

PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DE MINAS GERAIS  
Instituto de Educação Continuada PUC Minas

Ana Cristina Nunes de Gusmão

**REFLEXÃO E EMPIRIA ACERCA DA FORMAÇÃO DE PÚBLICO NO  
ESPETÁCULO “OS OLHOS MOLES DE PAGU”**

Belo Horizonte

2019

Ana Cristina Nunes de Gusmão

**REFLEXÃO E EMPIRIA ACERCA DA FORMAÇÃO DE PÚBLICO NO  
ESPETÁCULO “OS OLHOS MOLES DE PAGU”**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Programa de Pós-Graduação em Gestão de Projetos Culturais do Instituto de Educação Continuada PUC Minas, como requisito parcial para obtenção do título de especialista em Gestão de Empreendimentos Culturais

Orientadora: Laísa Bragança

Belo Horizonte

2019

Para Guilherme, motor maior.  
Dedico esse trabalho ao meu avô Aduato,  
minha maior inspiração no mundo das idéias.

## **AGRADECIMENTOS**

A minha mãe, por todo o carinho e apoio nesses 40 anos.

A Professora Láisa, pelo conhecimento e generosidade.

Ao meu marido Vinícius, companheiro e amigo, pela ajuda e paciência.

## SUMÁRIO

<b>1. INTRODUÇÃO .....</b>	<b>07</b>
<b>2. REFERENCIAL TEÓRICO .....</b>	<b>09</b>
2.1 A criação, a recepção e a função da obra na filosofia da arte .....	09
2.1.1 Para quê recompor esse caminho? .....	13
2.2 A criação de valor e a relevância em grupo .....	14
<b>3. PROJETO “OS OLHOS MOLES DE PAGU” .....</b>	<b>19</b>
3.1 Apresentação .....	19
3.2 Objetivos .....	22
3.3 Justificativa .....	23
3.4 Características do Produto.....	24
3.5 Cronograma .....	24
3.6 Público-alvo .....	25
3.7 Plano de comunicação .....	25
3.8 Estratégias de Monitoramento e Avaliação .....	25
<b>CONSIDERAÇÕES FINAIS .....</b>	<b>26</b>
<b>BIBLIOGRAFIA .....</b>	<b>27</b>

## 1. INTRODUÇÃO

Na complexa rede criada pelos seres humanos, que dotaram as coisas de significado, que criaram a linguagem e metamorfosearam a natureza, encontramos os homens, separados pelo abismo da existência e unidos pela necessidade de comunicação. Eis que, na fronteira da necessidade e da imaginação, surge a linguagem. Não apenas para revelar, informar, mas, antes disso, estabelecer elos de reconhecimento, de apoio mútuo, de alicerce para transgredir o caos chamado vida. Nessas pontes, exigimos a arte, como enxada para o dia a dia. E é pensando em como harpejar o outro via a exposição de sentimentos tão íntimos (como os que constroem uma obra de teatro), que buscaremos no presente trabalho apresentar o conceito de relevância e valor para a formação de público no espetáculo “Os olhos moles de Pagu” trabalhados pela perspectiva da autora Nina Simon, discutidos na obra “*The art of relevance*”.

Os objetivos são o entendimento da evolução do conceito de recepção e fruição de uma obra de arte, a tomada de espaço do público na criação de uma obra e a mudança do olhar e da relação dos produtores e artistas para os grupos que consomem e dividem as obras com os criadores. Almejamos entender como podemos refletir sobre o momento atual, quando tantas salas de teatros estão vazias e a experiência humana parece perder espaço para as interações tecnológicas. Pesquisar tal assunto é importante para analisarmos quais rumos devemos seguir para que possamos, novamente, encontrar, comunicar, pensar esse novo público, que se configura muito mais heterogêneo, ativo e co-criador da obra, na comunicação e interação com os produtos e locais culturais.

No referencial teórico, iremos estudar o conceito de recepção da obra na filosofia da arte passando por Platão, Aristóteles e Hume, expondo os distintos pontos de vista frente a arte e a questão do gosto. Na comunicação, Stuart Hall e sua “teoria da recepção” trará a contribuição da construção do receptor na obra de arte. Depois, exploraremos o conceito de relevância para buscarmos a compreensão de porquê alguns grupos frequentam equipamentos culturais e outros não através da autora Nina Simon.

Na segunda parte, apresentaremos o projeto “Os olhos moles de Pagu”, como forma de experimentar alguns conceitos expostos na primeira parte. Tendo como mote

a história de uma das mais importantes mulheres brasileiras do século XX, Patricia Galvão, também conhecida como Pagu, neste trabalho buscaremos dialogar com os usuários da rede de saúde da política mental de BH que freqüentam os nove Centros de Convivência da Rede de Saúde Mental, para colhermos dados da realidade dessas pessoas, possibilitando um momento artístico e reflexivo através da apresentação do espetáculo “Os olhos moles de Pagu”, com texto e direção de Kalluh Araújo. Após cada apresentação, realizaremos um debate com o público, para as informações cheguem à sala de ensaio e alterem o espetáculo, criando uma obra que dialogue mais com os interesses e valores desse grupo.

A metodologia, nessa fase da pesquisa, utilizará entrevistas com os gestores dos centros de convivência, usuários, familiares e comunidades do entorno, na primeira fase. Após as apresentações e debates, confeccionaremos um questionário, onde dados quantitativos e qualitativos sobre a obra apresentada poderão ser tabulados e estudados a posteriori.

Em tempos de desencontros propomos a escuta. Frente à hegemonia, reverendamos o diferente. A significância do excluído é a mesma de quem detém os meios de produção. Porque na arte, um canto de sala torna-se o palco para o infinito prazer de estarmos juntos, em meio ao acaso.

