2002: 152). Neste caso, o diretor é quem planeja, coordena, dirige e

controla os recursos da Companhia Teatro Mosaico. A gestão de informação, nesta instância organizacional, pressupõe um contínuo processo de comunicação para alcançar objetivos. E o que se organiza de fato é, portanto, o fluxo de informações que permitirá à organização sobreviver, desenvolver-se e manter-se. A gestão da comunicação administrativa, na Companhia Mosaico, é considerada ferramenta organizacional que contribui para a longevidade da companhia, que está em atividade desde o ano de 1995.

A estrutura de funcionamento da companhia necessita também de um outro profissional para auxiliar nas atividades concernentes ao processo administrativo e, por consequência, as informações consideradas importantes do ponto de vista da comunicação administrativa da organização teatral. A companhia conta com os serviços de um contador responsável pelo balanço anual de suas atividades, além de ser responsável pela manutenção dos tributos e impostos pagos pela companhia para estar em funcionamento e também pela contabilidade a ser declaração do Imposto de Renda.

Companhia Teatro Mosaico é o que pode-se chamar de nome fantasia da empresa *Grupo Associação Centro Cultural Companhia Mosaico*, inscrita sob o CNPJ nº. 00.881.669/0001-30, categorizada com empresa sem fins lucrativos de caráter cultural, a que se refere o artigo 15 da Lei nº. 9.532, de 10 de dezembro de 1997.

Sendo assim, todas as questões concernentes à tributação do Teatro Mosaico, na condição de empresa propriamente dita, ficam a cargo do contador. Dados contábeis, considerados na perspectiva da comunicação organizacional, são fundamentais para o funcionamento da companhia. Estar em dia com esta documentação é condição *sine qua non* para concorrência em licitações públicas ou privadas de eventos, prêmios e editais – muitos dos quais conferem à companhia respaldo profissional.

Neste caso, dados tributários e suas implicações judiciais são itens altamente relevantes quando se trata das atividades de uma companhia de teatro¹⁰. Na verdade, esses itens acabam sendo determinantes para o funcionamento legal e conseqüente formação de imagem e conceito

¹⁰ Em Mato Grosso, além da Companhia Teatro Mosaico, existe apenas mais uma companhia que possui esta estrutura de funcionamento, com inscrição no Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica e lógica própria de atividade, que é o Teatro Fúria. As outras companhias e grupos em atividade ficam excluídas de determinados editais por conta de não possuírem esta estrutura administrativa.

favoráveis para o desenvolvimento de suas atividades perante os mais diversos públicos com os quais a companhia se relaciona.

Comunicação institucional na Companhia Teatro Mosaico

As atividades concernentes à comunicação institucional do Teatro Mosaico concentram-se na figura do assessor de imprensa. Com formação em Comunicação Social, habilitação em Jornalismo, este profissional encarrega-se das atividades da assessoria de imprensa, imagem institucional e relação com o público externo. Margarida Kunsch, mais uma vez, vale-se de uma função para esta especificidade da comunicação organizacional responsável direta pela construção e formação de uma imagem e identidade corporativas fortes e positivas.

A autora afirma que “a comunicação institucional deve agregar valor ao negócio das organizações e contribuir para criar um diferencial no imaginário dos públicos” (Kunsch, 2002:167). Na perspectiva da comunicação institucional existem ferramentas auxiliares na execução de suas funções: relações públicas, assessoria de imprensa, imagem e identidade corporativas e editoração multimídia¹¹.

Outro autor que contribui significativamente para a explanação do conceito de comunicação institucional é Gaudêncio Torquato do Rego:

“a comunicação institucional objetiva conquistar simpatia, credibilidade e confiança, realizando, como meta finalista, a influência político-social, utilizando para isso, estratégias de relações públicas, tanto no campo empresarial, como no governamental, de imprensa, publicidade, até as técnicas e práticas de *lobby*” (Torquato do Rego, 1986: 37)

O objetivo principal da comunicação organizacional é projetar um conceito adequado da organização perante os públicos interno e externos, com suas políticas e valores, além de desenvolver formas de comunicação que contribuam para a operacionalização dos sistemas e atividades. Então, a

¹¹ Margarida Kunsch ao tratar das ferramentas da comunicação organizacional ainda discorre sobre a prática da propaganda institucional, marketing social e marketing cultural. Porém, para esta análise, algumas destas ferramentas não se aplicam ao objeto de estudo.

partir deste momento, as práticas concernentes à organização institucional serão apresentadas tendo em vista a perspectiva teórica da autora Margarida Kunsch e o empirismo do objeto em questão.

Relações Públicas

As ações desenvolvidas pelas relações públicas referem-se às estratégias de planejamento das organizações, o que é possível a partir da abertura de canais de diálogo com seus públicos. Como afirma Margarida Kunsch, “é um trabalho de relações públicas via comunicação institucional, que busca conhecer os públicos numa perspectiva dinâmica (...) levando em conta as contingências, as ameaças e as oportunidades” (Kunsch, 2002:167).

Como habilitação dos cursos de Comunicação, a prática das relações públicas é possível pelos profissionais graduados nesta subárea, que durante o processo de formação aprendem as técnicas necessárias para o desenvolvimento desta prática comunicacional. No caso específico da companhia de teatro estudada, não existe um profissional que possua essa formação acadêmica.

Porém, o que se percebe é que a forma como as atividades de comunicação são executadas na Companhia Teatro Mosaico tendem a ter uma abordagem muito próxima do que propõem as grades curriculares da habilitação em relações públicas. É nesta interface das práticas midiáticas que se evidenciam o modo de funcionamento da proposta comunicacional da organização, possivelmente enquadráveis num campo comunicacional “híbrido” denominado comunicação organizacional.

Assessoria de imprensa

No que se refere ao trabalho específico de assessoria de imprensa, o assessor é responsável pela divulgação das ações realizadas pela companhia e elemento fundamental na comunicação das empresas, pois é quem intermedeia as relações entre assessorado e público externo. É o assessor de imprensa que atende aos jornalistas, facilitando o trabalho da

imprensa; é quem assessora o *staff* da instituição; é também quem analisa as oportunidades e contribui para o processo de tomada de decisão.

Para isso, a assessoria de imprensa se responsabiliza pelas ações de comunicação. A assessoria tem a função responsável pela produção e envio de *press releases* à imprensa para a divulgação de determinada atividade em pauta. Além disso, contata outros veículos de comunicação, especialmente as emissoras de televisão, para agendamento de entrevistas e produção de imagens para exibição.

Para exercer esta função, o Teatro Mosaico conta com um assessor de imprensa com formação profissional em jornalismo. Como é recorrente no trabalho de assessoria, o jornalista, além das práticas típicas do jornalismo, tem a função de fazer também a produção da companhia. Em função disso, algumas etapas do trabalho de assessoria tornam-se possíveis com maior eficácia.

Muitas vezes ocorre de o Teatro Mosaico contratar assessoria de imprensa de uma empresa terceirizada, específica para o período de temporada de um espetáculo, porém não participa ativamente do período que antecede à estréia efetiva. Neste caso, o assessor de imprensa faz parte do processo de montagem, o que facilita selecionar as informações mais relevantes. Deste modo, acontece automaticamente o que muitos manuais de assessoria (Lorenzon & Mawakdiye: 2006) propõem para o exercício desta prática: a noção de pertencimento do assessor com seu assessorado.

A dinâmica do trabalho de assessoria de imprensa propõe que, para um trabalho ser considerado eficaz, é necessário que as informações sejam precisas e que se difundam numa quantidade significativa de veículos. Trata-se, portanto, de se evidenciar a associação do aspecto qualitativo e quantitativo desta prática comunicacional. Como isso acontece no Teatro Mosaico? Esta é uma organização cultural com ênfase na prática teatral, ou seja, uma “empresa” cujo “produto” ou “serviço” é um espetáculo artístico. Sendo assim, para que haja um interesse por parte do público para consumo deste “produto”, é necessário que a formação do campo teatral tenha aproximações diretas com o campo das práticas comunicacionais.

E de que forma isso é possível? Existem várias etapas desde a concepção até o lançamento deste “produto” ou “serviço”. O processo de

montagem de um espetáculo é possível após todos os trâmites burocráticos para a viabilização do projeto, confirmação de verbas para execução, escolha do texto e elaboração da proposta de encenação. Inicia-se, em seguida, o período de ensaios. Em geral, todas estas etapas citadas tornam-se pauta junto às editorias especializadas. Sendo assim, o processo todo de montagem de um espetáculo pode ser explorado de diversas formas no que se refere ao trabalho de assessoria de imprensa.

Alguns aspectos da assessoria de imprensa do Teatro Mosaico podem ser ressaltados aqui como forma de singularidade e elucidação da prática de assessoria de acordo com as necessidades da companhia. Por ser uma organização cultural, os *press releases*¹² da companhia direcionam-se às editorias especializadas em cultura. No meio jornalístico, diz-se que este tipo de editoria trabalha com “matérias frias”, ou seja, matérias que não prescindem de uma apuração imediata e cobertura ostensiva do fato. Isto acontece em função de estes eventos serem planejados previamente, o que possibilita um agendamento por parte da assessoria ao contatar os veículos de comunicação.

Um aspecto relevante ao se tratar do trabalho de assessoria é que, o jornalismo, especialmente os cadernos de cultura, padece da prática conhecida como *releasmania*. Este fenômeno relacionado às práticas de comunicação organizacional ocorre quando o jornalista recebe o material de divulgação de uma assessoria e o reproduz integralmente no jornal onde trabalha. Do ponto de vista jornalístico, isto incorre em erro, pois algumas das informações contidas no material de divulgação podem não ser procedentes ou interessar apenas à organização emissora das informações.

Porém, como forma de divulgar as informações de maneira mais clara possível, os assessores de imprensa já preparam este material de forma a ser utilizado na íntegra. Para a assessoria, o tratamento dado pelos jornais ao material de divulgação é interessante, pois não se corre o risco de haver alguma informação truncada, já que alguns termos técnicos são extremamente próprios dos praticantes da manifestação artística que formam

¹² *Press releases*, comunicados de imprensa, ou apenas *releases* são documentos divulgados por assessorias de imprensa para informar, anunciar, contestar, esclarecer ou responder à mídia sobre algum fato que envolva a organização, positivamente ou não. É, na prática, uma declaração pública oficial e documentada da organização.

um público específico. Neste caso, a função do assessor de imprensa é traduzir, de modo compreensível, determinado vocabulário utilizado mais enfaticamente apenas na comunidade artística.

Em alguns aspectos, as atividades próprias da assessoria de imprensa se mesclam com o que é considerado próprio das relações públicas. Um exemplo é encontrado em um trecho da obra de Margarida Kunsch:

“Contatos pessoais, visitas de assessores de imprensa às redações, em horários apropriados, e de jornalistas às instalações da organização para entrevistas com dirigentes e outras fontes, organização de eventos, constituem ótimos meios para estreitar e manter relacionamento entre as organizações e a imprensa” (Kunsch: 2002, 192)

O que se percebe é que aquilo que os cursos superiores em Comunicação tentam com fervor em sistematizar, categorizar e classificar o que é próprio de cada uma das habilitações constitui em uma divisão didática e que habita o campo teórico das discussões a respeito destas especialidades. Já, no plano prático, estas funções se cruzam e constituem uma nova configuração de trabalho, onde o objetivo maior é o que preconiza a comunicação: a sempre desejável eficácia da mensagem e a produção de sentido.

Imagem corporativa

No uso popular, os termos imagem e identidade podem ser classificados como sinônimos quando se refere a uma empresa. Porém, para o campo das relações públicas, existe uma distinção significativa entre estes dois termos, que se auxiliam de modo a constituir a idéia de determinada organização.

Enquanto “imagem é aquilo que passa no imaginário, a identidade é constituída das ações e do modo de funcionamento de uma organização” (Kunsch, 2002). Percebamos como ocorre a constituição da imagem e identidade corporativa do objeto pesquisado, o Teatro Mosaico.

A imagem constituída ao longo dos quase treze anos de existência da companhia, em 2008, é sustentada pelo profissionalismo empregado na construção de seus espetáculos. Quando a companhia transferiu a sede do Rio de Janeiro para Cuiabá, com a intenção de montar um espetáculo com atores residentes em Mato Grosso, uma das primeiras ações da organização foi a abertura de um edital de seleção de novos atores.

No processo de produção de uma imagem corporativa, é possível verificar como as ferramentas comunicacionais auxiliam na formação do campo de artes cênicas. A divulgação do edital de seleção deste primeiro elenco em Cuiabá, através do jornalismo cultural praticado pelas editorias do jornais diários foram de grande valia.

Os organismos de fomento de práticas culturais na cidade de Cuiabá também são contribuintes da formação de uma imagem corporativa para o Teatro Mosaico: a escolha de um projeto da organização entre tantos outros projetos confere à companhia uma condição privilegiada em relação a outras organizações de mesmo ramo de atividades.

Para explicitar um pouco mais sobre a imagem corporativa, mais uma vez farei uso do trabalho de Margarida Kunsch, segundo a autora:

“A imagem representa o que está na cabeça do público a respeito do comportamento institucional das organizações e dos seus integrantes, qual é a imagem pública, interna, comercial e financeira que passa pela mente dos públicos e da opinião pública sobre as mesmas organizações” (Kunsch, 2002: 171)

Para conseguir informações que subsidiem a idéia desta imagem corporativa do Teatro Mosaico foram colhidos alguns depoimentos aleatórios entre os vários públicos da companhia, o que inclui atores profissionais e amadores, ativistas culturais, jornalistas, entre outros profissionais:

*“Não precisa mais sair de seu lugar e ter que ir pro eixo. Ontem, por exemplo, eu vi um espetáculo chamado (Auto da) Estrela Guia, do Teatro Mosaico, lindo, produzido por gente daqui mesmo”*¹³. Fernanda Montenegro, atriz.

¹³ Entrevista concedida ao programa MTTV 1 – TV Centro América 02/03/2004.

*“O Teatro Mosaico pode ser considerado como um divisor de águas do teatro em Mato Grosso. Muitos artistas das artes cênicas de hoje foram influenciados pelos trabalhos do Mosaico. É o caso de Alice (Oliveira), Maurício (Ricardo), que fizeram parte da primeira montagem de Muito Barulho Por Nada aqui e carregam esta influência”*¹⁴. Gilberto Nasser, ator e diretor teatral.

*“Eu já tinha visto quase tudo do Mosaico, mas quando eu vi A Menina e o Vento, na Casa Cuiabana, fiquei muito emocionada, eu tinha sido convidada para fazer parte do elenco e por outros motivos não pude continuar no processo, mas fiz questão de estar na estréia e lembrar dos meus tempos de menina naquele quintal com bananeiras e tamarineiros”*¹⁵. Vera Capilé, cantora e psicóloga.

*“Eu sou muito suspeita pra falar, fiz parte de quase todas as montagens do Mosaico, desde Muito Barulho (Por Nada) até A Caravana (da Ilusão). Entrei no oficinão que teve e que encerrou com a montagem de Auto da Estrela Guia”*¹⁶. Michelly Thomaz, atriz

*“Eu sempre ficava perseguindo Sandro (Lucose) pra trabalhar com a gente aqui no colégio e nunca dava certo, até que um dia ele topou montar um espetáculo pra comemorar o dia de Maria, no Colégio Coração de Jesus e desde então firmou-se uma parceira, eu já nem sou mais diretora do colégio, mas ainda acompanho o trabalho de Sandro com o Mosaico e com os alunos do colégio”*¹⁷. Ir. Erli Terezinha, freira e ex-diretora do Colégio Coração de Jesus.

“Bem, são poucas empresas de atividades culturais em Cuiabá que têm situação regulamentada e com CNPJ, e o Mosaico é uma destas. Além disso, o Sandro sempre imprime autoridade nos trabalhos dele, seja uma simples gincana encomendada pela gente, ou seja nas peças teatrais dele. Por isso é

¹⁴ Entrevista concedida para a realização deste trabalho em 26 de fevereiro de 2008.

¹⁵ Entrevista concedida para a realização deste trabalho em 04 de abril de 2008.

¹⁶ Entrevista concedida para a realização deste trabalho em 03 de março de 2008.

¹⁷ Entrevista concedida para a realização deste trabalho em 26 de fevereiro de 2008.

*que a gente sempre conta com os serviços prestados pelo Teatro Mosaico*¹⁸.
Silvia Ribas, proprietária da Indústria d'Eventos.

*“Em 2006, o Mosaico cumpre uma das etapas mais maduras do seu processo artístico, sob recortes da commedia dell’arte e do barroco espanhol. Monta a primeira peça escrita por Ariano Suassuna, Uma Mulher Vestida de Sol, de 1947. A única tragédia do autor é transposta para um espaço propício à aridez daquela peleja familiar, a Chapada dos Guimarães, com direção de Maira Jeannyse. Resulta uma encenação bem-cuidada, com aquele espírito “amador” do fazer teatral, a defesa incondicional de um projeto coletivo. Entre a dolência e o riso nervoso, espreita-se um Brasil dado a contracenar com arcaísmos e modernidades*¹⁹. Valmir Santos, jornalista da Folha de S. Paulo

Nos textos acima mencionados encontramos os diversos públicos que atendem e são atendidos pela companhia. São profissionais da área de teatro (pares), crítica especializada, fornecedores, atores da companhia e prestadores de serviços. O que sustenta a idéia das relações públicas que têm como objetivo estabelecer o diálogo entre os diversos públicos com os quais a organização se relaciona.

Outra instância legitimadora e constitutiva da imagem corporativa são as ações praticadas pela organização e que passam a ter visibilidade graças aos meios de comunicação, pois pode-se dizer que, na contemporaneidade, a existência efetiva dessas organizações é possível a partir do momento em que passam pela instância midiática.

A participação junto a festivais de âmbito nacional é outro elemento constitutivo dessa imagem. Os festivais mais reconhecidos pela crítica, pelos pares do ambiente teatral e pelo público possuem curadoria que seleciona os espetáculos considerados de melhor qualidade e viabilidade técnica para comporem a programação. Deste modo, os curadores legitimam sua

¹⁸ Entrevista concedida para a realização deste trabalho em 23 de fevereiro de 2008.

