

UNIVERSIDADE TECNOLÓGICA FEDERAL DO PARANÁ
DEPARTAMENTO ACADÊMICO DE COMUNICAÇÃO E EXPRESSÃO
CURSO SUPERIOR DE TECNOLOGIA EM COMUNICAÇÃO INSTITUCIONAL

BÁRBARA MALCUT FELIPE
THÁBATA PÂMELA TOSCAN DOS SANTOS

**ARTE COMO FERRAMENTA DE COMUNICAÇÃO INTERNA:
DESENVOLVIMENTO DE PERCEPÇÕES POR INTERMÉDIO DO
TEATRO**

TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO

CURITIBA
2013

BÁRBARA MALCUT FELIPE
THÁBATA PÂMELA TOSCAN DOS SANTOS

**ARTE COMO FERRAMENTA DE COMUNICAÇÃO INTERNA:
DESENVOLVIMENTO DE PERCEPÇÕES POR INTERMÉDIO DO
TEATRO**

Trabalho de Conclusão de Curso de graduação, apresentado à disciplina Trabalho de Conclusão de Curso 2, do Curso Superior de Tecnologia em Comunicação Institucional – CTCOM – da Universidade Tecnológica Federal do Paraná – UTFPR, como requisito parcial para obtenção do título de Tecnólogo.

Orientadora: Professora Dra. Maurini de Souza

CURITIBA
2013

À memória de Augusto Boal, que fez a diferença entre a Indústria Cultural e o Teatro Reflexivo.

Em nome dele, dedicamos este trabalho a todos os artistas que diariamente enfrentam dificuldades para propagar a cultura em nosso país.

AGRADECIMENTOS

Este trabalho é resultado da visível ampliação de percepção que tivemos nos últimos três anos, graças à dedicação diária de todos os professores do Curso Superior de Tecnologia em Comunicação Institucional (UTFPR). Portanto, em primeiro lugar, agradecemos a eles pelo esforço e apoio durante todo o curso.

Em especial, agradecemos à professora Maurini de Souza, que nos orientou neste trabalho de maneira ímpar, com a dedicação e o entusiasmo que só competem a ela.

Agradecemos a Thiago Santângelo, Assessor de Comunicação da Superintendência de Governo e Varejo Paraná, do Banco do Brasil, por sua sensibilidade e atenção.

Por fim, agradecemos àqueles que estiveram próximos e nos apoiaram durante a elaboração deste trabalho, em especial à Marilina Felipe, que acompanhou cada passo, nos motivando até a conquista do nosso objetivo.

Toda a arte é solução de problemas. (MENNA BARRETO, 2004).

RESUMO

MALCUT FELIPE, Bárbara. TOSCAN SANTOS, Thábatta Pâmela. ARTE COMO FERRAMENTA DE COMUNICAÇÃO INTERNA: DESENVOLVIMENTO DE PERCEPÇÕES ATRAVÉS DO TEATRO. 2013. 53 p. Trabalho de Conclusão de Curso (Curso: Comunicação Institucional) - Departamento Acadêmico de Comunicação e Expressão, Universidade Tecnológica Federal do Paraná.

Este trabalho busca colaborar com os estudos sobre comunicação interna nas instituições, propondo o teatro como uma forma de fomentar o diálogo entre funcionários e empresa, abordando o teatro como um facilitador nos processos comunicacionais e também como um auxiliador na ampliação da percepção social dos trabalhadores, que neste trabalho é defendido como um diferencial em momentos de crise. Para isso, a pesquisa se baseia nos seguintes teóricos: Augusto Boal (2005), para quem o teatro é capaz de estimular a problematização de questões do cotidiano, colaborando para a criação de um senso reflexivo e crítico; Bertolt Brecht (1967), que propõe o teatro como ferramenta de transformação social; Adorno e Horkheimer (1985), que remetem à essência da arte, fazendo contrapontos com a Indústria Cultural, Martin Heidegger (2001), que diferencia o Pensamento que Calcula do Pensamento que Medita (reflete) e Roberto Menna Barreto (2004), que define profissionais criativos como aqueles que refletem sobre um determinado assunto. No campo da percepção, Schermerhorn, Hunt e Osborn (1999) afirmam que este é um processo de compreensão que envolve o percebido, o perceptor e o ambiente e Kathleen Fearn-Banks (2011) contextualiza que, por meio da percepção de cada indivíduo dentro das instituições, pode-se evitar momentos de crise empresarial. A proposta final apresentada, elaborada com a colaboração da Assessoria de Comunicação da Superintendência de Varejo e Governo do Paraná, do Banco do Brasil, sugere investimento e implantação do teatro como uma ferramenta alternativa de comunicação, tendo como consequência um desenvolvimento da reflexão e da percepção dos trabalhadores, o que pode contribuir de forma positiva com as instituições, principalmente prevenindo crises.

Palavras chave: Comunicação, Trabalho, Relações Institucionais, Teatro, Comunicação Interna, Teatro-empresa, Percepção.

ABSTRACT

MALCUT FELIPE, Bárbara. TOSCAN SANTOS, Thábatta Pâmela. ARTE COMO FERRAMENTA DE COMUNICAÇÃO INTERNA: DESENVOLVIMENTO DE PERCEPÇÕES ATRAVÉS DO TEATRO. 2013. 53 p. Trabalho de Conclusão de Curso (Curso: Comunicação Institucional) - Departamento Acadêmico de Comunicação e Expressão, Universidade Tecnológica Federal do Paraná.

This paper aims to offer a contribution to the studies on internal communication in the institutions, proposing the theater as a way to foster dialogue between employees and company, addressing the theater act as a helper the in communication processes and contributes in broadening the perception of social employees, which in this paper is presented as a differential in times of crisis. For this, purpose the research is based on the following theory: Augusto Boal (2005), for whom the theater is able to stimulate the problematic issues of everyday life, helping to create a reflective and critical, sense Bertolt Brecht (1967) , who proposed the theater as a tool for social transformation; Adorno and Horkheimer (1985), referring to the essence of art, making counterpoints to the Cultural Industry, Martin Heidegger (2001), who estimated that differentiates the Thought of Thought Meditation (reflects) and Roberto Menna Barreto (2004), defining creative professionals as those who reflect on a particular subject. In the field of perception, Schermerhorn, Hunt and Osborn (1999) say that this is a process that involves the perceived understanding, the perceiver and the environment and Kathleen Fearn-Banks (2011) contextualizes that, through the perception of the individual within institutions, can be avoided times of corporate crisis. The final proposal submitted, which was developed in collaboration with the Assessoria de Comunicação da Superintendência de Varejo e Governo do Paraná, do Banco do Brasil, suggests the investment and deployment of alternative theater as a tool of communication, resulting in a development of reflection and perception of employees, which can contributes positively to the institutions, mainly preventing crises.

Keywords: Communication, Work, Institutional Relations, Theatre, internal communication, theater company, perception.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

IMAGEM 1 - ÁRVORE DO TEATRO DO OPRIMIDO 25

LISTA DE TABELAS

TABELA 1 – TABELA DE EMPRESAS POR GRAU DE AFINIDADE.....	30
--	----

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO.....	11
2 PREVENÇÃO DE CRISES E PERCEPÇÃO.....	14
3 REFLEXÃO, CRIATIVIDADE E SOLUÇÃO DE PROBLEMAS.....	18
4 A INDUSTRIALIZAÇÃO DA ARTE.....	21
5 TEATRO ÉPICO E DO OPRIMIDO E SUA APLICAÇÃO NAS INSTITUIÇÕES..	23
6 ANÁLISE PROFISSIONAL DA PROPOSTA.....	30
6.1 PRÉ-ANÁLISE.....	30
6.2 REUNIÃO E ANÁLISE.....	31
6.3 CONCLUSÕES DA REUNIÃO.....	32
7 PROPOSTA.....	35
8 CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	41
REFERÊNCIAS.....	42
APÊNDICES.....	45
ANEXOS.....	49

1 INTRODUÇÃO

Alcançar públicos faz parte das metas de diversas instituições, e isso tem contribuído para que empresas e setores de comunicação se especializem na elaboração de novos métodos comunicativos. Assim, empresas têm se preocupado em investir em formas e ferramentas alternativas de comunicação, a fim de gerar os impactos esperados.

Entendendo que o receptor não é passivo, mas também gerador de conteúdo e informação, as formas e ferramentas de comunicação alternativas devem permitir diálogo entre instituição e *stakeholders*. Com isso, além de estabelecer relação com o público, este diálogo apresenta-se como uma ferramenta administrativa, já que os mais diversos públicos podem, a partir de suas perspectivas, alertar a instituição sobre problemas ou até mesmo possíveis crises.

No âmbito artístico, analisando o teatro em sua performance, verifica-se que ele permite à plateia (receptor) apreciar espetáculos em que informações são recebidas e transmitidas, despertando no espectador opiniões e/ou atitudes sobre os assuntos abordados, considerando-o, portanto, um receptor-emissor. Esta foi a visão da proposta do Teatro do Oprimido, de Augusto Boal, numa vertente da teoria do teatro épico/dialético, de Bertolt Brecht.

O teatro propaga concepções e ideias de determinadas culturas, desde a sua origem. Dessa forma, pode ser vinculado à comunicação, seja como crítica social, como a elaborada por Aristófanes em peças como *Lisístrata ou a greve dos sexos*, seja pelo teor pedagógico das tragédias gregas ressaltado por Aristóteles ou por espetáculos de doutrinação explícita, como o teatro medieval religioso, que propagava conteúdos bíblicos. A arte dramática pode, então, ser entendida como uma ferramenta geradora de comunicação entre instituição e público. Assim, as instituições podem adequar suas metodologias de comunicação por meio do teatro, considerando duas vertentes: a indústria cultural e a arte com função social.

Indústria cultural, conforme Adorno e Horkheimer (1985), pressupõe produções com características artísticas, mas que, devido à padronização de produção com intuito de manipular o espectador, perde a essência do que é arte. Neste trabalho, a visão de Adorno e Horkheimer será exemplificada pelo chamado teatro empresarial/corporativo, em que se pretende, por meio da dramática, incentivar colaboradores de empresas a seguirem os pressupostos defendidos pela organização empregadora.