## **2. REFERENCIAL TEÓRICO**

### **2.1 – A criação, a recepção e a função da obra na filosofia da arte**

Ao nos debruçarmos na história da filosofia e, mais especificamente, na estética e na filosofia da arte, poderemos perceber como a criação e a recepção das obras artísticas tiveram caminhos distintos na reflexão. É possível criar um padrão para as experiências estéticas? O relacionamento com a obra dá-se de qual maneira? Obedece a processos distintos ou não? Há a beleza pura, que pode ser reconhecida independente de juízos *a priori*? O público tem alguma participação na construção da obra? Levantaremos, muito brevemente, alguns pontos dos pensadores clássicos do saber ocidental que refletiram sobre as perguntas acima.

Em sua busca pelo mundo das idéias, Platão dota as idéias como unificadoras de diversas vivências, que não bastam por si mesmas. Sentir o cheiro ou o gosto, por exemplo, não são suficientes para explicar todo o conceito e essência do olfato ou do paladar. Temos, então, o universo inteligível e o sensível. O que interessa à Platão é o primeiro, onde as formas puras residem e servem de modelos originais inteligíveis à natureza e aos homens. Dessa forma, vivemos em uma “primeira camada de cópia”. (PLATÃO, 1997)

A arte seria a imitação da cópia, sendo uma “segunda camada” do mundo das idéias. O Livro III, de A República, trata Sócrates, em diálogo com Adimanto, sobre o conteúdo e a forma. A imitação é, aqui, refutada como uma metodologia que traga quaisquer benefícios para os cidadãos da República. “*A poesia e a mitologia podem constar inteiramente de imitação, tal como se dá na tragédia e na comédia, conforme disseste, ou apenas da exposição do poeta.*” (PLATÃO, 1997, p.12) Podemos, ainda, pensar nas imitações das esculturas gregas ou nos desenhos mitológicos feitos em objetos de cerâmica, tão populares na citada cultura. Há ainda outro agravante na imitação. Se começamos a imitar algo indigno, uma pessoa de mau caráter, por exemplo, logo aquilo se torna natural e perdemos, nós mesmos, o parâmetro da crítica. Entretanto, nem tudo está perdido para os artistas por aqui. Platão, em seu livro “A República”, admite que os músicos possam estar entre os habitantes da sua comunidade, já que a música nos concebe transportar para sentimentos bem próximos da beleza e da harmonia, contribuindo no processo da educação. Excetuando-se a música, que não possui correspondentes na natureza, Platão concebe tanto a arte como a recepção como processos dessemelhantes, capazes de enganar e desvirtuar o inteligível, imitando a cópia e criando o simulacro, exagerando o mundo natural. Aqui, a poesia é substituída pela filosofia.



Observando a história da arte, podemos perceber que Aristóteles foi o responsável por pensar boa parte do que fundamenta, até hoje, as estruturas narrativas da maioria das obras artísticas que temos conhecimento, ordenando o princípio, meio e fim do objeto. Ao discordar radicalmente do mestre, não apenas em sua *Poética* como em quase toda a sua obra, Aristóteles valoriza a arte como uma forma de diálogo com os próprios sentimentos, com os costumes e com as regras sociológicas.

Os capítulos I a XII da *Poética* (ARISTÓTELES, 1997) tratam da poesia como imitação, dos seus tipos, objetos, modos, narrativas, origens, evoluções, estruturas e partes. A poesia, aqui, engloba a pintura e as artes cênicas: a tragédia, o drama e a dança (apesar dessa ser mais mimética), composições de narrativas que representam experiências individuais e sociais cotidianas, mitológicas, políticas, entre outras. Para Aristóteles, todas as expressões são válidas, já que somos distintos e encontramos homens melhores – descritos nas tragédias, homens piores – descritos nas comédias, e homens como nós mesmos, representados por Dionísio, por exemplo. Ainda para o mesmo autor, a poesia é natural e o homem é o ser mais imitador que há. É imitando aprendemos as primeiras lições. De acordo com Aristóteles

*14. Sinal disto é o que acontece na experiência: nós contemplamos com prazer as imagens mais exatas daquelas mesmas coisas que olhamos com repugnância, por exemplo, [as representações de] animais ferozes e [de] cadáveres. Causa é que o aprender não só muito apraz aos filósofos, mas também, igualmente, aos demais homens, se bem que menos participem dele. Efetivamente, tal é o motivo por que se deleitam perante as imagens: olhando-as, aprendem e discorrem sobre o que seja cada uma delas, [e dirão], por exemplo, “este é tal”. **Porque, se suceder que alguém não tenha visto o original, nenhum prazer lhe admirará da imagem, como imitada, mas tão-somente da execução, da cor ou qualquer outra causa da mesma espécie.**” (ARISTÓTELES, 1997, p.28)*

Aristóteles antecipa, aqui, a teoria da criação de relevância, que será explorada mais para frente nesse trabalho. Só valorizamos algo que possuímos conhecimento, o que nos é familiar. Há, ainda, a *catarse*, mecanismo onde alcançamos a purificação das próprias emoções via identificação das personagens com os nossos dilemas. A verossimilhança representa aquilo que poderia acontecer, ações que existem como potência antropológica e sociológica e, por isso, são preparatórias para a convivência social. Assim sendo, a obra de arte, para que cumpra a sua finalidade, deve ser dotada de características que sejam familiares e próximas de quem compartilha (ARISTÓTELES, 1997).