¹⁹SANTOS, Valmir. **Cada qual em seu quintal sob o céu do outro**. Disponível em <http://www.itaucultural.org.br/proximoato2006/pdf/preencontros/textovalmirsantos.pdf>. Acesso em 25 de novembro de 2007

condição de autoridades que definem a entrada de distintas companhias nos circuitos dos festivais.

Porém, de modo dialógico, a seleção de espetáculos de qualidade satisfatória confere a eles a condição de “bons” curadores. O processo de construção da imagem corporativa depende de instâncias legitimadoras que atuarão de forma a fornecer aos diversos públicos um panorama do que venha a ser algo realmente significativo, neste caso, na produção das artes cênicas no Brasil.

O trabalho despendido para a produção de uma imagem corporativa positiva requer um longo período. Porém, para que esta imagem ganhe dimensões negativas, basta apenas um mal-entendido ou ação que possa denegrir a organização e a suposta imagem corporativa favorável seja dissolvida. Quando isso ocorre, o profissional responsável tem um trabalho significativo que consistirá no gerenciamento de crise e na reconstituição da imagem corporativa da organização.

Até o presente momento, casos como esse não ocorreram com o Teatro Mosaico, objeto desta pesquisa, embora certamente nem todas as relações numa organização possam ser consideradas harmoniosas, mas que procedem dentro dos parâmetros da sociabilidade e da civilidade no mundo do trabalho contemporâneo.

Alguns fatores constitutivos da imagem corporativa foram apresentados nesta síntese da referida prática na Companhia Teatro Mosaico, mas existem alguns fatores intrínsecos e ocultos que auxiliam no processo de formação da imagem corporativa que muitas são vezes são desconhecidos do próprio administrador, bem como de seus públicos.

A respeito da complexidade desta prática, Margarida Kunsch diz que “conhecer e administrar a questão das imagens das organizações, pelo fato de esta natureza ser intangível, é algo complexo constituindo sempre (...) um desafio saber conduzi-la” (Kunsch, 2002: 171).]

Identidade corporativa

Nas Relações Públicas, a identidade corporativa é obtida com base nos constitutivos específicos das organizações. Seria a junção de todas as ações praticadas dentro da organização com o intuito de sua formação:

“Assim, a identidade corporativa consiste no que a organização efetivamente é: sua estrutura institucional fundadora, seu estatuto legal, o histórico de desenvolvimento ou de sua trajetória, seus diretores, seu local, o organograma de atividades, suas filiais, seu capital e seu patrimônio. E também no que ela faz: todas as atividades que movem o sistema relacional e produtivo, compreendendo técnicas e métodos usados, linhas de produtos ou serviços, estruturas de preços e características de distribuição” (Kunsch: 2002:172).

Ao contrário do que propõe a imagem corporativa, a identidade corporativa é uma manifestação tangível da personalidade da organização, respaldando-se nas ações concretas que personalizam a organização e existem alguns determinantes neste caso: a comunicação, o comportamento e o simbolismo.

O comportamento consiste no efetivo das ações que a organização desenvolve e a forma como o público percebe essas ações. No caso da Companhia Teatro Mosaico, por tratar-se de uma organização cultural com fins específicos de realizações teatrais, o que se espera é um rigor estético na produção de espetáculos.

A divisão de trabalho e as funções na companhia permitem ao público notar visualmente a forma como é conduzido o processo de criação de um espetáculo. É o caso dos figurinos, que são confeccionados a partir de pesquisas que seguem a proposta do texto e vão de acordo com a intenção do diretor. Assim, os figurinos têm como prioridade ser esteticamente bonitos e funcionais à cena. Atualmente, quem responde pelos figurinos da companhia é Pedro Lacerda²⁰.

²⁰ Pedro do Carmo Lacerda é formado em Artes Cênicas, habilitação em Cenografia pela Universidade do Rio de Janeiro. Atualmente, desenvolve os figurinos da série Sítio do Pica-Pau Amarelo da Rede Globo de Televisão. Já recebeu vários prêmios pela idealização e confecção de figurinos na Companhia Teatro Mosaico, dentre os quais do III Prêmio Universitário ao Teatro (1996) e Festival Macaense de Teatro (1997).

A participação no circuito de festivais²¹, com curadoria idônea, aufere às atividades da companhia respaldo profissional, pois a lógica da formação da identidade corporativa perpassa pelas atividades exercidas na companhia em relação a outras instituições, no caso de associações e entidades culturais que promovem os festivais de teatro.

Ainda tratando da identidade corporativa da companhia é importante dizer a origem do nome da companhia. O nome Mosaico, grupo criado no Rio de Janeiro, surge de uma alusão ao calçadão de pedras portuguesas do conhecido bairro de Copacabana, e pressupõe a idéia de vários pedaços que se juntam para formar uma imagem. Assim, metalinguisticamente, o mosaico é a identidade do Mosaico.

Para tentar traduzir este sentido, a logomarca da companhia foi criada pela designer Cândida Bitencourt, em 2001. A letra M é disposta ao centro de um losango equilátero composto de inúmeros quadrados menores, como se fossem as peças que compõem o mosaico. A fonte utilizada é uma fonte barroca em referência à proposta de pesquisa utilizada pela companhia, sempre remetendo à cultura popular, carregada de barroquismos. As cores da logomarca são laranja e marrom²². (ver imagem em Anexos, pg. 119).

Elementos da cibercultura na formação do campo teatral

A transformação espaço-temporal contemporânea, impulsionada pelo advento das novas tecnologias e pela transformação dos discursos da modernidade, vai caracterizar ao que convencionou-se chamar de "civilização do virtual" (Scheer: 2005). Embora seja marcada pelas tecnologias digitais, a civilização do virtual não se caracteriza simplesmente – importante salientar – por uma obra puramente tecnológica/tecnocrática. A relação entre a

²¹ VI Festival Carioca de Novos Talentos (1996), IV Festival Macaense de Teatro Amador (1996), III Prêmio Universitário ao Teatro (1996), Festival Internacional de Londrina (1997), XI Festival Universitário de Blumenau (1997), XVIII Festival Nacional de Teatro de São José do Rio Preto (1998), II Festival de Teatro de Dourados (2002), Goiânia em Cena (2003), Janeiro de Grandes Espetáculos (2004), Centro em Cena (2004), Festival Palco Giratório (2006), I Festival de Bonecos de Porto Velho (2006), Festival para Infância de Pernambuco (2007) e Festival de Teatro de Curitiba (2003, 2004 e 2006).

²² De acordo com Ondina Balzano, em seu estudo cores, afirma que laranja significa movimento e espontaneidade, além de pertencer ao grupo das cores quentes, é uma cor estimulante. O marrom associa-se à idéia de estabilidade, além de pressupor maturidade e responsabilidade.

tecnologia e a sociedade se dá sempre num caminho de influências bi-direcionais. Os imaginários social e tecnológico se constroem através de interferências mútuas e complexas, provocando um processo dialógico.

O dialogismo, proposto nesta (agora nem tanto) nova forma de conceber as experiências espaço-temporais, funciona numa lógica adversa àquilo que se concebia acerca da cibercultura. Suas lógicas de funcionamento são determinadas pelos próprios usuários, o que reforça o caráter dialógico e co-determinante da emergência das novas tecnologias, contrariando as previsões de ficção científica que imaginava no futuro próximo (agora passado) que os aparatos tecnológicos seriam detentores e ditadores do modo como a sociedade viveria. Porém, o que acontece é um processo relativamente inverso, como afirma Castells: “a internet é uma tecnologia maleável, suscetível de ser modificada profundamente pela prática social” (Castells, 1999:13).

George Orwell, em seu romance *1984*, escreveu sobre um personagem fictício chamado de Grande Irmão, inteligência artificial que seria capaz de policiar e ditar os modos de sociabilidade. Porém, a atualização dessa figura despótico-digital é colocada em cheque com a aplicabilidade da cibercultura. Pois em vez de convergência, a dinâmica desta proposta é a da difusão com informações que se espraiam numa velocidade e efeitos incomensuráveis. No bojo destas difusões, acontece a atualização das noções de comunicação na contemporaneidade.

Enquanto lógica de percepção, a cibercultura se incorpora às práticas sociais de modo a auxiliar circunstancialmente na produção de diversos campos sociais. Segundo Castoriadis, “a tendência dominante entre os setores afluentes da sociedade é maximizar as vantagens de que dispõe o aparato tecnológico” (Castoriadis: 1998:202), que seria a apropriação produtora da cibercultura, que encontra sua face nas requisições e possibilidades do computador.

A respeito destas “requisições e possibilidades”, Lucia Santaella pontua a mudança no *habitus* da sociedade que passa então a ser mediada pelo aparato tecnológico e evidencia a modulação homem-máquina:

“(...) a tecnologia computacional está fazendo a mediação de nossas relações sociais, de nossa auto-identidade e do nosso sentido mais amplo de vida social. O telefone celular, o fax portátil, o computador *notepad* e várias outras formas eletrônicas de extensão humana se tornaram essenciais à vida social e se constituem nas condições para a criação da cibercultura”. (Santaella, 2003: 104).

A emergência do pensamento comunicacional apropriado das novas tecnologias da informação torna-se possível se atendermos à lógica dos princípios propostos por Pierre Lévy para o crescimento inicial do ciberespaço: a interconexão, a criação de comunidades virtuais e a inteligência coletiva.

De acordo com Lévy, a conexão é sempre preferível ao isolamento, a proposta da interconexão atende aos primórdios da comunicação, que refere-se ao conceito de estar em grupo, partilhando dos mesmos interesses. Porém, nunca lógica *anti-mídia*, a interconexão não se respalda na pertinência de um veículo de informação no espaço. A conexão, por si só, se constituiria como um espaço envolvente, um canal interativo, anulando assim a proposta de mediação, já que a interconexão é um outro espaço – aquilo que Foucault chama de heterotopia (Foucault: 1984). Sendo assim, “a interconexão constitui a humanidade em um contínuo sem fronteiras, cava um meio informacional oceânico, mergulha os seres e as coisas no mesmo banho da comunicação interativa”. (Lévy: 2002, 127). A interconexão seria a esfera espaço-temporal onde a cibercultura se realiza.

Ao tratar do segundo princípio, as comunidades virtuais, podemos dizer que haja uma maior aplicabilidade junto ao objeto em estudo, pois com o advento de programas e softwares, a constituição desta comunidade virtual tornou-se possível. Além de pertencerem à cibercultura, as comunidades virtuais são públicos em potencial, ou efetivo, que encontram no espaço virtual um meio capaz de estabelecer um diálogo de interesse comum entre os indivíduos que constituem determinadas comunidades virtuais.

De acordo com Rheingold (1993), todos os ambientes comunicacionais na rede se constituem em formas culturais e socializadoras do ciberespaço naquilo que vem sendo chamado de comunidades virtuais. E podem ser consideradas como uma atualização das formas clássicas de sociabilidade

porque nas comunidades virtuais pode-se fazer quase tudo: “conversamos e discutimos, engajamo-nos em intercursos intelectuais, realizamos ações comerciais, trocamos conhecimento, compartilhamos emoções, fazemos planos, trazemos idéias, fofocamos, brigamos, apaixonamo-nos, encontramos amigos e os perdemos, flertamos, criamos arte e desafiemos um monte de conversa fiada” (Rheingold *apud* Santaella: 2003, 122).

E como pontua ainda Santaella (2003), o êxito das práticas do ciberespaço se deve ao fato de serem respaldadas e atualizadas a partir de práticas comunicacionais pré-existentes, potencializadas a partir do aparato tecnológico. O ciberespaço se apropria de todas as linguagens: a narrativa textual, a enciclopédia, os quadrinhos, os desenhos animados, o teatro, o filme, a dança, a arquitetura, o design urbano. Assim, nesta malha híbrida de linguagens, nasce algo novo, que, sem desconsiderar a existência do que o precedeu, emerge com uma identidade própria. Essa reconfiguração da linguagem é responsável por uma ordem simbólica específica que afeta nossa constituição como sujeitos culturais e os laços sociais que estabelecemos.

Ao analisar esta “nova” ordem simbólica, a comunicação organizacional percebeu as vantagens da cibercultura para realização da prática comunicacional. O relativo baixo custo e a agilidade no envio de informações disponíveis maximizam os resultados da prática da comunicação organizacional no ciberespaço, que é “o espaço de comunicação aberto pela interconexão mundial dos computadores (...) que inclui o conjunto dos sistemas eletrônicos que transmitem informações provenientes de fontes digitais ou destinadas à digitalização” (Lévy: 2000, 92). *Mailing list, e-flyers*, as fotografias digitais são alguns dos recursos possíveis de serem executados pelas assessorias de comunicação com o auxílio dos recursos técnicos do ciberespaço.

Essa utilização vantajosa do ciberespaço talvez seja o aspecto mais atual da cibercultura e aponta para tendências nas relações públicas e na comunicação organizacional.

Cibercultura e Teatro Mosaico

A imersão da Companhia Teatro Mosaico no ciberespaço é possível de ser analisada à luz dos conceitos propostos por Pierre Lévy, principalmente se levarmos em consideração todos os dispositivos que o ciberespaço dispõe para auxiliar a formação do campo teatral.

A criação de uma comunidade virtual da organização cultural pesquisada nesta dissertação tornou-se possível através de duas ferramentas: a página virtual da companhia e a página de relacionamentos *Orkut*. Graças a estas ferramentas, públicos que já assistiram aos espetáculos, ou aqueles que ainda não assistiram, mas que de alguma forma souberam da existência do trabalho da companhia, podem estabelecer uma relação, ainda que virtual, direta com a companhia.

A página virtual do Teatro Mosaico foi criada no ano de 2002, pela programadora visual Marina Bruschi, e atendia esteticamente à proposta de unidade visual da logomarca da companhia²³, nas cores laranja e marrom. Porém, em virtude do processo contínuo de atualização das ferramentas do ciberespaço, alguns recursos disponíveis na página tornaram-se defasados. A navegabilidade era trôpega em função de uma imagem grande que compunha a página inicial juntamente com os ícones da página.

Ícones que não possuíam recursos de retorno ao menu inicial e eram executados através de janelas, o que dificultava a navegação, já que com o surgimento das *pop-ups* publicitárias, alguns *browsers* possuíam bloqueadores destes anúncios. Além disso, o site não tinha nenhum recurso dinâmico, como animações, que proporcionassem um relativo dinamismo à página virtual.

Em 2004, com o auxílio do programador visual Diego Parreira, o novo site do Teatro Mosaico foi colocado no ar. A página atualmente dispõe de uma animação inicial com imagens do espetáculo que se formam a partir do efeito “mosaico”, numa referência ao nome da companhia. A primeira página (*index*) é composta dos ícones: agenda, histórico, repertório, textos teatrais, elenco, cultura popular, imprensa, vídeos e fale conosco. (ver imagem em Anexos pg. 120).

²³ Logomarca criada pela publicitária Cândida Bittencourt em 2001.

O ícone *Agenda* apresenta as datas de apresentações de espetáculos da companhia com o recurso de uma visualização geográfica de onde os trabalhos já foram apresentados através de um mapa do Brasil. Além das próximas apresentações, ao modo de um jornalismo de serviços, é possível se informar dos locais brasileiros já visitados pelo Teatro Mosaico com seu repertório de espetáculos.

O ícone *Histórico* dispõe de um texto sintético sobre a companhia com informações básicas. No link repertório, o internauta pode conhecer todos os espetáculos apresentados pelo Teatro Mosaico, com textos e imagens destes espetáculos. Para acessar alguns textos de difícil obtenção em determinadas regiões, o site dispõe do link *Textos Teatrais*, e tem como propósito divulgar textos de autores ainda em fase de reconhecimento no campo das artes cênicas.

Para viabilizar algumas das atividades paralelas dos atores, como a participação em VTs publicitários, filmes ou ensaios fotográficos, o site possui o link *Elenco*, com imagens dos atores “de cara limpa”²⁴. Como a base de pesquisa dos espetáculos do Teatro Mosaico é a cultura popular, o link *Cultura Popular* foi criado como forma de divulgar informações a respeito desta temática. O link *Imprensa* é onde matérias e críticas a respeito dos trabalhos da companhia são disponibilizados. O link *Vídeos*, criado recentemente, disponibiliza algumas atividades, como VTs publicitários dos espetáculos, matérias jornalísticas da imprensa televisiva. E por último, o *Fale Conosco* que tem se mostrado o mais importante e significativo no ciberespaço.

Este último link se apresenta como um canal direto com os diversos públicos da companhia. Através dele é possível aos espectadores expressarem suas opiniões a respeito dos espetáculos. Interessados em contratar os serviços da companhia fazem suas propostas comerciais através deste link. Desde que o site foi reformulado com o auxílio desta ferramenta foram enviadas 873 mensagens²⁵.

Outro elemento constitutivo da comunidade virtual é a página de relacionamentos Orkut. Criado por Orkut Buyukokkten, ex-aluno da

²⁴ Expressão utilizada para designar autores sem maquiagens.

²⁵ De acordo com o servidor que hospeda a página da companhia.

Universidade de Stanford e lançado pelo Google em janeiro de 2004, o software permite reunir um conjunto de perfis de pessoas e suas comunidades. Nele é possível cadastrar-se e colocar fotos e preferências pessoais, listar amigos e formar comunidades. A comunidade do Teatro Mosaico foi criada em 17 de junho de 2006. Atualmente, conta com 221 membros, número não muito significativo se comparado às tantas outras comunidades existentes no mesmo software, porém algumas considerações devem ser feitas em relação ao grau de interatividade produzido nesta comunidade. (ver imagem em Anexos pg. 121).

A comunidade é composta por pessoas com diversos níveis de afinidade com a companhia. Atores, ex-atores, amigos dos atores, atores de outras companhias, alunos das oficinas realizadas pelo Teatro Mosaico. A comunidade possui uma ferramenta virtual que possibilita a criação de fóruns de discussão. Esses fóruns funcionam também como plataformas de divulgação das ações afins, não apenas ações da Companhia Teatro Mosaico. Como existe entre os membros interesse comum, esses espaços virtuais servem de “mural” para divulgação de ações relativas ao fazer teatral.

O imperativo da modernidade de redução do tempo e aumento de resultados possibilitou à cibercultura sua difusão e aceitação juntos às diversas esferas da sociedade. Alguns modos de produção foram readequados à nova lógica.