Por outro lado, tem-se a proposta de um teatro como ferramenta de transformação social, de acordo com a teoria do Teatro Épico ou Dialético, formulada por Bertolt Brecht e, no Brasil, desenvolvida por Augusto Boal (teoria do Teatro do Oprimido). Esta linha de pesquisa teatral busca, por meio da técnica do distanciamento, a formação crítica do interlocutor, a partir de um enredo que evita o processo de identificação entre espectador e personagem, fortalecendo a participação intelectual do público.

O investimento neste teatro é a proposta deste trabalho, incentivando que instituições utilizem o teatro transformador como ferramenta de comunicação com o público interno, na defesa de que essa atitude ampliará o potencial do profissional. Defende-se que um trabalhador com pensamento reflexivo é benéfico à empresa, pois não realiza seu trabalho maquinalmente, mas apresenta maior capacidade perceptiva e criativa, contribuindo para a inovação na instituição.

Durante as leituras para levantamento da fundamentação para a pesquisa, constatou-se que os seguintes trabalhos tratam da relação entre o teatro como ferramenta de comunicação e o desenvolvimento de percepções do indivíduo crítico (funcionário criativo e reflexivo).

Em 2001, o doutorando pelo programa de Filosofia da UNESP, Marcos Antônio Alves, no artigo *O teatro como um sistema de comunicação*, abordou a comunicação existente entre atores e plateia durante performances artísticas. Tendo como referência o modelo de comunicação de Shannon & Weaver, o autor discorreu sobre ruídos que podem existir nessa comunicação e afirmou que os espectadores, a partir de aplausos, risos ou vaias, também transmitem informações aos artistas.

Em 2006, Clara Beatriz da Silva Dezotti, mestranda em Mídia e Cultura pela Universidade de Marília, escreveu a dissertação *Teatro como meio de comunicação*. No trabalho, a autora defendeu que o teatro é um meio capaz de estabelecer processos de comunicação e é capaz de atuar como facilitador na relação ensino-aprendizagem nas salas de aula.

Marcos Marcelo Solér, em seu mestrado na USP (2008), desenvolveu a dissertação *Teatro documentário: a pedagogia da não ficção*. No trabalho, o autor aborda o processo artístico chamado Teatro Documentário, que consiste na produção de cenas a partir de depoimentos e experiências de pessoas.

Em nenhum deles, porém, percebe-se a abordagem do teatro como ferramenta de comunicação interna com o intuito de gerar um profissional mais qualificado por meio da reflexão, que é a proposta desta pesquisa.

Para isso, a fundamentação teórica deste trabalho será dividida em quatro capítulos. O primeiro, intitulado “Prevenção de Crises e Percepção”, ao abordar a autora Kathleen Fearn-Banks, conceitua crises institucionais, evidencia a importância do público interno na prevenção destes eventos e ressalta a necessidade de percepção dos problemas, para prevenir crises. Ainda neste capítulo, baseando-se nos autores Schermerhorn, Hunt e Osborn, aprofunda-se o conceito de percepção, abordando o percebido, o contexto e o perceptor, evidenciando o Processo Perceptivo que cabe a este.

O segundo capítulo, “Reflexão, Criatividade e Solução de Problemas”, em complemento ao anterior, explica que, além perceber os primeiros sinais de uma crise, é necessário agir para eliminá-la. Para isso, utilizam-se os autores Martin Heidegger e Roberto Menna Barreto, que tratam sobre o Pensamento que Reflete e sobre o Indivíduo Criativo, respectivamente. Com base nestes conceitos, entende-se que a solução de problemas está diretamente relacionada ao desenvolvimento de reflexão e criatividade dos indivíduos.

No capítulo “A industrialização da Arte”, fundamentado a partir de Adorno & Horkheimer, o conceito de Indústria Cultural é abordado, evidenciando que neste formato não há o desenvolvimento de percepção, reflexão ou criatividade. Assim, embora a Indústria Cultural seja uma forma de expressão artística, ela visa principalmente ao lucro e não contribui com a proposta deste trabalho.

O teatro como ferramenta de transformação social, no entanto, abordado no quarto e último capítulo, “Teatro Épico e do Oprimido e sua Aplicação nas Instituições”, contribui com a formação crítica do indivíduo, gerando no espectador questionamentos sobre a realidade apresentada no palco.

Assim, este trabalho propõe que empresas invistam no teatro transformador como uma ferramenta de desenvolvimento do público interno. Este desenvolvimento comporta a reflexão, a criatividade e a percepção, elementos importantes para a prevenção e o gerenciamento de crises institucionais.

2 PREVENÇÃO DE CRISES E PERCEPÇÃO

Crises, no universo das organizações, podem ser enfrentadas nas situações mais díspares entre instituições totalmente diferentes. Segundo a professora do Departamento de Comunicação da Universidade de Washington, Kathleen Fearn-Banks,

A crisis is the biggest event with negative potential that can affect an organization, company or industry, as well as its publics, products, services or reputation. A crisis interrupts the normal operation and can often affect the organization's existence. A crisis can be a strike, one terrorism, fire, boycott, product tampering, product failure, and numerous other events¹. (FEARN-BANKS, 2011, p. 02)

Diferenciar “crise” de “problema” é um fator importante para elaborar planos de gerenciamento institucional e, sobre essa diferença, Fearn-Banks afirma que uma crise é mais séria que um problema, pois ela interrompe o fluxo normal da organização. Assim, a autora determina a linha tênue que diferencia os dois conceitos, estabelecendo a veemência de uma crise e a normalidade de um problema, ordenando na intensidade a divergência entre os dois eventos.

Em um momento de crise, decisões precisam ser estabelecidas com velocidade, pois a demora na ação pode resultar em problemas estruturais e, inclusive, na interrupção definitiva da organização. Sobre esta rapidez, a autora comenta que durante este acontecimento, elaborar um plano de gestão é inviável, pois a necessidade de ação e as emoções extremas dificultam as tomadas de decisão. Portanto, sendo a crise um evento com grande potencial negativo e que não permite tempo para análises situacionais, as organizações devem possuir planos de prevenção e gerenciamento delas.

Dentre os elementos fundamentais para estes planos de prevenção e gerenciamento, está o relacionamento com diversos públicos. Estabelecer laços de confiança e credibilidade com os *stakeholders* pode, além de minimizar, eliminar crises. Deste modo, as empresas devem possuir um setor de comunicação estruturado, que desenvolva constantemente programas com seus públicos.

¹ Uma crise é o maior acontecimento com potencial negativo que pode afetar uma organização, companhia ou indústria, assim como seus públicos, produtos, serviços ou reputação. Uma crise interrompe o normal funcionamento e pode muitas vezes afetar a existência da organização. Uma crise pode ser uma greve, um terrorismo, incêndio, um boicote, adulteração de produto, falha no produto, ou inúmeros outros eventos. Tradução: Bárbara Malcut e Thábatta Toscan .

Entre os vários públicos de interesse, pode-se destacar os funcionários. Para Kathleen Fearn-Banks, o bom relacionamento com público interno pode ser um suporte em momentos de crise, pois este *stakeholder* satisfeito contribui com a defesa da instituição. Além disso, uma cultura corporativa centrada nas pessoas é também uma ferramenta eficaz de desenvolvimento institucional.

Para a autora, uma crise efetiva comporta, inicialmente, a detecção de um problema e a tentativa de prevenção. Depois de instaurada, se estabelece a gestão, a recuperação institucional e o aprendizado. No entanto, Kathleen Fearn-Banks aborda a possibilidade de reversão de crise no estágio inicial:

An organization should pay attention to the first symptoms of the crisis and prepare attempts to stop it at this stage, before it becomes a crisis effectively. To detect these early signs, organizing committees of the workers should work as keepers watching vessels at sea, watchdogs and informers. [...] In addition, employees in their positions, have a unique perspective on elements that can generate error.²(Idem, p. 05 e 302)

Como os trabalhadores participam do cotidiano da empresa, eles são uma importante fonte de informações sobre problemas que, se não resolvidos, podem se tornar crises. Logo, um bom relacionamento com este *stakeholder* é fator fundamental o desenvolvimento da prevenção.

No entanto, além de uma comunicação desenvolvida e bom relacionamento com o público interno, é importante que a instituição colabore com a percepção destes indivíduos, para que eles, em suas perspectivas de trabalho, consigam perceber potenciais problemas a serem enfrentados pela empresa.

Para os autores Schermerhorn, Hunt e Osborn (1999), a percepção é um processo de compreensão que envolve, além do perceptor e do percebido, o contexto no qual eles se encontram. Consoante os autores, a percepção “é uma peneira ou filtro, através da qual a informação passa antes de causar efeito sobre as pessoas” (SCHERMERHORN, HUNT E OSBORN, 1999, p. 74). Assim, as percepções geram impactos e, inclusive, reações nos indivíduos, fazendo com que desenvolvam (ou não) ações como a resposta às situações.

Considerando que para a prevenção de crises é interessante que os profissionais ajam diante das situações, é importante estimular a reflexão do perceptor e possuir um bom

² Uma organização deve prestar atenção aos primeiros sintomas da crise e elaborar tentativas para pará-la nesta fase, antes que se torne uma crise efetivamente. Para detectar estes sinais precoces, comitês de organização dos trabalhadores devem funcionar como faroleiros assistindo a embarcações no mar, cães de guarda ou informantes. [...] Além disso, os funcionários, em suas posições, possuem uma perspectiva única sobre elementos que podem gerar erro. Tradução: Bárbara Malcut e Thábatã Toscan.

contexto, ou seja, um ambiente empresarial aberto a discussões. Deste modo, o percebido (problema, risco e/ou início de crise) será mais facilmente identificado.

Para Schermerhorn, Hunt e Osborn, “são importantes no processo de percepção as características da pessoa percebida, objeto ou acontecimento, tais como contraste, intensidade, tamanho, movimento e repetição ou novidade”³, pois estas características diferenciam o percebido daquilo que não é relevante. No entanto, no contexto “prevenção de crises”, é provável que o percebido seja pequeno ou discreto, dificultando seu destaque e, conseqüentemente, sua percepção. Por isso, é importante que as empresas invistam nos outros dois fatores: o ambiente e o perceptor.

Em relação ao ambiente, os autores afirmam que “O contexto físico, social e organizacional do ambiente influem no processo perceptivo” (Idem, p. 76). Portanto boas condições de trabalho, abertura e incentivo a comentários e sugestões, além de uma comunicação interna estruturada, são fatores que contribuem para o desenvolvimento da percepção dos funcionários e, principalmente, para que eles possam transformar essa percepção em ação.