David Hume, em seu livro “*Do padrão do gosto*” (HUME, 1997), discorre acerca da criação do gosto. Para entendermos o gosto, necessitamos passar pelo conceito de *conhecimento* para Hume, já que o mesmo é adquirido e construído pela experiência. A base da sua filosofia é o empirismo lógico, que busca na relação com a realidade as impressões e as memórias do que vivemos. Tudo isso, integrado à imaginação, é o berço das idéias, que são as cópias alteradas da realidade, criadas na nossa mente. Sendo assim, qualquer base moral metafísica, por exemplo, é refutada pelo autor. Voltando a construção do gosto e a estética, diz Hume que

*é demasiado óbvia para deixar de ser notada por todos a extrema variedade de gostos que há no mundo, assim como capazes de notar as diferenças de gosto dentro do estreito círculo de suas relações, inclusive entre pessoas que foram educadas sob o mesmo governo e em quem desde cedo foram inculcados os mesmos preconceitos. Mas o que são capazes de uma visão mais ampla, e conhecem nações distantes e épocas remotas, ainda mais se surpreendem com essa grande inconsistência e contraditoriedade. Temos tendência para chamar bárbaro tudo que se afasta muito de nosso gosto e de nossas concepções, mas depressa vemos que esse epíteto ou censura também pode ser-nos aplicado. E mesmo o mais arrogante e convicto acaba por sentir-se abalado, ao observar em todos os lados uma idêntica segurança, passando a ter escrúpulos, em meio a tal contraditoriedade de sentimentos, de pronunciar-se positivamente em seu próprio favor. (HUME, 1997, p.55)*

Segundo o autor, não podemos, então, ser assertivos quando nos propomos a construirmos uma idéia definitiva, absoluta sobre o belo. Mesmo em indivíduos que compartilham a mesma educação, vemos variações consideráveis em padrões de fruições estéticas. Para além da cultura, temos uma influência individual na construção dessas ligações com a arte, segundo Hume.

Em um dos trechos mais importantes dessa obra, Hume defende a

*impossibilidade de se vir jamais a atingir qualquer padrão de gosto. Diz ela que há uma diferença muito grande entre o julgamento e o sentimento. O sentimento está sempre certo – porque o sentimento não tem outro referente senão ele mesmo, e é sempre real, quando alguém tem consciência dele. [...]. Entre mil e uma opiniões que pessoas diferentes podem ter a respeito do mesmo assunto, há uma e apenas uma que é justa e verdadeira – e a única dificuldade é encontrá-la e confirmá-la. Pelo contrário, os mil e um sentimentos diferentes despertados pelo mesmo objeto são todos certos, porque nenhum sentimento representa o que realmente está no objeto. Ele se limita a assinalar uma certa conformidade ou relação entre o objeto e os órgãos ou facultades do espírito, e, se essa conformidade realmente não existisse, o sentimento jamais poderia ter ocorrido. A beleza não é uma qualidade das próprias coisas, existe apenas no espírito que as contempla, e cada espírito percebe uma beleza diferente. É possível até uma pessoa encontrar deformidade onde uma outra vê apenas beleza, e todo*

*indivíduo deve aquiescer a seu próprio sentimento, sem ter a pretensão de regular o dos outros.*  
(HUME, 1997, p.58)

O autor afirma que a relação construída com o objeto determina quais sentimentos e sensações a obra irá provocar na audiência. O objeto artístico é assentado na falsidade e na ficção, na recriação dos significados naturais. Existem regras para arte, assim como, de forma contraditória, Hume afirma que há princípios gerais de aprovação e de censura.

*Há determinadas formas ou qualidades que, devido à estrutura original da constituição interna do espírito, estão destinadas a agradar, e outras a desagradar. Se em algum caso particular elas deixam de ter efeito, é devido a qualquer evidente deficiência ou imperfeição do órgão.* (HUME, 1997, p.61)

Na mesma obra, Hume afirma que para experimentarmos o devido sentimento de beleza, precisamos ter a *delicadeza* da imaginação, que é um sentimento que pode ser lapidado através da prática, do contato com obras belas. As *comparações* entre as obras são inevitáveis e até desejadas, pois construímos parâmetros através delas. Entretanto, devemos atentar-nos para irmos contra o *preconceito*, que obscurece a crítica e desvirtua o observador da condição necessária para apreciar a obra. Teríamos, então, uma pequena metodologia para depuração da fruição estética.

É interessante notar que Hume destaca que é mais agradável ter contato com obras que comunicam com a nossa época e os nossos costumes do que com aquelas que retratam eras distantes, destacando a questão da proximidade do tema e da familiaridade do assunto desenvolvido. Torna-se necessário, então, refletir sobre a possibilidade de criação de um padrão de gosto ou não para pensarmos em como criar, por exemplo, campanhas de marketing ou espetáculos teatrais com altos investimentos financeiros e expectativas de um retorno comercial em grande escala (vide vários musicais produzidos no eixo Rio - São Paulo).

Tantos outros filósofos criaram hipóteses sobre a percepção, a falta e a completude do homem frente à criação artística. Kant, Hegel, Heidegger, Adorno, Horkeimer e Benjamim são pensadores essenciais em tal esfera.

Se nos voltarmos para o campo da comunicação, encontraremos Stuart Hall e sua *teoria da recepção - ou estética da recepção* (COSTA, 2012), onde o receptor possui um campo ativo, uma ação que constrói o significado da arte. É na relação com

a obra que a mesma se constrói e a influência sociológica e antropológica pode ser destacada e estudada para que as mensagens possuam algum grau de assertividade, se pensarmos aqui, exclusivamente, na transmissão de uma mensagem. O processo está ligado, apesar de possuir partes independentes: a produção, a circulação, distribuição, consumo e reprodução.

*“O texto “Encoding and decoding in television discourse” (codificação/decodificação) trouxe para as teorias da recepção um olhar mais aberto para as pluralidades e menos objetivador. Neste, Hall (2003) enfatiza que a mensagem é uma estrutura complexa de significados, não sendo algo tão simples como se poderia pensar, resultando que a recepção não pode ser pensada como algo perfeitamente transparente, ou ainda, operando de forma unilinear.” (COSTA, 2012, p.114)*

A cultura é vista, aqui, como um lugar de ação e intervenção social, onde a audiência negocia, aceita ou se opõe a determinada obra. Apesar do seu foco ter sido nos meios de comunicação de massa, em especial, na televisão, podemos ampliar a sua análise para os objetos artísticos, já que Hall cita os filmes e livros como exemplos de obras que exigem uma atividade daquele que se depara com tais criações. O acervo cultural, a história de cada um, as suas referências e construções explicam, em parte, porque alguns aceitam a obra e outros a rejeitam.

