

PALOMA CASTRO

**O USO DO TEATRO NA COMUNICAÇÃO INTERNA:
uma forma de trabalhar com a percepção**

**Curitiba
2006**

PALOMA CASTRO

**O USO DO TEATRO NA COMUNICAÇÃO INTERNA:
uma forma de trabalhar com a percepção**

Monografia destinada à disciplina de Trabalho de Conclusão de Curso II em Relações Públicas da Universidade Federal do Paraná, Setor de Ciências Humanas, Letras e Artes, Departamento de Comunicação Social, Curso de Comunicação Social, Habilitação em Relações Públicas.

Profª orientadora: Drª Gláucia da Silva Brito.

Curitiba

2006

UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ
Setor de Ciências Humanas, Letras e Artes
Departamento de Comunicação Social
Curso de Comunicação Social
Habilitação em Relações Públicas.

REITOR

Prof. Dr. Carlos Augusto Moreira Jr.

VICE-REITORA

Prof^a. Márcia Helena Mendonça

DIRETOR DO SCHLA

Prof^a. Maria Tarcisa da Silva Bega

CHEFE DO DECOM

Prof. Dr. Itanel Bastos de Quadros Jr.

COORDENADOR DO CURSO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL

Prof^a. Dra. Celsi Bronstrup Silvestrin

ORIENTADORA

Prof^a. Dra. Gláucia da Silva Brito

A Deus, com amor.

AGRADECIMENTOS

A Deus por ser meu guia.

À Prof^a Gláucia pela orientação e atenção dedicada.

A todos os professores pelo conhecimento transmitido.

À minha família pelos conselhos, amor e paciência.

A todos que contribuíram para a realização deste trabalho.

*“Um teatro que movimenta a mente
é uma membrana sensível, propensa à febre,
um organismo vivo. E é assim que deve ser.”*
(BERTHOLD, 2002 p. XII)

RESUMO

Este trabalho se reporta à análise do teatro sendo usado como meio de comunicação interna de organizações no Estado do Paraná. Aliando as características específicas do teatro aos novos valores e conhecimentos que abarcam a comunicação organizacional, este estudo procurou mostrar como o teatro atinge a percepção individual, podendo ser utilizado em benefício das organizações, influenciando no comportamento de seus membros, de forma favorável. Por meio de pesquisa qualitativa em empresas que trabalham com o teatro na comunicação interna, buscou-se informações para poder delinear a forma como ele vem sendo utilizado nas organizações, bem como os resultados alcançados até agora. Com a constatação da satisfação daqueles que trabalham com o teatro na comunicação interna, aponta-se para a necessidade enfatizar e aprimorar a presença do teatro no estudo da comunicação social, e também, para as possíveis investigações a serem feitas a respeito deste tema sob o olhar do profissional de comunicação.

Palavras-chave: Comunicação Interna. Teatro nas organizações. Experiência. Percepção.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Quadro 1 – Modelo de Comunicação Integrada.....	17
Quadro 2 – Aparelho Perceptual.....	21
Figura 1 – Peça teatral da Cia. Lanteri1.....	40
Figura 2 – Peça teatral da Cia. Lanteri2.....	40
Figura 3 – Peça teatral da Cia. Lanteri3.....	41
Figura 4 – Peça teatral da Cia. Lanteri4.....	41
Figura 5 – Teatro de Bonecos da Copel1.....	42
Figura 6 – Teatro de Bonecos da Copel2.....	42

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	9
1. RELAÇÕES PÚBLICAS NAS ORGANIZAÇÕES.....	11
1.1 Breve Histórico das Relações Públicas no Brasil.....	11
1.2 Comunicação Organizacional	13
1.3 Comunicação Interna.....	16
1.4 Comportamento Humano nas Organizações	19
2. TEATRO	23
2.1 Conceito e histórico do teatro mundial.....	23
2.2 Histórico do teatro no Brasil	27
2.3 Técnicas teatrais	30
3. O TEATRO NAS ORGANIZAÇÕES	32
3.1 Pesquisa Qualitativa	32
3.1.1 Dados coletados.....	33
4. DISCUSSÃO	43
4.1 O papel do Relações Públicas	45
CONCLUSÃO.....	51
REFERÊNCIAS	55
ANEXO 1	57
ANEXO 2.....	59

INTRODUÇÃO

Partindo do princípio de que a comunicação organizacional lida com seres humanos, a subjetividade se faz presente a todo o momento na dinâmica das organizações. Desta maneira, o trabalho com a comunicação deve ser feito considerando todas as particularidades individuais que existem no meio organizacional. Entre estas particularidades encontra-se a interpretação pessoal de fatos e acontecimentos.

Baseando-se nesta multiplicidade de interpretações, este trabalho apresenta um estudo do teatro sendo utilizado como meio de comunicação com membros internos das organizações, para facilitar a compreensão das mensagens e aumentar a clareza evitando, assim, interpretações inadequadas. Os objetivos são: demonstrar como o teatro pode influenciar positivamente na percepção individual e, por conseqüência, na interpretação feita das mensagens e impressões recebidas por cada indivíduo; destacar e enfatizar o teatro como meio de comunicação no estudo das Relações Públicas e da Comunicação Social.

A não compreensão de alguma mensagem dentro das organizações pode acarretar em inúmeros problemas, tais como atitudes e comportamentos dos membros que não estão de acordo com os objetivos da organização, ou necessidade de repetir a mesma informação diversas vezes, sem resultado. Esse tipo de situação acaba tornando o ambiente de trabalho estressante e desagradável. Dessa forma, comunicar com clareza é de primordial importância para as organizações. Empresas funcionam muito melhor quando existe compreensão mútua, seja entre colegas de trabalho, seja entre chefia e subordinados. Assim, o teatro aparece como uma nova alternativa para esta questão, através da experiência.

Sendo o teatro um trabalho recente nas organizações, a metodologia utilizada para este estudo foi de pesquisa qualitativa em organizações que utilizam o teatro na comunicação interna, não sendo possível pesquisa bibliográfica sobre o tema devido à ausência de material teórico. Foram pesquisadas três empresas: a Siemens Brasil, que contrata grupos profissionais de teatro para apresentações aos seus colaboradores; o Herbarium Laboratório Botânico, que possui um grupo de teatro composto pelos próprios empregados e a Copel, que tem um grupo interno de teatro e contrata apresentações de grupos profissionais. Foi pesquisada, também, uma companhia de teatro que presta esse tipo de serviço nas organizações e considera-se pioneira neste ramo no Estado do Paraná, a Cia. Lanteri.

O primeiro capítulo deste estudo trata do trabalho de Relações Públicas nas organizações e, especificamente, da comunicação interna. Posteriormente há uma abordagem conceitual e histórica sobre o teatro. Em seqüência, a pesquisa sobre o uso do teatro na comunicação interna, análise com base teórica no Empirismo e discussão sobre o tema e o papel das Relações Públicas.

1 RELAÇÕES PÚBLICAS NAS ORGANIZAÇÕES

1.1 Breve Histórico das Relações Públicas no Brasil

Baseado em estudo documental feito pela Prof^a. Dr^a. Margarida Kunsch¹ (1997), estão descritos, neste capítulo, os principais acontecimentos relacionados à atividade e à profissão de Relações Públicas no Brasil. Esta atividade veio sob influência de outros países, principalmente norte-americana. Em 1914, instalou-se o primeiro departamento de Relações Públicas no Brasil, mas é a partir da década de 50 que a atividade passa a ter maior relevância no cenário nacional.

Com as atividades econômicas em expansão, políticas industriais e desenvolvimento técnico da mídia, estabeleceu-se uma forte propensão às instalações de empresas multinacionais que traziam consigo a cultura de valorização da comunicação, enfatizando as Relações Públicas.

O primeiro curso regular de Relações Públicas veio em 1953, na Escola de Administração Pública da Fundação Getúlio Vargas do Rio de Janeiro. No ano seguinte, partindo desse grupo, constituiu-se a Associação Brasileira de Relações Públicas (ABRP), que realizou inúmeros congressos, cursos e seminários, sendo de extrema importância na consolidação e compreensão do significado da profissão. Em 1964, foi criada a Associação dos Executivos de Relações Públicas (AERP) em São Paulo.

No ano de 1976, criou-se a Assessoria de Relações Públicas com a função de centralizar todo o Sistema de Comunicação Social do Poder Executivo, no então governo do General Ernesto Geisel, mais tarde sendo substituída pela Secom, no

¹ KUNSCH, Margarida M. Krohling. *Planejamento de Relações Públicas na Comunicação Integrada*. 4^a ed. São Paulo: Summus, 2003, p.19 et seq.

governo de João Baptista Figueiredo. Essa época foi marcada por um grande autoritarismo governamental, centralização e controle da comunicação.

Nos anos 80 houve a abertura política e a liberdade de imprensa e a comunicação começou a tomar novos rumos. Com a população exigindo maior transparência, as organizações passaram a modificar a estrutura dos departamentos de Relações Públicas para departamentos que trabalhassem a comunicação de maneira mais abrangente. Ao mesmo tempo foram realizados congressos e premiações, com o intuito de dar maior visibilidade à profissão.

Uma nova perspectiva era dada à atividade de Relações Públicas com o enfoque da relação com a comunidade, sendo um dos propulsores dessa nova dimensão a Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação (Intercom). Outro fato relevante foi a instalação dos Sindicatos dos Profissionais Liberais de Relações Públicas em diversos Estados do Brasil.

Na década de 90 houve uma maior ênfase no cuidado com o ensino das Relações Públicas nas Universidades. Dois eventos foram importantes nesse objetivo: o Simpósio Acadêmico sobre a Formação do Profissional de Relações Públicas na Universidade, realizado pela Escola de Comunicação e Artes da Universidade de São Paulo, e o seminário nacional sobre Paradigmas no Ensino das Relações Públicas, promovido pela Faculdade dos Meios de Comunicação Social da Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul.

Até o ano de 2003 existiam cerca 75 cursos de Relações Públicas no Brasil, segundo Kunsch em entrevista para a revista eletrônica *RP em revista*²(nov. 2003). Para ela, este dado demonstra um avanço no ensino da profissão, porém, há necessidade de modernização para atender às novas demandas do mercado. Outro

² Ano1, nº2. Disponível em <<http://www.rp-bahia.com.br/revista/edição2/entrevista.htm>>. Acesso em: 16 out. 2006.

ponto positivo, atualmente, é as agências experimentais de relações públicas, que, segundo ela, funcionam muito bem, aproximando os estudantes do mercado.

No mercado, dentre os campos de atuação das Relações Públicas, está a Comunicação Organizacional, na qual reúnem-se estudos e ações relacionados a todos os públicos de determinada organização. Kunsch (2003, p.150) defende como uma das melhores formas de trabalhar na comunicação organizacional, a comunicação integrada, ou seja, a convergência das diversas áreas da comunicação, permitindo uma atuação sinérgica.

Para esta autora:

Nós temos hoje grandes empresas que investem muito em comunicação e dentro dessa perspectiva integrada.(...) Empresas que antes se chamavam Assessorias de Imprensa, hoje se autodenominam de assessorias de comunicação integrada.(...) Houve uma assimilação do conceito (comunicação integrada), acho que o mercado aceitou isso, e é uma tendência. O que às vezes ocorre é que isso não acontece de forma muito sistemática, mas há uma preocupação nessa direção, principalmente nas empresas que investem na área. (RP em revista, 2003).