O trabalho de assessoria de imprensa encontrou na cibercultura um espaço de virtualidades capaz de minimizar custos e tempo e maximizar resultados. Em primeiro lugar, o advento das máquinas fotográficas digitais possibilitou a diminuição de custos de revelação e agilidade no envio de imagens através de suportes tecnológicos. No processo analógico, além de esperar o material ser revelado, as fotografias precisavam ser levadas juntos aos órgãos de imprensa para divulgação, o que dispendiava tempo e dinheiro. Hoje, com o auxílio de um computador conectado à internet, o trabalho de divulgação é possível de ser realizado.

Outro recurso possível é o *mailing list* ou mala direta²⁶, uma lista de endereços de destinatários aos quais a assessoria de imprensa envia comunicados, notas, credenciais ou brindes com o propósito de incentivar a publicação de determinada informação. O *mailing* geralmente é composto por endereços eletrônicos de jornalistas especializados no tema da atividade da organização, editores de veículos relevantes, agências de notícias, além do público-alvo, os espectadores. Na Companhia Teatro Mosaico, esse mailing é atualizado a cada apresentação, pois como forma de vinculação, ao final do espetáculo, os espectadores podem preencher uma ficha com o endereço eletrônico. Atualmente, até abril de 2008, a lista contava com 4.825 contatos desde o início de sua sistematização em junho de 2002.

Relacionando-se diretamente com o *mailing list*, os *e-flyers* podem assim ser considerados conteúdos de divulgação. O mailing list é um dos constitutivos da estrutura de assessoria de imprensa na cibercultura. Os *e-flyers*, por sua vez, são materiais de divulgação que atualizam as filipetas²⁷, com o intuito de dar agilidade à difusão de informações, são produzidos com um tamanho pequeno e com mínima extensão (200 Kb) para ser vinculado ao corpo de texto de emails de divulgação. Quando enviados como anexo, pode ocorrer de o navegador bloquear a mensagem, a opção mais utilizada é o envio da imagem no próprio corpo de texto do email.

Comunicação como ritual

O autor norte-americano James Carey propõe a teoria da comunicação como ciência da cultura. Para sustentar esta hipótese em sua obra *Communication as culture* (1988), o autor evidencia a existência de duas formas distintas (e coexistentes) de estudar a comunicação: a visão

²⁶ Apesar de serem sinônimos, o que se percebe é que com o advento da cibercultura, o *mailing list* relacionou-se diretamente ao âmbito do ciberespaço, enquanto que a mala direta remete à idéia do envio de material físico, via postal.

²⁷ Suporte publicitário de pequena dimensão (20 x 8 cm) muito utilizado na divulgação de festas eletrônicas, bares e boates. Espetáculos também se valem desta técnica de divulgação, um artifício utilizado para dar eficácia à esta técnica é a concessão de descontos com a apresentação da mesma no evento.

transmissiva e a visão ritualística. Carey elege a visão ritualística como sendo de maior importância na atualidade, pois além do processo comunicativo, constitui-se de um processo de sociabilidade, capaz de provocar afetos e desafetos a partir do contato entre seres, mediados ou não.

De acordo com Carey, a visão transmissiva é produto da modernidade que centrou a idéia de comunicação na transmissão de sinais ou mensagens através do espaço com o intuito de controlá-las. Na idéia de transmissão, a comunicação é um processo no qual as mensagens são transmitidas e distribuídas no espaço para o controle de distâncias e pessoas.

Uma das hipóteses que Carey sustenta é de que a origem da visão transmissiva de comunicação, no caso da cultura norte-americana, descende dos propósitos cristãos protestantes, que têm como objetivo levar a mensagem divina a todos os seres humanos e estabelecer o reino de Deus na Terra. O imperativo divino “Ide e pregai a todo mundo” acirrou a corrida pela conversão de adeptos das diversas denominações religiosas da *New England*²⁸.

Com o processo de colonização européia nos Estados Unidos, em sua maioria por cristãos, as idéias protestantes encontraram solo fértil para propagação e a missão de levar a mensagem bíblica a todo o mundo nesta geração se intensificou. Os missionários bíblicos atribuíam à graça divina a “construção” dos caminhos por onde passavam, de modo a atingir o maior número de conversos.

Porém, em 1844, com a invenção do telégrafo, a idéia de “levar a mensagem” recebeu novos contornos. Até então, levar a mensagem pressupunha o transporte da mesma por um pregador que precisava viajar (deslocar-se fisicamente no espaço) para alcançar o objetivo. O telégrafo possibilitou a viagem de ondas magnéticas. A partir de então, a idéia de transporte redimensionou-se e não se resumia mais apenas ao deslocamento de pessoas. Mas, ainda assim, o propósito de transmissão da mensagem divina estava em vigor, agora com um suporte tecnológico. Carey conta que, quando da transmissão da primeira mensagem telegráfica, Samuel Morse

²⁸ Termo atribuído pelos imigrantes ingleses ao território dos Estados Unidos da América.

disse que aquele instrumento não tinha o intuito de informar o “preço da carne de porco” e sim do que “Deus tem feito”.

Pouco tempo depois, o imperativo da modernidade solapou a vigência religiosa, e o telégrafo passou a ser utilizado em larga escala com propósitos mercantilistas, contrariando a idéia original de seu inventor. A comunicação através do equipamento possibilitou a transmissão e disseminação de conhecimento, idéias e informações. A ciência, através da experiência com a “nova” tecnologia, difundiu esta idéia de comunicação baseada na transmissão de sinais e mensagens e a consolidou como princípio comunicativo, tanto que esta idéia se encontra arraigada atualmente em boa parte do imaginário coletivo. Em paralelo, e talvez mais importante para Carey, existe o que ele chama de visão ritualística da comunicação.

Para explanar sobre a visão ritualística da comunicação, o percurso histórico que James Carey faz é para um período anterior à Modernidade. O autor diz que a visão ritualística é do período Arcaico²⁹. Para ele, o ritual está ligado a conceitos como troca, participação, associação, amizade e fé comum. A visão ritual é direcionada não através para a extensão das mensagens no espaço, mas através da manutenção da sociedade no tempo; não no ato de enviar informações, e sim na representação do compartilhamento de crenças.

A idéia de ritual, bem como a origem da visão transmissiva, advém de conceitos religiosos. O ritual se realiza na função do sermão, do pregador, dos cânticos e da cerimônia religiosa. Para Carey, isso é a expressão máxima do conceito de comunicação, e não a transmissão inteligente de informação. Ao parafrasear Durkheim, Carey diz que a sociedade substitui para o mundo revelado nossas diferentes noções de mundo que são a projeção dos ideais criados pela comunidade.

E essa projeção dos ideais da comunidade e suas materializações – dança, teatro, arquitetura, discursos – criam uma ordem simbólica que opera para prover não a informação, mas a confirmação; não para alterar fatos ou mudar pensamentos mas para representar um panorama da ordem das

²⁹ No jogo de palavras, o “arcaico” não corresponde apenas a um período histórico hipotético, e sim, à atribuição genérica da palavra.

coisas; não para melhorar as funções, mas para manifestar um contínuo e frágil processo social.

Na escala dos estudos em Comunicação, a proposta da visão ritualística da comunicação vincula-se ao bloco de pesquisas próximos da chamada Escola de Chicago. Este repertório de pesquisas se singulariza dos demais que ocorriam durante o mesmo período nos Estados Unidos, por se preocuparem com o estudo das funções e disfunções sociais. Ao tratar de funções sociais, a analogia feita é da sociedade como um corpo (humano), onde cada um dos membros tem funções especializadas de modo a propiciar o pleno funcionamento do todo. O não-funcionamento de algum destes “órgãos” configura-se como uma disfunção.

Na cidade de Chicago, estas disfunções eram fruto do contato de diversos imigrantes de diferentes nacionalidades que ao se concentrarem na região metropolitana de Chicago passaram a se enfrentar e constituírem gangues, bem como delimitarem espaços geográficos para cada uma das etnias. Foi nesse cenário que emergiu a idéia de comunicação baseada na visão ritualística da comunicação.

A maior contribuição desta visão está no fato de considerar não apenas as extensões humanas como meios de comunicação, a visão ritualística promove uma espécie de antropocentrismo nos estudos em Comunicação. É o retorno dos olhos à comunicação que não é mediada por aparatos tecnológicos.

Para este trabalho, a visão ritualística da comunicação contribui de forma a propiciar a análise de atos de produção de sentido, que não deixam de ser comunicativos, só que necessariamente não precisam ser mediados por meios de comunicação. Dentre estas práticas vinculadoras estão as experiências de platéia-foyer realizadas pela companhia, os trabalhos de arte-educação junto a escolas e também a experiência junto a movimentos teatrais.

Platéia-foyer

De acordo com Yuji Gushiken (2005), o termo platéia-foyer é atribuído à pesquisadora e crítica de dança Helena Katz, e refere-se à prática das

companhias de dança em propor debates logo após a realização de seus trabalhos artísticos, como forma de saber as impressões do público a respeito da obra. Porém, na experiência da Companhia Teatro Mosaico, a ordem desta prática inverte-se.

Durante o processo de montagem do quarto espetáculo, *A Caravana da Ilusão*, foi feita a proposta de encontros com diversos públicos como forma de capturar a impressão destes em relação ao trabalho ainda em processo de montagem.

Neste sentido, foram convidados para as sessões, pesquisadores de algumas áreas do conhecimento. Filósofos, comunicólogos, literatos, atores, diretores de cinema e teatro faziam comentários, cada qual de suas perspectivas de estudos, sobre a obra ainda em fase de criação.

Em artigo apresentado no IX Colóquio Internacional sobre a Escola Latino-Americana de Comunicação (Celacom), o pesquisador Yuji Gushiken sistematizou a experiência desta companhia, a partir do conceito em questão. Gushiken (2005) faz uma proposição quanto à lógica de funcionamento desta prática vinculadora:

“a platéia-foyer evidencia-se como instrumento de formação de platéia e público. Onde se percebe a dinâmica que esta atividade impõe ao circuito teatral e ao seu entorno sociocultural de modo mais amplo. Num primeiro momento, forma platéia que vai ao teatro fruir um espetáculo. Simultaneamente, forma um público que, mais que fluir um espetáculo, passa hipoteticamente a ter o teatro como instância mediadora de uma nova sociabilidade. Teatro torna-se mais que um texto como instância mediadora de uma nova sociabilidade. Torna-se uma espécie de obra aberta em que a participação da platéia-público é que dá a dimensão da virtualidade do trabalho cênico” (Gushiken: 2005, 13).

Como “instância mediadora de uma nova sociabilidade”, a platéia-foyer atende aos pressupostos da visão ritual da comunicação de James Carey. Ao passo, a platéia-foyer recupera o sentido da comunicação no seu sentido estrito. Do latim *communicatio*, que significa “atividade realizada conjuntamente” (Hohlfeldt: 2001, 12).

Mas não apenas estar junto. A prática de *platéia-foyer* concede ao espectador, considerado mero receptor de mensagens no processo comunicativo na apreciação de uma obra de arte, o poder de explicitação da forma como apreende uma obra e o processo de subjetivação provocado por ela. É um momento em que o apreciador do trabalho da companhia, mais que a possibilidade de contemplação de um exercício de artes cênicas, exerce o poder da fala.

Algumas das contribuições dadas pelos espectadores foram incorporadas ao formato final do espetáculo *A Caravana da Ilusão*. Mais do que apenas ouvir o que o espectador tem a dizer, nesta prática de *platéia-foyer* o apreciador do espetáculo pode interferir no processo criativo da companhia, tornando-se responsável no jogo de produção de sentido criado pela obra artística.

Em um processo análogo realizado pela companhia de dança *Cena 11*, de Florianópolis (SC), o trabalho *Skinnerbox* foi realizado com base nas experiências de *platéia-foyer*. A fase de experimentação foi chamada de Procedimento SKR – apópoce de Skinner³⁰, que consistiu na apresentação dos resultados de experimentações em improvisações, que no decorrer de dois anos resultou na montagem do formato definitivo do trabalho.

A experiência de *platéia-foyer* da Companhia Teatro Mosaico realizou-se em diversas sessões, inclusive fora da cidade-sede, num período de turnê realizado pelas capitais do Centro-Oeste, além de Palmas (TO). Durante este processo, pessoas que muitas das vezes não chegaram a ver o resultado final do trabalho puderam interferir num processo, provocando uma espécie de vínculo ainda que virtual com a obra.

Arte-educação

O ensino de artes nos programas curriculares nacionais, apesar de estabelecidos por regulamentação³¹, não se constitui como uma disciplina, e

³⁰ O nome do espetáculo é uma referência ao pesquisador norte-americano Burrhus Frederic Skinner, que uniu o processo de aprendizagem à seleção natural, em seus estudos sobre o comportamento humano. Partindo da preocupação de Skinner com a sobrevivência, outro pesquisador, Walden Two propõe a existência da sociedade experimental, que tem a experimentação criadas na obras de ficção. Sendo, assim a experimentação laboratorial é comparada por Skinner, à experimentação das práticas culturais. Argumento para o desenvolvimento do espetáculo.

³¹ Lei Federal n. 5692/71 denominada “Diretrizes e Bases da Educação”.

sim como uma atividade extracurricular, passível de avaliação. Muito se tem discutido a respeito dos métodos utilizados no ensino da arte-educação, bem como suas diversas possibilidades: ensino das artes plásticas, das técnicas de música, produção literária e interpretação teatral. No caso específico do teatro, as experiências tendem a ser auto-didáticas, tendo em vista o número reduzido de mão-de-obra qualificada para o exercício do ensino das artes cênicas.

Em boa parte dos casos, a arte-educação é a salvaguarda financeira de muitos atores e atrizes como complementação de renda. Em Cuiabá, onde cursos técnicos são oferecidos de forma inconstante e o único curso de graduação em artes cênicas ainda é recente, o que acontece é a absorção de membros da classe teatral pelas escolas públicas e privadas para implementação do ensino sistemático de teatro.

De acordo com Ricardo Japiassu (2001), a sistematização para o ensino de teatro, em contextos formais e não formais de educação feita através de jogos teatrais³², foi elaborada pioneiramente por Viola Spolin, ao longo de quase três décadas de pesquisa com crianças, pré-adolescentes, adolescentes, jovens e adultos nos Estados Unidos.

Desde 2005, a Companhia Teatro Mosaico desenvolve um trabalho de arte-educação junto ao Colégio Coração de Jesus, da Rede Salesiana de Ensino, em Cuiabá, com base na metodologia de Spolin. A proposta inicial da direção do colégio foi o ensino de técnicas teatrais através de oficinas, porém, com o decorrer do projeto, as ações começaram a se intensificar e o resultado desta parceria já rendeu a montagem de cinco espetáculos.

O ensino de arte-educação não se restringe ao mero aprendizado por parte do aluno. Neste processo, o que ocorre, em paralelo, é a formação de um público em potencial de consumidores culturais de artes. O aluno que realiza oficinas estabelece vínculos com a arte de forma que na fase de alfabetização, no caso específico dos alunos da pré-escola, atua como agente difusor das práticas teatrais.

A montagem de um espetáculo de formatura para os alunos da pré-escola do Colégio Coração de Jesus evidenciou a importância da

³² Jogos teatrais são procedimentos lúdicos com regras explícitas. No jogo teatral, o grupo de sujeitos que joga pode se dividir em equipes que se alternam nas funções de fazedores e observadores.

sistematização do ensino de arte neste nível de aprendizagem. O espetáculo foi realizado com a participação de cerca de 300 alunos de 2 a 6 anos.

No processo de montagem, os alunos tinham aula de musicalização, que foi o fio condutor da ação dramática do espetáculo e, respeitando as limitações etárias de cada um das classes, os alunos executavam uma série de ações que iam de acordo com a proposta de cada uma das canções e contribuía para a construção da cena. Interessante salientar que o processo de montagem deste espetáculo funcionou não apenas como *educação em teatro*, mas sim, *educação para o teatro*. Pois, além dos jogos teatrais, a experiência ensinou uma disciplina nos procedimentos rituais de apreciação teatral.

O que se percebeu é que não apenas a técnica da arte-educação é utilizada num processo de ensino das artes, Ocorre também uma educação para a arte. O aluno passa a conceber uma manifestação artística de um ponto de vista singular, a partir do momento em que passa pela experiência de estar no palco. Além disso, a partir dessa vivência, ainda que momentânea, ocorre um processo de vinculação social entre este aluno e a manifestação artística, no caso o teatro.

Outra experiência em arte-educação vivenciada pela Companhia Teatro Mosaico ocorreu no segundo semestre de 2007. A companhia ganhou uma licitação junto à Eletronorte S/A para realizar uma série de oficinas de teatro para alunos das comunidades em torno das torres de transmissão de energia elétrica em Mato Grosso. O intuito do trabalho era conscientizar os moradores dos perigos de contato com as faixas de servidão, onde transita uma capacidade elétrica de grande periculosidade. O projeto consistia na realização de oficinas durante quatro dias que culminaria com uma apresentação do texto estabelecido pela companhia.

Ao todo, onze escolas das cidades de Cuiabá, Rondonópolis, Sinop e Acorizal, todas em Mato Grosso, foram contempladas. O projeto, que parecia simples, pois já tinha um texto pronto e o recurso de bonecos para contar uma história, tornou-se inaplicável. A realidade educacional dos alunos da rede pública – público-alvo do projeto – mostrou que muitos deles não detinham sequer nível mínimo de leitura de textos. O recurso utilizado para contornar a situação foi a utilização de jogos teatrais com base na proposta

do texto que ao serem estimulados a “jogar”, os alunos tinham resultado mais satisfatório, do que propriamente com a memorização arbitrária do texto.

Desta última experiência, outro ponto importante a ser salientado foi o esforço em desconstruir do imaginário dos alunos a idéia que se tinha do fazer artístico. A referência mais próxima de interpretação que os alunos detinham era a da teledramaturgia brasileira. Como resultado maior, considerando as artes cênicas como um campo, no sentido de Pierre Bourdieu, das onze escolas onde o projeto foi executado, três criaram grupos teatrais para dar continuidade ao trabalho realizado pelo projeto de conscientização da convivência com as linhas de transmissão.

