

PLATEIA-FOYER: DIÁLOGO E FORMAÇÃO DE PÚBLICO NA LEITURA DRAMATIZADA EM ARTES CÊNICAS

Yuji Gushiken

Departamento de Comunicação, Faculdade de Comunicação e Artes, Universidade Federal de Mato Grosso, Cuiabá, Brasil

RESUMO

O objeto deste artigo, em pesquisa de abordagem qualitativa, trajeto interdisciplinar e de natureza aplicada, é a formação de plateia de teatro, em sua eventualidade, e a busca pela sua transformação em público, virtualmente duradouro, através de práticas artísticas e comunicacionais designadas no campo das artes cênicas de “plateia-foyer” e “leitura dramatizada”. No plano teórico-metodológico, com objetivo descritivo e interpretativo, parte do modelo de estudos da comunicação como diálogo, característica do pensamento latinoamericano em comunicação, numa perspectiva de relações públicas, em que a prática da conversação e do comentário, entre a racionalidade da comunicação organizacional e o afeto da arte, emerge para a produção da vinculação social entre artistas e plateia/público. Opta-se por um estudo de caso sobre o Teatro Mosaico (Brasil), na montagem de dois textos dramáticos: o *Prólogo*, do diretor Sandro Lucose (2005), e *A Caravana da Ilusão*, do diretor Alcione Araújo (2000), em que comédia e drama, no mesmo espetáculo, fazem bifurcar os caminhos de uma companhia teatral.

PALAVRAS-CHAVE

comunicação, teatro, *plateia-foyer*, leitura dramatizada, formação de público

AUDIENCE-FOYER: DIALOGUE AND PUBLIC FORMATION WITH DRAMATIC READING IN PERFORMING ARTS

ABSTRACT

The object of this article, whose research adopts a qualitative approach, takes an interdisciplinary path and has an applied nature, is the potential formation of theatre audiences seeking to turn them into virtually lasting public through artistic and communication practices in the field of performing arts called “audience-foyer” and “dramatic reading”. At the theoretical and methodological levels, with descriptive and interpretative purposes, it draws from the model of studies of communication as dialogue, typical of the Latin American thinking in communication, from a public relations perspective, in which the practice of conversation and commentary, between the logic of organisational communication and the affection of art, emerges for the production of the social bond between artists and audience/public. This case study is about Teatro Mosaico (Brazil), in the staging of two dramatic texts: the *Prologue* (Prologue), by director Sandro Lucose (2005), and *The Illusion's Caravan* (The Illusion's Caravan), by director Alcione Araújo (2000), where comedy and drama, in the same play, made the paths of a theatre company bifurcate.

KEYWORDS

communication, theatre, audience-foyer, dramatic reading, public formation

1. INTRODUÇÃO: PLATEIA, ENTRE A CONVERSA E O COMENTÁRIO

O uso e a divulgação do neologismo “plateia-foyer” foram recorrentes no cenário de dança contemporânea brasileiro na década de 1990. No ambiente de artes cênicas, o termo era utilizado naquela década em eventos como o “Dança Brasil” e o “Panorama RioArte de Dança Contemporânea”, ambos realizados na cidade do Rio de Janeiro. Conforme o formato desenvolvido nos dois eventos cariocas, mas que existia simultaneamente em outros eventos artístico-culturais e com outras denominações, a atividade de *plateia-foyer* buscava instigar o diálogo entre espectadores e criadores em dança. Na comunidade de dança (artistas e público) que emergia, o pesquisador e produtor Roberto Pereira (2000) atribui a criação do neologismo a Helena Katz, então crítica de dança do jornal *O Estado de S. Paulo* e professora/pesquisadora da Pontifícia Universidade Católica de São Paulo.

Na prática mais comum e recorrente em sessões de *plateia-foyer*, o diálogo se realiza logo após a apresentação de uma peça, com a presença no palco de diretores e atores/bailarinos, com mediação realizada por pessoas ligadas, direta ou indiretamente, ao campo das artes cênicas. Em geral, para iniciar a interlocução entre artistas e plateia, o mediador faz um breve comentário sobre a peça em cartaz ou uma breve apresentação do diretor. A seguir, a palavra é repassada ao diretor da companhia, que faz comentários gerais sobre a peça apresentada. Durante a conversa, atores e/ou bailarinos também ganham a palavra e comentam o trabalho pelo ponto de vista de quem atualiza a obra artística no próprio corpo.