Kunsch aponta para a tendência atual das organizações agirem de forma integrada na comunicação, fato que demonstra uma preocupação organizacional em trabalhar com a comunicação de maneira mais abrangente e completa.

1.2 Comunicação Organizacional

As organizações têm, como condição de sua existência, a necessidade de administrar a comunicação da melhor forma possível, sendo fundamental ter clareza nas informações e motivação dos seus integrantes para atingirem os objetivos organizacionais, conforme o conceito de organização apresentado por MONTANA: “Organização: entidade que faz com que seja possível aos integrantes de um grupo ou equipe trabalharem juntos, em busca de objetivos, com mais eficácia do que se estivessem sozinhos” (2001, p.152).

Presente em todo e qualquer tipo de organização, a comunicação deve ser direcionada de forma a contribuir para o alcance dos objetivos da organização.

Torquato (2002, p.33) designa a comunicação como sendo abrangente e multidisciplinar e divide a Comunicação Organizacional em quatro partes:

Comunicação Cultural: comporta o clima organizacional. Refere-se à cultura interna, na qual estão os valores, costumes e crenças da organização.

Comunicação Administrativa: diz respeito à comunicação burocrática, os canais de informação, como memorandos e cartas internas.

Comunicação Social: envolve as áreas de jornalismo, relações públicas, publicidade, editoração e marketing, sendo a forma de comunicação mais desenvolvida.

Sistemas de informação: informações armazenadas em banco de dados.

Torquato compara o mix da comunicação a uma orquestra, na qual “cabe ao seu maestro (comunicação gerencial) manter a eficácia da comunicação” (2002, p.36).

A Comunicação Social, segundo Torquato (2002, p.52), tem por objetivos, na organização:

Projetar um conceito adequado das organizações perante seus públicos, consistente com suas políticas, crenças e valores; criar, manter e desenvolver formas de comunicação que contribuam para a melhor operacionalidade dos sistemas e das atividades; desenvolver harmoniosamente o espírito de equipe; projetar junto a centros irradiadores de opinião e poder o pensamento ideológico da organização; acompanhar e influenciar o meio ambiente, criando e desenvolvendo representações junto aos poderes institucionais do País.

Estes objetivos relacionam-se diretamente com a atividade de Relações Públicas, que especificamente busca desenvolver e manter a identidade institucional, o bom relacionamento com os públicos da organização, harmonia, compreensão mútua e contribuir estrategicamente para o desenvolvimento e/ou crescimento da organização. Para GRUNIG (2001, p.71), a atividade deve “servir os

interesses das pessoas que são afetadas pelas organizações para bem servir os interesses das organizações que lhes brindam seu sustento”. Isso significa que há interesses tanto das pessoas afetadas pelas organizações (públicos), quanto das próprias organizações, e as relações públicas funcionam como uma ponte para servir os interesses de ambos.

Eis o conceito oficial de Relações Públicas, dado pelo Conrerp (Conselho Regional dos Profissionais de Relações Públicas): “A atividade e o esforço deliberado, planejado e contínuo para esclarecer e manter a compreensão mútua entre uma instituição pública ou privada e os grupos e pessoas a que esteja direta ou indiretamente ligada”.³

Este conceito destaca, como objetivos primordiais na atividade de RP, a clareza e a compreensão mútua, ou seja, para bem servir os interesses de ambas as partes, o processo de comunicação deve ter o mínimo de ruídos e primar pela excelência. Os grupos ou pessoas ligadas à instituição são os públicos com os quais mantém-se um relacionamento. Para fins de organização de estudo e trabalho, eles são divididos em externos, internos, misto e em potencial. Podem ser clientes e consumidores, fornecedores, instituições concorrentes ou parceiras, governo, comunidade, funcionários/empregados, família dos integrantes da instituição.

No público interno, a cultura organizacional é formada juntamente com seus valores e crenças. A comunicação interna contribui para que se estabeleça desde o bom funcionamento do fluxo de informações, até o bom desempenho dos membros da organização sendo, portanto, um público estrategicamente importante para as organizações.

³ Disponível em http://www.conrerp-sp.org.br/perfil_conrerp.asp. Acesso em:

1.3 Comunicação Interna

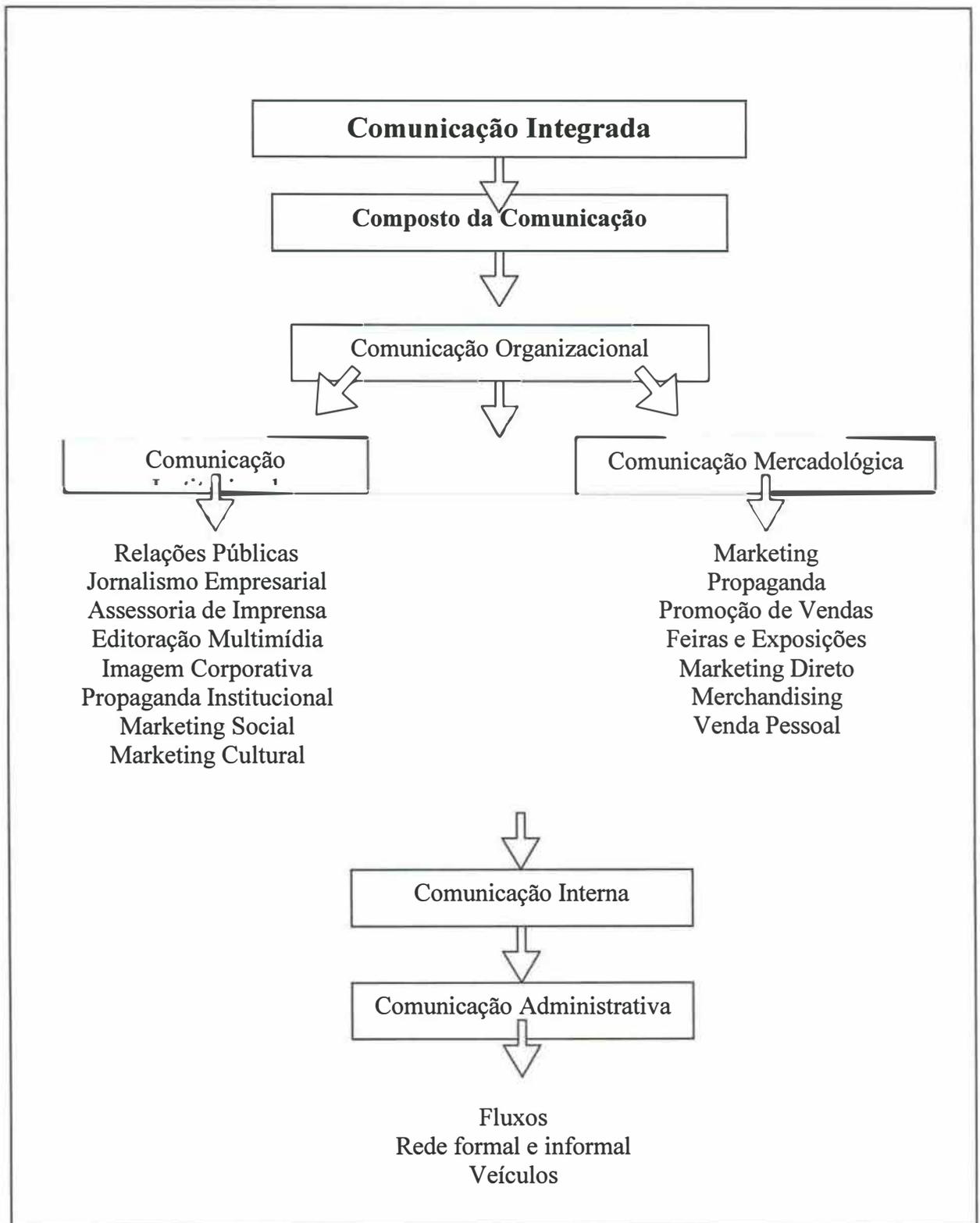
Para Torquato (2002, p. 54) é missão básica da comunicação interna: "Contribuir para o desenvolvimento e a manutenção de um clima positivo, propício ao cumprimento das metas estratégicas da organização e ao crescimento continuado de suas atividades e serviços e à expansão de suas linhas de produtos".

A comunicação interna participa fundamentalmente na compreensão dos objetivos, missão, visão e valores da organização, pelos seus membros, para cumprir as metas estratégicas da organização mencionadas por Torquato. Sendo primordial, também, na formação, manutenção e até na transformação da cultura organizacional. Nesse sentido, a comunicação participa na construção da identidade organizacional e, conseqüentemente, na sua imagem perante não só ao público interno, mas a todos os grupos relacionados à organização.

Para o autor (2002, p.55) no que diz respeito aos funcionários, a comunicação interna trabalha elementos que influenciam diretamente no seu desempenho e produtividade como: motivação, integração, clima favorável, espírito de grupo, comprometimento, satisfação.

Em contrapartida, esses elementos, quando bem trabalhados, servem também os interesses dos funcionários oferecendo status, reconhecimento e condições satisfatórias de trabalho.

Dentro da visão de comunicação integrada de Kunsch (2003, p.151), a comunicação interna encontra-se da seguinte forma:



Quadro 1: Modelo de Comunicação Integrada. Fonte: KUNSCH, 2003.

A comunicação interna participa do mix da comunicação organizacional e influencia nos outros campos da comunicação (Institucional e Mercadológica), e interage com os demais públicos da organização. Contribui para a formação da

identidade organizacional, jamais podendo ser descartada dos públicos a serem tratados pela comunicação. Sendo papel da atividade de RP, o esforço de comunicação contínuo (Conrerp) é necessário para que o RP esteja sempre observando as necessidades de mudanças e de melhorias no relacionamento com todos os públicos da organização.

No que diz respeito ao público interno, o teatro está sendo utilizado na comunicação em diversas organizações na busca por um diferente tipo de interação com seus membros. A opção de organizações pelo teatro para comunicação interna, principalmente em empresas, está vinculada à valorização de fatores subjetivos visando melhorar o desempenho individual, como afirma Weinbach (apud. ROBBINS, 2002): “O conhecimento puramente técnico é capaz de levá-lo até certo ponto. Depois disso as habilidades interpessoais tornam-se imprescindíveis”. A motivação individual, que leva ao melhor desempenho, está diretamente ligada à qualidade no ambiente de trabalho e não ao salário ou benefícios adicionais, segundo estudos recentes sobre a força de trabalho nos EUA (ROBBINS, 2002, p.01). Este estudo demonstra a necessidade em dar maior atenção aos relacionamentos interpessoais e à qualidade no ambiente de trabalho.

Estas questões subjetivas envolvem o estudo sobre o comportamento humano nas organizações. Dentre os fatores que incluem a comunicação no foco comportamental, podem ser apontados: a percepção e a experiência, que são os elementos que compõem o processo de retenção de informações e a transformação delas em conhecimento, como coloca Navega (1999) em artigo publicado em página eletrônica⁴.

⁴ Disponível em <<http://www.intelliwise.com/seminars/artigo.htm>>. Acesso em: 15 maio 2006.