Breve história do teatro em Mato Grosso e a Companhia Teatro Mosaico

O desenvolvimento das práticas teatrais em Mato Grosso iniciou-se quase que paralelamente ao período de consolidação do então Arraial de Vila Real de Bom Jesus de Cuiabá. A primeira manifestação teatral registrada em Mato Grosso é datada de 1729, dez anos após a fundação efetiva da cidade de Cuiabá. Em comemoração aos resultados satisfatórios obtidos nas empreitadas de mineração aurífera, representantes da elite cuiabana celebraram a trasladação da imagem do Senhor Bom Jesus do sítio de Camapuã³³ para o arraial de Cuiabá. Este evento não foi uma mera festa religiosa barroca. De acordo com os registros de Affonso Ávila (1971), os habitantes tinham mais “regozijo dos sentidos do que propriamente de comprazimento espiritual”. (Ávila, 1971:117).

A respeito dos festejos religiosos realizados em 1729, o pesquisador Alcides Moura Lott relata que já havia referências a espetáculos teatrais como são concebidos na atualidade:

“Não é revelado nome de autores, nem de atores, nem o local das representações. Infere-se que se trata de comédias retiradas do teatro de cordel português, intencionalmente escolhidas para divertir e aliviar as tensões de crise que a população vivia. A festa era, portanto, pública, gratuita, e o espaço cênico usado era o tablado, na praça ou na rua. A representação teatral ficou restrita à apresentação de duas comédias” (Lott, 1986:31-32).

Com o desmembramento da capitania de São Paulo, em 1752, Mato Grosso passou a ter uma administração própria, dando origem à primeira capital, Vila Bela da Santíssima Trindade. A necessidade de povoamento deste território se mostrava imprescindível para fortalecimento da fronteira brasileira, porém, não havia interesse em habitar o extremo oeste brasileiro.

Como política de incentivo ao povoamento da região de Vila Bela da Santíssima Trindade, a burguesia em ascensão custeava as produções de companhias teatrais vindas de Portugal. Esta prática de custeio pode ser

³³ Atualmente compreende à região do Parque Nacional de Chapada dos Guimarães (MT).

assim considerada o início dos incentivos à produção cultural em Mato Grosso, condição *sine qua non* para a constituição de um campo.

Em 1772, ao ser investido do cargo de governador da Província de Mato Grosso, Luis de Albuquerque estabeleceu o escritório da Coroa Portuguesa em Vila Bela. O então governador identificou nas festas populares um artifício para entretenimento da população, que já apresentava algumas disfunções sociais em virtude das doenças tropicais e dificuldades da produção agrícola no Vale do Guaporé, região onde foi edificada esta primeira capital mato-grossense.

Na programação dos festejos religiosos, as apresentações teatrais se faziam presentes. O número intenso de apresentações durante este período conferiu à capitania de Mato Grosso um número de récitas superior ao de todas as outras capitanias brasileiras. Em 1790, por ocasião dos festejos de comemoração do ouvidor Dom Diogo Lara Ordonhes, foram apresentadas vinte peças teatrais em 37 dias de comemoração. Podemos inferir que esta empreitada talvez tenha sido uma espécie de primeiro festival de teatro ocorrido em Mato Grosso.

O título da primeira crítica teatral do Brasil é atribuída a Dom Ordonhes e foi redigida em Cuiabá. A descrição das peças de 1790 contidas nos diários do ouvidor conferem a este paulista a autoria do primeiro texto crítico sobre uma produção teatral. O texto tinha o título *Crítica das Festas e Lista das Pessoas que entraram nas funções principaes de agosto de 1790*. Dentre alguns dos trechos destaca-se:

“Dia muito plausível pela magnificência de um segundo baile na mesma paragem. Ele foi delineado no dia seguinte ao primeiro. Na verdade foi extraordinário o asseio de todos os máscaras³⁴, principalmente três damas que eram o major Gabriel, o alferes Joaquim Rodrigues e Francisco Dias. O ato principiou por uma fala, seguiram-se repetidas obras poéticas, recitou o tenente Antonio Gomes outra fala elogio e, finalmente, parece que faltava o tempo para tanta coisa. A música foi mais completa em razão de se achar um bom músico novo recém-chegado pelos rios, e para ela (a música) se armou melhor acomodação do que na primeira noite. A iluminação foi mais delicada, o jardim

³⁴ Denominação utilizada para designar as personagens.

estava guarnecido de estátuas no alto de cada um dos quatro arcos. A noite foi muito serena.” (Ordonhes *apud* Carvalho, 2004:108)

Na obra de Carlos Francisco Moura (1976) existem indícios que o primeiro texto escrito em Mato Grosso tenha sido apresentado na “barrigada teatral”³⁵ de 1790. Trata-se do entremez³⁶ composto pelo capitão Joaquim Lopes Poupino, apresentado no dia 24 de agosto daquele ano, que recebeu o conceito de “bastante gracioso” do ouvidor Dom Diogo Ordonhes.

Ainda na obra de Moura é possível notar que a prática teatral executada em Mato Grosso atendia ao que se praticava na Corte Portuguesa e que a rapidez com que alguns textos chegavam aqui a Mato Grosso era notável:

“Pelas datas das primeiras edições lisboetas de algumas peças de cordel pode-se verificar a relativa rapidez, para a época, com que chegavam a Mato Grosso. Pode-se dizer que os reinóis recém-chegados traziam para a capitania em suas malas e mochilas de viagem as últimas novidades da arte cênica da Metrópole” (Moura, 1976:75).

De acordo com registros históricos sistematizados por Alcides Lott, de com dados de 1729 a 1822, estima-se que tenham sido apresentados na capitania de Mato Grosso cerca 100 espetáculos, o que fornece uma média de um espetáculo por ano. Com o fim do período colonial, existem poucos registros sobre as produções teatrais em Mato Grosso. Porém, em 1884, quando da visita para exploração etnográfica na região do Xingu, o médico alemão Karl Von den Steinen, em curta estadia na cidade de Cuiabá, relata sobre uma apresentação a que assistiu:

“O teatro, construído por um tenente da marinha, pretendia assemelhar-se a um navio. (...) O preço dos bilhetes de entrada era a vontade do espectador. (...) Representaram Caim e Abel, que, apesar do título, era um peça moderna. Um dos heróis era tão bem comportado quanto o outro malvado, mas a divergência aqui não era por causa da coluna de fumo e sim por

³⁵ Termo utilizado para definir o grande número de apresentações.

³⁶ Termo utilizado para designar as apresentações entre um ato e outro do espetáculo principal. Com a evolução lingüística da palavra, o termo passou a ser sinônimo de espetáculo.

causa da chama³⁷, de acordo com o que pude entender. Como amadores representaram muito bem. Era, certamente, o máximo possível num lugar como Cuiabá, onde o esforço só obtém êxito de maneira relativa” (Steinen, 1942:79-80)

Von den Steinen ao narrar os hábitos da sociabilidade cuiabana, em referências às festas populares, declara que “não é possível que haja uma outra cidade no mundo onde se toque mais música, se *danse* mais (...) é impossível também se saiba melhor associar as missas com prazeres sociais (Steinen, 1942: 68). E respeito dos festejos da Semana Santa relata a singularidade dos autos de natal.

“as ruas tornavam-se, agora, mais estreitas, o céu adquiria uma cor de chumbo e relampejava sem parar; a massa popular aumentava, não obstante. Estaríamos no teatro. Estaríamos representando a paixão semelhante a de Oberammegau. Justamente, num local onde se cruzava várias ruas, deixando livre um pequeno largo, cercado de casa baixas, fizemos parada” (Steinen, 1942:90).

As observações etnográficas de von den Steinen constituem-se como um dos únicos registros sistemáticos acerca de população cuiabana na segunda metade do século XIX. Em seu livro, von den Steinen faz referência a um recenseamento realizado em 1872, poucos anos antes de sua expedição em território mato-grossense. Nos dados daquela época, a população de Cuiabá era constituída de 16.212 habitantes, sendo 8.882 homens e 7.730 mulheres entre livres e escravos. Era nessa configuração demográfica que a produção teatral em Mato Grosso, mas especificamente em Cuiabá, se realizava na média de um espetáculo ao ano.

De acordo com o censo de 2007³⁸, a cidade de Cuiabá congrega 526.831 habitantes. Em termos de proporcionalidade, o número é quase 50 vezes a população de 1872. Porém, no aspecto da produção teatral, o número de produções aumentou pouco mais que dez vezes o número do período Colonial ao período que precedeu a Primeira República.

³⁷ Referindo ao “pomo da discórdia” entre os irmãos, filhos de Adão e Eva.

³⁸ Site do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatísticas:

<http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/populacao/contagem2007/popmunic2007/layoutTCU14112007.pdf>. Acessado em 20 de abril de 2008.

Quase cem anos após o censo de 1872, Mato Grosso apresentou uma retomada da produção teatral. Diretores como Amauri Tangará e Glória Albuês são os expoentes do teatro praticado no estado nesse período. A recém-criada Fundação Nacional de Arte (Funarte) tinha como política de descentralização, oficinas de profissionalização por todo o território brasileiro. Deste modo, atores como Luis Carlos Vasconcelos, Sérgio Mamberti, Lindolfo Amaral vieram a Cuiabá durante a década de 1970 para realizar oficinas de aperfeiçoamento aos grupos locais.

A formação de grupos teatrais amadores em Cuiabá e noutras cidades, na década de 1970, assinala um momento histórico importante do teatro mato-grossense. Esse movimento foi impulsionado com a fundação da Federação Mato-grossense de Teatro Amador (Femata), em 21 de janeiro de 1978, filiada à Confederação Nacional de Teatro Amador (Confenata).

A Femata, com o apoio da Prefeitura Municipal da Cuiabá e do Serviço Nacional de Teatro (SNT), promoveram, a I e II Mostra do Teatro Amador, nos anos de 1978 e 1979, tendo ainda a municipalidade patrocinado o "I Circuito de Teatro Amador", que constou de exhibições em diversos bairros da cidade.

Em 1982, existia em Cuiabá, filiados à Femata, dez grupos teatrais, a maioria com personalidade jurídica e perfeitamente estruturados: Grupo Sesi Aquarius; Grupo Selva de Teatro; Grupo Teatral Gambiarra; Grupo Pantanal de Teatro; Grupo Teatral Aruanã; Grupo Teatral Carrossel; Grupo Teatral Molière; Grupo Teatral do SESC; Grupo Teatral Dinâmico e Grupo Terra de Teatro Amador. Além desses, existiam, no interior do Estado, os seguintes grupos: Grupo Teatral de Tangará da Serra - Grutta -, o Grupo Becker de Teatro da cidade de Barra do Garças, O Grupo de Teatro Amador de Rondonópolis e o Grupo Teatral Professora Maria Lacerda, de Santo Antônio de Leverger.

A maioria desses grupos encenou peças de jovens autores mato-grossenses, os quais muitas vezes participaram também do elenco apresentador. Dentre elas, podemos citar *Amanhã vou embora bem longe* (peça de tema indígena), de autoria de João Batista Cavalcante, do Grupo Selva; *Como dizia Sócrates*, de Juercio Marques, do Grupo Teatral Molière; *Cristo Aqui*, de Joilson Zeferino da Rosa, do Grupo Teatral Dinâmico; *Maria*,

de Amaury Tangará, do Grupo Teatral de Tangará da Serra; *Eu também existo*, de Luiz Thelmo, do Grupo de Teatro Amador de Rondonópolis; *Rio Abaixo*, *Rio Acima*, de Glorinha Albuês, do Grupo Terra de Teatro Amador.

Em 1982, o Teatro da UFMT (Universidade Federal de Mato Grosso) foi inaugurado com o objetivo de propiciar à cidade de Cuiabá um espaço adequado para apresentações teatrais. Antes disso, as apresentações concentradas apenas em espaços como auditórios e galpões adaptados.

Na década de 1990, a produção cultural em Cuiabá começou a tomar corpo. A cidade já dispunha de instituições representativas da classe artística, como Ateliê Livre do Museu de Arte e Cultura Popular (MACP), da Universidade Federal de Mato Grosso (UFMT), criados na década de 1970. Alguns eventos já compunham com periodicidade a agenda da cidade. O Festival de Cinema e Vídeo de Cuiabá, atualmente na sua 15ª edição, possibilitou à população cuiabana o acesso às produções cinematográficas de vídeos, curtas, médias e longas-metragens que não circulavam pelas salas de cinema comercial. O Salão Jovem Arte Mato-grossense também era um evento que constava na programação anual de Cuiabá e dava visibilidade à produção de artistas plásticos locais, com a concessão de prêmios de incentivo e oportunidade de novos artistas serem incluídos na cena artística da cidade.

Ao final dos anos 90, as políticas públicas de cultura começaram a se desenvolver em Mato Grosso, com a criação da Lei Estadual de Incentivo à Cultura, conhecida como Lei Hermes de Abreu. Foi graças a este mecanismo que a Companhia Teatro Mosaico, objeto de estudo desta pesquisa, pôde montar seu primeiro espetáculo em Cuiabá e instalar sua sede na capital de Mato Grosso.

A Companhia Teatro Mosaico foi fundada em 1995, no Rio de Janeiro. Desde o início, a companhia tem na sua direção geral o ator mato-grossense Sandro Lucese. Na criação da companhia, o ator cursava a faculdade de Artes Cênicas, com habilitação em Direção Teatral, na UniRio (Universidade do Rio de Janeiro).

Desde que fixou residência em Cuiabá, em 2002, a Companhia Teatro Mosaico montou seis espetáculos: *Muito Barulho Por Nada*, de William Shakespeare (2002); *Auto da Estrela Guia*, de Sandro Lucese (2002); A

Menina e o Vento, de Maria Clara Machado (2003); *A Caravana da Ilusão*, de Alcione Araújo (2005) e *Romeu e Julieta*, de William Shakespeare (2005) e *Uma Mulher Vestida de Sol*, de Ariano Suassuna (2006).

A trajetória da Companhia Teatro Mosaico

Neste terceiro capítulo, o que faremos será utilizar as perspectivas dos dois capítulos anteriores para narrar a história da Companhia Teatro Mosaico. Este terceiro capítulo talvez seja o que tenha maior rigor jornalístico por se respaldar nas técnicas desta habilitação da Comunicação para constituição deste trabalho.

Contar a história de uma companhia não é algo novo. No Brasil, existe uma bibliografia considerável de trabalhos que sistematizam as produções culturais de grupos e companhias de artes cênicas.

A pesquisadora Heloísa Buarque de Hollanda, em *Asdrúbal Trouxe o Trombone* narra a trajetória da trupe carioca homônima ao título do livro, companhia em que atores como Regina Casé, Evandro Mesquita, Luiz Fernando Guimarães, Patrícia Travassos, iniciaram carreira. Nesta obra, Heloísa Buarque faz um resgate histórico, narrando peça a peça durante o período em que o grupo existiu.

Maíra Spanghero, em seu *A dança dos Encéfalos Acesos*, fez da sua vivência como bailarina na companhia de dança *Cena 11*, de Florianópolis (SC), a ignição inspiradora da dissertação de mestrado que defendeu no Programa de Pós-graduação em Comunicação e Semiótica da PUC/SP. A autora apesar de ter vivenciado algumas das montagens, não integra mais a referida companhia de dança. Na apresentação desta obra, a crítica de dança Helena Katz salienta sua importância:

“Trabalhos como o de Maíra Spanghero revitalizam o novo momento que caracteriza a relação da dança com a universidade. E este livro aponta um caminho precioso pois, além de se debruçar sobre uma companhia sediada fora do eixo São Paulo-Rio de Janeiro, o faz sem usar as teorias habituais” (SPANGHERO, 2003, 13).

Em Minas Gerais, o Grupo Galpão pode ser considerado um dos únicos do Brasil que desenvolveu um trabalho de registro das experiências em que o pesquisador-narrador esteve presente durante todo o processo e continua até hoje no grupo. Cacá Brandão escreveu *Grupo Galpão: uma história de risco e rito*³⁹. Em parceria com Eduardo Moreira, escreveu também *Diário de Montagem*, em quatro volumes. Cacá Brandão narra em dois volumes, o processo de montagem dos espetáculos *Um Molière Imaginário*, adaptação de *O Doente Imaginário* de Molière e *O partido*, baseado num conto de Ítalo Calvino; Eduardo Moreira escreveu outros dois volumes sobre a montagem de *Romeu e Julieta*, de William Shakespeare e *A Rua da Amargura*, adaptação de Arildo de Barros a partir do texto de Eduardo Garrido, *Mártir do Calvário*.

Este último, talvez se identifique mais com o processo utilizado na construção desta trajetória do objeto de pesquisa: a Companhia Teatro Mosaico. Pois, não se atendo à mera narrativa histórica, Cacá Brandão o faz de forma analítica e fornece panoramas de sua formação acadêmica em Filosofia, aplicados à narrativa histórica.

Não apenas as montagens de espetáculo propriamente ditas serão narradas, mas também atividades extra-artísticas que contribuem para a formação da imagem e trajetória da Companhia Teatro Mosaico.

³⁹ BRANDÃO, Carlos Antônio Leite. *Grupo Galpão: uma história de risco e rito*. 2ª ed. Belo Horizonte: O Grupo, 2002.

Muito Barulho por Nada (1995)

O espetáculo *Muito Barulho por Nada*⁴⁰, comédia do dramaturgo inglês William Shakespeare, publicada originalmente em 1600, marca o início efetivo das atividades da Companhia Teatro Mosaico, idealizada pelo ator mato-grossense Sandro Lucose, quando ainda cursava a faculdade de Artes Cênicas na Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro (UniRio). O então grupo Teatro Mosaico tinha como finalidade colocar em prática os conhecimentos obtidos durante o processo de formação dos alunos daquela universidade.

As montagens de espetáculos na UniRio ocorriam durante o processo de graduação dos atores-diretores⁴¹. Como pré-requisito para obtenção do título de habilitação em Direção Teatral, eles convidavam outros alunos do curso de Interpretação para realizar uma montagem final de curso. A intenção do idealizador foi criar um grupo de repertório que fosse representante da universidade, para concorrer em festivais estudantis e também criar uma rotina de trabalho para que os alunos pudessem aplicar os conhecimentos obtidos durante a graduação.

Porém, desde a primeira reunião, o que se pode perceber é que havia uma preocupação em institucionalizar as atividades do grupo ainda na fase inicial. Sendo assim, os trâmites burocráticos para o estabelecimento de organizações culturais foram respeitados. A primeira reunião, datada de 26 de agosto de 1995, foi registrada em ata e lavrada em cartório, bem como algumas questões do estatuto legal de funcionamento do então grupo.