A prática de *plateia-foyer* atualiza um contexto comunicacional em que se traduz, em forma de diálogo, um outro operador discursivo, o artístico, que é primordialmente do âmbito do expressivo, do poético e do estético. A comunicação, neste caso, “traduz”, ou pelo menos tenta traduzir, a arte, mais pela demanda de plateias que insistem na busca de um “sentido”, e mesmo um “sentido em comum”, ao pressupor afinidades entre arte e comunicação. Após a fala do diretor e dos atores ou bailarinos, obedecendo-se a um cerimonial mínimo, mas sem maiores formalidades, abre-se ao público a oportunidade de formular perguntas e fazer observações a respeito do trabalho cênico aos artistas.

Plateia-foyer, prática dialógica e epistêmica no campo artístico, ideia em processo, apresenta-se no contexto da década estudada como uma espécie de ensaio ou laboratório artístico-comunicacional. O neologismo emerge como categoria nativa, ou seja, designação produzida pela própria comunidade artística pesquisada, e não exatamente um conceito consolidado, nas ciências da comunicação ou nas artes. Mas as experiências dos eventos de artes cênicas são o suficiente para se visualizar nesta atividade cultural um modo de se promover vínculos com a plateia para que plateias esporádicas e eventuais venham a se consolidar como público de artes cênicas.

Os procedimentos deste circuito comunicacional, no campo das artes cênicas, apresentam proposições das relações públicas, em especial nos autores de perspectiva psicossocial, segundo a qual uma das funções básicas desta disciplina, como ciências sociais aplicadas, é “formar público”. Mais especificamente, que esta formação de

público seja feita através da troca de informações, de modo deliberado e autogestado, pelos próprios participantes de uma determinada comunidade em seus circuitos de práticas culturais e dinâmicas de troca de informações.

O público, na moderna tradição das relações públicas, caracteriza-se como categoria social formada no jogo dialógico de consciências que se autoafirmam na proposição de ideias não necessariamente convergentes, e talvez tenha equivalência com aquele ideal do processo modernizador em que o diálogo se apresenta como uma das melhores imagens da prática educacional e da formação cidadã.

2. METODOLOGIA: COMUNICAÇÃO COMO DIÁLOGO

Neste artigo, de abordagem qualitativa (Minayo, 2009), buscamos uma construção teórico-metodológica em processo hermenêutico (Demo, 2014), com foco nos modos de representação social na prática conversacional de *plateia-foyer*, atentando à busca coletiva de sujeitos envolvidos (artistas e plateia), através do diálogo, no processo de vinculação social (Sodré, 2001), atualizada na formação de público em teatro. No plano teórico, consideramos o teatro e a comunicação como “campos” (Bourdieu, 2004), adotamos o modelo de estudos da comunicação como diálogo, do pensamento latinoamericano em comunicação (Alfaro, 1998; Gushiken, 2006), os conceitos nativos (elaborados no próprio ambiente pesquisado) de *plateia-foyer* (Pereira, 2000) e de leitura dramatizada (Vieira, 2014), ambos nas artes cênicas, e o conceito psicossocial de “público”, como formação social que advém da formação de plateia e dos debates públicos nas relações públicas (Andrade, 1989; Blumer, 1946/1978; França, 2004).

Nesta pesquisa interdisciplinar e de natureza aplicada, com base em estudo de caso sobre o Teatro Mosaico (Brasil), partimos do modelo de estudos da comunicação como diálogo, na proposição metodológica do epistemólogo brasileiro Venício Artur de Lima (2001). Nesse modelo, comunicação é definida como “diálogo, na medida em que não é transferência de saber, mas encontro de sujeitos interlocutores que buscam a significação dos significados” (Lima, 2001, p. 36).

O dialogismo constituiu uma marca característica do pensamento comunicacional na América Latina (Gushiken, 2006), no contexto da segunda metade do século XX, momento histórico em que as relações de poder no campo comunicacional relacionavam-se às contradições de classe social e à diferença entre países desenvolvidos e subdesenvolvidos, com intervenção teórico-metodológica mais visível na educação de adultos e em projetos de extensão rural (Bordenave & Carvalho, 1987).

Na realidade brasileira, tratava-se de pensar a comunicação numa outra abordagem, que não no paradigma da comunicação como difusão de informações, mas em uma concepção dialógica, em que se altera a natureza centralizada e unidirecional do processo comunicacional. O dialogismo carrega a responsabilidade ética de considerar a figura do receptor não como repositório de mensagens, mas como sujeito ativo, co-participante, capaz de reproduzir e recriar a responsabilidade da produção de sentido no processo comunicacional.