1.4 Comportamento Humano nas Organizações

Segundo Robbins (2002, p.117) “A percepção é o processo pelo qual os indivíduos organizam e interpretam suas impressões sensoriais, com a finalidade de dar sentido ao seu ambiente”. Para ele, “o comportamento das pessoas dependerá de qual é a percepção de cada uma sobre a realidade e não da realidade em si” (p.118). Isto significa que, no meio organizacional, cada pessoa poderá se comportar a favor dos objetivos da organização ou não, de acordo com a percepção de cada um sobre a realidade corporativa.

Os fatores que influenciam na percepção, segundo estudo feito por Robbins (2002, p.118) podem estar no observador (atitudes, motivações, interesses, experiência e expectativas), no alvo (novidade, movimento, sons, tamanho, cenário, proximidade) e na situação (momentos, ambiente de trabalho, ambiente social).

Partindo do pressuposto de que o conhecimento é influenciado diretamente pelas experiências (LOCKE, 1988 p.27), segundo abordagem empírica da epistemologia, o fator que influencia na percepção considerado neste trabalho será a experiência do observador.

Uma das linhas teóricas da epistemologia (estudo do conhecimento), o Empirismo afirma que o conhecimento provém da reflexão de nossas idéias, sendo elas cópias das impressões que tiramos de nossas experiências. Esta teoria é a base para a afirmação de que a vivência de certas situações leva à compreensão das mesmas, por produzir reflexão sobre os fatos.

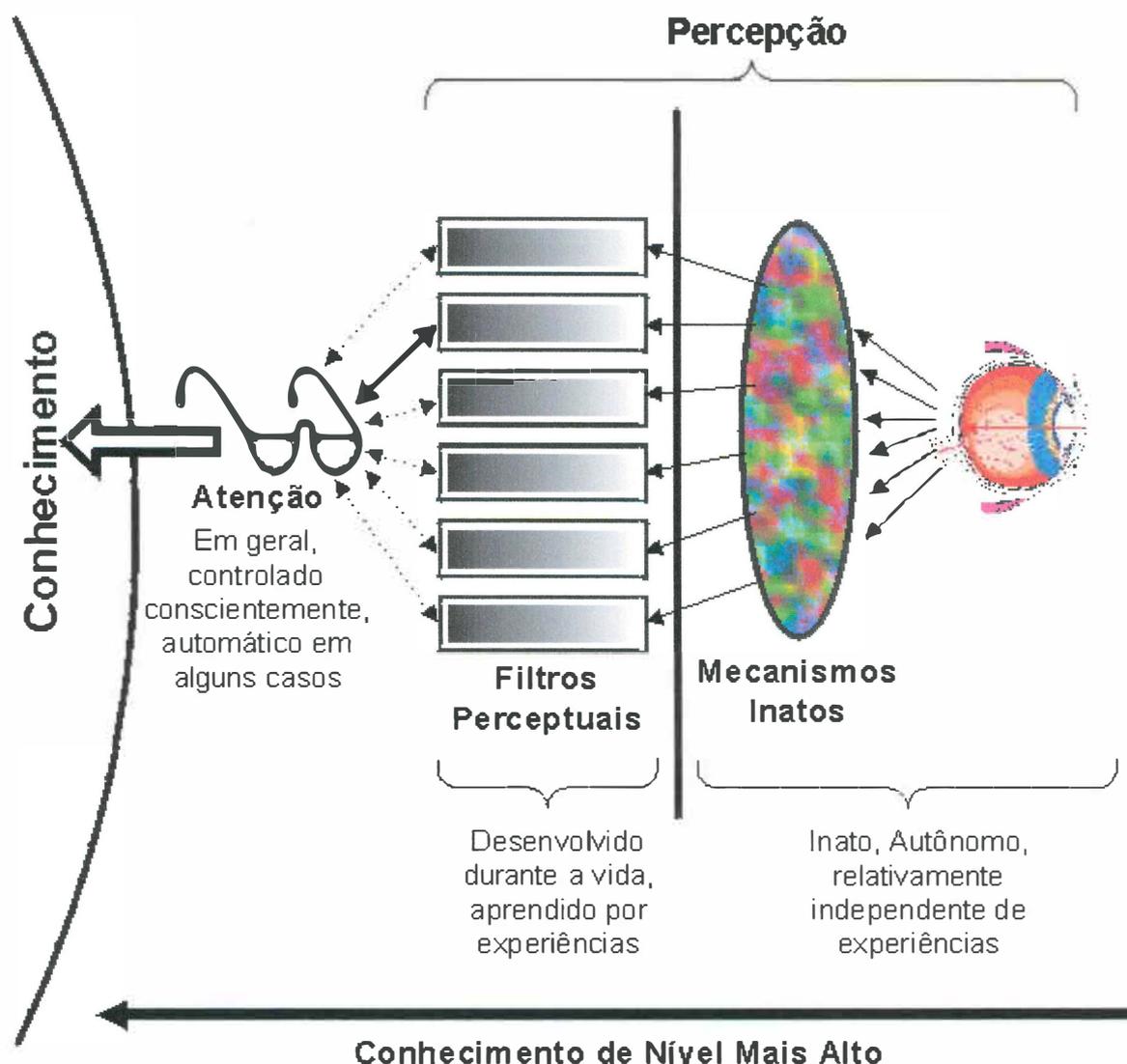
John Locke (1988, p.27) afirma que a experiência humana é dúplice: externa e interna. A externa ocorre através da sensação e nos proporciona a representação dos objetos externos: como cores, sons, odores, sabores, extensão, forma e movimento. A experiência interna realiza-se pela reflexão, nos dando a

representação da ação mental sobre os objetos da sensação como conhecer, crer, lembrar, duvidar, querer; campo onde também se encontram as emoções e paixões.

As idéias ou representações dividem-se em idéias simples (material primitivo e fundamental do conhecimento) e idéias complexas, que são uma combinação das primeiras. Perante as idéias simples, o espírito é puramente passivo, sendo ativo na formação das idéias complexas.

Desta maneira pode-se afirmar, segundo o Empirismo, que a reflexão sobre as experiências é o que produz conhecimento. Refletir sobre algo que não faz parte do nosso campo de experiências não leva ao conhecimento e, por conseqüência, não leva à compreensão.

Segundo Navega (1999), “o conhecimento é adquirido através da percepção de fatores externos, sendo essa percepção baseada em experiências anteriores. (...) A inteligência parte da capacidade humana de não só absorver o conhecimento, mas, principalmente, de ganhar ou gerar novos conhecimentos” (NAVEGA,1999). Compreender como se dá o processo cerebral para adquirir conhecimento é uma poderosa ferramenta para o melhor uso da inteligência. O autor esquematizou o processo pelo qual o ser humano adquire conhecimento:



Quadro 2: Aparelho Perceptual. Fonte: NAVEGA, 1999.

Pode-se concluir, a partir deste esquema, que as experiências adquiridas irão formar o padrão para filtrar as mensagens e estímulos externos e torná-los conhecimento. Neste caso, a memória tem papel fundamental para a recuperação dessas experiências e para armazenar uma maior gama de fatos e idéias considerados relevantes para adquirir novos conhecimentos.

A recuperação da memória está fortemente ligada à emoção. Segundo o neuropsiquiatra Dr. Cláudio Guimarães dos Santos, em entrevista para o *site* do

médico Dráuzio Varella, a emoção, positiva ou negativa, pode potencializar ou inibir a recuperação das informações. Doses limitadas de tensão emocional facilitam a fixação dos acontecimentos e sua posterior recuperação.

Uma das explicações para essa relação entre emoção e memória está em uma região do cérebro chamada amígdala, que é estimulada quando o indivíduo se depara com emoções mais intensas. Esse estímulo faz com que o fato ligado à emoção seja mais facilmente memorizado. Desta maneira, os fatos vivenciados e a emoção participam diretamente na forma como o cérebro humano irá absorver as informações, transformá-las em conhecimento e aumentar a capacidade individual de resolver problemas em qualquer ambiente ou circunstância.

As particularidades que o teatro traz consigo (emoção, criatividade, interação e momentos lúdicos) vão de encontro a este maior cuidado com questões subjetivas no âmbito organizacional. Além da expressão da arte, o teatro, atualmente, serve para alcançar objetivos corporativos. A forma como ele está sendo utilizado e quais têm sido os resultados, serão apresentados neste trabalho, baseados na pesquisa qualitativa.

2 TEATRO

2.1 Conceito e histórico do teatro mundial

Segundo o dramaturgo Augusto Boal, pode-se definir o teatro da seguinte maneira (1996, p.27):

O teatro é a primeira invenção humana e é aquela que possibilita e promove todas as outras invenções e todas as outras descobertas. O teatro nasce quando o ser humano descobre que pode observar-se a si mesmo: ver-se em ação. Descobre que pode ver-se no ato de ver: ver-se *em situação*. (...) O autoconhecimento assim adquirido permite-lhe ser *sujeito* (aquele que observa) de um *outro sujeito* (aquele que age).

Este significado nos traz a idéia de que o teatro é intrínseco a todos os homens (BOAL, 1996 p.27): “O ser humano é teatro; alguns, além disso, também fazem teatro, mas todos o são”. O teatro é a capacidade que diferencia o homem dos outros animais (que não são capazes de se auto-observarem).

Para Araújo (1978, p.45): “O teatro é a comunhão de um público com um espetáculo vivo. (...) é por excelência uma arte em comunidade e de comunidade”. Este conceito exalta a característica do teatro de ter uma relação íntima entre os integrantes do espetáculo e o público, existindo troca simultânea e imediata de expressões. Por ser de comunidade, ele surge da vontade e colaboração de diversas pessoas interessadas em expressar a cultura local, em primeira instância, podendo expandir-se para outras vertentes.

A versão mais divulgada do surgimento do teatro é a de que ele, como espetáculo, consolidou-se na Grécia Antiga a partir das festas e procissões realizadas para o deus do vinho, Dionísio, a cada nova safra de uva. Com o passar dos anos surgiram os “diretores de Coro” que organizavam as procissões, nas quais havia danças, cantos e representações mitológicas do deus Dionísio.

Téspis, que viveu no séc. VI a.C. tornou-se o primeiro ator ao subir em um tablado para responder ao coro; ele representava todos os “papéis” requeridos pelas perguntas durante a trama (ARAÚJO, 1978, p.66). Originalmente a tragédia era sustentada, além do coro, por um só ator (*protagonistés*). Posteriormente foram introduzidos mais um e dois atores à cena, não passando desse número (com exceção de intérpretes menores).

Segundo Araújo⁵, a estrutura da tragédia era normalmente dividida da seguinte forma: “1) *prólogos*, cena introdutória dos atores; 2) *párodos*, canto de entrada do coro; 3) *epeisódion*, correspondente aproximado do ato no teatro moderno; 4) *stásimon*, canto intermediário do coro, entre um episódio e outro; 5) *éxodos*, canto coral ou cena final. As tragédias eram representadas em concursos nos Festivais dedicados aos Deuses”.

Dentre os autores que marcaram o teatro grego, estão: Ésquilo, Sófocles, e Eurípedes (tragédias) e Aristófanes (comédia), os quais viveram entre os séculos IV e V a.C. Atribui-se a Ésquilo a introdução das máscaras de teatro para facilitar a interpretação para um grande público, da indumentária trágica e do coturno (usado para aumentar a altura dos atores). À Sófocles é creditado o aperfeiçoamento da cenografia e a admissão do terceiro ator, além de ter dado estrutura definitiva à tragédia (ARAÚJO, 1978).