O primeiro texto para montagem foi escolhido tendo como base outra linguagem artística: o cinema. O diretor do grupo havia se interessado pelo texto de *Muito Barulho Por Nada*, com Kenneth Branagh (1993), a partir da adaptação cinematográfica do título homônimo à peça. Para a montagem, o texto foi adaptado pelo próprio diretor, com base na tradução de Onestaldo Penaforte.

⁴⁰ Comédia do dramaturgo inglês William Shakespeare, publicada em 1600.

⁴¹ O curso de Artes Cênicas da UNIRIO possui três habilitações: Interpretação, Cenografia e Teoria Teatral. Aos alunos do curso de Interpretação é facultado, mediante teste seletivo, a formação em Direção Teatral depois de cursar seis semestres de graduação.

Após a escolha do texto, a providência seguinte tomada foi a escolha da proposta de direção do espetáculo. A questão que se apresentava era como seria atualizada a obra de Shakespeare, que se passa na cidade de Messina, Itália, no século XV. A opção feita do diretor foi por elementos da cultura popular brasileira: folgedos, canções populares e elementos folclóricos.

A inviabilidade financeira do grupo acabou determinando também alguns dos elementos estéticos da montagem. A reutilização de peças de roupas, bem como sacos plásticos, tampas metálicas de refrigerante e jornais velhos foi a alternativa encontrada pela produção para minimizar os custos de montagem do espetáculo. Para esta empreitada, o então aluno do curso de cenografia, Pedro Lacerda, foi convidado para conceber e confeccionar os figurinos de *Muito Barulho Por Nada*.

A rotina intensa de ensaios durou cerca de seis meses. Em fevereiro de 1996, o espetáculo foi aprovado num projeto da Prefeitura do Rio de Janeiro chamado Palco sobre Rodas. Foi assim, que *Muito Barulho Por Nada* estreou na estação Central do Brasil.

O processo de formação do grupo ocorreu paralelo ao processo de formação do diretor. Por isso, as atividades do grupo ocorriam de acordo com a possibilidade de conciliar estudos e o trabalho do grupo. Durante cerca de um ano, o espetáculo atendeu ao circuito de festivais estudantis de teatro⁴².

A realização de uma temporada de espetáculos só ocorreu em abril de 1997. O Espaço Cultural dos Correios possibilitou a temporada de dois meses de *Muito Barulho Por Nada* na área externo do prédio. Por tratar-se de um espaço aberto, a cobrança de ingressos era feita pelo sistema de chapéu⁴³. Depois desta temporada, as atividades da companhia mais uma vez concentraram-se em participações em festivais. Ainda durante o período de temporada nos Correios, o grupo recebeu o convite para participação no XI Festival Universitário de Teatro de Blumenau (SC).

A participação no festival em Blumenau resultou em prêmio recebido por *Muito Barulho Por Nada* como melhor espetáculo e melhor atriz

⁴² Novos Talentos Cariocas (1996), III Prêmio Universitário do Teatro (1996) – Campo Grande/MS, IV Festival Macaense de Teatro Amador (1996) e Festival Internacional de Londrina (1997).

⁴³ Prática comum de “cobrança” dos espetáculos realizados em espaços onde não há bilheteria. Geralmente praticada por companhias e artistas de rua.

coadjuvante (Jacirene Souza). Outra informação que acabou sendo evidenciada pela imprensa catarinense quando da participação do Teatro Mosaico em Blumenau foi a semelhança com o trabalho do Grupo Galpão⁴⁴, de Belo Horizonte. Esta semelhança que também pode ser compreendida como resultado de trocas culturais, decorre de um período em que o diretor do grupo passou junto com o grupo mineiro, participando do processo de remontagem do emblemático *Romeu e Julieta*, sob direção de Gabriel Villela⁴⁵.

Ainda que criado no Rio de Janeiro, somente em 1999, o Teatro Mosaico conseguiu ser visto na cena teatral carioca. *Muito Barulho Por Nada* estreou no palco do Sesc Copacabana. Naquela oportunidade, o espetáculo foi colocado à prova pela crítica teatral. Ao contrário do que ocorre em grande parte do território brasileiro, na cidade do Rio de Janeiro existe um número significativo de críticos teatrais, sendo Bárbara Heliodora⁴⁶ uma das mais conhecidas. Em sua coluna no jornal *O Globo* publicou a crítica intitulada “Shakespeare à brasileira com deficiências”:

“Na arena circular do Teatro do Sesc Copacabana, o grupo Mosaico está apresentando sua tentativa de abrasileirar Shakespeare, um pouco na linha que orientou o Galpão em sua bem-sucedida experiência. Aqui, no caso de *Muito Barulho Por Nada*, a proposta é em si válida e interessante, mas a realização não chega a corresponder adequadamente às boas intenções. De início, é impossível não anotar o fato de a tradução do texto não ser atribuída a ninguém, seja no convite, no cartaz ou no programa; que a tradução foi muito mexida não há dúvida; mas há muita coisa que impede o que se ouve parecer original ou integralmente coerente. A par disso, o grupo incorpora ao texto toda uma série de canções tradicionais brasileiras, algumas perfeitamente adequadas e com resultado ótimo como comentário da cena, mas infelizmente também, em várias oportunidades, arbitrárias e gratuitas. A eleição de uma linguagem inspirada na *commedia dell'art* e em tradições

⁴⁴ Grupo criado em 1982, é referência no teatro brasileiro. Hoje, é um dos grupos que mais circula pelo país conseguindo chegar a todas as regiões do norte até o sul do Brasil, além de ter se apresentado em 17 países da Europa, EUA, Canadá e América Latina. (www.grupogalpao.com.br).

⁴⁵ Única montagem de uma companhia brasileira a se apresentar no palco do *Globe Theatre*, teatro onde William Shakespeare escrevia e ensaiava seus textos teatrais.

⁴⁶ Professora emérita da UNIRIO, doutora em Artes pela Universidade de São Paulo (USP), tradutora de mais de vinte livros. Especializou-se na tradução e análise interpretativa das obras de William Shakespeare.

interioranas brasileiras funciona bem em parte, mas tem o defeito de forçar tudo para um nível de comicidade para a linha principal da obra que não era bem assim quando Shakespeare concebeu a trama, e impede o uso da autêntica comicidade dos guardas semi-idiotas que, em sua ingenuidade, descobrem a falsidade das acusações contra a honra da jovem Hero, quando os sofisticados 'inteligentes' caem no lamentável engano. É claro que tais deficiências são muito prejudiciais, mas devemos reconhecer que no trabalho do diretor Sandro Lucose, houve uma tentativa específica, uma busca que tinha possibilidade de fazer sentido. Uma cenografia simples e satisfatória, figurinos de modo geral bem resolvidos por Pedro Lacerda e harmonia no canto são dois aspectos positivos do espetáculo. Infelizmente, o elenco é fraco em particular o naipe feminino, que não consegue encontrar o caminho certo, sendo igualmente insatisfatórias Hero e Beatriz. Mas o fato é que nessa tentativa singela é possível encontrar a idéia de um caminho de expressão brasileira para Shakespeare que pode vir a dar frutos".⁴⁷

Após a temporada no Sesc Copabacana, o espetáculo estreou no Teatro Gláucio Gil. Naquele período, o diretor do grupo também realizava suas atividades no processo de graduação na UNIRIO. Sandro Lucose montou os espetáculos *Anjo Negro*, de Nelson Rodrigues, e *Equus*, de Peter Schaffer. Estas montagens não fizeram parte do repertório do Teatro Mosaico.

O número significativo de produções no Rio de Janeiro acaba por solapar algumas produções que não participam das ações de políticas públicas, nem de marketing cultural das instituições públicas e privadas. Durante os cinco anos em que esteve sediado no Rio de Janeiro, o Teatro Mosaico não foi contemplado com nenhuma verba pública direta para montagem de espetáculos.

Após a conclusão do curso de Artes Cênicas com habilitação em Direção Teatral na UNIRIO, o diretor da companhia retornou à capital de Mato Grosso. Em Cuiabá, onde a companhia fixou nova sede, o espetáculo foi remontado em 2002. Desde 2001, houve tentativas de realização deste projeto no estado. A viabilização só foi possível com a aprovação junto ao Conselho Estadual de Cultura de Mato Grosso, através da então chamada,

⁴⁷ Jornal *O Globo* de 3 de abril de 1999, Segundo Caderno, p. 4.

Lei Hermes de Abreu. O valor aprovado foi de R\$ 60.000,00. O projeto contemplava a contratação de 35 profissionais diretos nas funções de interpretação, produção, alfaiataria, iluminação, cenografia e oficinas; mais 80 profissionais indiretos.

Com base em contatos feitos previamente pela direção da companhia e o departamento de marketing da então Telemat S/A., os trâmites burocráticos para o patrocínio do projeto começaram a ser feitos. A empresa mudou de nome, passou a se chamar Brasil Telecom, e como política de marketing cultural e tentativa de difusão do novo nome, bem como a formação de uma identidade de empresa socialmente responsável, apreciou o projeto, dando parecer favorável à execução, sendo a patrocinadora deste primeiro projeto da companhia em Mato Grosso. As operações em instância administrativa começaram a se desenrolar paralelamente ao trabalho artístico, como ocorre comumente nos projetos realizados por uma companhia.

Para esta remontagem de *Muito Barulho Por Nada*, a direção da companhia convocou a imprensa para divulgar o edital de seleção de atores para o espetáculo. A prática de assessoria de imprensa não era muito comum no campo das artes cênicas em Cuiabá, onde ocorre ainda a predominância de grupos teatrais, em que, de forma consensual, os atores distribuem suas funções e no sentido literal, os papéis.

No dia 23 de fevereiro de 2002 foram realizadas as seletivas para escolha do elenco. Aos moldes do processo de seleção de espetáculos em companhias profissionais, o Teatro Mosaico, ao estabelecer sede em Cuiabá, procurou fazê-lo de forma responsável e profissional. Com o auxílio dos veículos de comunicação, o edital de escolha de atores e atrizes repercutiu entre a classe teatral. Em alguns casos, como aconteceu com o Pessoal do Ânima, núcleo de teatro da então Escola Técnica Federal⁴⁸ (ETF-MT), os grupos locais fizeram uma preparação prévia, uma espécie de curso intensivo preparatório para a seletiva.

Foram 68 inscritos que durante um dia inteiro colocaram em prática suas habilidades de interpretação, canto e dança, requisitos necessários para

⁴⁸ Hoje, Centro Federal de Educação Tecnológica (Cefet-MT).

integrar a remontagem de *Muito Barulho Por Nada*. O *staff* que auxiliaria a direção do espetáculo ajudou no processo de seleção do elenco. Dos 68 candidatos, onze foram selecionados: Alicce Oliveira, Bruna Menesello, Khadine Novaczyk, Manon Alves, Mauricio Ricardo, Rafael Cerigato, e Vinícius Rangel. E como elenco de apoio: Daniele Bertoni, Déborah Vecchi, Ilson de Oliveira e Romildo Cabral.

Além do elenco, foram contratados três profissionais para integrar o projeto: Clodoaldo Arruda, instrutor de dança, para preparação corporal; André Villani, instrutor de canto, para preparação vocal e Éverton Almeida, diretor musical, responsável pelos arranjos do espetáculo.

Logo após a seletiva, os ensaios tiveram início. O espetáculo *Muito Barulho por Nada* utiliza diversas técnicas cênicas como canto, dança, máscaras, esgrima. Para se valer destas técnicas, os atores se submeteram a um exaustivo processo de ensaio. Com carga horária de 30h semanais, os ensaios eram realizados no prédio da Secretaria de Estado de Cultura⁴⁹. Mais do que meramente um processo de ensaio, esta montagem possibilitou a formação de um corpo especializado em artes cênicas em Cuiabá, ao dispor aos novos atores técnicas não muito habituais nas produções cênicas locais.

Do ponto de vista administrativo, o Teatro Mosaico também possibilitou uma nova etapa na produção teatral em Mato Grosso. Durante seis meses de ensaio, os atores e oficinairos receberam salários condizentes ao trabalho realizado. Neste aspecto evidencia-se mais uma vez a distinção entre grupos e companhias. Num grupo, o que ocorre é a participação dos membros com ajuda financeira e, posteriormente, os lucros são divididos. No caso da companhia, os profissionais envolvidos recebem sistematicamente uma remuneração para a realização da produção.

Os trâmites legais também foram executados através da assinatura de contratos com vigência de seis meses, período de montagem do espetáculo. Sendo assim, em 14 de junho de 2002, a Companhia Teatro Mosaico estreou em Cuiabá, no palco do Teatro da então Escola Técnica Federal de Mato Grosso, com o espetáculo *Muito Barulho Por Nada*, de William Shakespeare.

⁴⁹ Localizado na Avenida Getúlio Vargas, centro de Cuiabá.

Esteticamente, o espetáculo, que hoje faz parte do repertório da companhia, compreende a utilização de elementos da cultura popular – folguedos e canções – sincretizados com o texto clássico do século XVII.

Os figurinos confeccionados por Pedro Lacerda – atual figurinista do seriado Sítio do Pica-Pau Amarelo, da Rede Globo – tem como base o *patchwork* e a reutilização de peças. Fardas medievais dos personagens que integram o exército de Aragão foram obtidas a partir de paletós prontos e com aplicação de retalhos e insígnias conferindo a cada um dos personagens sua respectiva patente. Os figurinos das personagens femininas foram confeccionados com base em referências medievais. Cinturados à altura do seio, os vestidos são resultado da sobreposição de vários retalhos distribuídos simetricamente. Um recurso cênico que atende à musicalidade do espetáculo e também compõe a indumentária é a utilização de perucas feitas com tampas metálicas de refrigerante. A cada movimento dos atores, as perucas produzem sons e conferem uma base percussiva aos movimentos das personagens no espetáculo.

O espetáculo utiliza elementos da *commedia dell'art* italiana, “comédia de habilidade, arte mimética segundo a inspiração do momento, improvisação ágil, rude e burlesca, jogo teatral primitivo” (BERTHOLD, 2000: xx). O artifício da máscara é utilizado para compor a adaptação do texto original – composto de vinte e um personagens, e nesta versão reduz-se a treze, representados por oito atores.

A estréia de *Muito Barulho Por Nada* foi considerada satisfatória para os patrocinadores. Depois do resultado cênico obtido, a diretoria da Brasil Telecom S/A resolveu lançar uma série de cartões telefônicos com imagens do espetáculo em cinco versões, com fotos de José Luiz Medeiros, da Agência Phocus. O suporte midiático do cartão, além de dar visibilidade à companhia, permitiu o primeiro contato direto de interessados em contratar os serviços da companhia.

A forma como o Teatro Mosaico fez seu primeiro contato com a imprensa em Mato Grosso serviu para propiciar junto aos veículos de comunicação, com foco em Cuiabá, a construção de um conceito de organização responsável e profissional que estabelece parâmetros rigorosos para a inclusão do *staff* através de processo seletivo.

Além de diretor da companhia, Sandro Lucose, naquele período, pertencia ao quadro funcional do recém-inaugurado⁵⁰ Sesc Arsenal. A escolha de Lucose para compor a equipe que instituiu um novo centro cultural em Cuiabá, de alguma forma auxiliou suas atividades pessoais, no caso o trabalho do Teatro Mosaico. A partir desta vivência como responsável técnico pelas Artes Cênicas do Sesc Arsenal foi possível ao diretor estabelecer contatos diretos com os diversos públicos de interesse da companhia: apoiadores, consumidores culturais, fornecedores e outros públicos afins.

O Sesc Arsenal foi um projeto piloto do Diretório Nacional do Sesc, pois foi o primeiro espaço a ser instituído como centro cultural, já que as outras tantas unidades espalhadas pelo Brasil, contavam também com atividades desportivas e de capacitação. Frente a esta instituição, Teatro Mosaico e Sesc Arsenal se modularam na construção do campo teatral em Cuiabá. Trata-se, portanto, de organizações que compuseram uma guinada na produção cultural mato-grossense. Porém, essa modulação constituía-se de privilégios e prejuízos. Na condição de funcionário do espaço, o diretor não poderia executar um espetáculo de sua autoria no Sesc Arsenal. A solução encontrada foi usar o espaço do anfiteatro da Escola Técnica Federal.

Naquela ocasião, a produção teatral em Mato Grosso contava com os grupos Teatro Fúria, Núcleo Pessoal do Anima, Teatro Grite e Termômetro, que configuravam com produções constantes de espetáculos. Durante o processo seletivo, alguns destes grupos foram desfalcados com a seleção dos atores para compor o elenco do Mosaico. Ao final da produção, muitos destes atores retornaram aos seus grupos de origem e abriram-se outras vagas para compor as futuras montagens do Mosaico.

⁵⁰ Agosto de 2001.

Auto da Estrela Guia (2002)

O espetáculo *Auto da Estrela Guia* é a primeira investida de texto próprio da Companhia Teatro Mosaico. O texto concebido pelo diretor Sandro Lucose é resultado de uma compilação de vários trechos clássicos de obras de outros dramaturgos associados a um eixo narrativo. A narrativa central é a história do nascimento de Jesus, contada de uma forma apócrifa.

Como forma de driblar o pagamento de direitos autorais⁵¹, o diretor resolveu montar um texto de sua autoria, aos moldes do resultado do trabalho do Grupo Galpão, de Minas Gerais, em *A Rua da Amargura*. Na verdade, essa comparação direta entre os trabalhos do Teatro Mosaico e do grupo mineiro são recorrentes: ainda estudante de Direção Teatral, na UniRio, no Rio de Janeiro, o diretor do Mosaico teve contato com o grupo, participou de uma série de oficinas em Belo Horizonte e auxiliou na produção de um dos espetáculos do Grupo Galpão.

Em junho de 2002, após a temporada de *Muito Barulho Por Nada*, alguns dos atores selecionados para a montagem em Cuiabá voltaram aos seus grupos de origem, provocando desta vez um desfalque no elenco do Mosaico. Para tentar solucionar essas ausências, a direção do Teatro Mosaico resolveu investir na formação de um corpo artístico. Sendo assim, dois meses depois, foram abertas as inscrições para oficinas.