O terceiro e mais complexo fator, consoante Schermerhorn, Hunt e Osborn, é o perceptor. A este cabe um Processo Perceptivo, que tem início nos cinco sentidos e, sobre o qual se dá um processo cognitivo e comportamental. Para os autores, o Processo Perceptivo possui quatro estágios: a atenção, a organização, a interpretação e a recuperação de informações.

Schermerhorn, Hunt e Osborn afirmam, sobre este processo, que “como os nossos sentidos são constantemente bombardeados por informações, precisamos peneirá-las, caso contrário ficaríamos rapidamente incapacitados por causa da sobrecarga de informações” (Idem, p. 77). Por isso, na fase de atenção, o indivíduo filtra, de maneira consciente, os conteúdos disponíveis no ambiente, focando apenas naqueles que lhe são interessantes.

O segundo estágio deste processo é a organização, sobre a qual os autores sustentam que é estruturada a partir de esquemas. Para eles, “esquemas são processos cognitivos que representam o conhecimento organizado a respeito de um determinado conceito ou estímulo, desenvolvido por meio da experiência.” (Idem, p. 77). Assim, Schermerhorn, Hunt e Osborn concordam que os esquemas organizam as informações com base na personalidade do indivíduo.

³ Para os autores, a distinção entre o percebido e o meio é bastante relevante para que se efetive a percepção. Se o percebido forma grande oposição com o meio, aparece com veemência, destaca-se pelo tamanho ou pelo movimento, é reproduzido diversas vezes ou sua novidade desperta a atenção, ele será mais facilmente percebido.

A terceira etapa, interpretação, relaciona-se com a necessidade do ser humano de dar significado às situações. Consoante os autores, “mesmo que a sua atenção e a de um amigo estejam dirigidas para a mesma informação e que vocês a organizem da mesma forma, você pode interpretá-la diferente ou dar atributos diferentes aos motivos pelos quais teve a percepção” (Idem, p. 78). Esta fase, portanto, busca uma razão para a ação, e o interesse individual é decisivo para que o indivíduo se manifeste.

Por fim, sobre a fase de recuperação, os autores explicam que “cada um dos estágios anteriores forma uma parte da memória e contribui com os estímulos das informações lá armazenadas [...] As informações arquivadas na memória precisam ser recuperadas para serem usadas.” (Idem, p. 78). A fase de recuperação, assim, transporta os dados da memória para a consciência, gerando ações no indivíduo.

Com essa explanação, é praticável verificar que no contexto de prevenção de crises, a percepção pode contribuir com a detecção de um problema, estágio em que ainda é possível revertê-la. No entanto, para que a reversão seja efetivada, é necessário que haja ação, não apenas de informar um problema percebido, mas de eliminar este problema.

Para isso, é preciso considerar condições de distanciamento do objeto, observando-o de forma crítica, e pensar em soluções, temas que o filósofo Martin Heidegger e o escritor Roberto Menna Barreto⁴ afirmam estar relacionados, respectivamente, à reflexão à criatividade.

⁴ Advogado, publicitário, jornalista e professor universitário <http://www.rmennabarreto.pro.br/index_ne.htm> .

3 REFLEXÃO, CRIATIVIDADE E SOLUÇÃO DE PROBLEMAS

A reflexão é tema de Martin Heidegger quando aborda as formas de pensamento humano. Para ele, o indivíduo deve possuir dois pensamentos: o que reflete (ou “que medita”) e o que calcula.

Há dois tipos de pensar, cada um dos quais é, por sua vez e a sua maneira, justificado e necessário: o pensar calculador (*rechenende Denken*) e a reflexão meditativa (*besinnliche Nachdenken*). É a esta última a que nos referimos quando dizemos que o homem de hoje foge ante o pensar. (HEIDEGGER, 2001 p. 13)

Para Heidegger, o pensamento que calcula caracteriza-se pela absorção de argumentos externos sem contestação, ou seja, é a aceitação plena do que o outro afirma. Em contrapartida, o pensamento que reflete surge a partir da elaboração de conceitos próprios, resultado de análises do indivíduo.

O autor relata que uma forma de pensamento não é igual à outra, e teme que o homem só se preocupe com o pensamento que calcula, não estimulando a reflexão dos seus atos. Heidegger afirma que o pensamento reflexivo é fundamental para o que calcula, pois a reflexão sobre os próprios atos e a busca pela consequência do que se faz tornam-se motivação e fazem com que a humanidade adquira discernimento sobre aquilo que produz.

Para Martin Heidegger, a falta de pensamento reflexivo se dá pela falta de tempo para o “pensar”, e esta ausência nas relações humanas está tornando-as superficiais. Para o autor, o homem perde sua essência quando supervaloriza o pensamento que calcula, mas devido à dificuldade do processo de reflexão, derivada de um mundo que não permite que se detenha sobre um tema específico, este acaba sendo deixado de lado. No entanto, Heidegger afirma que o ato de pensar refletidamente, mesmo sendo trabalhoso, é gratificante e leva a um conhecimento duradouro.

Por fim, Heidegger ressalta que a grande ameaça para a sociedade é falta do pensar e, conseqüentemente, a “robotização” dos indivíduos. Para o autor, a ausência de reflexão sobre o que se faz e a mecanização inerente ao pensamento que calcula (sobretudo no trabalho), estão diminuindo a participação intelectual do ser humano no seu próprio cotidiano, fazendo com que se perca o discernimento pessoal.

No contexto de “prevenção de crises” este indivíduo estritamente calculador não possui capacidade reflexivo-perceptiva para colaborar com a empresa. Por outro lado, um

funcionário que reflete pode contribuir com a instituição, por não estar “preso” de forma unilateral e ser capaz de conciliar diferentes pontos para a uma solução:

O pensamento que medita exige de nós que não fiquemos unilateralmente presos a uma representação, que não continuemos a correr em sentido único na direção de uma representação. O pensamento que medita exige que nos ocupemos daquilo que, à primeira vista, parece inconciliável. (HEIDEGGER, 2001, p.22).

Seja através da descoberta de um problema (que pode se agravar para uma crise), ou com a sugestão de mudanças nos processos, o indivíduo que medita pode trazer benefícios administrativos e, inclusive, monetários para a organização.

Ainda visando ao desenvolvimento institucional através da participação reflexiva do público interno, Roberto Menna Barreto afirma que “a criatividade é a solução de problemas. Uma boa ideia ou sugestão é aquela que irá solucionar o problema, podendo ser a solução impossível pelo procedimento convencional” (BARRETO, 2004, p. 149). Assim, instituições devem estimular seus funcionários a serem indivíduos criativos, pois problemas fazem parte do fluxo organizacional e, se soluções forem pensadas com rapidez e qualidade, a empresa será beneficiada.

Buscando exemplificar possíveis estímulos à criatividade dos funcionários, Menna Barreto cita grandes corporações americanas, que instalavam terminais de computadores na casa dos cientistas, a fim de que, caso lhes ocorresse alguma ideia, pudessem desenvolvê-la: “um dia, um deles vindo com a esposa do cinema, por exemplo, se lhe ocorrer uma hipótese fugidia, terá recursos imediatos para equacioná-la. Entre milhões de possibilidades, um dia pode vir a ideia que revolucionará os destinos da empresa” (Idem p.54). Para o autor, um fator importante da criatividade para solução de problemas é não permitir que ideias se percam, pois mesmo as consideradas menos eficazes podem trazer mudanças significativamente positivas. O funcionário reprimido, portanto, que não encontra um ambiente no qual possa se expressar, também não será criativo no momento em que for solicitada sua participação.

No contexto institucional, o desenvolvimento da criatividade no público interno mostra-se benéfico também para a saúde mental do indivíduo:

No comportamento criativo, uma pessoa sente dignidade, autoconfiança, amor e bem-estar emocional. [...] Durante a criação, seu intelecto e seus sentimentos encontram-se em harmonia, e ela “abraça” o mundo com renovado vigor. Assim, a auto-expressão criadora é muitas vezes o único meio de bem-estar emocional. (Idem, p. 93)

Portanto, investir em estímulos criativos para os funcionários é importante tanto para o desenvolvimento estratégico da organização (através da solução de problemas), quanto para questões relacionadas à gestão de recursos humanos.

Roberto Menna Barreto ressalta, ainda, que existem dois tipos de criatividade que podem ser exploradas, a “Criatividade como Capacidade” e a “Criatividade Positiva”. A “Criatividade como Capacidade” é nata e evolui com o tempo, mas não permite estímulos; por outro lado, a “Criatividade Positiva” é aquela que pode ser lapidada para um determinado objetivo, no caso, solução de problemas. Conforme o autor, a “Criatividade Positiva” merece investimentos, pois é ela que ajuda a desenvolver o intelecto do ser humano e a manter as instituições com o fluxo de problemas resolvido.

Menna Barreto também afirma que o colaborador precisa, para expressar sua ideia criativa, de um ambiente que lhe propicie essa imaginação impar. O autor observa que o trabalho mecânico e rotineiro causa atrofia intelectual nos funcionários, o que pode resultar na perda da capacidade de pensar e agir estrategicamente diante de um problema.

Esta ideia, além de coincidir com a proposta de Heidegger (desenvolvimento do pensamento que reflete) concorda com os autores Schermerhorn, Hunt e Osborn, que afirmam ser o ambiente ou contexto um fator de desenvolvimento de percepção. Assim, pode-se relacionar a criatividade tanto à prevenção de crises (que tem início na percepção de problemas) quanto ao gerenciamento desses eventos, que se classifica pela agilidade na idealização e na ação de soluções.

Como modelo de estímulo para o desenvolvimento da criatividade, Menna Barreto cita os processos artísticos: “Na arte, a regra é a existência de problemas auto-impingidos, conscientes ou inconscientes, de conteúdo e forma, e cuja natureza pode ser totalmente esquecida depois que a obra (solução-síntese) vem à luz.” (BARRETO, 2004, p. 80). No entanto, é necessário ressaltar que nem todos os movimentos artísticos podem ser considerados estímulos capazes de gerar reflexão, assunto que será tratado na próxima seção.