### **2.1.1 - Para quê recompor esse caminho?**

Levantar tais questões filosóficas nos possibilita compreender o caminho que o conceito de recepção da obra artística modificou ao longo do pensamento ocidental. É interessante notar como o sujeito vai tomando espaço, criando junto com o artista, relacionando e tecendo novos significados no campo da imaginação. Essa “tomada de poder”, esse ganho de campo do público, foi um dos alicerces da criação de relevância, teoria que iremos abordar e que será o guia no caminho empírico do presente trabalho.

## **2.2 – A criação de valor e a relevância em grupos**

Nina Simon, em seu livro “***The art of relevance***”, expõe a sua vivência no Santa Cruz Museum of Art & History. Por ser uma obra única em tal campo de estudo, a leitura mais detalhada sobre a mesma faz-se de extrema importância.

A autora nos mostra, sucintamente, seu objetivo e metodologia: *“to succeed, we need to expand our value – and not just for the individuals to whom we are already*

*relevant. We need to matter more to more people if we want our work to shine.”* (SIMON, 2016, p.21). Para a autora, fazer as pessoas se importarem mais com algo é criar relevância, envolver a comunidade, agregar e expandir. Entretanto, a tarefa não é simples.

*Relevance is a paradox. It is essential; it gets people to pay attention, to walk in the door, to open their hearts. But it is also meaningless without powerful programming in the other side of the door. If the door doesn't lead to valuable offerings, if nothing touches peoples' hearts, interest fades. They don't return. (...) Relevance unlocks new ways to build deep connections with people who don't immediately self-identify with our work.* (SIMON, 2016, p.23)

Segundo Simon, para que a conexão seja criada, precisa haver algum ponto de interesse com o objeto para que a pessoa queira adentrar naquele quarto, que seria o interesse por uma obra de arte ou instituição cultural. Mas, ao mesmo tempo, a relevância tem que trazer alguma coisa nova, uma nova informação, acrescentar algo a experiência do sujeito. Não é apenas conectar aos interesses, mas somar, para que possa despertar nossas vivências no público almejado. Para a autora, mais do que um link, a relevância é uma chave que possibilita acessar um quarto cheio de informações, emoções, experiências e valores.

*Relevance is the key to that door. Without it, you can't experience the magic that has to offer. With it, you can enter. The power of relevance is not how connected that room is to what you already know. The power is in the experiences the room offers... and how wonderful it feels to open the door and walk inside.* (SIMON, 2016, p.29)

E aqui podemos mergulhar nas experiências artísticas como possibilidades bem singulares de novas vivências, criativas e enriquecedoras. Abrir novas portas de saber compartilhado é, também, abrir possíveis caminhos para o autoconhecimento, para experiências marcantes na individualidade. Entretanto, tais obras artísticas precisam estar com consonância com o discurso da instituição que a acolhe, para que haja coerência entre as linhas de pensamento e a ação, entre os valores e missões das instituições, grupos e narradores. Se o público sente que há uma inconsistência institucional e artística entre a mensagem e a oferta, ele pode até experimentar, mas não voltará. E para que consigamos que ele opte em fruir a obra, onde o destino final será o teatro, no nosso caso, devemos ter mente que a relevância é apenas o começo do longo processo. O que precisamos construir para convencer as pessoas a saírem de casa e irem aos nossos equipamentos culturais?

Para Deirdre Wilson e Dan Sperber, citados por Simon, dois aspectos devem ser avaliados para que uma informação seja relevante para alguém. Ou, para que a decisão entre participar ou não participar de uma atividade cultural seja tomada:

*1. How likely that new information is to stimulate a **positive cognitive effect** – to yield new conclusions that matter to you. 2. How much **effort** is required to obtain and absorb that new information. The lower the effort, the higher the relevance.”* (SIMON, 2016, p.32)

É necessário pensar nessas duas condições para criarmos relevância a uma dada informação, sob a ótica do público: efeitos cognitivos positivos e condições baixas de esforço. E Simon nos dá um exemplo. Se você se interessa por um filme, lê uma boa crítica a respeito (um efeito cognitivo positivo) e encontra um cinema perto de casa fácil de ir (baixo esforço), provavelmente você verá o filme. Mas se a crítica especializada classificar a obra como ruim ou o cinema for difícil de chegar, provavelmente você não irá. Esses dois critérios fazem toda a diferença em como o público responde a uma informação, a um espetáculo, a uma instituição cultural.

Ainda sobre a relevância, podemos pensar que *“it’s about how likely that new information is to yield conclusions that matter to you. To answer a question on your mind. To confirm a suspicion. To fulfil a dream. To set your path forward.”* (SIMON, 2016, p.36) O conceito trabalha com o que é familiar, mas dialoga com aquele conteúdo para além do que é conhecido, constrói, instiga, não apenas repete o que o público já sabe. Parece que fala sobre algo profundo também, sobre alcançar um alicerce da personalidade e da cultura de determinados grupos para dialogar com tais referências.

E a questão do esforço do público? Simon cita o exemplo da New World Symphony, em Miami, que modificou a comunicação com o público, criou transmissões em telões e modernizou seus concertos para que se tornassem mais familiares para os jovens. Eles não mudaram a música, eles mudaram a forma de apresentação da mesma. *“The New World Symphony had to do the work to create the relevance, reduce the effort, connect the novel to the familiar, and help people open themselves to new, hopefully positive experiences.”* (SIMON, 2016, p.37) Conseguiram, dessa forma, abarcar um grupo de pessoas que, inicialmente, não tinham quaisquer ligações com a música erudita, sem descaracterizar a música. Eles acolheram outras formas de diálogo com as obras musicais.