Juntamente com a divulgação das oficinas, o Teatro Mosaico lançou sua página na Internet (www.teatromosaico.com.br), idealizada pela *webdesigner* Marina Bruschi. No campo teatral em Mato Grosso, ainda no começo da década dos anos 2000, tratou-se de uma novidade: o *website*, como ferramenta midiática, ainda demandava altos custos de produção, hospedagem e domínio. O custo inviabilizava a construção e manutenção de páginas virtuais para organizações de teatro ainda na condição de grupos, como se evidenciava a realidade do campo teatral em Cuiabá. A construção e manutenção da página na Internet marcou o início das práticas de

⁵¹ O órgão que regula a concessão de direito de montagens de autores é a Sociedade Brasileira de Autores Teatrais (SBAT).

comunicação mediadas pelas novas tecnologias da informação da Companhia Teatro Mosaico.⁵²

Ao total, foram 35 inscritos no curso, que durante quatro meses participaram de uma rotina de atividades semelhante à do elenco na montagem anterior. Os inscritos fizeram oficinas de canto, dança e interpretação teatral. A realização das oficinas possibilitou, além da formação de novos atores, a inclusão daqueles que haviam ficado como *stand-in*⁵³ na seletiva anterior de *Muito Barulho Por Nada*. Foi o caso das atrizes Daniele Bertoni e Deborah Vecchi, que foram logo incorporadas ao elenco de *Auto da Estrela Guia*.

Apenas sete alunos concluíram a série de oficinas. Como forma de aplicação prática do conteúdo programático do curso, os alunos participaram da montagem do espetáculo de formatura. A prática da vivência teatral proporcionada durante esse curso incluiu além dos recursos de interpretação, o ensino de funções técnicas. Os alunos foram encarregados de confeccionar adereços e cenários para a montagem de *Auto da Estrela Guia*.

O projeto deste espetáculo não havia recebido nenhuma verba para realização. Os gastos iniciais do projeto foram custeados com um fundo de reserva do espetáculo anterior e para a execução do novo espetáculo, a produção procurou verba da iniciativa privada. A temática do espetáculo atendia às festividades natalinas, sendo assim, o apelo junto aos empresários foi facilitado.

O projeto de *Auto da Estrela Guia* foi viabilizado apenas por parcerias diretas de empresas como a Coca-Cola e a CCN Press, agência de publicidade responsável pela conta do Grupo Renosa S/A.⁵⁴ Este projeto previa a apresentação do espetáculo para os funcionários da Renosa, uma atividade de marketing de relacionamento proposta pela fábrica. Além de uma apresentação restrita aos funcionários, o espetáculo fez mais três apresentações como contrapartida ao investimento direto das empresas apoiadoras. Logo depois, *Auto da Estrela Guia* estreou no palco do Sesc Arsenal em curta temporada de duas semanas.

⁵² Alguns aspectos acerca da cibercultura e a formação do campo teatral podem ser vistos no capítulo anterior.

⁵³ Expressão utilizada para designar atores (ou atrizes) substitutos.

⁵⁴ Empresa fabricante dos refrigerantes Coca-Cola Company em Mato Grosso.

Nesse ínterim, estavam abertas as inscrições para o Festival de Teatro de Curitiba. O Teatro Mosaico inscreveu três de seus projetos no evento: *Muito Barulho Por Nada*, *Auto da Estrela Guia* e *A Menina e o Vento*, sendo que este último sequer havia sido montado. Em uma das viagens do diretor à cidade do Rio de Janeiro, o diretor procurou a curadoria do Centro Cultural Banco do Brasil (CCBB) para apresentar o projeto de montagem de *A Caravana da Ilusão*. Entre os materiais apresentados, o que mais chamou a atenção da curadoria foi a imagem da capa do CD de fotos de *Auto da Estrela Guia*.

O espetáculo, que surgiu despretensiosamente como uma prática para a formatura de novos atores, havia despertado interesse nos responsáveis pela programação naquele que é considerado um dos maiores centros culturais da América Latina: o CCBB-RJ. Como política do processo seletivo dos editais daquele centro cultural, os curadores impreterivelmente assistem às montagens para avaliar a qualidade técnica do trabalho. A possibilidade dessa apresentação exclusiva era remota, pois a produção do Mosaico teria que ir ao Rio de Janeiro exclusivamente para isto, o que era financeiramente inviável. Sendo assim, a curadoria do CCBB carioca se propôs a ir a Curitiba na ocasião do festival para apreciação do espetáculo.

Em fevereiro de 2003, com auxílio de transporte concedido pela Secretaria de Estado de Cultura de Mato Grosso, o Teatro Mosaico participou pela primeira vez do Festival de Teatro de Curitiba. Este festival tem grande representatividade no circuito teatral brasileiro e configura-se como o maior em número de apresentações⁵⁵. Na bagagem, o Teatro Mosaico levou os espetáculos *Muito Barulho Por Nada*, *Auto da Estrela Guia* e *A Menina e o Vento*⁵⁶.

A grande quantidade de espetáculos que compõe o festival tem seus aspectos negativos, pois os espetáculos de menor porte ocupam salas pouco conhecidas e geralmente ocorrem em horários não muito atrativos. Foi o que aconteceu com a apresentação de *Auto da Estrela Guia*, apresentado em um teatro de bolso, ao meio-dia de uma quarta-feira. O resultado já era esperado:

⁵⁵ Neste ano de 2008, a programação do festival incluiu 188 espetáculos durante 10 dias de festival.

⁵⁶ Este último espetáculo foi feito na ocasião em caráter experimental, pois sua estréia efetiva aconteceu somente em 2004.

o público era de doze pessoas, porém, uma dessas pessoas era a curadora do Centro Cultural Banco do Brasil (CCBB), do Rio de Janeiro, Malu Azevedo.

Após a apreciação do espetáculo, a comissão ainda levou oito meses para decidir a inclusão de *Auto da Estrela Guia* na programação do CCBB-RJ. E foi assim que, em 3 de dezembro de 2003, *Auto da Estrela Guia* estreou no Rio de Janeiro. No dia de estréia, presente na platéia, estava a crítica teatral Barbara Heliodora, que pela segunda vez escreveria sobre o trabalho do Mosaico. Na primeira ocasião, quando ainda sediada no Rio de Janeiro, a companhia ainda no início das atividades teve observações pertinentes à respeito de *Muito Barulho Por Nada*, que evidenciava a deficiência de alguns aspectos do espetáculo. Nesta segunda oportunidade, a crítica apresentou *Auto da Estrela Guia* como um “presente de Natal que vem de Mato Grosso para o público carioca”:

“Um espetáculo modesto e simpático, uma espécie de auto de Natal do ponto de vista da festa, mas com pouca preocupação com o dogma por trás dela, uma espécie de religiosidade sem muita religião. O Teatro Mosaico, de Mato Grosso, está fazendo a noite do Rio de Janeiro, com a peça “Auto da estrela guia”, em cartaz no Teatro 2 do CCBB. A peça é uma espécie de *aggiornamento* do tradicional auto natalino, muito bem descrito no programa: “Pastores chegam cantando cirandas e se propõem a dramatizar a história do nascimento do menino Deus, cuja ação dramática é conduzida pelo Anjo Gabriel, um menestrel que é o narrador-personagem, enviado por Deus, o Altíssimo, para armar a maior confusão na Galiléia”. Como se pode ver, a mistura de tradição com uma espécie de irreverência amorosa é a essência do espetáculo. Diz o programa que Sandro Lucose é responsável por “concepção, dramaturgia e encenação”, porém nada é dito a respeito da cenografia e dos figurinos, responsáveis por boa parte da atração da montagem: uma colorida tenda serve para mais ou menos tudo, e os coloridos figurinos completam o quadro, cheios de detalhes encantadores, como os chapéus de palha com flores. A coreografia é de Elisângela Delino e os ótimos bonecos são de Carlos Gattas Pessoa. Há no programa uma referência ao “siri” (sic) que ficamos sabendo ser “manifestação folclórica e genuinamente matogrossense, um combinado de música e dança executado ao som da viola de cocho, ganzá e mocho (tamborete de couro). O melhor desse auto natalino é a

alegria com que o grupo o realiza. É claro que tudo já foi retrabalhado por um diretor/dramaturgo, mas fica a impressão de que o folclore é vivo e vai mudando, e que o *reggae* passou a ser parte integrante dos folguedos sem deixar qualquer impressão de elemento estranho. No texto são inseridos pequenos trechos de várias obras clássicas universais, alterados o bastante para se integrar no clima do auto, e até com mais facilidade do que umas poucas referências ao Brasil de hoje. Alice Oliveira, Celso Gayoso, Daniele Bertoni, Débora Vecchi, Elisângela Delino, Hélio Taques, Maurício Ricardo, Michelly Thomaz, Rosano Mauro e Sandro Lucese participam com alegria e amor, e fazem do “Auto da estrela guia” um agradável presente de Natal ao público carioca.”⁵⁷

O então modesto espetáculo teve avaliação positiva pela crítica especializada, além de produzir identificação do público. No ano seguinte, a diretoria do Centro Cultural Banco do Brasil de Brasília (CCBB-DF) convidou Auto da Estrela Guia para integrar a programação de dezembro de 2004.

⁵⁷ Jornal *O Globo* de 17 de dezembro de 2003, p. 2.

A Menina e o Vento (2004)

A Menina e o Vento é um texto de Maria Clara Machado, escrito em 1963. A encenação do Teatro Mosaico para o texto de Maria Clara foi concebida a partir da utilização do Centro Cultural Casa Cuiabana⁵⁸. As primeiras investidas na produção de *A Menina e o Vento* começaram ainda em 2003, quando da participação do Teatro Mosaico no Festival de Teatro de Curitiba. Por decisão da diretoria do Mosaico, o espetáculo foi montado para uma apresentação experimental. Alguns detalhes dos adereços e figurinos tiveram que ser feitos durante o percurso da viagem Cuiabá-Curitiba.

A estória de *A Menina e o Vento* conta as peripécias da menina Maria e suas agruras com o Vento. Para ambientar esta atmosfera “eólica”, o cenário utilizava vários cata-ventos e aviõezinhos de papel dependurados no urdimento⁵⁹ e uma torre com um cata-vento maior. As primeiras apresentações deste espetáculo utilizavam o recurso da caixa cênica convencional, conhecida também como palco italiano⁶⁰. As possibilidades deste espaço permitem truques de cena, como entrada e saída de cena pelas coxias e utilização dos recursos de iluminação.

O espetáculo foi contemplado pelo edital de seleção de projetos da Secretaria Municipal de Cultura de Cuiabá. A verba alocada para a pasta da cultura na esfera municipal não é de grande dividendos, sendo assim, os projetos aprovados pelo Conselho Municipal de Cultura possuem um teto de contemplação de R\$ 10.000,00. Nestas condições, o projeto de *A Menina e o Vento* foi aprovado, e o espetáculo que havia sido feito a toque de caixa conseguiu um pequeno patrocínio para sua realização.

A aprovação aconteceu em fevereiro de 2004. Logo em seguida, os ensaios começaram. O espaço utilizado para ensaio foi a Residência dos Governadores, construção no centro de Cuiabá que, como o nome indica, servia de residência aos governadores do Estado. A cessão do espaço foi possível através de um acordo entre a Secretaria de Estado de Cultura,

⁵⁸ Casarão do início do século XX. Este espaço funciona como um centro cultural, administrado pela Secretaria de Estado de Cultura.

⁵⁹ Armação de madeira ou vigas metálicas construídas ao longo do teto, para permitir o funcionamento de máquinas e dispositivos cênicos.

⁶⁰

responsável pelo espaço, e a diretoria do Teatro Mosaico. Durante este período, Sandro Lucese pertencia ao quadro de funcionários da pasta estadual da cultura.

Logo após o retorno da temporada no Centro Cultural Banco do Brasil, no Rio de Janeiro, em janeiro de 2004, alguns atores se desligaram da Companhia Teatro Mosaico. Essa é uma das características da estrutura de companhia, a contratação temporária dos atores para projetos específicos. Ao final de cada projeto, de acordo com a necessidade e disponibilidade, continuam ou se desligam da companhia.

Na primeira montagem, os atores foram selecionados em audições. Na segunda, os atores foram formados pela própria companhia. Ao final do curso realizaram o espetáculo. Para este terceiro espetáculo não haveria tempo hábil nem para seletiva, nem formação. A solução encontrada foi convidar atores com os quais o diretor já havia tido contato através de oficinas⁶¹.

Com o auxílio do mecanismo da lei municipal foi possível garantir ao elenco um salário para o período de ensaios e finalizar algumas idéias da produção, que não se realizaram ainda por falta de incentivo. O número restrito de espaços para apresentação e a disponibilidade de curto período para temporadas nos espaços cênicos obrigou à produção a encontrar um espaço onde fosse possível realizar uma temporada de maior duração. O local escolhido foi o Centro Cultural Casa Cuiabana.

O Centro Cultural Casa Cuiabana, construção histórica na região central de Cuiabá, havia passado por uma restauração em 2003 e congregava algumas atividades como oficinas de dança, teatro e musicalização. O espaço funcionava como um salão de festas para as atividades da Secretaria de Cultura⁶². Até então, não se havia utilizado o espaço como periodicidade de espetáculos. Nos fundos da casa há um quintal arborizado, tipicamente cuiabano. No quintal existe um teatro de arena de pequenas dimensões, mas suficiente para comportar 200 pessoas. Foi neste espaço que a montagem de *A Menina e o Vento* se modulou de fato.

⁶¹ Durante este período, Sandro Lucese ministrava uma oficina de iniciação teatral no Centro Cultural da UFMT.

⁶² No final da década de 1980 e meados de 1990, este espaço comportava festas eletrônicas e outros eventos como saraus, festas de santo e etc.

As características do espaço resultaram na produção de “outro” espetáculo, diferente daquele que havia sido concebido inicialmente.

A opção adotada pela direção agora colocaria todos os atores dispostos em semi-círculo em cena. As árvores do local serviriam de cenário para ambientar a cena do sumiço de Maria e do Vento. A parte dos fundos da Casa Cuiabana recebe o nome de Quintal de Deidâmia, em referência a uma de suas moradoras no início do século XX. Deidâmia, imaginariamente uma comadre faladeira e espalhafatosa, influenciou na construção das personagens Adalgisa, Aurélia e Adelaide, respectivamente, mãe e tias da menina Maria.

O espetáculo ficou em cartaz no período de 15 de maio a 06 de junho de 2004. Uma peculiaridade da estratégia de divulgação deste espetáculo foi a concessão de descontos aos espectadores que apresentassem a filipeta de divulgação do espetáculo. A cada uma das pessoas da produção foi entregue uma quantia de filipetas que seriam identificadas pelos atores. Ao final do espetáculo, a cada filipeta nominada o ator recebia o valor de R\$ 1 a mais no valor final do cachê. Essa prática provocou outra tarefa aos atores e técnicos contratados para a produção: a de não apenas participar do processo de produção, mas também levar público ao espaço.

A Menina e o Vento também contou com parcerias de empresas privadas para a divulgação do espetáculo. A equipe comercial do jornal *Folha do Estado* firmou uma parceria com o Teatro Mosaico e diariamente durante a temporada publicava a publicidade do espetáculo no mesmo formato do panfleto e que também concedia desconto. Além da *Folha do Estado*, o serviço de consulta telefônica Número Certo também entrou como parceiro e fornecia o expediente da temporada de *A Menina e o Vento*.

Ao lado da Casa Cuiabana funciona um colégio da rede estadual de ensino. A produção do Teatro Mosaico, em parceria com Secretaria de Estado de Educação (Seduc/MT), reservou ao longo da temporada sessões às sextas-feiras exclusivas para os alunos do colégio instalado na vizinhança, o que foi considerado uma forma de popularização da prática teatral.

A Caravana da Ilusão (2005)

A *Caravana da Ilusão* é um texto de Alcione Araújo, escrito em 1982. A idéia de montar este texto já existia desde o início das atividades do Mosaico. Porém, segundo as condições financeiras, a montagem da obra ficou durante dez anos no plano do virtual. Apenas em 2004 o projeto de montagem foi aprovado pela Lei Estadual de Incentivo à Cultura e recebeu o patrocínio da Rede Cemat.

O primeiro contato feito para esta montagem foi junto à Sociedade Brasileira de Autores Teatrais (Sbat), entidade criada em 1917, para requerer uma das condições básicas do projeto em dimensão profissional: obtenção dos direitos autorais da montagem do texto. Pode-se dizer que este é o texto mais conhecido e montado do autor mineiro.⁶³ A grande procura pelo direito de montar o texto levou cerca de seis meses para obtenção de resposta do autor para a concessão dos direitos. Porém, neste ínterim, os ensaios já haviam começado.

O texto conta a história dos irmãos Bela, Lorde, Bufo e o músico Roto, que se vêem obrigados a perpetuar as práticas do teatro mambembe após a morte do pai. Questões relativas à genuinidade da arte e cooptação das práticas artísticas pelo processo de modernização são o enredo deste drama metalingüístico. A concepção do diretor Sandro Lucose, a resolução foi colocar em cena em dois momentos: o ápice da trupe e a derrocada com a morte do pai. Para isso, foi escrito um prólogo também de caráter metalingüístico a partir da compilação dos textos de *Um Doente Imaginário*, de Molière, e *O Mambembe*, de Artur Azevedo.

Intercalando essas compilações, alguns números de variedade seriam apresentados pelos atores em referência ao teatro praticado no início do século XX, o teatro de revista, que se constituíam não apenas de uma apresentação, mas de várias pequenas récitas que entremeavam as apresentações principais. O que seria apenas um prólogo, acabou constituindo por si só em outro espetáculo com 45 minutos de duração.

⁶³ Além de *A Caravana da Ilusão*, os textos de proeminência na obra de Alcione Araújo foram *Há vagas para moças de fino trato* (1974) e *Comunhão de Bens* (1981).

Para construir este prólogo, cada um dos atores deveria criar um número de variedade e apresentá-lo durante o processo de ensaios para a apreciação do diretor. Depois de uma sucessão de tentativas, os números escolhidos foram: uma cena de platéia dirigida por um clown, uma cantora lírica internacional fajuta, um coro de beatas que se transformam em dançarinas e uma zebra amestrada, manipulada por dois atores. O espetáculo é composto de dois gêneros dramáticos distintos: a comédia e o drama.