Na perspectiva dialógica da comunicação, há, portanto, a emergência de uma questão política que se anuncia: os processos de subjetivação e de emancipação, ao considerarem um receptor em sua capacidade de pensar e agir, se realizam numa atitude de este receptor dar-se consciência de sua participação como sujeito de um determinado processo comunicacional. Assim, na comunicação como diálogo, importa a relação dialética em construção, em que cada sujeito tem condições (físicas, intelectuais, emotivas) de atribuir sentido aos significados já dados na estrutura dos sistemas simbólicos.

A concepção de comunicação como diálogo, notadamente latinoamericana, a nosso ver, também caracterizou o pensamento comunicacional na emergência das relações públicas como disciplina no campo comunicacional (Gushiken, 2008), considerando que, ao contrário da propaganda, que se constitui numa prática difusionista e calcada, ainda, em noções de persuasão e função, as relações públicas optaram por apresentar conceitualmente uma concepção de comunicação em que a categoria “públicos” fosse formada em práticas dialógicas e autocríticas (Gushiken, 2006).

Esta horizontalização das relações sugeriu, no plano simbólico, uma aproximação mais consciente das organizações junto aos interesses de seus públicos, atuais e potenciais, num momento em que entrava em pauta uma questão, então, negligenciada no pensamento comunicacional do século XX: no plano geral, o amplo campo cultural, e, no plano específico, a diferença cultural, como questionadora dos processos comunicacionais lineares e de caráter difusionista.

O campo das artes, como pretendemos demonstrar neste artigo, apresenta-se também tensionado pela atração ou indiferença que os processos artísticos podem causar em suas audiências, mas, ao mesmo tempo, dadas as distintas experiências modernas de produção, circulação e fruição de artes num país de desigual acesso à educação e aos produtos culturais como o Brasil, considerando as expectativas que se atualizam ou se frustram na árdua busca pela formação de plateia de teatro que, possivelmente, pode se transformar em público.

Consideramos a categoria “público”, na concepção psicossocial das relações públicas (Andrade, 1989; Blumer, 1946/1978; França, 2004), como aquele segmento social que debate de modo ponderado uma determinada questão ou problema, buscando chegar a uma resolução coletiva, embora não necessariamente em condição majoritária ou de modo consensual. Assim, delimitamos as instâncias metodológicas e os processos metódicos deste artigo.

Como objetivo geral:

- compreender a prática de *plateia-foyer* como mediadora da leitura dramatizada entre os campos do teatro e da comunicação.

Como objetivos específicos:

- identificar na prática do diálogo a transformação da categoria “plateia” na categoria “público”;
- caracterizar teoricamente a comunicação dialógica como condição de formação de público em teatro;
- analisar a formação de público como vinculação social e, portanto, questão comunicacional no campo teatral no caso do Teatro Mosaico.

Nos procedimentos metódicos, como instância diretamente ligada aos níveis teórico e epistemológico (Lopes, 2003), adotamos os seguintes instrumentos: (a) uso de fontes documentais (em especial o roteiro do *Prólogo*, escrito pelo diretor Sandro Lucose) e (b) observação de campo de três sessões de leitura dramatizada e de *plateia-foyer*. Num primeiro momento, adotamos apenas a observação simples. Mas, após a observação da primeira sessão, fomos convidados pelo diretor da companhia a participar como interlocutores na leitura dramatizada e a participar da atividade de *plateia-foyer* na segunda sessão. Desta forma, o procedimento inicial de observação simples se alterou por intervenção do próprio grupo teatral pesquisado, o que não constava propriamente do percurso previsto da pesquisa de campo, mas um acontecimento que revela o contexto comunicacional e cultural das práticas culturais. Na situação imprevista, embora o pesquisador tenha sido acionado como interlocutor em uma das sessões de leitura dramatizada e *plateia-foyer* pela própria companhia pesquisada, conduzindo-nos a um contexto de observação participante, mantivemos primordialmente a opção pela observação simples na sequência das atividades tanto de leitura dramatizada quanto de *plateia-foyer*. Na imprevisibilidade, quando se considera a intervenção da pesquisa no campo estudado, convém considerar a intervenção que o campo estudado, no caso um campo artístico, promove no próprio processo de pesquisa.

A experiência desta situação nos permitiu adensar as relações com a companhia. No contexto que se altera, ao considerar o modelo da comunicação como diálogo, foi possível experimentar, de modo mais contundente, o tensionamento provocado pela própria companhia teatral quando convida alguém da plateia para uma conversa e troca de impressões. Na participação dialógica, evidenciaram-se: a transformação do pesquisador de elemento da plateia em sujeito constituinte de um público, o diálogo instigado pela companhia como condição desta transformação de categoria e, na sequência, a vinculação social como processo formador de plateia e público de teatro.