As pessoas, portanto, não criam relevância por elas mesmas, uma vez que seriam programados para buscar caminhos mais efetivos, seguros e já conhecidos. Para que alguém mude de rota, há que acontecer alguma atração para aquela direção, para aquele foco. A relevância também está conectada com o que quero saber, com onde quero ir, quem quero ser e quais experiências acho que irão contribuir. As pessoas precisam, portanto, ser ajudadas a fazer tais as conexões com as novas obras, as novas instituições, e diminuir seus esforços para tais movimentos de quebra de rotina e de ampliação de conhecimento. Não é só sobre o que quero expor, é sobre o que as pessoas querem que seja exposto, também. É uma escuta ativa, criando a conexão com o público mais participativo, que constrói junto com o artista e a intuição o que irão compartilhar.

Simon ressalta ainda que, começamos a nos relacionar no mundo com as “chaves” que ganhamos dos nossos pais, professores, pares, as “chaves das normas sociais”, o instrumento que possuímos para relacionar com o mundo externo. Entretanto, construímos novas chaves todos os dias, apesar de sempre carregarmos essas primeiras chaves, desenhadas desde cedo, nas relações mais primárias. E essas portas seriam assim, as mais fáceis de serem utilizadas, as portas principais para chegarmos às pessoas. *“If you’re going to open new doors – especially doors to the heart – you have to start at the front door. You have to show that you are inviting people in on their terms, with generosity, humility, and a nod to what speaks to them”.* (SIMON, 2016, p.54) Nessa perspectiva, abrir essa porta central é uma estratégia a ser utilizada, ou seja, comunicarmos com os grupos em seus campos de ação, nos seus espaços, nas suas linguagens. Porém, se ficarmos apenas nessa porta, o conhecimento também estará limitado. O inesperado, o desconhecido são importantes para a construção, a evolução e ampliação do saber e do viver. Como, então, abrir essas novas portas, as novas possibilidades, as novas ofertas? Esse é um processo gradual, que pode demorar bastante tempo.

Entretanto, a autora destaca que sempre haverá pessoas que não irão vão ver as obras, os produtos, que não se interessarão pela oferta. Não há como existir um objeto ou local que desperte o olhar de todos. Mas se o público não percebe/vê quem emite determinada mensagem, isso sim se torna um problema. Se, por exemplo, há um museu dentro de um parque e as pessoas nem sabem que ele existe, essa é uma questão a ser analisada. Neste caso, a autora argumenta que a partir dos seus valores

e missões, o museu pode construir novos diálogos, para que outras pessoas voltem seus olhares para a sua instituição. Não se trata de mudar a sua essência, as suas características, mas de desenvolver a sua apresentação, a sua comunicação para convidar novas pessoas.

Para Simon, podemos trabalhar com três grupos principais de públicos. O primeiro, seriam aqueles que já frequentam os equipamentos culturais, que consomem arte, que conhecem e compartilham a programação: os *insiders*. O segundo grupo, ou *outsiders*, seriam os que não frequentam instituições culturais e não se interessam pelo tema. O terceiro, os *almost comes*, são um grupo de pessoas que têm curiosidade no produto mas, por diversos motivos, ainda não frequenta os espaços e as obras artísticas. Esses possuem uma inclinação muito forte para o objeto, para o conteúdo, mas não vêm a porta, não a conhecem, não sabem como acessá-la. Tal grupo se tornará *insider* assim que construirmos a passagem, assim que nos conectarmos com eles. É importante estudar cada um desses três tipos de coletivos, entender seus hábitos e preferências, relações (e não relações) com as obras, os equipamentos ofertados:

*Insiders have different perspectives than outsiders. Insiders have well-developed preferences, tastes, and opinions about what's in the room. Outsiders have rudimentary opinions about what's in the room – often based on outdated experiences or no information at all. (SIMON, 2016, p.60-61)*

Outra questão interessante levantada por Simon, diz respeito a ampliação de público. Se ampliarmos o olhar, e, ao invés de focarmos nos indivíduos, começarmos a pensar nos seus grupos, nas formas que se reúnem, também teremos uma possibilidade de diálogo para entendermos seus desejos. As comunidades, por exemplo, conjugam elementos interessantes de analisarmos. Elas são formadas por indivíduos que compartilham interesses, atributos, conexões. Podemos iniciar, por exemplo, uma pesquisa de ampliação de público na comunidade que já é conectada com o produto (*insiders*). Quem são eles? Escute-os, compreenda-os. A forma como uma comunidade é concebida pode variar, e esse conceito também é importante para o recorte epistemológico: a congregação pode partir uma localização geográfica, de identidades ou afinidades de gostos. Há comunidades mais fortes, com normas e líderes mais específicos. E comunidades mais fracas, com limites mais difusos. Então,

*If you want to be more relevant to a community you already engage, what do you already know about the people within it? Do you know how connected people feel to each other? Are there identifiable*



*leaders or representatives you can talk about their shared issues, goals, and dreams?* (SIMON, 2016, p. 88).

Pesquisar profundamente cada um dos grupos que queremos dialogar – esse seria o caminho indicado pela autora. Por isso, orientação da mesma é não fazer generalizações demográficas, uma vez que podem se revelar bastante simplistas.

O foco para Simon deverá ser, sempre, os interesses dos participantes e da comunidade. O que eles querem, o que eles fazem, o que importa para eles. Podemos pensar em algumas estratégias para isso. Uma opção é buscar um líder daquele grupo e pedir sua ajuda na compreensão daquele aglomerado. De acordo com a autora, não se deve tentar descobrir o outro pelos seus próprios padrões, pois repetição será inevitável. Programas para voluntários e outros eventos com a comunidade são uma boa forma para conectar-se aos líderes, de vivenciar momentos e experimentar o conjunto. Participar de alguma atividade na comunidade e observar é uma possibilidade de pesquisa. Estar em um grupo totalmente diferente do habitual pode fazer com que a investigação de entendimento do outro tenha um ponto inicial na subjetividade do próprio pesquisador, criando uma oportunidade para sentir o desconfortante lugar de um *outsider*, com cita Simon. Se caminhamos pela multiplicidade, poderemos pensar de forma mais aberta, para acolhermos o diferente. Trocas com grupos e instituições que reúnem vários líderes também são uma boa saída para entender os interesses dos *outsiders*.