Como parte do processo de montagem foram realizadas leituras dramatizadas, conforme descrito no capítulo anterior como forma de produzir vínculos entre público e companhia. As leituras dramatizadas consistem na leitura do texto sem marcas de interpretação, no qual, dispostos em pé ou sentados, os atores fazem a leitura do texto.

Em Cuiabá foram realizadas três sessões de leitura dramatizada: a primeira delas com professores José Leite e Maurília Valdez, ambos do Departamento de Filosofia da UFMT. No segundo, um grupo de atores e diretores, além do professor Yuji Gushiken, do Departamento de Comunicação da UFMT. E, no terceiro, uma apresentação específica para dois diretores teatrais: Amauri Tangará, da Cia. Das Artes, de Cuiabá, e João Brites, do Grupo O Bando, de Lisboa, Portugal.

Logo após as leituras, os convidados eram convidados a comentar, cada qual a partir de área de estudos, o trabalho cênico em processo. Essa prática de debates, conhecida como platéia-foyer em eventos de dança contemporânea no Brasil, em geral sugere discussões a respeito da obra coreográfica após a montagem efetiva de um espetáculo. No caso de *A Caravana da Ilusão*, o Teatro Mosaico inverteu o processo, fazendo do diálogo não apenas oportunidade para a platéia conhecer melhor o pensamento artístico do diretor, mas buscou colher das próprias impressões elementos que poderiam virtualmente compor a própria montagem do espetáculo.

O processo de montagem coincidiu com o período de execução do prêmio Caravana Funarte de Circulação Centro-Oeste, que contemplou seis

companhias⁶⁴ da região com ajuda de custo para viagens com os espetáculos de repertório. O roteiro aprovado para *A Carava da Ilusão* incluiu as cidades de Barra do Garças (MT), Goiânia (GO), Brasília (DF), Dourados (MS), Campo Grande (MS) e Palmas (TO)⁶⁵.

A prática de debates entre artistas e público não era muito difundida nessas cidades do roteiro. A exceção foi Brasília, onde há um projeto idealizado pelo Sesc Garagem que consiste na leitura dramatizada de textos de autores brasileiros com periodicidade mensal.

De volta à Cuiabá, após uma viagem de 9 mil quilômetros, o Teatro Mosaico deu continuidade ao processo de montagem de *A Caravana da Ilusão*. Com fomento aprovado de R\$ 45 mil, tratou-se de um projeto ousado para as produções teatrais até então realizadas em Mato Grosso. Um veículo Rural Willys foi utilizado em cena como símbolo de meio de transporte da caravana mambembe e simultaneamente como palco para apresentações dos números de variedade, para a primeira parte do espetáculo. Na segunda parte, a reprodução de uma estrada árida foi feita com trinta sacos de serragem, mais dez sacos de capim seco e uma árvore feita em fibra de vidro, pelo artista plástico Pádua Nobre.

Os figurinos foram confeccionados por Pedro Lacerda, figurinista do Teatro Mosaico, desde a primeira montagem da companhia. Pedro Lacerda foi trazido pela produção a Cuiabá para conhecer o novo elenco da companhia e assim, a partir das referências do texto e das características físicas dos atores, conceber os figurinos. A confecção dos figurinos aconteceu de forma compartilhada: parte do figurino foi costurada em Cuiabá e enviada ao Rio de Janeiro, onde reside o figurinista, para o tratamento final das peças. Uma outra peculiaridade foi a confecção de calçados específicos para cada um dos personagens do espetáculo *A Caravana da Ilusão*, em parceria do figurinista com o barracão de uma escola de samba do Rio de Janeiro. Ao todo foram mais de trinta composições de figurinos, considerando que cada ator tinha de duas a três trocas de roupa em cena.

⁶⁴ De Mato Grosso, além do Teatro Mosaico, o Teatro Fúria também foi contemplado por este projeto.

⁶⁵ Apesar de não pertencer à região Centro-Oeste de acordo com a divisão geopolítica brasileira, o estado de Tocantins por identificações culturais foi incorporado à região central brasileira.

Para esta temporada, o Teatro Mosaico contou com apoio de divulgação de mídia televisiva da TVCA, afiliada de Rede Globo, através do apoio da Casa Prado, loja de roupas masculinas. O plano de mídia compunha 15 inserções em horários diversos na programação da TV Centro América, retransmissora da Rede Globo em Cuiabá. Além dos suportes de divulgação como cartazes e panfletos.

O processo de montagem de *A Caravana da Ilusão*, assim como o texto, ao que pode-se perceber se deu em trânsito, viagens de ida e volta de figurinos, circulação com as leituras dramatizadas. Porém, havia a necessidade de definir o local de estréia do espetáculo. Deveria ser um espaço que comportasse as dimensões propostas pela cenografia e que permitisse uma longa temporada. Não foi possível. O espetáculo estreou no palco do Teatro da UFMT no dia 2 de junho e naquele espaço realizou apenas mais três apresentações, até o dia 5. Na semana seguinte, o espetáculo transferiu-se para o teatro do Sesc Arsenal, onde foi apresentado de 9 a 12 de junho. Portanto, de um teatro a outro, foram apenas oito apresentações do espetáculo em Cuiabá. Apesar do grande esforço de montagem e dos recursos financeiros aplicados ao espetáculo, o projeto não resultou em um número significativo de apresentações em Cuiabá.

O então diretor geral do Festival de Curitiba, Victor Aronis, foi convidado para assistir a estréia de *A Caravana da Ilusão*, em Cuiabá. A pretensão era incluir o espetáculo na Mostra Contemporânea⁶⁶ daquele festival, porém, o espetáculo não foi selecionado no ano seguinte. Somente em novembro de 2005, o espetáculo *A Caravana da Ilusão* pôde ser apresentado em outra cidade, além da cidade-sede do Mosaico.

A apresentação da montagem foi possível com o apoio do Sesc Ceará, que realiza anualmente a Mostra Cariri das Artes, que acontece em cidades do sertão cearense. Nova Olinda, Juazeiro do Norte e Crato foram as cidades por onde o Teatro Mosaico passou com o espetáculo *A Caravana da Ilusão*. A produção do Sesc Ceará custeou as passagens aéreas dos integrantes da companhia. Para cobertura de outros custos, alguns elementos do cenário, como o veículo utilizado em cena e os elementos de caracterização do

⁶⁶ Esta mostra é a categoria dos espetáculos que são custeados integralmente pelo festival. As outras mostras, de rua e Fringe tem a despesa paga pelas próprias companhias e grupos.

cenário da parte interna do espetáculo foram produzidos pelo próprio pessoal da Mostra Cariri das Artes.

No ano de 2006, A Caravana da Ilusão teve uma segunda temporada na cidade de Chapada dos Guimarães, em Mato Grosso. O projeto contou com o apoio da prefeitura municipal e comerciantes locais que contribuíram para a execução de quase dois meses de espetáculos de sexta a domingo.

Romeu e Julieta (2005)

A adaptação desta montagem de Romeu e Julieta de William Shakespeare foi feita por Ângelo Faria Turcci⁶⁷. A idéia de remontar este texto começou em 2003, quando o Teatro Mosaico esteve em cartaz no Rio de Janeiro. Ângelo foi convidado para remontar a adaptação que ele havia feito em 1997 com atores do elenco da Companhia Teatro Mosaico. Porém, o espetáculo efetivamente só estreou dois anos mais tarde.

Esta adaptação do texto de William Shakespeare é composta de três atores que revezam fazendo 13 personagens e utilizam a linguagem do teatro de bonecos. Antes de embarcar para o Rio de Janeiro, o diretor artístico Sandro Lucose havia feito a seleção do elenco que comporia Romeu e Julieta. Seriam ele mesmo, Fábio Bertacini e Alicce Oliveira.

Quando a companhia chegou ao Rio de Janeiro para iniciar o processo de montagem, a primeira questão foi diagnosticada pelo então diretor do espetáculo, Ângelo Turcci: a atriz selecionada pela produção não atendia ao tipo físico que o diretor havia concebido para o espetáculo. Para viabilizar a montagem, outra atriz foi escolhida para fazer o espetáculo, Daniele Bertoni. Essa situação causada pela escolha do diretor ocasionou um desconforto com Alicce Oliveira e, após o fim da temporada, a atriz saiu da companhia. Durante o período em que esteve no Rio, foram feitas apenas quatro leituras do texto e a montagem ficou suspensa até que Ângelo pudesse vir a Cuiabá para concluir o trabalho de montagem do espetáculo.

A negociação para a possível vinda do diretor durou mais de dois anos, em função dos outros compromissos que Angelo tinha no Rio de Janeiro. Enquanto isso, a produção tentava conseguir patrocínio para montagem do espetáculo. O projeto foi apresentado ao Conselho Municipal de Cultura, no exercício de 2004, e foi aprovado no início de 2005, com a condicional de captação. A Lei Municipal de Cultura de Cuiabá ainda opera no sistema de carta de captação: o proponente, após ter seu projeto aprovado, busca através das empresas privadas o patrocínio, que tem como contrapartida a dedução do valor incentivado no imposto de renda. A

⁶⁷ Diretor teatral, formado na UNIRIO. Dirigiu também os espetáculos A Roda da História (2006) e O Príncipe Peralta (2007).

empresa que apoiou este projeto foi a Agenda Assessoria, especializada em previdência privada. O contato foi feito através de uma pessoa responsável pelo marketing cultural da empresa que já havia visto um dos espetáculos do Teatro Mosaico.

Após a confirmação do patrocínio, os trabalhos efetivos da produção foram iniciados. O primeiro profissional contatado foi o bonequeiro Carlos Gattas, que já havia feito alguns bonecos para o espetáculo *Auto da Estrela Guia*, que funcionavam apenas como elementos secundários naquele texto. Porém, para *Romeu e Julieta*, os bonecos constituíam-se como elementos fundamentais da montagem. Os treze personagens desta adaptação foram confeccionados numa técnica conhecida como empapelamento⁶⁸. Carlos Gattas é um dos profissionais liberais do teatro mato-grossense, no qual atua desde o início da década de 1980. Por sua especialidade em bonecos de vários tipos, Carlão (como é conhecido) sempre participa de campanhas institucionais para empresas privadas e serviço público.

Em 2005, o ator Fábio Bertacini, que havia sido escalado para *Romeu e Julieta*, vai para o Rio de Janeiro estudar Artes Cênicas na UniRio. O ator Celso Gayoso é escolhido para substituí-lo na montagem. Após a fase de leituras de texto, o elenco começou os ensaios com as estruturas dos bonecos. Inicialmente, os bonecos teriam suas articulações manipuladas por uma vara. Porém, no processo de ensaio, percebeu-se que para a forma como o espetáculo estava sendo concebido as varas de manipulação seriam impeditivas para algumas movimentações, e foram descartadas.

Os ensaios iniciaram-se em maio de 2005, paralelo ao processo de montagem de *A Caravana da Ilusão*. O local de ensaios de *Romeu e Julieta* foi o Colégio Coração de Jesus, onde o Teatro Mosaico já desenvolvia outras atividades ligadas à arte-educação. A data da vinda de Ângelo para finalização da montagem foi definida para agosto daquele mesmo ano, o que inviabilizou a idéia de Ângelo ser o diretor do espetáculo. A direção acabou ficando por conta do diretor do Mosaico, Sandro Lucose.

⁶⁸ O molde do boneco é feito a partir de uma base em isopor e depois são aplicadas várias camadas de papel e cola para dar resistência. Depois de várias camadas, o isopor é retirada para dar espaço para a mão dos manipuladores.

Para conceber os figurinos, mais uma vez, o figurinista Pedro Lacerda foi convidado. Porém, por questões de agenda, ele não pôde atender à demanda de *Romeu e Julieta*. O trabalho seria minucioso, pois constituía na concepção de figurinos não apenas para os atores, como também para os bonecos.

Carlos Gattas, que havia construído a base dos bonecos, tinha uma costureira que sempre fazia os figurinos para ele. Indicou Yolanda Silveira para confeccionar os figurinos dos bonecos até que o impasse com o figurinista fosse resolvido. Pedro Lacerda não pôde efetivamente conceber os figurinos, nem mesmo para os atores, e a costureira Yolanda Silveira, além dos figurinos para os bonecos, acabou tornando-se não só a costureira das produções do Teatro Mosaico, como também figurinista assistente. A indumentária de *Romeu e Julieta* foi concebida e confeccionada integralmente por Yolanda.

Em meio a duas montagens, a escolha do local de estréia de *Romeu e Julieta* também esbarrava na questão de espaços para apresentação de longa temporada. Foi assim que, em parceria com o Colégio Coração de Jesus, o Teatro Mosaico estreou o espetáculo em 12 de junho de 2005.

A proposta de se apresentar no teatro do Coração de Jesus foi interessante já que, em razão das outras atividades realizadas no colégio, o Teatro Mosaico não precisaria pagar pela utilização do espaço. E de alguma forma, a temporada de uma companhia com repertório profissional serviu de uma ação de marketing cultural para o colégio.

O espaço, apesar de localizado na região central de Cuiabá, era desconhecido do público de teatro. Além disto, um fator complicador seria a vinculação do espetáculo como sendo uma produção de alunos. Estes itens dificultaram o êxito da temporada. A alternativa encontrada pela produção do Teatro Mosaico para atrair um público maior foi a concessão de descontos para alunos do colégio. O ingresso custava R\$ 12, mas alunos do colégio, bem como pais e acompanhantes, pagavam R\$ 5. A importância deste período de temporada de *Romeu e Julieta* no Colégio Coração de Jesus resultou no interesse de outras organizações culturais em locar o espaço para realização de espetáculos musicais, teatrais e de dança.

Romeu e Julieta rompeu com uma dinâmica dos espetáculos anteriores do Teatro Mosaico. Até então, todos os outros espetáculos utilizavam em cena os oito atores e um músico em cena. *Romeu e Julieta* era composta de apenas três atores e um músico. Esta montagem demandava menos custo para viagens e participação em festivais. Nestas condições, configurou-se como o espetáculo mais apresentado pelo Teatro Mosaico, com 59 apresentações desta sua estréia.

Considerações finais

As práticas culturais ao longo do processo evolutivo passaram da condição de manifestações espontâneas para a condição de organizações culturais. Deste modo, a comunicação e a cultura passam a estabelecer diálogos significativos para a constituição da contemporaneidade.

No objeto pesquisado neste trabalho percebeu-se, a partir da teoria geral dos campos de Pierre Bourdieu, que as relações internas e externas de uma organização cultural são condições *sine qua non* para sua existência e legitimação. Na primeira instância, ao tratar dos eixos delineadores do campo teatral, algumas questões foram suscitadas e podem aqui ser conclusivamente apreendidas.

As políticas públicas disponíveis na realidade brasileira apresentam gradações em suas esferas governamentais e ao passo que se analisou essas iniciativas podemos inferir que por uma preocupação maior com as políticas públicas para a cultura ou por maior dotação orçamentária; as políticas federais exercem um maior número de ações, ao passo que as políticas estaduais em Mato Grosso, encontram-se em processo de consolidação e portanto, ainda precisam ser revistas. Já na instância municipal, em Cuiabá, as ações são escassas e ainda se amparam nas ações estaduais.

As políticas de marketing cultural de instituições como o Insitituto Itaú Cultural, Centro Cultural Banco do Brasil, Serviço Social do Comércio (Sesc) são a alternativa direta para a realização de ações para promoção e difusão cultural. Neste sentido, o Teatro Mosaico foi de algum modo agraciado por várias destas ações.

A prática do jornalismo cultural ainda incipiente em Cuiabá aprende juntamente com as organizações culturais que apresentam produtos culturais de qualidade técnica notável.

Em segundo lugar, quando tratamos do pensamento comunicacional na Companhia Teatro Mosaico foi possível entender a importância da auto-gestão comunicativa de uma organização, de qualquer natureza. As contribuições da comunicação organizacional para a consolidação do Teatro

Mosaico junto ao panorama cultural brasileiro, tendo com sede a cidade de Cuiabá. A cibercultura como dinâmica da contemporaneidade possibilita a apropriação de seus elementos para a constituição de novas formas de sociabilidade e difusão informacional.

E em última instância e talvez mais significativa para a execução deste trabalho, o conceito de comunicação como cultura proposto por James Carey que fornece uma reflexão teórica acerca da comunicação a partir das manifestações da cultura.

Cronologicamente, a arte precede à ciência. Porém, a ciência, enquanto projeto sistemático da modernidade conheceu graças às idéias positivistas, seus pais. Freud e a Psicanálise; Levi-Strauss e a etnografia; Einstein e a física moderna. São apenas títulos de paternidade auferidos a eles para interesse do propósito modernista.

A arte assim, também, foi cooptada pelas práticas científicas. Sua legitimação e “existência” passaram a ser inerentes ao discurso científico também. Arte enquanto abstração da realidade e ciência enquanto produto da tentativa de concretização do “real”, por excelência, deveriam dicotomizar-se, mas aqui dialogam-se, produzem interfaces. Uma espécie de arte-ciência.

E dentro do discurso científico, condição inerente para constituição do campo, deste trabalho as práticas da comunicação e do teatro dialogam-se de modo a produzir uma contribuição para a formação de ambos.

Enquanto práticas culturais, ambas, teatro e comunicação tornam-se atividades correlatas no sentido em que se dialogam para constituir uma interface em duas atividades que em comum têm o fato de colocarem-se a serviço da construção de um discurso. Para sistematizar a relação entre essas duas práticas, o comunicólogo James Carey, autor que talvez tenha sido um dos que mais precocemente tenha desenvolvido a idéia da “comunicação como cultura”, título de uma de suas obras. Ao diferenciar os dois modelos de comunicação: modelo transmissivo e modelo ritualístico, fornece um panorama de atualização da comunicação na contemporaneidade.

Neste aspecto, James Carey afirma que a comunicação é a base da sociedade humana, capaz de produzir vinculações sociais, que colocam os homens juntos e possibilitam a associação entre eles, sendo a sociedade

possível apenas em virtude da combinação de forças que compartilham informações, fazendo-as circularem num sistema orgânico.