3. TEATRO: ENTRE ARTE E COMUNICAÇÃO

O que nos interessa destes breves trechos dos estudos em comunicação como estudos sociais aplicados é agenciá-los na observação de três sessões de leitura dramatizada e atividades de *plateia-foyer* como práticas artísticas e comunicacionais na produção de uma peça teatral. Mais especificamente, trata-se de abordar a formação de plateia e a transformação, a longo prazo, de plateia em público para as artes cênicas, atividade que pressupõe colocar em relação, não raro conflituosa, o ambiente das artes e o seu entorno social. Dá-se atenção ao fato de a atividade de *plateia-foyer*, neste caso como suplemento de sessões de leitura dramatizada, permitir o contato entre segmentos sociais para os quais o teatro pode ter distintos interesses e sentidos, e até mesmo desinteresses e não-sentidos.

O objeto desta pesquisa é a formação de público nas atividades de leitura dramatizada e *plateia-foyer* na montagem do texto *A Caravana da Ilusão*, do dramaturgo brasileiro Alcione Araújo (2000), e do texto *Prólogo*, do também dramaturgo brasileiro Sandro

Lucose (2005), pelo Teatro Mosaico, companhia criada na cidade do Rio de Janeiro e atualmente com sede na cidade de Cuiabá, capital do estado de Mato Grosso, na região Centro-Oeste do Brasil.

A montagem de *A Caravana da Ilusão* e do *Prólogo* pelo Teatro Mosaico, que realizou estreia no final do primeiro semestre de 2005, começou a temporada um semestre antes, ao abrir os ensaios ao público. Sandro Lucose, diretor da companhia, optou por exercitar os atores não apenas em ensaios fechados, mas também na prática da leitura dramatizada, atividade aberta ao público e no início dos anos 2000 uma prática ainda emergente no circuito teatral brasileiro.

Sessões de *plateia-foyer* e de leitura dramatizada emergiam naquele período como atividades suplementares no campo teatral, mas denotavam a necessidade comunicacional de se promover o teatro como campo artístico numa capital de estado que naquele início de século XXI, caso de Cuiabá, tinha poucas companhias de teatro em atividade, e, de modo rarefeito, quase nenhuma atuando com estrutura profissional e com atividades artísticas constantes.

A formação de grupos de teatro e sua movimentação em torno de entidades de classe ainda indicavam uma incipiente organização política dos sujeitos envolvidos. A profissionalização do Teatro Mosaico, nome de fantasia da companhia em atividade desde 1995, com registro formal no Cadastro Nacional de Pessoas Jurídicas desde aquele ano, indicava mais um desvio da norma do que uma prática recorrente e consolidada no campo teatral na capital de Mato Grosso. Nesse contexto, a formação de plateia e público em torno de artes cênicas tornava-se um desafio na formação do campo teatral.

No contexto estudado, usamos as noções de *plateia-foyer* e de leitura dramatizada ora como fenômenos artísticos-comunicacionais, ora como categoria analítica. Com base na epistemologia de Melvina Araújo (2011) sobre os processos culturais sincréticos, consideramos, na fluidez das categorias, a capacidade que elas têm de passar de um contexto a outro, ou seja, de dado empírico a potencial conceito, o que sugere, na interface estudada entre os campos teatral e comunicacional, a emergência das chamadas “categorias nativas”, na medida em que um determinado campo passa a ser pensado pelos próprios sujeitos envolvidos em sua produção.

A produção das sessões de leitura dramatizada e de *plateia-foyer*, o que incluía o trabalho de comunicação organizacional, dada a necessidade de formação de plateia e público em 2005, era responsabilidade do ator Celso Francisco Gayoso, então estudante de jornalismo na Universidade Federal de Mato Grosso, que interpretava o personagem Roto, em *A Caravana da Ilusão*. A presença de um ator-comunicador, funções que se desdobram no meio teatral local, dada a inexistência de formação específica em artes cênicas em Mato Grosso, contribuiu para se constituir, de modo interdisciplinar e laboratorial, um pensamento comunicacional no Teatro Mosaico, o que incluía a prática de assessoria de imprensa e o desenvolvimento de relações institucionais da companhia com seus públicos, então, em processo de formação. As sessões de ensaios abertos na forma de leitura dramatizada e de *plateia-foyer*, pensadas como desenvolvimento de relações institucionais, serviram para preparar a turnê que se realizou no

segundo semestre daquele ano, sob coordenação da Fundação Nacional de Arte, órgão do Ministério da Cultura.