4 A INDUSTRIALIZAÇÃO DA ARTE

Analisando movimentos artísticos e reflexão, Adorno & Horkheimer (1985) fazem uma crítica sobre como a arte era usada para manipular os espectadores no pós-guerra (1947). A este fenômeno, que está presente na atualidade, eles denominaram Indústria Cultural, e a definem como um negócio: “O poder da Indústria Cultural provém de sua identificação com a necessidade produzida [...] a diversão é o prolongamento do trabalho sob o capitalismo tardio.” (ADORNO & HORKHEIMER, 1985, p. 64).

Segundo os autores, a lógica da arte refere-se à ideologia e aos ideais do artista, enquanto a lógica do sistema social caracteriza-se pela aquisição de capital. Deste modo, as performances artísticas manipuladas pelo sistema social não devem ser consideradas como arte efetivamente, e sim como manifestações com forma, mas sem conteúdo artístico.

Adorno & Horkheimer, filósofos e sociólogos da Escola de Frankfurt, afirmam que a arte, na Indústria Cultural, é tratada simplesmente como objeto de mercadoria, estando sujeita às leis de oferta e demanda do mercado consumidor. Por se tratar de uma indústria, esta “cultura”, deve agradar a quem os incentiva (patrocinadores), e ao mesmo tempo não pode fazer com que os espectadores reflitam ou obtenham informações que os perturbem e gerem meditação.

Para os autores, o público pode possuir conhecimento prévio sobre determinado assunto, mas este mesmo assunto quando apresentado na Indústria Cultural passa por reformulações, buscando desestimular a sensação de descontentamento ou de insegurança sobre a realidade em que o indivíduo vive.

[...] Os produtos da indústria cultural podem ter a certeza de que até mesmo os distraídos irão consumi-los abertamente. Cada qual é um modelo da gigantesca maquinaria econômica que, desde o início, não dá folga a ninguém, tanto no trabalho quanto no descanso, que tanto se assemelha ao trabalho. [...] Inevitavelmente, cada manifestação da indústria cultural reproduz as pessoas tais como as modelou a indústria em seu todo. (Idem, 1985, p. 60)

Para Adorno e Horkheimer, até mesmo os indivíduos críticos podem ser vítimas de um consumo estimulado por essa indústria. Os meios de comunicação estão contaminados por ela e têm como objetivo influenciar a população.

Historicamente, a Indústria Cultural teve início no final do século XIX, quando a sociedade de produção industrial sofreu influências do mercado capitalista. A partir de então, a arte teve um novo objetivo: servir à ideologia do consumismo, como mercadoria, devendo gerar lucros. Como exemplo, os autores citam a sinfonia Concerto de Toscani:

Transmitido pela rádio é, de certa maneira, invendível. É de graça que escutamos, e cada nota da sinfonia é como acompanhada de sublime comercial anunciando que a sinfonia não é interrompida por comerciais - *this concert is brought to you as public service*.⁵ A ilusão realiza-se indiretamente através do lucro de todos os fabricantes de automóveis e sabão reunidos que financiam as estações, e naturalmente através do aumento de vendas da indústria elétrica que produz os aparelhos de recepção. (Idem, 1985. p.75).

O produto artístico da indústria cultural é uma mercadoria paradoxal, “Ela está tão completamente submetida à lei da troca que não é mais trocada. Ela se confunde tão cegamente com o uso que não se pode mais usá-la. É por isso que se confunde com a publicidade.” (Idem, 1985, p. 76). A necessidade de consumo, portanto, é plausivelmente estruturada, inclusive no âmbito artístico.

No contexto institucional, muitas empresas utilizam o chamado Teatro Empresarial/ Corporativo para doutrinar e determinar as formas de trabalho de seus funcionários. Nestas apresentações, que muitas vezes se utilizam da comédia improvisada como um facilitador na comunicação com o público interno, os trabalhadores não são levados à análise, mas devem absorver sem contestação as instruções que os artistas (orientados pelos patrocinadores do espetáculo) transmitem. Em comparação com os estudos de Heidegger, pode-se afirmar que este formato incentiva apenas o pensamento que calcula.

Assim, o formato artístico aproveitado pela Indústria Cultural não pode ser considerado investimento em prevenção de crises. O desenvolvimento de opiniões, elemento chave nas ações de formação de um pensamento reflexivo (crítico, criativo), não está presente nessa indústria: “Por enquanto, a técnica da indústria cultural levou apenas à padronização e à produção em série, sacrificando o que fazia a diferença entre a lógica da arte e do sistema social.” (Idem, 2006, p. 100). Este trabalho defende a postura contra investimentos em Indústria Cultural e apresenta a proposta, dialética, do teatro como transformador social, que será o tema da próxima seção.

⁵ “Este concerto é levado até você como um serviço público”. Tradução Bárbara Malcut e Thábatça Toscan .

5 TEATRO ÉPICO E DO OPRIMIDO E SUA APLICAÇÃO NAS INSTITUIÇÕES

Buscando uma atividade artística que não se enquadre na Indústria Cultural e entendendo o teatro como uma arte ampla, que pode comportar outras expressões artísticas como música, dança, pintura e fotografia, esta proposta é pautada na visão do teórico teatral Bertolt Brecht, que foi ampliada, no Brasil, por Augusto Boal.

O teórico, escritor e diretor teatral alemão, desenvolvedor do Teatro Épico⁶ ou Teatro Dialético⁷, buscou em suas análises ampliar a atividade intelectual do espectador. Para isso, Brecht investiu na quebra de empatia entre público e espetáculo que, segundo o autor, afastava o espectador da análise crítica. Consoante Brecht, no Teatro Épico “não mais era permitido ao espectador abandonar-se a uma vivência sem qualquer atitude crítica (e sem consequências na prática), por mera empatia para com a personagem dramática.” (BRECHT, 1967, p. 75).

A teoria do Teatro Épico propunha estimular e, inclusive, provocar o espectador à análise. Com cenas em que o teor narrativo dividia espaço com a ação, Brecht buscava gerar na plateia um procedimento científico, de análise e reflexão. Em relação aos elementos cênicos e à arquitetura do palco, o autor afirma que também é necessário que não tenham proximidade emocional com o público, por isso, ambientes ilusionistas, que levem o espectador a uma “hipnose” em relação ao espetáculo, são descartadas. Para ele: “Não se aspirava, em suma, a pôr o público em transe e a dar-lhe a ilusão de estar a assistir a um acontecimento natural, não ensaiado. A propensão do público para se entregar a uma tal ilusão deve ser neutralizada por meios artísticos” (Idem, p. 130).

Para Brecht, elementos relacionados a outras artes devem ser utilizados no palco, buscando despertar o público da ilusão inerente às apresentações essencialmente realistas. Com esse distanciamento, destaca-se o principal objetivo de Bertolt Brecht: levar o público à reflexão sobre uma sociedade que precisaria ser transformada.

⁶ Conforme BRECHT. 1978. p. 46-48.

⁷ BRECHT, Bertolt. 5º Colóquio sobre teatro de Darmstadt. In: Bertolt Brecht. Teatro dialético. Ensaios, seleção e introdução Luiz Carlos Maciel. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1967.

Por meio de experimentos que tinham como objetivo ampliar a capacidade dos indivíduos de perceber a sociedade ao seu redor, Augusto Boal foi um teórico e diretor brasileiro de teatro que desenvolveu experiências em diversos países⁸. O Teatro do Oprimido busca unir elenco e plateia (espect-ator), estabelecendo a participação direta do espectador no espetáculo apresentado. Para chegar a este formato, Boal criou um esquema, chamado de *Árvore do Teatro do Oprimido*, que demonstra os caminhos a serem percorridos para que se estruturam as apresentações.

⁸ Informações contidas na orelha do livro “Teatro do Oprimido e outras poéticas políticas”. (BOAL, 2005)

ÁRVORE DO TEATRO DO OPRIMIDO

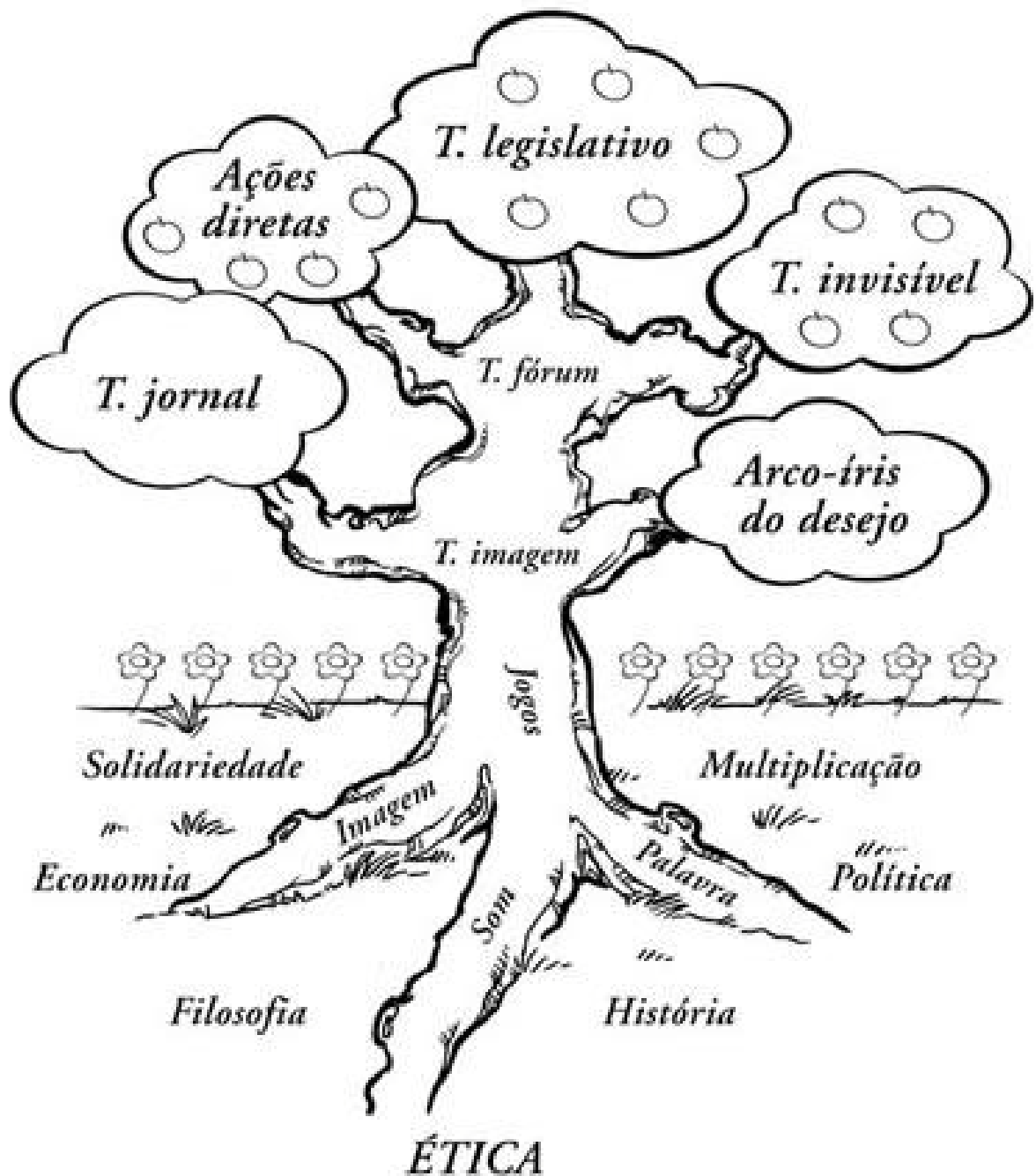


Ilustração 1 - Árvore do Teatro do Oprimido

Fonte: BOAL (2005 p. 12)