Este sistema orgânico proposto por Carey difere-se circunstancialmente, da natureza organísmica do funcionalismo norte-americano proposto por alguns autores da Escola de Chicago, dentre eles Wright, Lasswell e Lazarsfeld-Merton. Pois no sentido careyano, o sistema orgânico tem a ver com a “organizicização” das práticas comunicacionais, desconstruindo a idéia de que essas práticas possam ser reduzidas a dados quantitativos e tabuladas em gráficos a fim de otimizarem sua eficácia. Já a utilização do termo orgânico proposto pelo funcionalismo, utiliza-o apenas de forma metafórica, sendo assim, a sociedade analogizada ao funcionamento do corpo humano com suas partes singularizadas, cada uma com suas propriedades específicas e no conjunto, as funções quando bem executadas propiciam rendimento satisfatório ao “corpo”..

O que se torna interessante salientar nessa evolução das teorias da comunicação é que existe um fluxo, talvez inverso, em relação à figura do indivíduo. Pois enquanto o Esclarecimento, transporta para a figura humana o centro de suas atenções, as primeiras teorias da comunicação o fazem de forma reducionista, convergindo um número de indivíduos em um conjunto atomizado, a sistematização do conhecimento deste indivíduos-povo é chamada de comunicação de massa.

Posteriormente, até como forma de resistência a um outro modelo norte-americano de comunicação, o difusionismo que tem suas bases na antropologia. A Escola Latino-Americana de Comunicação irá se voltar para o indivíduo de forma menos atomizada, dando proeminência ao ser uno capaz de produzir, arranjar, rearranjar e desarranjar a comunicação vigente através dos usos que faz dela. Algumas das táticas, para usar o termo do historiógrafo Michel de Certeau, que são singularizadores da prática comunicacional em relação à massificação proposta pelo difusionismo. Que dentre algumas de suas metas, tinha como objetivo difundir uma proposta de comunicação proposta pelos seus idealizadores e que contribuiria para o processo de modernização em regiões que ainda não se encontravam devidamente submetidas à este processo.

Neste sentido, alguns autores latino-americanos foram primordiais para o entendimento desta singularidade nos processos comunicacionais devido as diferentes condições de produção da subjetividade dos países abaixo dos trópicos. Luiz Beltrão e sua idéia de *folkcomunicação* – onde a comunicação mediada pelos agentes populares tinham a mesma carga informativa, da produzida pelos mass media. Mario Kaplún propõe a tentativa de desenvolvimentos de mecanismos produzidos para os (e pelos) populares de gestão da comunicação. Jesus Martín-Barbero que propõe a mediação como a articulação dos processos de produção dos media e suas rotinas de utilização no contexto familiar, comunitário e nacional. Nestor García Canclini que busca interpretar as culturas latino-americanas desde a compreensão das lógicas das culturas populares, à recepção e o consumo de bens culturais, bem como a hibridação cultural que esses processos geram e o impacto da globalização neste projeto.

Embora estes trabalhos tenham como propósito individualizar o sujeito no processo comunicacional, o empenho dos *media* em fazer com que eles permaneçam na condição de massa provocou a construção de uma “nova espécie” humana, proposta por Muniz Sodré: o *bios mediático*. Esse bios tem seu espaço público encolhido e substituído pelas telas e nos meios midiáticos não apenas a representação da realidade, mas a instauração de uma “realidade” inerente à sua existência na condição de *bios mediático*.

Para reintegração social desse *bios*, faz-se necessária a vinculação social, que neste caso são as práticas de promoção/manutenção do vínculo social, ações comunitárias, animação cultural, atividade sindical (onde a reciprocidade dialógica e afetiva da comunicação aparece) para além da mídia. As práticas culturais nesta problemática aparecem como uma fuga imaginária ao processo de midiatização que encolhe o espaço público. Desta forma, não na condição messiânica, a prática teatral pode ser considerada uma destas linhas de fuga.

Referências bibliográficas

BELTRÃO, Luiz. *Folkcomunicação: teoria e metodologia*. São Bernardo do Campo: UMESP, 2004.

BOURDIEU, Pierre. *A economia das trocas simbólicas*. São Paulo: Perspectiva, 2005.

BOURDIEU, Pierre. *A produção da crença: contribuição para uma economia dos bens simbólicos*. São Paulo: Zouk, 2004.

BOURDIEU, Pierre. *Esboços de auto-análise*. São Paulo: Companhia das Letras, 2004.

BOURDIEU, Pierre. *O campo econômico: a dimensão simbólica da dominação*. Campinas: Papyrus, 2000.

BOURDIEU, Pierre. *Os usos sociais da ciência: por uma sociologia clínica do campo científico*. São Paulo: Editora UNESP, 2004.

BOURDIEU, Pierre. *Razões práticas: sobre a teoria da ação*. Campinas: Papyrus, 1996.

BOURDIEU, Pierre. *The field of cultural production*. Columbia: Press University, 1993.

BULIK, Linda. *Comunicação e teatro*. São Paulo: Arte & Ciência, 2001.

CANCLINI, Néstor García. *Consumidores e cidadãos*. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2004.

CANCLINI, Néstor García. *Diferentes, desiguais e desconectados*. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2005.

CASTORIADIS, Cornelius. *As encruzilhadas do labirinto*. São Paulo: Paz e Terra, 1988

CAREY, James. *Communication as culture: essays on media and society*. New York/London: Routledge, 1988.

ENCREVÉ, Pierre & LAGRAVE, Rose-Maria. *Trabalhar com Bourdieu*. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2005.

FILHO, Clóvis de Barros & Martino, Luís Mauro Sá. *O habitus da comunicação*. São Paulo: Paulus, 2003.

FILHO, João Freire & HERSCHMANN, Michael (org.). *Comunicação, cultura e consumo: a (des)construção do espetáculo contemporâneo*. Rio de Janeiro: E-papers, 2005.

GUSHIKEN, Yuji. *Platéia-foyer: Usos do pensamento latino-americano em Comunicação na formação de público de teatro*. In: Colóquio Internacional sobre a Escola Latino-Americana da Comunicação (Celacom), 2005, São Bernardo do Campo. Anais Celacom 2005. São Bernardo do Campo : Universidade Metodista de São Paulo, 2005

JAPIASSU, Ricardo. *Metodologia do ensino de teatro*. Campinas: Papyrus, 2001.

KUNSCH, Margarida K. K. *Planejamento de relações públicas na comunicação integrada*. São Paulo: Summus Editorial, 2002.

LEVI, Clóvis. *Teatro brasileiro: um panorama do século XX*. Rio de Janeiro: Funarte, 1997.

LÉVY, Pierre. *Cibercultura*. São Paulo: Editora 34, 2000.

LÉVY, Pierre. *O que é virtual*. São Paulo: Editora 34, 2001.

LINDOSO, Felipe (org.). *Rumos (do) Jornalismo Cultural*. São Paulo: Itaú Cultural, 2007.

LOPES, Maria Immacolata Vassalo de. *Pesquisa em comunicação*. São Paulo: Edições Loyola, 2003.

LYOTARD, Jean-François. *The postmodern condition: a report on knowledge*. Minnessota: Minnessota Press, 1984.

MATTELART, Armand & NEVEU, Erik. *Introdução aos estudos culturais*. São Paulo: Párabola Editorial, 2004.

ORTIZ, Renato. *A sociologia de Pierre Bourdieu*. São Paulo: Olho d'Água, 2003.

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

PINTO, Louis. *Pierre Bourdieu e a teoria do mundo social*. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2000.

PIZA, Daniel. *Jornalismo cultural*. São Paulo: Contexto, 2003.

POLISTCHUK, Ilana & TRINTA, Aluizio Ramos. *Teorias da comunicação: o pensamento e prática da comunicação social*. Rio de Janeiro: Campus, 2003.

RAMOS, Alexandre Dias. *Mídia e arte: aberturas contemporâneas*. Porto Alegre: Zouk, 2006.

RHEINGNOLD, Howard. *The virtual community: homesteading on the electronic frontier*. Cambridge: MIT Press, 1993.

RESENDE, Beatriz. *Apontamentos da crítica cultural*. Rio de Janeiro: Aeroplano, 2002.

ROUBINE, Jean-Jacques. *Introdução às grandes teorias do teatro*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2003.

RUDIGER, Francisco. *Introdução às teorias da cibercultura*. Porto Alegre: Editora Sulina, 2003.

SANTAELLA, Lucia. *Culturas e artes do pós-humano: das culturas da mídia à cibercultura*. São Paulo: Paulus, 2003.

SANTAELLA, Lucia. *Pesquisa & comunicação*. São Paulo: Hackers Editores, 2001.

SCHEER, Léo. *A democracia virtual*. São Paulo: Flanarte Livros, 2005.

SILVA, Dinorá Fraga da & FRAGOSO, Suely. *Comunicação na cibercultura*. São Leopoldo: Editora Unisinos, 2001.

STEINEN, Kart von den. *O Brasil Central: expedição em 1884 para a exploração do rio Xingu*. São Paulo: Companhia Editora Nacional, 1942.

TORQUATO DO REGO, Francisco Gaudêncio. *Comunicação empresarial, comunicação institucional: conceitos, estratégias, sistemas, estruturas, planejamento e técnicas*. São Paulo: Summus, 1986.

WILLIAMS, Raymond. *Cultura*. São Paulo: Paz e Terra, 2001.

Periódicos

Artistas participam de festival em Bonito. Folha do Estado. Cuiabá: 15 de julho de 2003.

Eles têm motivo para fazer muito barulho. Folha do Estado: Cuiabá: 13 de junho de 2002.

Festival exhibe 20 peças de novos talentos do palco. O Estado de S. Paulo. São Paulo: 17 de março de 1996.

Festival Internacional de Londrina. Gazeta do Povo: Curitiba: 19 de abril de 1997.

Grupo Mosaico comemora aniversário com três peças. A Gazeta. Cuiabá: 10 de abril de 2003.

Grupo Mosaico lança site e oficina teatral. Diário de Cuiabá. Cuiabá: 18 de julho de 2002.

Mãe Bonifácia sedia espetáculo do Mosaico. A Gazeta. Cuiabá: 14 de dezembro de 2002.

Montagem premiada de Shakespeare faz promoção para leitores do RSZ. Rio Zona Sul. Rio de Janeiro: 04 de abril de 1999.

Mosaico apresenta texto de Maria Clara Machado. A Gazeta. Cuiabá: 5 de abril de 2003.

Mosaico de malas prontas para estrear no Festival de Curitiba. Folha do Estado. Cuiabá: 12 de março de 2003.

O imaginário e o clássico. Tribuna BIS. Rio de Janeiro: 19 de março de 1999.

Primeira vez. Diário da Região. São José do Rio Preto: 02 de agosto de 1998.

Presente de natal vem do Mato Grosso. O Globo. Rio de Janeiro: 17 de dezembro de 2003.

Procura-se artistas. Folha do Estado. Cuiabá: 16 de fevereiro de 2002.

Produtor cultural abre inscrições para peça teatral. A Gazeta. Cuiabá: 16 de fevereiro de 2002.

Shakespeare à brasileira com deficiências. O Globo. Rio de Janeiro: 03 de abril de 1999.

Teatros voltam a se encontrar ano que vem. Regional de Blumenau. Blumenau: 14 de julho de 1997.

Teatro em Mato Grosso está amadurecendo. Folha do Estado. Cuiabá: 20 de fevereiro de 2002.

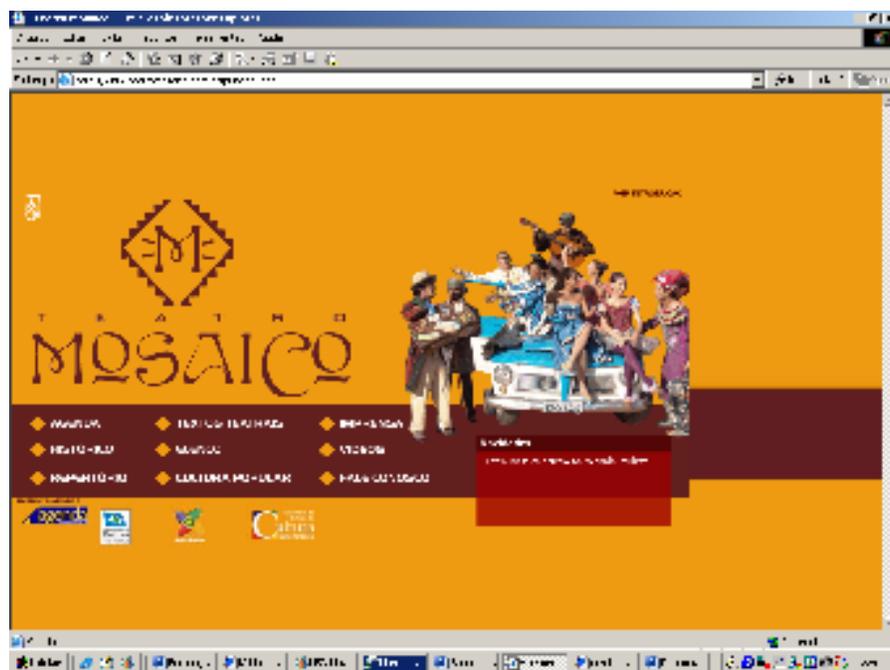
Um domingo de muitos espetáculos. Folha de Londrina. Londrina: 20 de abril de 1997.

Versão junina e caricata de uma comédia primorosa. Tribuna BIS. Rio de Janeiro: 01 de abril de 1999.

Anexos



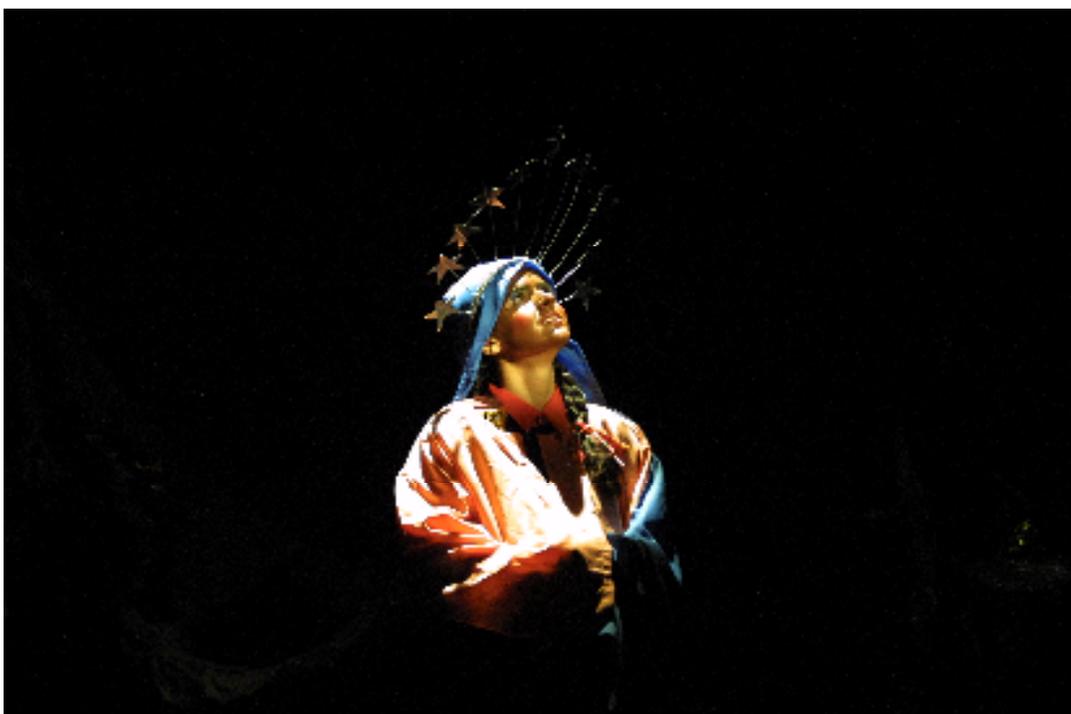
Logomarca da Companhia Teatro Mosaico. Designer: Cândida Bittencourt



Página inicial do website da Companhia Teatro Mosaico. Desenvolvido por Diego Parreira.



Muito Barulho Por Nada. Foto: José Luiz Medeiros



Auto da Estrela Guia. Foto: José Luiz Medeiros.



A Menina e o Vento. Foto: Raí Reis.



A Caravana da Ilusão. Foto: José Luiz Medeiros.



Romeu e Julieta. Foto: Wersley Aguiar.

Livros Grátis

(<http://www.livrosgratis.com.br>)

Milhares de Livros para Download:

[Baixar livros de Administração](#)

[Baixar livros de Agronomia](#)

[Baixar livros de Arquitetura](#)

[Baixar livros de Artes](#)

[Baixar livros de Astronomia](#)

[Baixar livros de Biologia Geral](#)

[Baixar livros de Ciência da Computação](#)

[Baixar livros de Ciência da Informação](#)

[Baixar livros de Ciência Política](#)

[Baixar livros de Ciências da Saúde](#)

[Baixar livros de Comunicação](#)

[Baixar livros do Conselho Nacional de Educação - CNE](#)

[Baixar livros de Defesa civil](#)

[Baixar livros de Direito](#)

[Baixar livros de Direitos humanos](#)

[Baixar livros de Economia](#)

[Baixar livros de Economia Doméstica](#)

[Baixar livros de Educação](#)

[Baixar livros de Educação - Trânsito](#)

[Baixar livros de Educação Física](#)

[Baixar livros de Engenharia Aeroespacial](#)

[Baixar livros de Farmácia](#)

[Baixar livros de Filosofia](#)

[Baixar livros de Física](#)

[Baixar livros de Geociências](#)

[Baixar livros de Geografia](#)

[Baixar livros de História](#)

[Baixar livros de Línguas](#)

[Baixar livros de Literatura](#)
[Baixar livros de Literatura de Cordel](#)
[Baixar livros de Literatura Infantil](#)
[Baixar livros de Matemática](#)
[Baixar livros de Medicina](#)
[Baixar livros de Medicina Veterinária](#)
[Baixar livros de Meio Ambiente](#)
[Baixar livros de Meteorologia](#)
[Baixar Monografias e TCC](#)
[Baixar livros Multidisciplinar](#)
[Baixar livros de Música](#)
[Baixar livros de Psicologia](#)
[Baixar livros de Química](#)
[Baixar livros de Saúde Coletiva](#)
[Baixar livros de Serviço Social](#)
[Baixar livros de Sociologia](#)
[Baixar livros de Teologia](#)
[Baixar livros de Trabalho](#)
[Baixar livros de Turismo](#)