A *Caravana da Ilusão*, peça escrita para um ato só e concluída em 1981, é o nono trabalho de Alcione Araújo (2000). A peça, escrita com base na contemplação de quadros da fase rosa do artista espanhol Pablo Picasso, tem como tema a paradoxal tristeza otimista dos membros do Circo Medrano, em Paris, dada a precariedade material dos membros da trupe circense e a melancolia das cenas de bastidores do circo. Na peça de Alcione Araújo, há os personagens Bufo, Lorde, Bela, Roto e Ziga. Todos eles são membros de uma pequena trupe de circo mambembe que, em meio a uma paisagem desértica, precisa decidir que rumos tomar quando, após a morte do líder, “o caminho se bifurca”.

O *Prólogo*, escrito por Sandro Luose (2005), diretor do Teatro Mosaico, é um texto metalinguístico, referência explícita ao próprio teatro, ao recriar personagens de textos consagrados do teatro cômico, entre eles *O Mambembe*, de Artur Azevedo, e *O Doente Imaginário*, de Molière. No *Prólogo*, o diretor busca organizar cenicamente repertórios do teatro clássico nacional e internacional com elementos da cultura popular brasileira. Esta disposição permitiu a criação de uma comédia, na qual os vestígios teatrais são desconstruídos na discursividade popular, aproximando-se do imaginário capaz de provocar o riso diante da seriedade do próprio ambiente teatral como arte erudita.

Recursos cômicos são evidentes na leitura dramatizada do *Prólogo*, que apresenta trechos e sugestões de trejeitos recorrentes ao gênero de comédia. Não por acaso, uma das referências diretas recriadas pelo diretor Sandro Luose é *O Mambembe*, caracterizado como uma burleta, referência à brincadeira e zombaria, com enunciados maliciosos e trocadilhos picantes, abordagem paródica da seriedade do teatro dramático e sátira que faz a crítica social (Celestino & Martins, 2018). O *Prólogo*, portanto, no início da montagem do espetáculo, imprime um ritmo veloz e alucinante na provocação do riso, que depois viria a impactar, pelo contraste, a desaceleração rítmica no trecho de *A Caravana da Ilusão*.

Na montagem de *A Caravana da Ilusão*, emerge a dúvida aos personagens: tomar rumo em direção ao mar ou à montanha? No *Prólogo*, outra dúvida emerge ao diretor na montagem do espetáculo: direcionar-se rumo à comédia ou ao drama? Na montagem dos dois textos, em sequência, no mesmo espetáculo, a companhia Teatro Mosaico interpela seus diferentes públicos na interface entre arte e comunicação: plateia eventual ou público participante? A leitura dramatizada e a *plateia-foyer* tornam-se um circuito de produção, circulação e consumo de informações em que as dúvidas sobre os rumos do espetáculo não se esvaem, mas o contexto acaba por estruturar as condições de criação de outra narrativa através da qual se busca formar plateia e, mais além, transformar plateia (invariavelmente ocasional) em público (possivelmente permanente).

Leitura dramatizada, recurso educacional nas áreas de letras e educação, e mais recentemente nas artes performativas, torna-se um meio caminho entre leitura e teatro, maximizando duas ferramentas educacionais fundamentais: a leitura e a expressão dramática (Vieira, 2014, p. 233). Um ensaio inclui trabalho com atores, podendo ser interrompido pelo diretor para correções de ritmo, entonação de voz, marcação do

espaço cênico, entre outros aspectos da produção teatral. Na leitura dramatizada, com ocorrência de erros ou não, o ensaio em geral prossegue diante de eventual plateia que estiver presente no local. Esta eventualidade da plateia pressupõe que haja, no caso das artes cênicas, um público reduzido e ocasional. Em geral, trata-se de membros de outros grupos de teatro, estudantes de artes ou amigos, ou seja, um grupo que vai ao espaço de ensaio de forma espontânea. É exatamente a eventualidade da plateia que, do ponto de vista da produção da vinculação social, indica o investimento das companhias de teatro em comunicação organizacional e na formação não só de plateia, mas de públicos permanentes.