Segundo o autor, na Idade Média (entre os séculos V e XV), o teatro foi usado nas Igrejas com representações, inicialmente, de autos da Páscoa e do Natal. Surgem, mais tarde, os autos profanos feitos por artistas “vulgares” como palhaços, bufões e comediantes (normalmente camponeses), com temáticas fora dos autos das Igrejas. Em Portugal, nesse período, não há registros de textos dramáticos; há,

⁵ ARAÚJO, Nelson de. *História do Teatro*. Salvador: Fundação Cultural do Estado da Bahia, 1978, p. 68-332, passim.

porém, atos de proibição dos concílios e sínodos impedindo a introdução de jogos e representações nos atos litúrgicos, fato ocorrido comumente também na Espanha. O espaço cênico medieval, segundo Nicoll (apud. ARAÚJO 1978 p. 111), resumia-se da seguinte maneira: “1) espaço da Igreja como teatro; 2) disposição do espaço cênico à maneira do templo; 3) palco estacionário (sem locomoção); 4) cortejo com o palco em carreta; 5) forma circular; 6) plataforma com cortina”.

Durante a Renascença, a partir do século XVI, o teatro passa a trazer a Antigüidade como referência. Araújo divide o teatro na Renascença em três direções: 1) Teatro do Humanismo, decorrente das poéticas aristotélicas; 2) Comédia Popular, com a *commedia dell’Arte* italiana e o teatro das feiras francesas; 3) Teatros nacionais, tendo forte expressão o teatro Elizabetano inglês e o teatro espanhol.

A Itália é o ponto central do teatro renascentista tendo como uma das peças mais expressivas a comédia *Mandrágora*, escrita em 1520 por Maquiavel. É onde se origina a *Commedia dell’Arte*, com personagens regionais e textos improvisados, que surgiu em contraposição à comédia erudita. No século XVII esse estilo de representação se espalha pela Europa. Em Portugal, Gil Vicente (1465-1536) foi um marco de transição da tradição medieval para o Renascimento criando novas formas de dramaturgia. Houve forte influência da Espanha no teatro português, sendo este representado em “pátios de comédias”. Os colégios de Coimbra, Lisboa e Évora foram locais de forte expressão do teatro dos jesuítas, além de outras partes da Europa.

Na Inglaterra, nesse mesmo período, o teatro foi desenvolvido a partir do incentivo e proteção da nobreza. Houve forte influência da cisão inglesa com a Igreja Católica, sendo o Humanismo marcado pelos conflitos locais, aparecendo também na dramaturgia. A Inglaterra atinge o ponto mais alto do Renascimento com Willian

Shakespeare (1564-1616) que: “saltou por cima das regras clássicas pela força de seu gênio poético” (BERTHOLD, ano p.313). Sem dúvida, um dos legados mais importantes na história do teatro mundial. Na França, a expressão e síntese das doutrinas humanistas revelaram-se na sua tragédia neoclássica, sendo seu expoentes Corneille, Racine e Voltaire. Foi época, também, da ascensão da orquestra e do balé.

Em Paris surge o estilo do “melodrama” no final do séc. XVIII, no qual “a entrada dos principais personagens e as situações de clímax eram sublinhadas com passagens orquestrais” (ARAÚJO, 1978), estilo que antecedeu o Romantismo. Este iniciou na Alemanha, tendo como uma de suas obras-primas o drama *Fausto* de Goethe e se estendeu pela Europa, sendo abordado temas patriotas. Na segunda metade do séc. XIX surge na França o Realismo, tendo como principais autores dessa corrente Honoré Balzac e Gustave Flaubert. Paralelamente, havia na Rússia a consolidação do teatro sob a tutela dos meios oficiais influenciando o plano internacional. Constantin Stanislavski (1863-1938) presidiu a Sociedade de Artes e Letras, criada em 1888. Em 1899 é fundado o Teatro de Arte de Moscou foi fundado em 1898.

No início do séc. XX, na França, produziram-se peças classificadas em teatro psicológico e de costumes, teatro de idéias e de problemas sociais, teatro poético e a comédia de Boulevard. Surge o Expressionismo na Alemanha no período entre as duas Grandes Guerras abordando subjetividade e estados psicológicos. O teatro do Absurdo aparece mais tarde, inicialmente na França que, após a segunda Guerra Mundial, produz um teatro anti-realista que encara a linguagem como obstáculo entre os homens. Bertold Brecht (1898-1956) funda, em Berlim Oriental, o teatro Berliner Ensemble.

Entre as tendências atuais estão: a eliminação da divisão tradicional entre o palco e a platéia, além da substituição do texto de um autor único por uma criação coletiva e a da participação do espectador na elaboração do espetáculo.

2.2 Histórico do teatro no Brasil

No Brasil, segundo Araújo, o teatro surgiu com os autos escritos principalmente pelo Padre José de Anchieta, para catequizar os índios no século XVI. Após a transferência da Corte Portuguesa para o Rio de Janeiro (1808), o teatro ganhou destaque e se desenvolveu. Gonçalves de Magalhães escreveu, em 1838, a peça *Antonio José ou O Poeta e a Inquisição*, primeira tragédia brasileira. Martins Pena foi um dos principais autores, escrevendo peças de comédia de costumes (commedia dell'Arte). Ele escreveu peças como *Juiz de Paz na Roça* (representada em 1838) e *A Família e a Festa na Roça* (em 1840), recriando pela primeira vez os costumes e modismos do País em linguagem dramática.

O ator João Caetano dos Santos estreou sua Companhia em 1833, seguindo as diretrizes do profissionalismo europeu da época. Escreveu a primeira obra brasileira sobre a dramatização chamada *Lições Dramáticas*, impressa em 1862. Os autores de dramaturgia marcantes da época faziam parte do movimento romântico. Foram eles: Álvares de Azevedo (1832-1852), Castro Alves (1847-1871) e Gonçalves Dias (1823-1864). A partir da década de 50 houve a introdução do Realismo francês. Muitos edifícios para espetáculos de teatro foram construídos em todo o País. Entre os autores desta época, seguindo a linha do Realismo estão: Machado de Assis (1839-1908), José de Alencar (1829-1877) e Joaquim Manoel de Macedo (1820-1882).

Arthur Azevedo, além de escrever peças consideradas obras-primas da dramaturgia, participou de direção de cenas e foi um militante em defesa do teatro brasileiro. Entre suas obras estão: *O Mambembe* (estreada em 1904), *Amor por Anexins* (1872), *A Almajarra* (1888), *O Oráculo* (1907), *A Viagem ao Parnaso* (1891). Outro autor que se destaca nesse cenário é Qorpo Santo (José Joaquim de Campos Leão), pela dramaturgia às margens das correntes preponderantes da época. Suas obras foram publicadas no final dos anos 60, entre elas: *Mateus e Mateusa*; *As Relações Naturais*; *Eu sou Vida*; *Eu não Sou Morte* (escritas em 1866).

O teatro brasileiro, no início do século XX, contou com Renato Viana para fundar escolas de arte dramática. A partir dos anos 40, novas companhias começaram a surgir como as de Eva Todor e Luís Iglesias (1940); de Bibi Ferreira (1945) e a companhia chamada Os Artistas Unidos (1946). A Companhia do Serviço Nacional do Teatro estreou *A Mulher sem Pecado* em 1941, de Nelson Rodrigues, e em 1943 estréia *Vestido de Noiva*, também de sua autoria, com a companhia. Os Comediantes. Para o autor, “Nelson Rodrigues rompia, com a sua segunda obra encenada, as estruturas da dramaturgia predominante no Brasil, mediante o emprego de elementos não convencionais”.

Também nessa época se começam trabalhos de teatro infantil encenados por adultos, com as autoras Lúcia Benedetti e Maria Clara Machado. Durante o primeiro governo de Getúlio Vargas é quando foi criado o Serviço Nacional de Teatro, que apoiou e patrocinou diversas montagens teatrais brasileiras. Em Pernambuco surge o teatro de bonecos Mamulengo. Nos anos 50, em São Paulo, cria-se o teatro de Arena, aproximando o palco da platéia e aumentando a interação entre ambos

(MAGALDI⁶). Com ele surgem importantes dramaturgos como Augusto Boal, Gianfrancesco Guarnieri (estreando em 1958 a peça de sua autoria, *Eles não Usam Black-Tie*) e Oduvaldo Viana Filho. Outros autores desta época que se destacaram no teatro foram Dias Gomes, Lúcio Cardoso, Chico Buarque de Holanda, Jorge Andrade e Millor Fernandes.

Atualmente existem algumas leis que incentivam projetos ligados à cultura, incluindo o teatro. Entre as principais estão a Lei Federal de Incentivo à Cultura (Lei nº8.313/91), conhecida também como Lei Rouanet. Foi concebida em 1991 e instituiu o Programa Nacional de Cultura, formado por três mecanismos: o Fundo Nacional de Cultura, que destina recursos a projetos culturais por meio de empréstimos ou cessão a fundo perdido; o Fundo de Investimento Cultural e Artístico, que possibilita a criação de fundos de investimentos culturais e artísticos e o Mecenato, que viabiliza benefícios fiscais para investidores que apóiam projetos culturais sob forma de doação ou patrocínio. Esta lei também possibilita a concessão de passagens para apresentação de trabalhos de natureza cultural a serem realizados no Brasil ou no exterior. (Fonte: Ministério da Cultura)

Há também, em Curitiba, a Lei Municipal de Incentivo à Cultura, implantada em 1993. O incentivo baseia-se na renúncia fiscal pela Prefeitura de 1,5% da arrecadação de Imposto Predial e Territorial Urbano (IPTU) e Imposto Sobre Serviços (ISS). A lei permite a transferência, por parte dos contribuintes, para projetos culturais de até 20% do valor devido dos tributos. (Fonte: Fundação Cultural de Curitiba)

⁶ Sábato Magaldi é escritor, professor e crítico de teatro. Em 1995, tornou-se membro da Academia Brasileira de Letras. Disponível em: <<http://www.mre.gov.br/CDBRASIL/ITAMARATY/WEB/port/artecult/teatro/arena/apresent.htm>>.

2.3 Técnicas teatrais

Entre as diversas técnicas teatrais que foram desenvolvidas ao longo dos anos, existe o método do Teatro do Oprimido do dramaturgo brasileiro Augusto Boal. Este método consiste em sistematizar exercícios, jogos e técnicas teatrais que criam condições para que o oprimido se aproprie dos meios de produzir teatro e, assim, amplie suas possibilidades de expressão. Além de estabelecer uma comunicação direta, ativa e propositiva entre espectadores e atores⁷.

O teatro do oprimido se propõe como uma alternativa política para aqueles que não conseguem ter voz ativa na sociedade, “assim tem que ser a ‘*Poética do Oprimido*’, a conquista dos meios de produção teatral” (BOAL, 1991 p.14). No livro “O Arco-Íris do desejo”, Boal desenvolve técnicas introspectivas para o teatro do oprimido. Boal⁸ (1996, p.33) coloca o Espaço Estético para o teatro como uma separação real ou imaginária entre o tablado e a platéia, sendo que a platéia pode, inclusive, estar suposta (não necessariamente presente). O teatro nasce do ator (ou de uma pessoa) e existe da subjetividade daqueles que o praticam. O espaço estético de Boal tem as seguintes propriedades:

Plasticidade: onde a memória e a imaginação projetam sobre o Espaço Estético – e dentro dele – as dimensões subjetivas, ausentes do espaço físico: a dimensão afetiva (desperta emoções e sensações no observador) e a dimensão onírica (o espaço do sonho; o sonhador não observa, mas se confunde com ele). (BOAL, 1996, p. 35).