Da mesma forma que os nutrientes do solo são essenciais para o desenvolvimento de uma árvore, Boal considera essencial ao seu teatro elementos como ética, solidariedade, filosofia, história, política e sentimento de multiplicação. Em relação às raízes, que sustentam

esta estrutura, ele destaca a imagem, o som e a palavra, considerando que outras artes, como música, fotografia e pintura podem e devem ser inseridas no desenvolvimento do Teatro do Oprimido.

O tronco dessa árvore tem como base os jogos teatrais, sobre os quais Boal afirma que ajudam na desmecanização do corpo e da mente, alienados às tarefas repetitivas do dia a dia. Segundo o autor:

O corpo, no trabalho como no lazer, além de produzi-los, responde aos estímulos que recebe, criando, em si mesmo, tanto uma *máscara muscular* como outra de *comportamento social* que atuam, ambas, diretamente sobre o pensamento e as emoções que se tornam, assim, estratificadas. Os *Jogos* facilitam e obrigam a essa desmecanização sendo, como são, diálogos sensoriais onde, dentro da disciplina necessária, exigem a criatividade que é a sua essência. (BOAL, 2005, p. 16).

É possível perceber uma forte ligação entre o Teatro do Oprimido e conceitos previamente vistos. Conforme Boal, a estrutura corporal interiorizada pelo indivíduo reflete e influencia, dentre outros elementos, o pensamento. Por isso, para desenvolver o pensamento reflexivo em pessoas que potencialmente têm desenvolvido o pensamento que calcula, pode-se utilizar os jogos propostos pelo autor como uma ferramenta de desconstrução não apenas corporal, mas principalmente social.

A relação entre estes jogos e a criatividade, evidenciada por Boal, reafirma o objetivo de ampliação da capacidade de percepção, inerente ao Teatro do Oprimido. Através da aplicação deste teatro, têm-se um estímulo à criatividade, e a partir da constante busca por soluções de problemas cotidianos, se obtém um aumento de percepção, por parte do integrante.

Os demais elementos do tronco da árvore (Teatro Imagem e Teatro Fórum), assim como aqueles presentes nas folhas (Teatro Jornal, Ações diretas, Teatro Legislativo, Teatro Invisível e Arco-íris do Desejo), são resultado de uma conversão do espectador em ator, que conta com quatro etapas. Os exercícios desta conversão, no contexto de prevenção de crises, não servem para desenvolver novos atores no conceito tradicional, mas principalmente para ampliar a criatividade e a percepção de seus praticantes.

Assim, a primeira etapa, chamada “Conhecimento do Corpo”, é composta por exercícios que apontem as limitações e possibilidades físicas do indivíduo. Para Boal, os exercícios desta fase buscam desconstruir as estruturas musculares dos participantes. Para o autor, “Se uma pessoa é capaz de “desmontar” suas próprias estruturas musculares, será certamente capaz de “montar” estruturas musculares próprias de outras profissões e de outros *status sociais*, estará mais capacitada para interpretar outros personagens diferentes de si

mesmo”. (Idem, p. 192). Por extensão, poderá colocar-se mais facilmente no lugar do outro, o que seria um passo de desenvolvimento à proposta de Heidegger, aqui apresentada.

Esta etapa pode ser considerada um alongamento corporal para os próximos exercícios e, se aplicada nas empresas, buscará testar as possibilidades e limitações físicas do público interno, assim como as possibilidades e limitações no trato social dos funcionários. Profissionais de altos cargos, por exemplo, poderão compreender fisicamente a condição de seus subordinados, o que poderá ser prolongado para a esfera da reflexão e ajudará na relação entre eles, melhorando o contexto ou ambiente de trabalho. Com base em Schermerhorn, Hunt e Osborn, um contexto ou ambiente de trabalho confortável é fator que contribui com o desenvolvimento de percepções dos indivíduos. Na estrutura empresarial, esta melhora nas percepções pode atingir tanto a chefia quanto os subordinados.

A segunda etapa, chamada “Tornar o Corpo Expressivo”, é um complemento à anterior, e pode ser considerada como um aquecimento para o Teatro do Oprimido. Aqui, os participantes devem, através de jogos específicos, experimentar a interpretação, se expressando unicamente através do corpo, com gestos, movimentos e formas. Aplicando estes exercícios nas organizações, os resultados obtidos na etapa anterior (Conhecimento do Corpo) serão potencializados. Nesta etapa, além de uma compreensão física sobre a condição do outro, haverá uma consciência adquirida através da compreensão prática das categorias pelas quais o outro opera. Com isso, o indivíduo será levado à reflexão, abordada por Martin Heidegger, classificada como a meditação sobre a ação. Esta reflexão, por vez, contribuirá ainda mais com a melhoria do ambiente de trabalho.

Chamada de “O Teatro como Linguagem”, a terceira etapa conta com interação da plateia e comporta o Teatro Imagem e o Teatro Fórum. No primeiro, os espectadores são convidados a opinar e intervir em uma pequena apresentação, composta apenas por movimentos, que indicam como uma situação é na realidade e como ela deveria ser, em um conceito de “ideal”. No Teatro Imagem, todos devem opinar (sem falar, apenas alterando os movimentos), pois assim é possível compreender a opinião individual e coletiva sobre o assunto em pauta. Consoante Boal, “se ao invés de falar, eu tiver que fazer um conjunto de estátuas que signifiquem a ‘minha’ ideia, neste caso não existirá a dicotomia denotação-conotação. A imagem sintetiza a conotação individual e a denotação coletiva.” (Idem, p. 209).

No Teatro Fórum, por vez, os espectadores podem utilizar a fala e testar possíveis soluções para o conflito em pauta. Cada solução é interpretada e analisada por todos, que buscam encontrar as melhores saídas para cada situação. Para Augusto Boal, “No Teatro Fórum não se impõe nenhuma ideia: o público (povo) tem a oportunidade de experimentar

todas as suas ideias, de ensaiar todas as possibilidades e de verificá-las na prática, isto é, na prática teatral”. (Idem, p. 214). Assim, o Teatro Fórum permite e incentiva que alternativas para situações futuras sejam estudadas e analisadas previamente.

Com a realização desta terceira etapa nas organizações, o processo de prevenção de crises institucionais por meio da colaboração do público interno será efetivado. Através destes exercícios, é possível simular situações e problemas que a empresa possa enfrentar, além de alternativas e soluções serem expressas pelos participantes. De acordo com a autora Kathleen Fearn-Banks (2011), no momento de efetivação de uma crise, desenvolver planos de gerenciamento é impraticável, devido à rapidez dos acontecimentos e pela necessidade de ação. Assim, os funcionários podem, através de exercícios do “Teatro como Linguagem”, perceber com antecedência futuros problemas/crises, colaborando com sugestões para um Plano de Gestão de Crises.

A quarta etapa, chamada “Teatro como Discurso”, elabora espetáculos a partir da vontade de debate dos espectadores-atores (ou simplesmente participantes), com base nos assuntos que eles queiram discutir. Esta etapa compreende outras formas de Teatro do Oprimido, como o Teatro Jornal, que consiste em transformar uma notícia ou reportagem em cena dramática. Com isso, objetiva-se desmistificar os conteúdos jornalísticos, mostrando como diagramação, tamanho da manchete e até mesmo a forma como o texto é escrito, podem influenciar o leitor.

O Teatro Invisível também faz parte desta quarta etapa e caracteriza-se pela realização de uma cena de maneira anônima, com tema polêmico ou de interesse. Em um ambiente que não seja um teatro, os atores iniciam uma discussão que chame a atenção de outras pessoas, e as incentivam a opinar. Em nenhum momento, os atores devem revelar que aquilo é uma encenação e, em um segundo momento (em outro local), eles devem discutir e analisar as reações e opiniões da população.

Também integrante da quarta etapa, o Teatro Legislativo propõe que possíveis alterações nas leis sejam realizadas e, através de encenações, essas mudanças são testadas. Nas Ações Diretas, manifestações de protesto são teatralizadas, com máscaras, canções e coreografias, buscando supor reações nestes acontecimentos. Por fim, o Arco-íris do Desejo busca através da encenação de opressões introjetadas, mostrar que elas possuem relação e têm origem na vida social.

Inserir esta quarta etapa no contexto empresarial é uma forma de desenvolver constantemente no público interno o pensamento que reflete. Estes exercícios não se limitam a visualizar soluções para problemas durante sua realização, mas elaboram em longo prazo a

criatividade e meditação nos indivíduos. O teatro-jornal pode ser realizado tendo como base os informativos (circulares, house organs, jornais murais) da empresa, demonstrando os prós e os contras das informações veiculadas; o teatro invisível pode ser praticado nos diferentes setores, em que os funcionários tenham liberdade de atuar sobre os mais diversos problemas da instituição (por exemplo, um grupo de funcionários entra em um setor que não é o seu e, apresentando-se como a diretoria da empresa, propõe diálogos sobre liberdade de expressão ou satisfação naquele setor. No caso, alguns do grupo irão propor soluções, enquanto outros deverão problematizar, buscando incentivar a participação dos demais funcionários).

Para o teatro legislativo, é interessante encaminhar à diretoria os pontos sugeridos, a fim de serem avaliados e, no caso, aprovados e inseridos nas normas da empresa. Os funcionários, assim, terão segurança quanto a sua participação efetiva na instituição em que trabalham.