As três leituras dramatizadas do *Prólogo* e de *A Caravana da Ilusão* produziram duas experiências artísticas, que buscamos analisar na perspectiva comunicacional: (a) abertura das leituras dramatizadas ao público em geral, ocasião em que a companhia convida de modo específico debatedores, especialistas ou não em teatro, para troca de impressões e comentários, divulgando estas sessões pela imprensa, principalmente dos cadernos de cultura; e (b) realização, após as leituras, do exercício de *plateia-foyer* com os debatedores convidados e com a plateia em geral, que, com base na divulgação e nos convites dirigidos, compareceu às leituras.

A temporada teve uma série de três leituras dramatizadas, seguidas de debates na prática de *plateia-foyer*. Na primeira sessão, realizada no Centro Cultural Casa Cuiabana, foram convidados dois professores de filosofia: a Professora Mestre Maurilia Valdez do Amaral e o Professor Doutor José Carlos Leite, ambos então vinculados ao Instituto de Ciências Humanas e Sociais da Universidade Federal de Mato Grosso. Na segunda sessão, o convidado era da área de comunicação: o Professor Doutor Yuji Gushiken, vinculado, naquele período, ao Instituto de Linguagens da Universidade Federal de Mato Grosso, que participou como convidado e comentarista (na oportunidade, houve leitura dramatizada também do texto *A Menina e o Vento*, da dramaturga brasileira Maria Clara Machado). Na terceira leitura dramatizada, seguida de *plateia-foyer*, dois reconhecidos artistas da área teatral participaram dos debates: João Brites, português, diretor do grupo de teatro O Bando, de Portugal, e Amauri Tangará, brasileiro, diretor da companhia D'Artes do Brasil.

As duas primeiras sessões, debatidas com não especialistas em teatro, tiveram, cada uma, cerca de 20 pessoas na plateia, com um perfil heterogêneo, que indicava uma demanda reprimida e ainda difusa, mas uma demanda potencial por consumo de peças teatrais e debates sobre artes cênicas. A terceira sessão, provavelmente pelo caráter dirigido a especialistas em teatro, em especial por se tratarem de dois nomes relevantes no teatro português e brasileiro, teve presença mais restrita de público, o que não se configura como problema, na medida em que o público especializado, como elemento legitimador de um campo, exerce forte influência entre grupos artísticos na troca de impressões e experiências.

As discussões entre artistas e os diversos segmentos de público se sucediam, questões eram colocadas, dúvidas eram postas ao diretor, cantarolavam-se canções, perguntas eram formuladas entre os pares, e, até mesmo, sugestões eram dadas para a

montagem do trabalho cênico em questão. Na primeira sessão, os professores de filosofia contemporânea promoveram reflexões sobre a distinção entre estética e poética, produzindo suas impressões sobre o texto dramatizado a partir de seus próprios estudos acadêmicos. Na segunda sessão, as relações entre espaço e tempo, dada a experiência produzida no quintal de um antigo casarão histórico, teve como interesse principal a produção do espaço cênico, diretamente relacionado aos lugares de memória na cidade. Já na terceira sessão, dada a assinatura que os dois diretores de teatro convidados já detinham no campo artístico em Portugal e no Brasil, a ênfase da conversa, em observação de especialistas, recaiu sobre o ritmo que a companhia estava imprimindo entre os trechos de comédia e drama.

O caráter dialógico do processo se instala e vai fazendo diferença na concepção do espetáculo, que, em processo interativo e participativo, já começava ali mesmo nas discussões de leitura dramatizada e *plateia-foyer*. O espetáculo começava a ser produzido virtualmente na troca de informações, o que no mínimo faz confundir a ideia de começo e fim de uma obra artística e da própria noção de estreia. Se objeto estético é o impacto do artefato (texto dramaturgico, no caso) no leitor (Kothe, 1981), a leitura dramatizada e a *plateia-foyer* acentuam o curto-circuito que a obra promove entre autor e receptor, na medida em que autor, diretor e atores passam a dialogar com diferentes perfis de plateia, no processo de se tornarem públicos de uma companhia.

Se os textos clássicos eram de conhecimento do público específico (atores e diretores de teatro), eram ainda novidade para outros perfis profissionais que passavam a se constituir como “público” no diálogo sobre artes. No circuito de troca de impressões, professores de filosofia produziam comentários e atribuíam interpretações aos textos dramaturgicos, abrindo novas frentes de pesquisa e possibilidades na montagem em processo. O pesquisador de comunicação ampliava seu próprio repertório sobre artes, na mesma medida em que traçava impressões sobre a peça ensaiada e, naquele contexto, participava mais como mediador do que interlocutor especializado no campo teatral. Especialistas em teatro teciam comentários que soavam como um código muito específico e próprio da cena teatral. No conjunto, especialistas em teatro e leigos passavam a conhecer o texto do *Prólogo*, do diretor Sandro Lucose, e o texto de *A Caravana da Ilusão*, de Alcione Araújo.