⁷ Informações do Centro do Teatro do Oprimido do Rio de Janeiro. Disponível em <<http://www.ctorio.org.br>>

⁸ BOAL, Augusto. *O Arco Íris do Desejo: método Boal de teatro e terapia*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1996. p. 33 et. seq.

É dicotômico e dicotomizante: o ator em cena é quem é, e é quem parece ser. Assim ocorre também com a terapia teatral, na qual o paciente-ator reproduz suas experiências mostrando a cena e mostrando-se em cena. Quando o paciente reproduz sua experiência, ele procura reviver os desejos das experiências já vividas e até mesmo viver os desejos que não foram concretizados.

Tele-microspicidade: as ações humanas no Espaço Estético estão mais perto e, parecendo maiores, podem ser mais bem observadas.

Devido a essas três propriedades do Espaço Estético, ele possui um enorme poder gnosiológico, o teatro é conhecimento.

Partindo das experiências teatrais, Boal (1996) criou o teatro-foro, no qual os atores encenam um problema e os espectadores propõem soluções que eles mesmos podem encenar de uma maneira que os atores não conseguiriam fazer. A cena feita pelo espectador será única, pessoal e intransferível. Assim há uma apropriação efetiva dos meios teatrais pelo oprimido e, partindo dessas encenações, ele concretiza seus desejos e abre as portas para a mudança tanto pessoal quanto social.

A principal idéia de Boal com o teatro do oprimido, partindo do princípio de que todos os seres humanos “são” teatro, é de que os espectadores se transformem em atores, agindo e influenciando na mudança social. O subjetivo entra como tema, ao verificar que as necessidades do oprimido vão além das questões políticas e passam pelas angústias da solidão e medo do vazio.

Em uma empresa, esta visão de que o teatro transforma o ser humano de espectador para ator, pode trazer um movimento de transformação constante que atende às propostas do público interno, impedindo que este seja passivo e oprimido.

3 O TEATRO NAS ORGANIZAÇÕES

Devido à escassez de material teórico a respeito do tema, as informações básicas foram retiradas da pesquisa nas empresas, assim como as informações para exploração de questões específicas ao tema deste trabalho.

3.1 Pesquisa Qualitativa

Para compreender como começou e como está sendo feito o trabalho com o teatro nas empresas e quais estão sendo os resultados, foram feitas pesquisas qualitativas nas seguintes empresas: Siemens Brasil⁹, Herbarium¹⁰ Laboratório Botânico e Copel (Companhia Paranaense de Energia Elétrica). As três empresas utilizam o teatro como meio de comunicação interna. Também foi feita pesquisa qualitativa na Companhia de Teatro Lanteri, que é pioneira em apresentações teatrais em empresas no Paraná e apresenta-se em todo o Estado. (Questionários da pesquisa em anexo 1).

Siemens: entrevista com a Coordenadora de Gestão Ambiental, Adréia Previdi, por e-mail.

Herbarium: entrevista com a diretora de RH, Joanita Plombom, pessoalmente.

Copel: entrevistas com o diretor de Marketing Cultural, Aparecido Massi, (por telefone); com o analista de gestão de Responsabilidade Social, Juscelino Castro (por e-mail); com o analista comercial, José Borges Filho e a técnica de administração, Maria do Rocio (os dois últimos somente assistiram às peças montadas pelos outros funcionários e foram entrevistados pessoalmente).

Cia. Lanteri: entrevista via e-mail com a administradora e atriz, Simon Slompo.

⁹ A Siemens não autorizou entrevistas com os empregados.

¹⁰ O Herbarium autorizou tardiamente, sendo possível realizar entrevistas apenas com os funcionários da Copel.

3.1.1 Dados coletados

Segundo a atriz e administradora da Lanteri Marketing Cultural, Simon Slompo, o teatro começou a ser utilizado nas empresas do Paraná como forma de comunicação interna a partir do ano de 1993, tendo sido a Companhia de Teatro Lanteri a pioneira. Para ela, com o objetivo de trazer uma linguagem diferenciada para assuntos empresariais na comunicação com os funcionários, é que se passou a utilizar o teatro na comunicação interna. Para Simon:

O teatro faz com que os funcionários/colaboradores se interessem mais pelo assunto proposto. É uma forma descontraída, divertida, lúdica e ao mesmo tempo leva conhecimento, informação, aprendizado.

Ela acredita que este tipo de trabalho está crescendo:

Durante todos estes anos tivemos a oportunidade de acompanhar este crescimento, antigamente as empresas solicitavam muitas peças sobre 5S e Qualidade Total, hoje a solicitação é para temas novos, como por exemplo, OSHAS 18000 [Sistema de Gestão de Segurança e Higiene no Trabalho] e assuntos relacionados a pessoas.

Andréa Previdi Patiño, Coordenadora do Programa de Qualidade e Gestão Ambiental da empresa Siemens Brasil, que utiliza o trabalho da Cia. Lanteri na empresa localizada na cidade de Curitiba/PR, afirma que optou pelo teatro por considerá-lo a forma de comunicação mais interativa com os colaboradores. As apresentações na Siemens são feitas há três anos e segundo Andréa, a participação dos colaboradores nos eventos aumentou devido ao teatro. A receptividade deles em relação às peças é excelente e o grupo tem feito um trabalho satisfatório.

Andréa acredita que o teatro traz benefícios específicos como:

Conseguimos atingir um maior número de colaboradores. Disseminando de forma mais clara as informações. Forma de linguagem: simples, objetiva e de forma divertida. Atinge a todos, independente da idade e grau de instrução.

Na Siemens, as apresentações acontecem em eventos especiais como SIPAT (Semana Interna de Prevenção de Acidentes de Trabalho) e Semana da Qualidade e Meio Ambiente, com temas relacionados aos eventos. Andréia informou ainda que *“a Siemens possuía um grupo de teatro interno, formado por funcionários e filhos de funcionários. Inclusive uma peça ganhou um prêmio na Alemanha. Infelizmente, atualmente a Siemens não possui mais”*.

Para a Cia. Lanteri, os temas mais solicitados atualmente são: Segurança no Trabalho, Qualidade de Vida, Meio Ambiente, ISO, Melhoria Contínua e Mudanças. Já tendo ocorrido, também, pedidos de peças com temas sobre “Cultura”, “Comprometimento” e “Responsabilidade Social”. As peças ficam já prontas, com os diversos temas para a escolha das empresas. O gênero teatral mais solicitado é a comédia, pois, para Simon, *“é a que mais passa informação, pois através do exagero há a identificação”*. Há interação com o público em todas as peças e as apresentações são feitas, geralmente, em um prazo curto: em um período, um dia ou uma semana, havendo casos específicos com trabalhos mais prolongados.

Existem, também, empresas que utilizam o teatro na comunicação formando grupos com os próprios empregados. É o caso do Herbarium Laboratório Botânico, empresa instalada em Colombo/PR, que possui um grupo de teatro interno, o **Herbarium em Cena**. O grupo teatral surgiu de uma gincana em 2001, na qual várias equipes deveriam mostrar uma atração surpresa umas para as outras e todas acabaram trazendo uma atração relacionada ao teatro. Após esse episódio foi formado, em 2002, o grupo teatral Herbarium em Cena, que vem montando peças todos os anos. Os integrantes do grupo são voluntários e procuram fazer suas reuniões no final do expediente.

colaboradores são tratados como seres humanos não somente cumprindo suas tarefas, mas trabalhando em um clima agradável, com motivação e integração, sendo o teatro umas das formas de trabalhar dessa maneira.

A Copel (Companhia de Energia Elétrica do Paraná) é também uma empresa que utiliza o teatro na comunicação interna. Desde 1994, a Copel vem utilizando continuamente o teatro como ferramenta de treinamento para seus funcionários havendo, no início, apresentações para implantação de conceitos de Qualidade Total e SIPAT, nas quais mostravam-se as formas erradas e certas de trabalhar.

Como a administração da Copel é dividida em 5 regiões do Paraná, que abrangem as cidades vizinhas (Curitiba, Londrina, Ponta Grossa, Maringá e Cascavel), os grupos teatrais também foram divididos desta maneira. Em cada região há um grupo de funcionários voluntários que participa dos ensaios e apresentações para a própria região.

Os textos são escritos pelo ator e diretor Aparecido Massi, que trabalha na área de Marketing Cultural da Copel e coordena os grupos teatrais em todo o Paraná. Massi dá cursos internos de iniciação teatral para os funcionários dos grupos e dirige o grupo de Curitiba; os demais são dirigidos independentemente, exceto em ocasiões nas quais julga-se necessário que sejam dirigidos pelo mesmo diretor de Curitiba, como no caso da peça sobre o Código de Ética e de Conduta da Copel. O tempo das apresentações varia de 20 a 30 minutos, quando tratam sobre SIPAT e 1 hora a 1h15 quando falam sobre gestão da qualidade.

Segundo Juscelino Castro, analista de gestão de Responsabilidade Social da Copel, são vários os objetivos em produzir peças teatrais na Copel, entre eles:

Utilizar o processo lúdico para conscientizar os empregados para utilização de EPI'S (equipamento de proteção individual), promover a qualidade de vida, promover a integração funcional e despertar o poder criativo do empregado.

Juscelino deixa claro que a existência de grupos de teatro na Copel não foi uma escolha, mas uma abertura e um aproveitamento de um projeto e de uma disponibilidade que os funcionários já possuíam e que foram valorizados. Ele considera que o teatro se difere dos outros meios de comunicação por ter *“contato direto com o público, um impacto dinâmico, instantâneo e de comunicação direta, fazendo com que a linguagem teatral seja mais efetiva do que os outros meios de comunicação”*.

Na opinião de Juscelino, a continuidade dos grupos de teatro na Copel deve-se à persistência e ao grande envolvimento dos funcionários com este trabalho. A receptividade dos outros funcionários com relação às apresentações também é muito boa, *“em todos os setores os funcionários elogiam os trabalhos apresentados”*.

Os grupos de teatro da Copel também apresentam peças para a comunidade, como o auto de Natal com apresentações em cada região tendo, inclusive, a participação voluntária de familiares dos funcionários. Neste ano será apresentado, antes e depois do espetáculo, um vídeo sobre como usar a energia de melhor forma e evitar acidentes. As apresentações de peças pertinentes ao trabalho na Copel são durante o expediente, mas há também peças feitas voluntariamente para escolas e comunidade em geral, sendo apresentadas fora do expediente.

Aparecido Massi aponta para o teatro com os funcionários como uma maneira de representar os papéis de outras pessoas da empresa: *“Eles adoram ver os colegas de trabalho atuando. Há uma identificação muito grande com as histórias, porque elas retratam as pessoas e o dia-a-dia da empresa”*.

Para ele os benefícios que o teatro traz são:

Para a empresa, ele traz o aprendizado de se trabalhar em equipe, de se relacionar, de perceber, ver e escutar o outro. As pessoas trabalham com mais prazer, mais motivação e vestem a camisa da empresa. No nível pessoal, desenvolve-se a comunicação e a expressão. Aprende-se a sair de situações

complicadas frente ao público, é como uma terapia. Os empregados também vendem melhor o seu peixe.