Portanto, a prática total do Teatro do Oprimido nas organizações contribui com a gestão institucional de maneira duradoura. Ao atingir todos os níveis de experiência deste modelo, o funcionário se depara com um formato teatral além daquele estruturado para exclusivamente entreter o indivíduo (Indústria Cultural) e através da vivência artística, o trabalhador desenvolve sua criatividade ao problematizar e solucionar seu cotidiano.

Com isso, a percepção deste funcionário também é ampliada, gerando nele maior atenção para riscos e crises dentro da instituição. Dessa maneira, o Teatro do Oprimido contribui com a prevenção e com a gestão de crises nas instituições, pois difunde a percepção, a reflexão e a criatividade entre os funcionários praticantes, o que pode ser decisivo para identificar uma crise e para, quando necessário, saná-la.

6 ANÁLISE PROFISSIONAL DA PROPOSTA

6.1 PRÉ-ANÁLISE

Com o objetivo de testar a viabilidade de aplicação da proposta, descrita nas próximas páginas, as pesquisadoras optaram por submeter o conteúdo elaborado ao exame crítico de organizações. Para isso, foi montada uma apresentação formal (APÊNDICE A - Apresentação Formal), com descrições dos raciocínios que levaram às conclusões da proposta, para ser apresentada em reunião a profissionais gestores de empresas.

Esta apresentação, ordenada no formato de slides, foi elaborada em sete páginas de projeção, buscando resumir o conteúdo estudado. A exposição resumida das ideias foi pensada pelas pesquisadoras como uma estratégia para inserção delas nas empresas, devido à restrição de tempo que os profissionais gestores dispõem para reuniões.

Após a elaboração dos slides, as pesquisadoras listaram empresas de interesse para propor apresentações pessoais e obter, assim, análise da proposta desenvolvida. Esta seleção de empresas considerou, em primeiro lugar, a localização das organizações, concentrando-se naquelas dispostas em Curitiba, devido ao acesso facilitado das pesquisadoras.

O segundo critério considerado foi o reconhecimento público das organizações, buscando aquelas mais lembradas pelos consumidores. Para isso, a pesquisa TOP OF MIND | AS MARCAS DO PARANÁ 2012⁹, organizada pela Revista Amanhã, foi consultada. Por fim, com base no Ranking citado (ANEXO A - Ranking), foi realizada uma lista crescente de afinidade, considerando os contatos pessoais e profissionais das pesquisadoras com funcionários das organizações:

Tabela 1 – Tabela de Empresas por Grau de Afinidade

(continua)

⁹ Disponível em: <http://www.amanha.com.br/marketing-internas/54-marketing-1/3981-revista-amanha-premia-as-marcas-mais-lebradas-do-parana>

Empresas por grau de afinidade		
Empresa	Origem	Ramo
Eletrolux	Suécia	Eletrodoméstico

Tabela 1 – Tabela de Empresas por Grau de Afinidade

(conclusão)

Banco do Brasil	Nacional	Bancário
Grupo Votorantim	Nacional	Indústria, produtos financeiro, entre outro
Copel	Nacional	Energia
Positivo	Nacional	Informática, gráfica e faculdade

Fonte: Elaborado pelas pesquisadoras

As cinco primeiras empresas foram contatadas por e-mail (APÊNDICE B - E-mail de contato com empresas) e telefone, sendo que três responderam às pesquisadoras. Destas três, apenas uma possuía disponibilidade no prazo de um mês a partir do contato inicial, sendo que as demais necessitavam de, no mínimo, três meses para confirmação de disponibilidade.

Com isso, foi marcada para o dia 21 de março de 2013, às 17h30, uma reunião presencial entre as pesquisadoras e Thiago Santângelo, assessor de Comunicação da Superintendência de Governo e Varejo do Paraná¹⁰, do Banco do Brasil.

6.2 REUNIÃO E ANÁLISE

Na data descrita, as pesquisadoras Bárbara Malcut Felipe e Thábatta Pâmela Toscan dos Santos realizaram a apresentação da proposta deste trabalho (ANEXO B - Fotos da reunião), explicando as etapas que relacionam a inserção do Teatro do Oprimido nas empresas à prevenção de crises institucionais. Para isso, as pesquisadoras utilizaram as páginas de projeção impressas (a sala de reuniões não disponibilizava projetor) como material de apoio, que foi entregue ao Assessor de Comunicação.

Após a apresentação, com duração aproximada de 15 minutos, Thiago Santângelo analisou criticamente a proposta, buscando a viabilidade de aplicação do projeto na Superintendência de Varejo do Paraná, do Banco do Brasil. Dentre os tópicos levantados,

¹⁰ Rua Comendador Araújo, 499 – 9º andar. CEP: 80420-000 Centro - Curitiba/Paraná .

Santângelo enfatizou que os treinamentos aos quais os funcionários do banco são submetidos possuem característica parecida com a proposta de Augusto Boal, mas abordam apenas a simulação de situações problemas que os profissionais possam enfrentar, sem foco no desenvolvimento da percepção, da criatividade e do pensamento que reflete.

Sobre os termos utilizados na apresentação, apesar de possuírem menor teor acadêmico, foi evidenciada a necessidade de utilização de expressões essencialmente corporativas, como a substituição da palavra “indivíduo” por “colaborador” ou “funcionário”. Outro elemento destacado por ele foi a necessidade de segmentação da proposta, no caso de apresentação para outras empresas. Consoante Thiago Santângelo, em realidades fabris, por exemplo, é bastante provável que não haja interesse em desenvolver a proposta com os operários, não por preconceito no âmbito intelectual, mas pelo alto custo relacionado à paralisação de produção no período necessário para realização do projeto.

Como complemento à análise, Santângelo sugeriu que a proposta fosse direcionada aos funcionários com cargo de *trainee*, caracterizados por ele como jovens (em idade e tempo dentro das instituições) interessados em compreender os processos das empresas, que futuramente assumirão cargos decisivos e que possuem, em geral, maior vontade de inovar nos processos e formatos de administração.

Por fim, foi sugerido que o projeto possua um nome padrão, com o intuito de profissionalizar e criar identidade para a proposta. Assim, a reunião foi finalizada, com a aprovação do projeto (ANEXO C - Termo de Aprovação) por parte de Thiago Santângelo, assessor de comunicação da Superintendência de Governo e Varejo do Paraná, do Banco do Brasil.

6.3 CONCLUSÕES DA REUNIÃO

A fim de elaborar uma proposta empresarial, com aplicação das ideias desenvolvidas neste trabalho, as análises e conclusões de Thiago Santângelo foram de extrema importância estrutural, tendo o objetivo de adequar o texto ao público institucional. Portanto, para elaboração final da proposta, os seguintes aspectos serão considerados:

- Adequação de linguagem, evitando termos acadêmicos;

Para melhor aceitação por parte dos gestores das instituições, Santângelo aconselha que não se utilize palavras acadêmicas como “indivíduo”, mas que se empregue termos empresariais como “funcionário”. Sobre o Teatro do Oprimido, Santângelo defende que em

uma apresentação empresarial, o termo “oprimido” pode não ser bem recebido pelos gestores, portanto ele sugere que se utilize expressões como “vivência teatral” ou “experiência teatral” e que, se for necessário, seja apenas citada a autoria de Augusto Boal, o que é factível pelo fato de que a proposta Teatro Oprimido foi a primeira deste autor, que desenvolveu em outras propostas, nem sempre com essa denominação¹¹.

- Direção do projeto para execução com *trainees* de empresas;

O assessor de comunicação exemplifica que no Banco do Brasil há uma prática teatral nas contratações de funcionários. Devido à proposta ser estruturada para pessoas que trabalham e conhecem o ambiente de trabalho, Santângelo acredita que o projeto seria mais proveitoso na área de recursos humanos, no caso, para *trainees* ou pessoas que estão sendo preparadas para cargos de gestão.

- Elaboração de um nome para o projeto;

Para uma apresentação empresarial, Santângelo evidencia que o projeto deve possuir um nome. Esse nome, segundo ele, funcionará como um atrativo que despertará o interesse dos gestores para o projeto. Por esse motivo, as pesquisadoras aderiram ao nome “Previna Crises”, que transmite uma solução para problemas empresariais e que, ao mesmo tempo, não enfatiza a referência teatral. Considerando a preocupação das pesquisadoras com a falta de interesse dos administradores por um projeto de cunho artístico, elas preferiram estimular a curiosidade dos gestores para saber mais sobre a proposta elaborada, abordando o teatro apenas no corpo do projeto.

Ainda com base nas sugestões para a proposta final, os nomes das etapas do Teatro do Oprimido serão adequadas à realidade empresarial e a descrição de cada uma delas contará com uma explicação de cunho artístico e uma explicação de cunho administrativo. Em relação à carga horária e aos exercícios realizados em cada encontro, serão levadas em conta as oficinas oferecidas pelo Centro de Teatro do Oprimido, instituição fundada em 1986 por Augusto Boal e reconhecida como referência em pesquisas sobre o Teatro do Oprimido.

No Centro, os chamados “Laboratórios” são realizados em aproximadamente 16 horas, comportando as quatro etapas anteriormente descritas (Conhecimento do Corpo, Tornar o Corpo Expressivo, O Teatro como Linguagem e Teatro como Discurso). Portanto, na proposta

¹¹ BOAL, Augusto. *O arco-iris do desejo*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2002. P. 17-24.

empresarial elaborada, o cronograma descrito comportará a mesma carga horária, dividindo as quatro etapas do Teatro do Oprimido nos encontros propostos.

Como não há sugestão do Centro de Teatro do Oprimido em relação à divisão dos exercícios ou das etapas da técnica, mas tem-se abertura para adequação conforme o desenvolvimento do grupo, o conteúdo de cada encontro, sugerido na proposta empresarial, terá como lógica a progressão dos exercícios, entendendo que as quatro etapas do Teatro do Oprimido possuem um desenvolvimento crescente.

Também será evidenciado, na própria proposta, que os exercícios podem variar conforme as aptidões, a aceitação e o entrosamento do grupo. Em relação à quantidade de participantes, o Centro de Teatro do Oprimido não faz referência à quantia, mas considerando a disposição das empresas e o aproveitamento individual da proposta, serão aceitos até 20 participantes por grupo.