Podemos notar, então, um movimento de descentralização na busca de criação de relevância de uma obra ou de um equipamento cultural e de formação de público. Não se trata mais de impor ao público o que é melhor, mais educativo ou artístico. A troca e o diálogo ganham força, em um mundo conectado, onde os saberes são construídos coletivamente e as vozes se pluralizam, em busca de suas diferenças. Para cada identidade, uma chave. Para cada porta, várias chaves.

### **3. O PROJETO CULTURAL “OS OLHOS MOLES DE PAGU”**

#### **3.1 Apresentação**

O passo empírico: Os olhos moles de Pagu

Escolhemos um espetáculo de teatro que está sendo ensaiado desde março de 2019 e terá estréia no dia 11 de outubro de 2019, no Sesc Palladium. “Os olhos moles de Pagu”, com texto, direção, cenário e figurino de Kalluh Araújo e interpretação e produção de Ana Gusmão, será objeto artístico de reflexão e interferência a partir da poeta, jornalista e ativista cultural Pagu. Como a obra está sendo construída junto com a presente pesquisa, teremos a possibilidade de testar, inicialmente, algumas hipóteses acerca da construção da relevância e do valor de uma peça teatral em um determinado público.

Quando pensamos em um espetáculo de teatro, como acessar o outro de forma tão verdadeira que consigamos criar uma experiência transformadora para esse sujeito?

Este trabalho será concentrado em um grupo de Belo Horizonte, na rede de saúde pública mental, os Centros de Convivência, serviços substitutivos aos hospitais psiquiátricos. Tais locais são utilizados por portadores de sofrimento mental quando não estão em crise e podem, dessa forma, experimentar várias linguagens artísticas como o desenho, a pintura, a literatura, a música e o teatro. São pontos aglomeradores da comunidade em nove regiões distintas de Belo Horizonte, onde um grupo historicamente excluído encontra sociabilidade e afeto, não apenas com a equipe de profissionais, mas com a rede de familiares que é criada em tais locais. São outsiders em relação ao nosso espetáculo, já que não freqüentam teatros. Entretanto, possuem um grande interesse na arte, pois lidam diariamente com a criação da mesma podendo ser, aqui, inseridos no grupo “*almost come*”, conforme já descrito no capítulo anterior.

Patrícia Galvão, ou Pagu, como foi apelidada por Raul Bopp, nasceu em 09 de junho de 1910, e foi uma artista e ativista política e cultural desde muito cedo. Aos 13 anos de idade já era considerada a musa do modernismo. Foi a primeira mulher presa por motivos políticos no Brasil, viajou o mundo, escreveu em jornais, em livros. Desenhou, traduziu e terminou sua vida no teatro, incentivando jovens atores, dramaturgos e diretores que foram, mais tarde, referências nas artes cênicas nacionais.

“Os olhos moles de Pagu” apresenta-nos um outro momento da personagem. Suas palavras fortes, que criticavam o lugar da mulher na sociedade, sua leitura dos

conflitos de classes, sua defesa pelo proletariado, suas prisões e atos de extrema coragem ficam como alicerce para a demonstração da Pagu que duvida, que vive a solidão, que lembra da infância e da incompreensão do distanciamento natural das regras sociais. As cartas que foram escritas pela autora para a família são recontadas, poeticamente, com a intimidade de quem traga seu abandono e entrega-se, com toda a tranquilidade, ao destino trágico.

Pagu foi a primeira mulher presa por motivos políticos no Brasil. Muito de sua singularidade, de seu espírito de vanguarda ainda nos causa surpresa, já que a coragem e a autenticidade de Pagu são exemplares. Entretanto, um outro lado será trabalhado. As cartas que foram escritas para o filho Rudá, fruto do casamento com Oswald de Andrade, demonstram a intensidade, a profundidade dos sentimentos escancarados pela escritora. Suas palavras, de tão simples, parecem ficcionais. É aí que nos aproximamos de sua luta, do seu enfrentamento em uma sociedade marcada pelo machismo, que insistia em excluí-la por não compreendê-la. Poucos davam conta de Pagu, daquela que amava o mar e recusava concessões para os poderosos.

A realização do projeto está prevista para o primeiro semestre de 2020, de 02 de março a 02 de julho de 2020, com 4 meses de duração no total. Como a peça está sendo concebida para ocupação de espaços alternativos (salas, galpões, etc), o espetáculo será adaptável a qualquer tipo de espaço e as necessidades técnicas serão básicas, facilitando a circulação de "Os olhos moles de Pagu".

O objetivo principal do projeto é a criação e temporada de um espetáculo que resgata a memória de Pagu, uma das mais instigantes personagens femininas no Brasil do século passado. Entre os objetivos específicos, estão a circulação pelos nove Centros de Convivência da Política de Saúde Mental de BH, visando alcançar um público que não frequenta os equipamentos culturais públicos da cidade e que são, ainda, bastante excluídos socialmente: os portadores de sofrimento mental e seus familiares.

A comunicação do espetáculo também estará contemplada no projeto, com a criação das peças gráficas on e off line, site, filmagens e outros materiais necessários para a difusão da peça "Os olhos moles de Pagu". A assessoria de imprensa será realizada pela Adupla Informação (Fábio Gomides), a identidade visual, peças

gráficas e site pela Célula 21 (Leonardo Camisão), os vídeos do espetáculo, cenas, teasers e outros materiais audiovisuais serão da Moca Filmes (Israel Menezes) e as fotografias de Rodrigo Gemperle.