Massi considera que o teatro influencia de maneira positiva no relacionamento entre os funcionários: *“eles aprendem a se comunicar e a lidar com o público e conseguem expor idéias e argumentar melhor. Passa pelo nível grupal, com a melhora no trabalho em equipe, diminuição de conflitos e se transporta para o nível organizacional”*, além de eles sentirem mais orgulho da empresa em que trabalham e receberem o reconhecimento da comunidade. Entre as especificidades do teatro como meio de comunicação, Massi evidencia que:

No teatro é a pessoa que está fazendo, ela que tem que vender a própria idéia; tem que saber se comunicar, se expressar e isso fica na memória. Os que assistem, gravam melhor as mensagens por serem passadas de forma mais simples. A palavra cria a imagem e a imagem está no teatro. Há também o momento emocional que fica gravado, é o que fixa e perpetua.

Nas três empresas pesquisadas, a comédia é o gênero mais utilizado por proporcionar prazer a quem assiste e, por consequência, a participação nos eventos em que há apresentações de teatro é muito maior. José Borges Filho, analista comercial da Copel, assistiu a várias apresentações feitas por seus colegas. Para ele o teatro proporciona uma comunicação menos burocrática, menos técnica, mais emotiva e traz as pessoas às situações desejadas; são vinculadas as ações pretendidas com o dia-a-dia da empresa.

Das peças assistidas, os temas mais lembrados por ele foram segurança no trabalho e sobre o lado comportamental, além de lembrar também que havia muitas partes cômicas e emotivas. Para José, as peças assistidas facilitaram o seu entendimento sobre certos assuntos, por ilustrá-los de uma forma menos técnica e mais compreensível. Ele chegou a esclarecer algumas dúvidas sobre o lado comportamental na empresa, *“porque as pessoas agem dessa ou daquela forma”*.

José gostaria que houvesse mais apresentações de teatro porque *“além do entretenimento, a comunicação é menos agressiva e mais abrangente, principalmente se conseguir com que o público interaja com os atores”*. Ele considera as peças do grupo muito boas, com profissionalismo *“eles conseguem sair do ‘eu’ diário para o ‘eu’ artista”*.

Outra funcionária entrevistada que assistiu às peças do grupo, mas sem participar de nenhuma apresentação, foi a técnica administrativa Maria do Rocio. O seu interesse em assistir às peças foram o entretenimento e curiosidade em saber como seus colegas se saíam. Ela acredita que o teatro na Copel foi trazido para *“haver uma melhor integração, para vivenciar as situações. Mostrar na prática é melhor do que falar”*. Maria considera os temas das peças *“muito ricos, as pessoas desempenham muito bem, além de ter o lado humorístico”*. Dentre as peças assistidas, ela mencionou quatro, sendo uma com o título “O Analista de má fé” e às outras três, Maria descreveu algumas cenas e personagens. Para ela o teatro não trouxe novas informações, *“o teatro reforça aquilo que já se conhece, mas não está habituado ao assunto”*. Maria gostaria que houvesse mais apresentações *“além do lazer, a gente está sempre apreendendo e fixando as idéias”*.

Em seguida encontram-se algumas fotos do grupo Lanteri durante apresentações de peças em empresas e de uma peça com teatro de bonecos feita por funcionários da Copel:



Figura 1 – Peça teatral da Cia. Lanteri 1. Fonte: SLOMPO, 2005.



Figura 2 – Peça teatral da Cia. Lanteri2. Fonte: SLOMPO, 2006.



Figura 3 – Peça teatral da Cia. Lanteri3. Fonte: SLOMPO, 2005.



Figura 4 – Peça teatral da Cia. Lanteri4. Fonte: SLOMPO, 2005.



Figura 5 – Teatro de Bonecos da Copel1. Fonte: GABARDO, 2006



Figura 6 – Teatro de Bonecos da Copel. Fonte: GABARDO, 2006

4 DISCUSSÃO

Como mostrado nas empresas pesquisadas, o teatro empresarial pode ser feito por um grupo ou companhia vindo de fora da empresa, ou pelos próprios funcionários. Com grupos de fora existe identificação com as características gerais das personagens; maior atenção ao tema da peça e uma melhor compreensão das mensagens transmitidas, conforme relatado pela Cia. Lanteri e pela Siemens.

Porém, o teatro feito pelos próprios funcionários proporciona a realização de experiências muito mais do que quando há um grupo de fora, o que facilita o trabalho com a percepção para que os funcionários tenham um comportamento favorável nas organizações. O fato de ser criado um grupo de teatro com membros de diversos setores e níveis de hierarquia acarreta em uma integração muito maior no decorrer dos ensaios e reuniões, por não haver as pressões e relações chefia-subordinado que existem no ambiente habitual de trabalho. Essa integração já proporciona uma mudança na visão de cada integrante do grupo sobre os outros, diferente de quando eles estão nos seus devidos papéis para realizar as funções no cotidiano das organizações.

Outra possibilidade de mudança de perspectiva ocorre nas apresentações, quando os temas se referem aos fatos e acontecimentos da empresa e as personagens são seus próprios integrantes. Nesse caso, quando cada funcionário representa o papel de outro, podendo ser de outro setor ou nível hierárquico, eles se colocam no lugar de seus colegas de trabalho e enxergam melhor as dificuldades e particularidades que existem em determinado cargo. Eles passam pela experiência lúdica de ocupar o papel de outros na empresa, facilitando a compreensão individual de um amplo contexto da organização em que estão inseridos.

Para os funcionários que assistem às apresentações há também diferença entre ver um grupo de fora da organização e um grupo interno. Com o grupo interno, a identificação com as personagens é muito maior devido às particularidades do cotidiano do trabalho que são levadas para o palco. Além disso, a expectativa que se cria para ver os colegas de trabalho atuando gera uma maior atenção do público às peças e aumenta a retenção de informações.

O fato de a comédia ser o gênero mais utilizado se explica por já existir uma pré-disposição do público para o riso, sendo mais fácil conseguir sua adesão às apresentações. Além disso, ele traz uma função didática, na qual pode-se apontar os erros dos funcionários de maneira bem humorada. A emoção também permeia todo o trabalho com o teatro, tanto para os integrantes do grupo, quanto para o público durante as apresentações. Para o ator em cena, por mais que se emocione, manterá sempre total domínio sobre si mesmo. Na comédia essa distância entre emoção e consciência de suas ações é maior (BOAL, 1996 p.37). Porém, a emoção na comédia também marca o momento da apresentação e as informações transmitidas por ela, fazendo com que elas permaneçam na memória de cada um mais facilmente. Como afirmou Massi *“Há também o momento emocional que fica gravado, é o que fixa e perpetua”*.

Nos casos do Herbarium e da Copel, os grupos de teatro são voluntários e seus trabalhos ultrapassam as barreiras de cada empresa, uma vez que os funcionários fazem trabalhos voluntários para a comunidade em escolas e praças públicas. Isto influencia na percepção? Sim. Os funcionários voluntários têm uma compreensão diferenciada sobre o seu papel na empresa e na comunidade. A contribuição de cada um perpassa as tarefas comuns e rotineiras da empresa,

atingindo com mensagens positivas e relevantes mais colegas de trabalho e outras pessoas de forma criativa e espontânea.

Todas essas experiências que o teatro com os funcionários proporciona, influenciam na compreensão das mensagens e papéis de todos os membros da organização. Sendo assim, o teatro trabalha positivamente com a percepção de cada indivíduo sobre a organização e seus integrantes e, conseqüentemente, influencia no seu comportamento. É uma maneira eficaz de trabalhar valorizando o fator humano para melhorar o desempenho.

A interação entre público e atores proporciona uma resposta instantânea no processo de comunicação, sendo mais um fator relevante ao trabalhar com o teatro como meio de comunicação.

Entre as conseqüências positivas em se trabalhar desta maneira com a percepção está a melhora no relacionamento interpessoal, por aumentar a compreensão sobre os papéis dos outros indivíduos. Outro fator positivo que o teatro traz é a melhor compreensão das mensagens e informações, repercutindo num maior rendimento no trabalho. Somando-se o bom relacionamento interpessoal com a clareza na comunicação, o resultado é de um ambiente de trabalho voltado para uma boa produção aliada à motivação, integração, satisfação, sinergia e reconhecimento.

4.1 O papel do Relações Públicas

O teatro na comunicação interna se apresenta como uma das possíveis ações estratégicas de um plano de Relações Públicas. Ao planejar implantar o teatro como uma ação estratégica de comunicação interna, é necessário observar e analisar se

este meio é adequado à empresa. O teatro pode ser aplicado em qualquer empresa por um grupo externo ou interno, mas nem sempre ele será a única opção. No caso de um grupo de teatro interno, que é o foco deste trabalho, o planejamento deve seguir os passos básicos, descritos por Kunsch (2003, p. 326), que são:

Pesquisa

Identificação e conhecimento da situação: para analisar a adequação deste meio de comunicação em uma empresa, deve-se ter noção de toda a estrutura comunicacional, bem como suas falhas e necessidades. Neste ponto é que o profissional de Relações Públicas reúne as condições essenciais para aplicar uma ação de comunicação, enxergando-a dentro de todo o funcionamento da comunicação de determinada organização. Nesse aspecto entram a cultura, visão, missão, valores, produtos ou serviços, ou seja, as informações necessárias para conhecer a fundo as características da empresa.

Levantamento de dados: a inclusão do teatro como ação estratégica no plano dependerá das condições estruturais, como tamanho da empresa e número de empregados, das características pessoais dos seus membros, se há alguém disponível com as habilidades e conhecimentos necessários para desenvolver as peças teatrais. Os dados poderão ser coletados através de entrevistas, questionários, análise de documentos, observação direta ou pessoal, entre outras formas. A coleta de dados, nesse caso, também deve visar os aspectos referentes ao relacionamento entre público interno e a empresa, como seus problemas e dificuldades.

Mapeamento dos públicos: o profissional de Relações Públicas deve conhecer a fundo o perfil dos membros da empresa, assim como o perfil de cada

subgrupo formado, a fim de aplicar e implementar ações adequadas. Além de ter claros quais valores, premissas e pressupostos formam ou irão formar a identidade organizacional, influenciando no posicionamento da organização perante seus públicos. Neste contexto é fundamental trabalhar a comunicação de forma integrada, baseada no conceito de Margarida Kunsch, para que as ações de comunicação interna estejam de acordo com as ações de comunicação de todos os públicos. No caso do uso do teatro na comunicação interna, ele deve ser feito pela vontade dos funcionários. O RP apresenta a idéia ou estimula a formação de um grupo de teatro deixando, porém, a escolha aberta aos membros da organização. Nada deve ser forçado para não “podar” a espontaneidade e o estímulo dos funcionários.

Análise da situação e diagnóstico: a partir dos dados coletados faz-se a análise da situação em que se encontra a empresa para se chegar ao diagnóstico. Nesta fase é que será observado se pode ser estabelecido um grupo teatral, se os funcionários estão de acordo ou se é melhor que haja um grupo de fora da empresa contratado somente para apresentações. Deve-se ter um parâmetro de comparação de uma situação ideal, para identificar as falhas e necessidades.