Por fim, haverá sugestão de continuidade do trabalho, não o limitando às 16 horas iniciais. Com isso, objetiva-se que as empresas pensem no Teatro do Oprimido como um investimento duradouro, que contribuirá com a percepção, com a reflexão e com a criatividade do público interno não apenas em exercícios pontuais, mas durante todo o desenvolvimento profissional desses funcionários.

Em relação à proposta orçamentária, as pesquisadoras optaram por não elaborá-la, pois este trabalho tem cunho estritamente acadêmico. Além disso, acredita-se que no caso de venda efetiva do projeto, elementos como o tamanho da contratante e interesses relativos à negociação e margem de lucro obtida pela prestadora do serviço, relativizam o valor do projeto.

7 PROPOSTA

PROJETO PREVINA CRISES

Resumo:

Grande parte das Crises que empresas enfrentam poderiam ser gerenciadas e até mesmo prevenidas pelos próprios funcionários, sem a necessidade de intervenção da alta administração ou de empresas terceirizadas (como consultorias). Por vivenciarem os processos da empresa e reconhecerem o ideal de funcionamento, os colaboradores, em todos os níveis, são capazes de identificar e solucionar riscos, mas nem sempre são motivados a fazer isso.

Investir na gestão interna de crises é uma solução viável tanto financeiramente quanto gerencialmente, pois permite o bom andamento da empresa sem necessidade de acionar os níveis mais altos da administração. Com o projeto **Previna Crises**, os colaboradores são levados a pensar estrategicamente a empresa, cooperando com a prevenção e com o gerenciamento de crises em longo prazo.

Público-alvo:

Os *trainees* são profissionais que permeiam todos os níveis das empresas, entendendo o seu funcionamento e colaborando com a estratégia da organização, pois espera-se que eles sejam os futuros líderes e gestores da empresa. Por isso o projeto **Previna Crises** direciona-se aos *trainees*, que, ao mesmo tempo em que aprendem sobre a empresa, ensinam os mais diversos níveis por onde passam.

A conquista do colaborador (Mobilização):

Com o público alvo definido (*trainees*), pretende-se estimular a compreensão e aceitação do colaborador no método de percepção. Para isso, no procedimento de treinamento

interno que a empresa oferece para os *trainees* - processo aprendizado sobre a instituição e sobre suas futuras atividades - será oferecido um coffee break de apresentação (solenização) em conjunto com uma reunião explicativa/expositiva sobre o método teatral e, o que se pretende com esse trabalho. Ao final dos encontros, descritos nas próximas páginas, serão avaliados: o grau de compreensão, interpretação, aceitação e percepção dos funcionários referente às diversas situações exploradas.

Contudo, serão utilizados como critérios de avaliação:

- Criatividade na resolução dos problemas;
- Tempo na identificação dos possíveis riscos;
- Formas de visualização dos problemas e crises;
- As formas de comunicação (expressão) utilizadas para evidenciar os problemas;
- Evolução nas atividades de movimentos corporais;
- Grau de satisfação dos funcionários e sua aceitação em adotar o teatro como uma forma de comunicação;
- Desenvoltura na superação de limites, conforme detectados na **Introdução**, uma das etapas do projeto.

Descrição:

Identificar um problema ou uma crise exige atenção e percepção dos envolvidos. Além disso, é necessário que eles pensem em soluções e ajam para eliminar esses eventos. Pensando nisso o projeto **Previna Crises** trabalha com a percepção e com a criatividade dos colaboradores, para que eles identifiquem e solucionem crises.

A melhor forma de perceber uma situação é visualizá-la, por isso o projeto **Previna Crises** trabalha com o formato teatral, incentivando os colaboradores a interpretar e observar questões relacionadas à empresa. O teatro também é um aliado no processo de solução de crises, pois a criatividade (principal elemento de resoluções) é afluída nas atividades artísticas e culturais.

Portanto, o projeto contará com as seguintes etapas:

I. Introdução

- Etapa composta por exercícios que apontem as possibilidades e limitações dos participantes;
- Realização de exercícios que testem a capacidade física dos participantes e os incentivem a experimentar movimentos corporais;

II. Aquecimento

- Etapa composta por exercícios que iniciem os participantes na arte cênica;
- Realização de exercícios que façam os participantes experimentarem a simulação de situações do cotidiano empresarial;

III. Experimentação

- Etapa composta por exercícios que incentivam a participação opinativa dos participantes nas simulações elaboradas;
- Realização de exercícios em que soluções são levantadas e interpretadas pelos participantes, buscando avaliar todas as ideias dos funcionários;

IV. Previna Crises

- Etapa composta por exercícios que simulam situações sugeridas pelos próprios participantes, buscando soluções para os problemas levantados por eles;
- Realização de exercícios que evidenciem soluções para problemas reais percebidos pelos colaboradores;
- De acordo com o interesse da empresa, esta etapa pode resultar em sugestões estruturais no âmbito da comunicação interna, normas empresariais e relacionamento com os colaboradores;
- A partir desta etapa os colaboradores estão aptos a pensar a prevenção e solução de crises de maneira duradoura, durante todo o seu desenvolvimento profissional;

Cronograma de atividades:

Para viabilizar a implementação do projeto **Previna Crises** sem prejudicar as demais atividades realizadas pelos *trainees*, sugere-se que o projeto seja realizado quinzenalmente, em oito encontros, com duração de duas horas cada, totalizando dois meses ou dezesseis horas de atividades.

Cada encontro será realizado da seguinte forma*:

1º. Encontro:

- Uma hora de realização da primeira etapa;
- Uma hora de realização da segunda etapa;

2º. Encontro:

- Uma hora de realização da primeira etapa;
- Uma hora de realização da segunda etapa;

3º. Encontro:

- Meia hora de realização da primeira etapa;
- Meia hora de realização da segunda etapa;
- Uma hora de realização da terceira etapa;

4º. Encontro:

- Meia hora de realização da primeira etapa;
- Meia hora de realização da segunda etapa;
- Uma hora de realização da terceira etapa;

5º. Encontro:

- Meia hora de realização da segunda etapa;
- Meia hora de realização da terceira etapa;
- Uma hora de realização da quarta etapa;

6º. Encontro:

- Meia hora de realização da segunda etapa;
- Meia hora de realização da terceira etapa;
- Uma hora de realização da quarta etapa;

7º. Encontro:

- Meia hora de realização da segunda etapa;
- Uma hora e meia de realização quarta etapa;

8º. Encontro:

- Meia hora de realização da segunda etapa;
- Uma hora e meia de realização quarta etapa;

*O conteúdo de cada encontro pode variar de acordo com o grupo participante, sendo que os conteúdos das quatro etapas descritas serão realizados na carga horária prevista.

Encontros extras:

Com o objetivo de manter a prática de percepção de problemas e de criatividade para resolução deles, sugere-se que encontros mensais sejam realizados após a finalização da carga horária inicial do projeto. Com isso, além da prática da prevenção de crises, pode-se gerar momentos de descontração e relaxamento com os funcionários, o que se mostra eficaz em questões de bem-estar emocional, contribuindo com a gestão de recursos humanos.

Necessidade de espaço:

Embora o projeto **Previna Crises** tenha como base a prática teatral, não é necessário o uso de auditórios ou salas de apresentação para que ele seja realizado. Espaços como salas, ginásios e até mesmo pátios podem comportar o projeto. É necessário apenas que seja disponibilizado um local coberto, para que condições climáticas não atrapalhem a realização do projeto.

Avaliação:

Como método avaliativo, serão disponibilizados à empresa relatórios com os problemas levantados pelos funcionários e com as sugestões apontadas. Com isso, além de uma fonte de informações sobre problemas e possíveis crises, a empresa poderá analisar as alternativas propostas e a percepção/criatividade desenvolvidos nos funcionários com a implementação do projeto **Previna Crises**.

Considerações finais:

- Para melhor aproveitamento por parte dos participantes, sugere-se que cada grupo possua no máximo 20 participantes;

- Recomenda-se que o projeto **Previna Crises** seja desenvolvido com outros grupos de funcionários, não se limitando aos *trainees* e funcionários com altos cargos gerenciais, para que a prevenção e a gestão interna de crises atinjam sua totalidade;
- Caso seja de interesse da empresa, apresentações podem ser elaboradas com os grupos integrantes do projeto. Estas encenações podem ser apresentadas conforme acordo entre empresa e funcionários, contando com o auxílio e o apoio dos organizadores do projeto **Previna Crises**;

8 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Por desenvolver a reflexão, a percepção e a criatividade de seus participantes, a técnica Teatro do Oprimido, elaborada por Augusto Boal, é um instrumento social de desenvolvimento humano, que merece ser difundido em todas as escalas da sociedade. Considerando o aglomerado de indivíduos presentes nas empresas, estas se tornam locais privilegiados para atingir grandes contingentes com a técnica teatral. Restava apenas encontrar argumentos de convencimento que facilitassem a inserção do Teatro do Oprimido nas empresas e, para isso, este trabalho foi elaborado.

Entendendo a motivação econômica presente na atualidade e relacionando questões financeiras com o interesse empresarial por indivíduos reflexivos, chegou-se ao tema crises institucionais, que possibilitou abertura para diálogo entre a busca acadêmica pelo desenvolvimento de indivíduos críticos e os objetivos empresariais de benefícios monetários e lucro. Assim, o Teatro do Oprimido mostrou-se eficiente na prevenção e gestão interna de crises institucionais, gerando benefícios às empresas que o utilizarem.

Para chegar a tal análise, é necessário evidenciar a importância da sensibilidade de altos gestores, como evidenciado na Superintendência de Governo e Varejo do Paraná, do Banco do Brasil, com o Assessor de Comunicação Thiago Santângelo. No desenvolvimento desta pesquisa, foi perceptível que o processo de abertura e aceitação de atividades culturais e reflexivas, por parte das empresas, nem sempre ocorre.

É importante alertar, portanto, pesquisadores e artistas sobre a constante necessidade de busca por argumentos, dados e números que comprovem a eficácia destes projetos nas instituições. Não é sempre que os funcionários, principalmente da alta gestão, estarão dispostos a atender tais propostas e, principalmente, a implantar tais projetos nas empresas em que atuam.

No entanto, com o crescente interesse do mercado por empresas que desenvolvam atividades sociais (com o público interno e/ou externo), instituições buscam difundir os valores e benefícios socioculturais agregados às suas marcas. Assim, acredita-se que a abertura das empresas para projetos como este proposto seja ampliada.