Após cada uma das nove apresentações, um debate será realizado com o público presente, para que as pessoas possam relatar seus sentimentos em relação ao espetáculo e criar conexões com o próprio cotidiano. E é nesse espaço de troca, de acolhimento simbólico e de valorização dos diferentes que concebemos "Os olhos moles de Pagu".

Como contrapartida, serão realizadas duas oficinas de teatro com o título "Experimentando o corpo – o teatro e a liberdade", que serão ministradas por Kalluh Araújo e Ana Gusmão, conjuntamente. As atividades ocorrerão, gratuitamente, em dois Centros de Convivência da Política de Saúde Mental de BH que serão definidos a posteriori, em conjunto com a direção da Saúde Mental municipal. Utilizando exercícios do livro "200 exercícios e jogos para o ator e o não-ator com vontade de dizer algo através do teatro", de Augusto Boal, iremos propor experiências corporais e de expressão de sentimentos para a criação de um espaço de liberdade, tendo como foco o desejo de cada indivíduo e o compartilhamento afetivo da beleza das diferenças. A carga horária será de 4 horas/aula (2 horas por dia), 25 vagas por oficina (50 vagas no total) e público alvo a partir dos 15 anos e sem limite de idade. As oficinas deverão acontecer entre 02 de abril e 02 de junho de 2020.

## **3.2 Objetivos**

### **Objetivo principal**

Produzir um espetáculo de teatro adulto com alta qualidade artística, destacando uma das principais mulheres da história do Brasil moderno, dialogando com a realidade das mulheres belorizontinas e valorizando a cultura do nosso país.

### **Objetivos específicos**

- 1) Realizar uma temporada gratuita com 9 apresentações nos Centros de Convivência da Política de Saúde Mental de BH, para, no mínimo, 900 espectadores (100 espectadores por sessão), descentralizando as ações culturais e atingindo um público que não frequenta os equipamentos culturais públicos da periferia de BH;
- 2) Realizar 9 debates após as apresentações com o público presente com o tema "a mulher hoje: os desafios do cotidiano, o meu desafio", incentivando a fala dos presentes frente às provocações levantadas durante a peça para, pelo menos, 900 pessoas (100 espectadores por apresentação);
- 3) Realizar 2 oficinas em 2 Centros de Convivência da Política de Saúde Mental de BH com o tema "Experimentando o corpo – o teatro e a liberdade", com carga horária de 4 horas em cada Centro de Convivência (8 horas de atividade); 25 vagas serão oferecidas por turma, totalizando 50 vagas gratuitas nas oficinas;
- 5) Resgatar a obra de Patrícia Galvão, ativista política e cultural, defensora dos direitos da mulher, dos excluídos e muito pouco conhecida pela maioria da população belorizontina.

### **3.3 Justificativa**

Tanto se diz sobre a justiça entre os gêneros mas, na prática, a distância ainda é colossal. Tantas ações acontecem nos dias atuais que aumentam o abismo da desigualdade nas relações entre homens e mulheres, na esfera macro ou micro social, que faz-se urgente a discussão do discurso patriarcal, ainda alicerce nos convívios. Assédios, espancamentos, feminicídios, baixos salários, preconceitos contra mães (especialmente de filhos pequenos), contra mães solteiras, contra mães que abandonaram seus filhos e tantas outras situações em que foram julgadas e condenadas pelos seus semelhantes apenas por serem mulheres e carregarem o fardo do preconceito criado pelo machismo. O espetáculo, somando-se aos debates propostos no final de cada apresentação, pretende refletir sobre tais ações e ideias que separam homens e mulheres no Brasil atual.

O resgate de uma das mais importantes mulheres brasileiras do século passado terá um enfoque inédito das obras já concebidas a cerca de Pagu. Seu lado

solitário, incompreendido, violentado por um anacronismo em relação ao seu tempo será destacado. As relações familiares, o ambiente onde nasceu, a fé e a ilusão na filosofia política socialista estarão em cena, criando conexões com temas históricos e passagens desconhecidas da vida da escritora e ativista cultural.

O diálogo mais próximo com o público alvo do projeto possibilitará uma escuta mais atenta de grupos portadores de sofrimento mental, familiares e comunidades do entorno. Tais falas geralmente ficam restritas a consultórios e hospitais, espaços sempre ligados à dicotomia doença *versus* saúde. Possibilitar um momento, um movimento de liberdade, experiência e fruição estética é um dos alicerces do presente trabalho.

Via Pagu, com um espetáculo simples mas de apurada pesquisa artística, histórica e filosófica, onde o teatro encontra os olhos de quem compartilha com a atriz os questionamentos diários, encontraremos as ligações de cumplicidade e acolhimento daquelas que, muitas vezes, são alquebrantadas pela fragilidade da norma vigente.

### **3.4 Características do Produto Cultural**

- \* Nome do espetáculo: "Os olhos mole de Pagu"
- \* 9 apresentações gratuitas com, pelo menos, 900 espectadores
- \* 9 debates gratuitos com, pelo menos, 900 participantes
- \* Site do espetáculo
- \* Espetáculo na íntegra disponível no canal do espetáculo no Youtube
- \* Fãpage do espetáculo
- \* Instagram do espetáculo

### **3.5 Cronograma**

<b>ATIVIDADES / ETAPAS</b>	<b>PERÍODO DE REALIZAÇÃO</b>
<b>Pré produção: contato com os Centros de Convivência</b> <b>Pesquisa com a comunidade do entorno dos Centros de Convivência</b>	<b>02 de março de 2020 a 02 de abril de 2020</b>
<b>Produção: criação das peças gráficas e confecção do material off line</b> <b>Divulgação on e off line, assessoria de imprensa</b> <b>Apresentações nos Centros de Convivência e realização das oficinas</b>	<b>02 de abril de 2020 a 02 de junho de 2020</b>
<b>Pós produção: organização do clipping</b> <b>Organização, tabulação e análise dos questionários</b> <b>Relatórios de prestação de contas para os parceiros</b>	<b>02 de junho a 02 de julho de 2020</b>