Planejamento

Deve-se observar as políticas de comunicação da empresa – normas em que se fundamenta a atividade de comunicação institucional (RABAÇA e BARBOSA 1978, p.366 apud KUNSCH 2003, p. 336) – para verificar se a proposta de incluir o teatro como uma ação de comunicação está de acordo com elas.

Definição de objetivos e metas: entre os objetivos em se criar um grupo de teatro está o uso da linguagem teatral para o treinamento de funcionários, promover sua integração e desenvolver sua expressão e criatividade. As metas podem ser,

entre outras, o cumprimento de prazos pré-estabelecidos e atingir um determinado número de colaboradores.

Recursos necessários e orçamento: levantamento dos recursos humanos, financeiros e materiais. Nos recursos humanos é necessário verificar se há alguém disponível e competente na empresa para dirigir o grupo de teatro e, se for o caso, contratar um profissional de fora da empresa. Disso dependerá a necessidade de pagamento pelo serviço prestado, ou se o grupo será formado totalmente por membros da empresa que serão, a princípio, voluntários. Os recursos materiais, como figurino, cenário, maquiagem, deverão estar listados e, dependendo da situação da empresa, seus custos poderão ser arcados em parte ou totalmente por ela. No caso do Herbarium, muitos materiais eram trazidos pelos próprios funcionários; deve estar explícito no plano de ação com quais materiais a empresa irá arcar. Os recursos financeiros dependerão diretamente dos recursos materiais e, se houver contratação de terceiros, dos recursos humanos, além dos custos da divulgação.

O orçamento deverá estar de acordo com a realidade financeira da empresa e com a maior ou menor complexidade da peça teatral. Dele dependerá, entre outros fatores, a aprovação do projeto.

Deve ser feito cronograma de todas as fases do processo de implantação; analisar e decidir junto ao setor de Recursos Humanos os temas pertinentes para as montagens das peças, bem como escolher as melhores ocasiões de apresentação e local.

Aprovação e apoio: É necessário, para a implantação do grupo e teatro, a aprovação da diretoria da empresa, bem como o seu apoio. Para isso deve-se utilizar argumentos que demonstrem os benefícios que o teatro possa trazer para a

empresa. Nesse caso é importante procurar exemplos de outras empresas que já tenham esse tipo de experiência. O apoio será necessário, por exemplo, para o tempo que os funcionários dedicarão aos ensaios, obtenção dos recursos necessários para que seja dada a devida importância dos dirigentes para o grupo e que esta visão seja transmitida aos demais funcionários.

Implantação

Divulgação: a divulgação do grupo de teatro e das peças a serem apresentadas para o público interno poderá ser feita através de jornal interno, folhetos informativos, *indoor*, *news letter*, até mesmo rádio interna, dependendo da estrutura da empresa. No caso de uma peça para a comunidade, a divulgação pode ocorrer por panfletos, cartazes, avisos (no caso de escolas).

Controle e monitoramento: o controle pode ser feito através dos ensaios do grupo, verificando se a evolução das cenas e das personagens está de acordo com o texto e com o tema que foi estipulado no início.

Avaliação

A avaliação pode se feita através de pesquisa qualitativa com os membros do grupo no processo de montagem do espetáculo e depois da apresentação, com os membros do grupo e os funcionários da empresa através de pesquisa qualitativa e/ou quantitativa. Na pesquisa, procurar perceber como o grupo se comportou durante os ensaios, se houve conflitos e como estes foram resolvidos; se houve colaboração efetiva de todos os integrantes do grupo; se o andamento das tarefas foi harmonioso; se os objetivos foram cumpridos; se os integrantes estiveram motivados e se ficaram satisfeitos. Aos demais funcionários, procurar identificar se a

mensagem foi transmitida adequadamente; se a qualidade da peça, na opinião deles, foi satisfatória; se foi atingido um grande número de colaboradores.

Desta maneira, avaliando-se a satisfação dos funcionários e a eficácia do teatro, o RP poderá sempre estar implementando melhorias, trabalhando dentro do conceito profissional de RP de manter a continuidade do aprimoramento na relação entre organização e públicos.

CONCLUSÃO

Este trabalho procurou demonstrar a forma com que o teatro vem atuando como um novo meio de comunicação organizacional, trabalhando elementos que valorizam a subjetividade e os relacionamentos interpessoais. Como tal, ele aponta para a importância do Relações Públicas enxergar o teatro como meio de comunicação, em uma época na qual a valorização do fator humano nas organizações é determinante no desempenho individual no trabalho. Sabe-se que o comportamento humano é influenciado pela percepção de cada um. Nada melhor, então, do que trabalhar com um instrumento que influencie positivamente nesta percepção.

Segundo a pesquisa feita nas empresas que utilizam o teatro como meio de comunicação interna, o teatro tem se mostrado eficaz nesse sentido. É certo que existe o viés de não haver entrevistado os funcionários de duas das três empresas pesquisadas, não abordando de forma direta a opinião dos mesmos. Porém, esse fato não invalida a pesquisa, sendo que ela traz a opinião dos funcionários de forma indireta através da percepção dos chefes de setor que organizam ou contratam o serviço teatral. É importante, neste caso, salientar que o estudo da comunicação, atualizado e abrangente, deve considerar o teatro como uma nova alternativa para a comunicação organizacional, aprofundando a pesquisa a seu respeito para que ele possa ser aplicado dentro da ótica do profissional de comunicação, mais especificamente o RP.

Tomando-se o teatro como um novo meio de comunicação organizacional, torna-se de extrema importância que o estudante de comunicação participe de projetos e estudos que abordem este tema. No curso de Comunicação Social da

UFPR há uma opção para que os alunos possam conhecer e aprender mais a respeito do uso do teatro como meio de comunicação, o projeto “TECOS: Teatro e Comunicação”. Este projeto, segundo informações da coordenadora do projeto, Gláucia Brito, atua em duas vertentes: trabalho comunitário e investigação de possibilidades de comunicação utilizando o espetáculo teatral. O TECOS, *“em relação à investigação de possibilidades de comunicação, procura integrar os alunos dos cursos de Comunicação Social da UFPR numa experiência de troca mostrando mais uma possibilidade de Comunicação Integrada”*. Formado desde o ano de 2004 com alunos e professores do Departamento de Comunicação, o TECOS vem desenvolvendo trabalho comunitário com jovens carentes de Curitiba, além de proporcionar a realização dos objetivos já citados.

Assim, o TECOS se apresenta como uma possível forma de trabalhar a comunicação através do teatro, promovendo integração entre as habilitações do curso de Comunicação Social. Deve-se, portanto, aproveitar e aprimorar este recurso já presente na UFPR. Há, também, a necessidade de produção de estudos científicos sobre teatro e comunicação para diminuir o problema da falta de referencial teórico sobre este assunto.

No campo profissional, percebe-se que muitas empresas têm enxergado os benefícios que o teatro traz. Sendo assim, cada vez mais profissionais de diversas áreas passam a incluir o teatro em suas empresas. O cuidado que se deve ter com essa tendência de crescimento do teatro organizacional é que não haja uma exploração mal conduzida pela falta de conhecimento e despreparo de algumas pessoas “bem intencionadas”. Nos casos pesquisados, mostrou-se eficiência e preocupação com o profissionalismo, mas é válido ressaltar que, sendo o teatro usado como um meio de comunicação, sempre se faz importante a presença de

profissionais da área. As organizações que investem na comunicação devem, assim, estar atentas às lacunas existentes no trabalho com a comunicação, para que o lugar que deve ser designado ao Relações Públicas não seja ocupado por pessoas desqualificadas.

Outro ponto a ser observado no teatro empresarial é o fato dos grupos de teatro serem voluntários. Por esse motivo, outras ações começam a surgir espontaneamente partindo dos integrantes do grupo, como por exemplo, apresentações didáticas em escolas, praças ou outro lugar que atenda a comunidade. Esse tipo de ação pode estar vinculado a uma política de responsabilidade social da empresa. Pode ser divulgado nas ações de marketing da empresa, como no caso do Herbarium, que divulga o grupo de teatro em suas publicações.

O teatro nas empresas não é um mero instrumento de comunicação, ele é potencialmente transformador e pode ser usado como tal em uma empresa, sendo ele o agente de mudanças que partem dos anseios, desejos e visões dos funcionários. Assim, fazer teatro traz muito mais possibilidades de ação do que assistir a uma peça, simplesmente aceitando o que lhe é transmitido. Uma empresa que se propõe a utilizar o teatro dessa forma, deve enxergar seus funcionários como agentes participantes da dinâmica existente no trabalho e nas relações com todos os grupos aos quais influencia e é influenciada. Deve também estar aberta as possíveis contradições que venham à tona a partir do teatro e que sejam incompatíveis com as políticas e ações da empresa.

O teatro empresarial é um campo novo de trabalho e de pesquisa e há muitas questões a serem abordadas sobre o assunto. É um rico campo de investigação de novas formas de conduzir a comunicação. A abertura para o estudo do teatro

expande-se para inúmeras possibilidades, tais como a exploração da linguagem utilizada pelo teatro no ambiente organizacional; o teatro empresarial como nicho de mercado. Onde mais o teatro pode atuar nas organizações? Quais são as outras esferas da comunicação que podem ser atingidas pelo teatro?

Nesta recente forma de trabalhar com a comunicação, uma das certezas que se tem é que há satisfação naqueles que são beneficiados pelo teatro. Se há satisfação, a tendência é a sua expansão e, naturalmente, ele deve estar sob os cuidados de quem pode melhor conduzi-lo.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ARAÚJO, Nelson de. *História do Teatro*. Salvador: Fundação Cultural do Estado da Bahia, 1978.

BERTHOLD, Margot. *História Mundial do Teatro*. 2ª ed. São Paulo: Expectativa, 2004.

BOAL, Augusto. *O Arco Íris do Desejo: o método Boal de teatro e terapia*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1996.

BOAL, Augusto. *O Teatro do Oprimido: e outras poéticas políticas*. 6ª ed. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1991.

FERREIRA, Aurélio Buarque de H. *Minidicionário da Língua Portuguesa*. 2ª ed. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1988.

GRUNIG, James E. *A função das relações públicas na administração e sua contribuição para a efetividade organizacional e societal*. Revista Brasileira de Ciências da Comunicação. São Paulo: Intercom, 2001.

KUNSCH, Margarida M. Krohling. *Planejamento de Relações Públicas na Comunicação Integrada*. 4ª ed. São Paulo: Summus, 2003.

KUNSCH, Margarida M. Krohling. *Planejamento de Relações Públicas na Comunicação Integrada*. 4ª ed. São Paulo: Summus, 2003. il. p.151.

KUNSCH, Margarida M. Krohling. *Relações Públicas e Modernidade: novos paradigmas na comunicação organizacional*. São Paulo: Summus, 1997.

LOCKE, John. *Ensaio Acerca do Entendimento Humano*. Tradução de Anoir Aiex. São Paulo: Nova Cultural (Os Pensadores), 1988.

MONTANA, Patrick J. *Administração*. São Paulo: Saraiva, 2001

ROBBINS, Stephen P. *Comportamento Organizacional*. 9ª ed. São Paulo: Prentice Hall, 2002.

TORQUATO, Gaudêncio. *Tratado de Comunicação Organizacional e Política*. São Paulo: Thomson, 2002.