Embora haja um interesse econômico (no caso, com a prevenção e gerenciamento de crises) e não sendo descartado o interesse único em fortalecimento de marca, estas manifestações oferecem brechas para a implantação de projetos reflexivos dentro das organizações.

Por fim, especificamente na área de comunicação, com a elaboração deste trabalho foi possível verificar relações existentes entre teorias comunicacionais e estudos de artes cênicas. O teatro, explorado no viés da arte reflexiva, em detrimento à Indústria Cultural, pode ser um grande aliado no fomento ao diálogo entre empresas e funcionários, sendo, portanto, uma ferramenta de comunicação institucional, especificamente com o público interno.

REFERÊNCIAS

ADORNO, T. W., e HORKHEIMER, M. *Dialética do Esclarecimento: Fragmentos filosóficos*. Trad. Guido Antonio de Almeida. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1985.

ALVES, Marcos Antônio. *O teatro como um sistema de comunicação*. TRANS/FORMAÇÃO, Marília, v. 24, N. 1, 2001.

BARRETO, M. R. *Criatividade em propaganda*. São Paulo: Summus, 2004.

BOAL, Augusto. *O Teatro do Oprimido e Outras Poéticas Políticas*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2005.

BOAL, Augusto. *O arco-iris do desejo*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2002.

BRECHT, Bertolt. 5º Colóquio sobre teatro de Darmstadt. In: Bertolt Brecht. *Teatro dialético. Ensaios, seleção e introdução Luiz Carlos Maciel*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1967.

BRECHT, Bertolt. *Teatro dialético: ensaios*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1967.

DEZOTTI, Clara Beatriz da Silva. *O teatro como meio de comunicação*. 2006. Dissertação (Mestrado) - Pós-Graduação em Comunicação, área de concentração “Mídia e Cultura”, linha de pesquisa “Produção e Recepção de Mídia”, Universidade de Marília, 2006. Disponível em: <<http://www.unimar.br/pos/trabalhos/arquivos/45d897b609d6ff1bbf675d0a5adfbdd1.pdf>>. Acesso em 10 de abril de 2012.

FEARN-BANKS, Kathleen. *Crisis communications: a casebook approach*. New York: Routledge, 2011.

HEIDEGGER, Martin. *Serenidade*. Rio de Janeiro: Instituto Piaget, 2001.

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

PEIXOTO, F. *Teatro em questão*. São Paulo: Hucitec, 1989.

PISCATOR, E. *Teatro Político*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira S.A, 1968.

ROSENFELD, Anatol. *O Teatro Épico*. São Paulo: Perspectiva. 2006.

SCHERMERHORN JR, John R ; HUNT, James G.; OSBORN, Richard N. *Fundamentos de Comportamento Organizacional*. Rio de Janeiro: Bookman, 1999.

SOLÉR, Marcos Marcelo. *Teatro documentário: a pedagogia da não ficção*. 2008. Dissertação (Mestrado) – Escola de Comunicação e Artes, Universidade de São Paulo, 2008. Disponível em: <<http://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/27/27155/tde-13072009-184640/pt-br.php>>. Acesso em 10 de abril de 2012.

SOUZA, Maurini. *O Ensino Universitário Profissionalizante Confrontado com a Concepção de Heidegger sobre o Pensamento que Reflete e o que Calcula*. Disponível em <http://www.esocite.org.br/eventos/tecsoc2011/cd-anais/arquivos/pdfs/artigos/gt015-oensino.pdf>

Acessado em 10 de abril de 2012

<<http://www.priberam.pt/DLPO/default.aspx?pal=pr%C3%B3-ativo>>

<<http://www2.metodista.br/unesco/luizbeltrao/luizbeltrao.htm>>

<<http://www.priberam.pt/DLPO/default.aspx?pal=pr%C3%B3-ativo>>

<<http://www.priberam.pt/DLPO/default.aspx?pal=pr%C3%B3-ativo>>

Acessado em 08 de maio de 2012

<<http://www.iacat.com/revista/recreate/recreate04/Seccion4/Teatro%20del%20oprimido.pdf>>

<<http://www.iacat.com/revista/recreate/recreate04/Seccion4/Teatro del oprimido.pdf>>

Acessado em 18 de junho de 2012

<http://projetos.inf.ufsc.br/arquivos/Metodologia de pesquisa e elaboracao de teses e dissertacoes_4ed.pdf>

<http://www.ufsj.edu.br/portal-repositorio/File/existenciaearte/Edicoes/3_Edicao/Cidinhaok.pdf>

Acesso em 7 de abril de 2013:

< http://www3.utfpr.edu.br/dibib/normas-para-elaboracao-de-trabalhos-academicos/normas_trabalhos_utfpr.pdf >

< <http://www.amanha.com.br/marketing-internas/54-marketing-1/3981-revista-amanha-premia-as-marcas-mais-lembradas-do-parana>>

APÊNDICES

APÊNDICE A - Apresentação Formal

Arte como ferramenta de comunicação interna:

Desenvolvimento de percepções
através do teatro

Problemas e crises institucionais

- - Problema: fluxo normal
 - Crise: interrompe o funcionamento
 - Prevenção de crises: público interno
-

Percepção

- Percebido: destaque
- Ambiente: contexto favorável
- Perceptor: processo de percepção

Percepção = detecção de problema

Solução de problemas e criatividade

- Localizar um problema
 - Rapidez através de idéias
 - Criatividade e psicologia
-

Arte como estímulo

Platéia x Palco

- Teatro que doutrina
 - Teatro que desenvolve
-

Arte como estímulo

Augusto Boal

- Participação
 - Jogos teatrais
 - Problematização do cotidiano
-

Obrigada

Universidade Tecnológica Federal do Paraná
Comunicação Institucional

Bárbara Malcut Felipe

Thábatta Pâmela Toscan dos
Santos

APÊNDICE B - E-mail de contato com empresas

Srs. Administradores,

Gostaríamos de verificar a disponibilidade para uma reunião de apresentação do projeto de conclusão de curso que tem como conteúdo a arte como ferramenta de comunicação interna: desenvolvimento de percepções através do teatro.

Salientamos que a apresentação do projeto consiste em uma pesquisa para propor uma nova forma de comunicação com o público interno, que tem como base o teatro.

A proposta consiste apenas em uma pesquisa, sem cunho comercial.

Aguardamos retorno.

Desde já agradecemos sua colaboração.

Atenciosamente,

Bárbara Malcut Felipe e Thábatta P. Toscan dos Santos
Universidade Tecnológica Federal do Paraná -UTFPR
Comunicação Institucional

ANEXOS

ANEXO A - Ranking

Na memória dos paranaenses – Top of Mind Paraná – 2012

Veja quais são as grifes que estão na memória do consumidor do Paraná

Água mineral	Ouro Fino
Aparelho de telefone celular	Nokia
Apresentador de TV do Paraná	Ratinho
Ar condicionado	Consul
Arroz	Buriti
Atleta paranaense	Alexandre Pato e Daiane dos Santos
Automóvel	Volkswagen
Banco	Itaú
Biscoito	Todeschini
Café	Damasco
Calçados	Dakota
Caminhão	Mercedes Benz

Carro importado	BMW
Cartão de crédito	Visa
Cerveja	Skol
Chocolate	Nestlé
Cimento	Votorantim/Votoran
Colchão	Castor
Colunista de jornal	Carneiro Neto
Comentarista esportivo do Paraná	Galvão Bueno
Companhia aérea	TAM
Computador	Positivo
Concessionária de estradas pedagiadas	Viapar
Consórcio	União
Cooperativa paranaense	Coamo
Eletrodoméstico	Electrolux
Emissora de rádio (AM ou FM)	Caiobá
Emissora de TV	Globo
Empresa de ônibus	Garcia
Empresa ou entidade paranaense que investe em cultura	Petrobras
Empresa paranaense preocupada com o meio ambiente	Petrobras
Empresa paranaense que você gostaria de trabalhar	Petrobras
Empresa pública eficiente	Copel
Espumante	Cidra Cereser
Ferramentas	Tramontina
Frango	Big Frango
Hotel	Bourbon
Jornal do Paraná	Gazeta do Povo
Leite	Tirol
Lista telefônica	Editel
Loja de eletroeletrônicos e eletrodomésticos	Casas Bahia
Loja de materiais de construção	Balaroti
Loja de roupas	Pernambucanas
Máquina agrícola	New Holland
Massa	Galo
Montadora do Paraná	Volkswagen
Motocicleta	Honda

Móveis para casa	Todeschini
Móveis para cozinha	Itatiaia
Operadora de telefonia celular	TIM
Operadora de telefonia fixa	BrasilTelecom
Pisos e azulejos	Eliane
Plano de saúde	Unimed
Pneu	Pirelli
Portal na internet	Google
Postos de combustíveis	Ipiranga
Previdência privada	Banco do Brasil
Programa de TV produzido no Paraná	Tribuna da Massa
Radialista ou locutor do Paraná	Ratinho Jr
Rede de farmácias	Nissei
Refeição convênio	Ticket
Refrigerante	Coca-Cola
Seguradora	Porto Seguro
Supermercado	Muffato
Televisor	Philips
Tênis	Nike
Time de futebol do Paraná	Atlético Paranaense
Tintas	Suvinil
Transportadora de cargas	Expresso Nordeste
Transporte de encomendas e pacotes	Correios
Tubos e conexões	Tigre
TV a cabo ou por assinatura	SKY
Universidade particular	PUC
Universidade pública	UFPR
Vinho	Campo Largo

ANEXO B – Foto da Reunião



ANEXO C - Termo de Aprovação



Superintendência de Varejo e Governo do Paraná
Curitiba (PR), 01 de Abril de 2013

UNIVERSIDADE TECNOLÓGICA FEDERAL DO PARANÁ
Av. Sete de Setembro , 3185 - Rebouças

O Banco do Brasil declara para os devidos fins que o projeto de Conclusão de Curso das alunas Bárbara Malcut Felipe e Thábatta Pâmela Toscan dos Santos, com o tema "Arte como ferramenta de Comunicação Interna: Desenvolvimento de percepções através do teatro" tem relevância e considera viável para implementação dentro da instituição.

Atenciosamente,

Núcleo de Planejamento, Orçamento e Comunicação


Thiago Santangelo Santangelo
Assessor Assessor UT