### **3.6 Público-alvo**

Os Centros de Convivência da Política de Saúde Mental atendem a um público com sofrimento mental, e as oficinas são voltadas para adolescentes e adultos. Por ser um serviço da Prefeitura, é aberto a toda a população, mas a maior parte dos frequentadores são das classes B, C e D. Todos os pacientes que são diagnosticados como portadores de sofrimento mental e quando não estão em crise são encaminhados para tais locais. Dessa forma, há uma grande variedade de pessoas que circulam pelo ambiente. O ponto de encontro de todos ali é a arte, pois várias oficinas artísticas são oferecidas gratuitamente e as trocas culturais são constantes. Excursões para exposições, cinemas e teatros são atividades corriqueiras, desenvolvidas de acordo com o projeto da equipe de cada local.

A comunidade ao redor de cada um desses Centros de Convivência também participará das apresentações e discussões, já que existe um trabalho da equipe psico-pedagógica dos Centros de inclusão dos familiares no acompanhamento e no tratamento dos portadores de sofrimento mental.

### **3.7 Plano de comunicação**

#### **Assessoria de Imprensa**

A assessoria de imprensa será realizada pela empresa Adupla Informação, do jornalista Fábio Gomides, que possui grande abertura e conhecimento da imprensa cultural local. Dessa forma, poderemos lançar o espetáculo na mídia, numa ação de inclusão e valorização dos portadores de sofrimento mental e familiares. Almejamos atingir não apenas os veículos de comunicação de massa tradicionais, como rádios, tvs e jornais, mas os formadores de opinião que trabalham nas plataformas digitais.

#### **Redes Sociais**

Criaremos 19 eflyers sendo 9 específicos para cada local, 2 para as oficinas e 8 para trabalhar a estreia e circulação da peça.

Email marketing, WhatsApp, Facebook, Instagram serão as mídias utilizadas para o disparo dos eflyers. Os mesmos serão enviados para o setor cultural, profissionais da área da saúde, educação, direitos humanos e interessados em políticas da mulher, arte e teatro.

O teaser de 30 segundos será utilizado em redes sociais e o site será o ponto principal das informações na internet.

#### **Material Gráfico**

50 cartazes (3 por Centro de Convivência e o restante para divulgação no entorno) e 9000 panfletos (1.000 por Centro de Convivência) serão distribuídos em teatros, cinemas e outras instituições que possuam um fluxo de pessoas, além do próprio Centro de Convivência e locais adjacentes, fortalecendo a comunicação com as comunidades periféricas.

#### **Parcerias**



A parceira com a Secretaria de Saúde, em especial a Saúde Mental, irá possibilitar o envio do material para o mailing dos Centros de Convivência, usuários, familiares e comunidade.

Outras parcerias serão construídas ao longo do projeto e instituições ligadas ao teatro, a arte, ao feminismo, a política de direitos humanos e de igualdade serão realizadas, como com a Letras e Pontos, por exemplo.

### **3.8 Estratégias de monitoramento e avaliação**

Para que possamos verificar quantitativamente os impactos culturais e efeitos do projeto, confeccionaremos um questionário, que será aplicado no público participante e anexado ao relatório de prestação de contas, como forma de análise e avaliação das atividades desenvolvidas.

## **CONSIDERAÇÕES FINAIS**

Estudar os processos de recepção de uma obra artística, a relação do público com o espaço de fruição cultural, as formas de diálogo das instituições com os frequentadores e as possibilidades de ampliação da escuta de diferentes grupos sociais pode ser um caminho interessante de revisão de olhares e interesses dos produtores artísticos. Podemos notar que a crescente participação do público nos processos criativos é uma característica marcante na esfera cultural, onde a escolha por compartilhar ou não uma experiência artística e a subjetividade de cada uma dessas vivências é o que há de mais rico – e o que há, também, de mais complexo.

Acreditamos que a construção coletiva e o saber compartilhado possam ser, cada vez mais, incorporados nas estruturas das instituições e obras artísticas, seguindo uma tendência mundial de ampliação da comunicação e da democratização de lugares de fala. Os guetos globalizaram-se, as estéticas fundiram-se e a cultura, mesmo que faça o movimento dialético entre o local e o universal a todo momento, tornou-se um espaço comum no virtual, onde distâncias reduziram-se a animações de mapas e fotos.

Segundo Aristóteles, a poesia é natural e a arte faz parte da vida do homem, já que a imitação é um dos meios de aprendizado mais utilizado pela nossa espécie.

Assim sendo, o resgate e a valorização da criação artística como fundamento da psiquê humana, como possibilidade de ligação com os arquétipos, com os desejos, negações e desentendimentos do ser, é um caminho que pode trazer um colorido diferente para o cotidiano. Porque da arte nada se leva. Tudo, nela, se constrói. Como o infinito, que habita no *a priori* de todos e manifesta-se nos pontos de encontro dos sonhos de compreensão entre os nossos.

### **Bibliografia**

ARISTÓTELES. Poética, Capítulos I a XII in O Belo Autônomo. Org. Rodrigo Duarte. Belo Horizonte: Editora UFMG, 1997.

COSTA, Jean Henrique. Stuart Hall e o modelo “encoding and decoding”: por uma compreensão plural da recepção in Revista Espaço Acadêmico, número 136. Maringá: Editora UEM, setembro de 2012.

HUME, David. Do padrão do gosto in O Belo Autônomo. Org. Rodrigo Duarte. Belo Horizonte: Editora UFMG, 1997.

SIMON, Nina. The art of relevance. California: Museum20, 2016.

PLATÃO. A república, livro III in O Belo Autônomo. Org. Rodrigo Duarte. Belo Horizonte: Editora UFMG, 1997.