O *Prólogo* acentua o tom da comédia, num exercício de leitura e expressão dramática aos atores, com texto falado em ritmo acelerado, numa técnica considerada pelo meio teatral de dúvida assimilação para exercício do ator e de acesso facilitado para plateias não especializadas. O *script*, distribuído aos convidados para leitura preliminar, indica que o *Prólogo* será encenado fora do prédio do teatro e, ao final desta parte, a trupe, ao modo de uma caravana, convida a plateia a entrar no espaço com palco italiano. Final do *Prólogo*, final da comédia. E início, para a companhia, do drama, em sentido mais amplo. Nesta segunda parte da obra, a montagem prossegue com *A Caravana da Ilusão*, peça em um ato só, de Alcione Araújo, texto de densidade dramática que desacelera bruscamente o ritmo frenético do *Prólogo*. Entre a comédia e o drama, transita a imagem, ainda na potência do virtual, de possíveis reações da plateia.

Sabe-se, de antemão, da preferência generalizada do público leigo, ao menos no universo da cultura de massa, pela comédia e da árdua atração que os dramas exercem sobre ele, o que implica dizer que haveria um estranhamento do público pela variedade de gêneros na composição do mesmo trabalho cênico.

Nesta tensão entre comédia e drama, delineiam-se a leitura dramatizada e a *plateia-foyer* como demandas de consumo cultural e como instrumentos mediadores da plateia na construção e nos rumos da obra. Certamente que estas duas atividades não são praticadas ao modo de “pesquisa de opinião” ou “pesquisa de mercado”, como se fosse necessariamente característica da arte investir neste tipo de tecnologia da predição dos gostos e da necessidade da companhia tornar a peça em mercadoria da indústria do entretenimento. Mas estas atividades permitem ao diretor da peça e da companhia perceber as inúmeras interpretações que se atualizam no diálogo com a plateia, dada também a diversidade que a constitui.

Nas três sessões de leitura dramatizada e *plateia-foyer*, um dos aspectos que aparentemente mais afetou a plateia, em especial o público especializado de atores e diretores, é precisamente a desaceleração de ritmo entre o gênero da comédia no *Prólogo* e o texto dramático de *A Caravana da Ilusão*. O teatro provoca a plateia, que, na esteira de tornar-se público, indaga a companhia de teatro, formando nesses diálogos um *ethos* em torno de um determinado campo artístico e cultural. Neste caso, a troca de informações se realiza não mais de forma linear, mas de forma multidirecional, em sua bivalência e indeterminações, como se analisa na perspectiva do pensamento comunicacional latinoamericano e suas releituras na área de relações públicas e comunicação organizacional. Nesse processo, nem sempre perceptível, se atualizam os modos de vinculação social entre companhia de teatro e seus diversos públicos.

4. COMUNICAÇÃO: INFORMAÇÃO E CONHECIMENTO COMO DÁDIVAS

A leitura dramatizada aberta ao público e a *plateia-foyer*, ao incorporarem o olhar do público em geral à obra, que retorna ao público em forma de espetáculo, atualizam uma espécie de sistema comunicacional e cultural de *dádiva* e *contra-dádiva* contemporânea. Estudos em ciências sociais descrevem tal fenômeno em culturas não ocidentais como um tipo de sistema de prestações totais, através das quais Marcel Mauss (2003) tentou compreender melhor a natureza das transações humanas nas sociedades que nos cercam. A *plateia-foyer*, como suplemento da leitura dramatizada, atualiza-se como um sistema de dádiva e contra-dádiva informacional. A informação, mais que partir de um ponto a outro de forma unilinear, circula, modulando os vínculos sociais e a produção de conhecimento sobre teatro. A informação emitida retorna, formando um circuito propriamente comunicacional e epistêmico. O processo comunicacional modula, neste caso, a formação de plateia e público de teatro.

Do público eventual ao público artificialmente induzido e produzido historicamente, tema agonístico em comunicação organizacional, há pelo menos uma especificidade a ser notada nas atividades de *plateia-foyer*: o fato de que esta atividade se torna um

esforço não apenas para a simples formação de plateia. Isto porque atrair plateia para as apresentações de uma peça equivale a uma ideia de simplesmente “pôr em relação” uma organização — no caso, uma companhia de teatro — e o entorno social onde está inserida, sem, contudo, produzir relações permanentes.