REFERÊNCIAS ELETRÔNICAS

FUNDAÇÃO CULTURAL DE CURITIBA. *Lei Municipal do Incentivo à Cultura*. Curitiba, [199-?]. Disponível em: <<http://www.fundacaoculturaldecuitiba.com.br/leidoincentivo>>. Acesso em: 11 nov. 2006.

GABARDO, Gláucio. *Teatro de Bonecos da Copel*. Curitiba: 2006, il. color. CD-ROM.

KUNSCH, Margarida M. Krohling. *RP em revista*. Salvador/BA, ano1-nº2, nov. 2003. Disponível em: <<http://www.rp-bahia.com.br/revista/edição2/entrevista.htm>>. Acesso em: 16 out. 2006.

NAVEGA, Sérgio. *A Busca da Inteligência em Homens e Máquinas*. [S.L.] Junho, 1999. Disponível em: <<http://www.intelliwise.com/seminars/artigo.htm>>. Acesso em: 15 maio 2006.

NAVEGA, Sérgio. *Aparelho Perceptual*. [S.L.] Junho, 1999. il. color. Disponível em: <<http://www.intelliwise.com/seminars/artigo.htm>>. Acesso em: 15 maio 2006.

MAGALDI, Sábado. *O Teatro de Arena de São Paulo*. [São Paulo], [200-?]. Disponível em: <<http://www.mre.gov.br/CDBRASIL/ITAMARATY/WEB/port/artecult/teatro/arena/apresent.htm>>. Acesso em: 20 ago. 2006.

MINISTÉRIO DA CULTURA. *Lei Federal de Incentivo à Cultura*. Disponível em: <<http://www.cultura.gov.br>>. Acesso em: 11 nov. 2006.

PASSARINHO, Jarbas G. *Regulamento da Lei Nº 5.377, de 11 de dezembro de 1967, que disciplina o exercício profissional de Relações Públicas*. CONRERP SP/PR. Disponível em: <http://www.conrerp-sp.org.br/perfil_conrerp.asp>. Acesso em: 05 maio 2006.

SANTOS, Cláudio G. dos. *Declínio da Memória*. [S.l.],[200-?]. Disponível em: <http://www.drauziovarella.com.br/entrevistas/claudio_memoria_1.asp>. Acesso em: 28 maio 2006.

SLOMPO, Simon. *Teatro Empresarial Cia. Lanteri*. Curitiba: 2005/6, il. color. E-mail.

TEATRO do Oprimido. Rio de Janeiro, [200-?]. Disponível em: <<http://www.ctorio.org.br/TO.htm>>. Acesso em 10 dez. 2006.

ANEXO 1 – Questionários da Pesquisa

Questionário Siemens (Andréa Previdi)

1. *Por que você escolheu o teatro como uma das ferramentas de comunicação com os seus funcionários?*
2. *Como é a receptividade dos funcionários em relação às apresentações?*
3. *Há quanto tempo a Siemens contrata esse tipo de trabalho?*
4. *Como e quando são feitas as apresentações?*
5. *Que tipo de mensagens vocês procuram passar para os funcionários?*
6. *Há alguma mudança na atitude dos funcionários que você atribui ao teatro? Qual (is)?*
7. *Para você, as apresentações do grupo atual estão cumprindo com os objetivos pelos quais foi contratado?*
8. *Já houve peças produzidas pelos funcionários? Se não, alguém já manifestou interesse em fazer?*
9. *Você acha que o teatro influencia, de alguma maneira, a forma como os funcionários vêem a Siemens?*
10. *Você acredita que existam características ou benefícios que só o teatro pode trazer? Qual (is)?*

Questionário para Herbarium (Joanita Plombom) e Copel (Aparecido Massi)

1. *Há quanto tempo a Copel utiliza o teatro com os funcionários?*
2. *Como começou e com qual objetivo?*
3. *Quais são os principais temas apresentados?*
4. *Como são realizadas as apresentações? (Durante eventos especiais; durante o expediente; quanto tempo duram, etc.)*
5. *Quais os benefícios você acredita que o teatro traz para a Copel?*
6. *Como são selecionados os integrantes do grupo teatral? Qualquer funcionário pode participar?*
7. *Como é a receptividade dos outros funcionários em relação às apresentações?*
8. *Você acredita que o teatro influencia no relacionamento interpessoal dos funcionários?*
9. *Você acha que o teatro interfere na maneira como os funcionários vêem a Copel?*
10. *Vocês já produziram alguma peça com um tema inusitado ou pouco comum? Qual (is)?*
11. *Qual o gênero teatral mais utilizado? Por que?*
12. *Você considera que existem benefícios que só o teatro pode trazer para a organização?*

Questionário Copel (Juscelino Castro)

1. *Com quais objetivos são feitas apresentações de teatro dentro da Copel? Por que escolher montar peças com os próprios funcionários e não trazer um grupo de fora?*
2. *Quais as diferenças que existem, na sua opinião, entre um grupo formado pelos funcionários e um grupo externo que vem até a empresa?*
3. *Que características você considera que o teatro tem de diferente em relação aos outros meios de comunicação com os funcionários da Copel?*

4. *Você acredita que o teatro cumpre os seus objetivos dentro da Copel? Existe alguma forma de avaliar a sua eficácia? Se sim, como?*
5. *A que você acredita que se deve a continuidade do uso do teatro como meio de comunicação feito com os próprios funcionários da Copel?*
6. *Como é a receptividade dos funcionários que assistem as apresentações?*

Questionário Copel (funcionários)

1. *Com que objetivo você vai ver as apresentações de teatro na sua empresa?*
2. *Por que você acha que a sua empresa resolveu apresentar peças para os funcionários?*
3. *O que você acha do conteúdo das peças? Qual a importância da mensagem transmitida?*
4. *Você assistiu as apresentações dos outros anos? Se sim, quais eram os assuntos das peças?*
5. *Você acha que o teatro facilitou o seu entendimento sobre o trabalho de outros departamentos da empresa?*
6. *Você chegou a esclarecer dúvidas sobre a Copel, ou assuntos empresariais com as apresentações?*
7. *Você gostaria que houvesse mais apresentações? Por quê?*
8. *Como você avalia as apresentações teatrais do grupo atual?*

Questionário Cia. Lanteri (Simon Slompo)

1. *Como são preparados os temas das peças feitas para empresas?*
2. *Em geral, quais são os temas mais solicitados?*
3. *Desde quando o Lanteri faz apresentações em empresas?*
4. *Você acha que esse tipo de trabalho está crescendo?*
5. *Quais os motivos pelos quais as empresas contratam esse tipo de trabalho?*
6. *Quem determina o grau de interação com o público das peças: o grupo ou a empresa?*
7. *Há preferência do público por peças mais ou menos interativas?*
8. *Qual o gênero teatral mais procurado ou mais aceito?*
9. *Já houve algum tema inusitado ou pouco comum que vocês tiveram que apresentar? Qual?*
10. *Normalmente, o trabalho com as empresas é feito em longo prazo, ou são apresentações únicas em cada empresa?*

ANEXO 2 – Estatuto do Grupo de Teatro Herbarium em Cena

Estatuto do Grupo de Teatro Herbarium em Cena

O Grupo de Teatro Herbarium em Cena iniciou-se em abril de 2002.

Este conta com um grupo de colaboradores do Herbarium Laboratório Botânico, de diversas áreas e funções.

Objetivos

- ☞ Ter o grupo de teatro como ferramenta produtiva e lúdica para disseminação de informações úteis, além de treinamentos comportamentais.
- ☞ Integrar colaboradores das mais diversas áreas e funções visando o mesmo objetivo.
- ☞ Prover o desenvolvimento cultural aos nossos colaboradores, através da arte.
- ☞ Oferecer aos colaboradores a oportunidade de desenvolver talentos artísticos.
- ☞ Uso desta ferramenta como marketing para a empresa.

Missão

Apresentar e disseminar conteúdos educativos, de forma lúdica e cultural que agreguem mudanças de comportamentos aos colaboradores do Herbarium e comunidade onde, de alguma forma, a empresa esteja inserida.

Valores

- ☞ Integração;
- ☞ Comprometimento;
- ☞ Disciplina;
- ☞ Responsabilidade Social;
- ☞ Criatividade;
- ☞ Aperfeiçoamento técnico.

Composição

- ☞ Qualquer colaborador que tenha interesse e prime pelos mesmos valores do grupo.

Permanência no grupo

Uma vez integrante do grupo, estes colaboradores poderão ou não estar representando um papel na peça. Entretanto, estes poderão estar atuando nas diversas funções que envolvem uma montagem teatral, das quais podem ser:

- ☞ Cenário;
- ☞ Figurinos;
- ☞ Maquiagem;
- ☞ Sonoplastia;
- ☞ Iluminação;
- ☞ Assessoria de camarim;
- ☞ Fotos/filmagem.

Saída do Grupo

Poderá ocorrer a saída de qualquer integrante por vontade deste por desligamento da empresa, ou ainda pelo não cumprimento das regras pré-estabelecidas neste estatuto, cabendo apenas à coordenação a decisão desta última.

Responsabilidades

Da coordenação do grupo:

- ☞ Escrever o roteiro;
- ☞ Definir elenco;
- ☞ Definir e negociar cronograma de ensaios e apresentações;
- ☞ Fazer cumprir as regras pré-estabelecidas e manter a disciplina do grupo;
- ☞ Orientar o elenco quanto a figurinos, acessórios, maquiagem e cenário.

Dos integrantes de forma geral:

- ☞ Comparecer aos ensaios, que podem inclusive ocorrer fora do horário de expediente quando necessário;
- ☞ Se comprometer com as atividades da função a ele designada;
- ☞ Praticar os valores do grupo;
- ☞ Ter maturidade para aceitar a escala do elenco e demais funções.

Do elenco escalado:

- ☞ Ser assíduo nos ensaios;
- ☞ Respeitar horários;
- ☞ Comprometer-se com a memorização do texto;
- ☞ Composição de seu personagem.

Dos gestores da empresa:

- ☞ Dar apoio aos colaboradores do grupo de teatro no sentido de facilitar a saída dos mesmos para os respectivos ensaios;
- ☞ Praticar o exercício da responsabilidade social do teatro em prol da comunidade.

Da Diretoria da empresa:

- ☞ Prover anualmente um orçamento que permita fazer frente às despesas decorrentes das diversas montagens teatrais, além de:
- ☞ Pagamento de assessoria para o aperfeiçoamento dos integrantes do grupo;
- ☞ E eventuais eventos de confraternização.

OBS: Este orçamento será proposto na ocasião da elaboração do orçamento geral da empresa e ficará sujeito a respectiva aprovação.

Dos “clientes” (solicitantes) do trabalho do grupo:

- ☞ Os interessados no trabalho do grupo deverão solicitar à coordenação do grupo, com antecedência mínima de 4 meses, a fim de permitir-lhes um planejamento e execução adequados de todas as atividades decorrentes da montagem da peça;

- ☞ Além disso, o solicitante deverá passar com clareza o objetivo que gostaria de atingir com o trabalho.

Identificação do Grupo de Teatro

- ☞ Serão desenvolvidas uma logomarca e camisetas para o grupo.
- ☞ Durante as apresentações teatrais, todo o grupo deverá usar a camiseta com exceção do elenco, o qual deverá estar com seu próprio figurino.

**Andréia Coutinho
CristinaPedroso
Joanita Plombom**

JULHO/2004