A especificidade da *plateia-foyer* é que, na dimensão comunicacional desta atividade cultural, vai-se além da simples atração de plateia, como promoção de relações sociais, porque o esforço de formação de público se dá num mais além, ou seja, na produção de vinculações sociais como estruturas socialmente instituídas e, portanto, mais duradouras. Em outras palavras, mais que a simples ida às apresentações no espaço cênico, o debate com a plateia faz com que ela deixe de ser um agrupamento esporádico e eventual para se tornar um público, que, pelo menos hipoteticamente, produz vínculos mais consistentes, intelectuais e afetivos com a organização, no caso, a companhia teatral.

A companhia oferece a arte do teatro como *dádiva*. A plateia oferece o olhar, no qual a obra se atualiza, como *contra-dádiva*. O público — plateia que discute a obra e dá consistência artística e histórica à trajetória da companhia — atualiza aquele “espírito da coisa dada” que, circulando na plateia que se forma, vai, ao menos hipoteticamente, lançar as bases para a formação de um público de teatro. Esta é uma ocasião em que saberes e segredos trocados entre companhia teatral e público ganham aqueles ares de práticas comunicacionais horizontalizadas, participativas, em que a companhia (organização) teatral se enreda no ambiente social de seu entorno e reinventa uma ideia de prática cultural, para além da prática artística.

A dubiedade, porém, marca um evento desta natureza. Num primeiro momento, há a necessidade de tornar acessível o ambiente artístico, em especial o teatro, como lugar já sacralizado pelos rituais da chamada “cultura erudita”, a um segmento maior da sociedade, os não especializados e, até mesmo, o não-público de teatro, para difusão dos segredos das artes e formação de novas plateias e públicos, até então apenas na potência do virtual. Em outro momento, ou simultaneamente, evidencia-se a necessidade de a companhia de teatro voltar-se para os pares do ambiente artístico, ou seja, outros artistas, considerados como “público de interesse” (Giácomo, 1993), para que se realize uma leitura especializada nos debates sobre a obra e se produza uma margem de segurança simbólica ao processo de montagem e ao resultado da obra então encenada.

Se há tal dubiedade é porque, do ponto de vista organizacional, a companhia atenta-se e investe na demanda do público especialista, que seria *público de interesse*, com a companhia evidenciando interesse no desenvolvimento dos processos e do pensamento artístico. Ao mesmo tempo, a companhia, mais que dialogar com os pares especialistas, diagnostica a necessidade de ampliar plateia e, na sequência, formar público. O desenvolvimento de relações com seus diversos públicos são desafios que marcam a trajetória da companhia de teatro, que aciona, a partir de um campo artístico, a comunicação como diálogo, modelo comunicacional como ferramenta para gestão das demandas, virtualmente crises, que se anunciam com a interpelação (intelectual, sensível, mercadológica) de seus distintos públicos.

Em outras palavras, o que se evidencia nestas atividades de leitura dramatizada e de *plateia-foyer* é a ampliação da audiência, a criação de plateia que se transforma simultaneamente em público, com participação dos especialistas, mas com a especificidade da criação da vinculação social como questão comunicacional e, de modo específico, vinculação intelectual e afetiva entre companhia de teatro e o entorno social da cidade-sede e de outros lugares por onde leva seu repertório cênico. Portanto, não se trata apenas de atender à demanda do chamado “público de interesse”, que no caso do teatro seria constituído pela crítica especializada e pela plateia especializada, mas também, e não menos importante, à demanda de plateia e público mais amplos, que atualizariam a imagem da crítica social nos processos de fruição e consumo artísticos.

Na prática, esta atividade de *plateia-foyer* se atualiza dando visibilidade a preceitos dos estudos em relações públicas e do pensamento latinoamericano em comunicação em seu aspecto dialógico. E coloca em questão a ideia de que técnicas de comunicação seriam “segredos” e saberes restritos aos meios acadêmicos e profissionais, ainda que a sabedoria popular, propriamente de domínio público, faça de tais saberes algo já praticado como bem comum, uma espécie de fortuna crítica, o que, a nosso ver, designa a força paradigmática da comunicação na constituição da cultura contemporânea.

Estes aspectos da cena teatral interessam à área de comunicação, na medida em que evidenciam a prática deliberada entre artistas e plateia de um diálogo, no qual a obra em questão já tem uma existência virtualmente potente. Um processo se delineia neste caso estudado: o artista plástico espanhol Pablo Picasso retira da vida mambembe de circo na França as imagens de sua conhecida fase rosa; o dramaturgo brasileiro Alcione Araújo, diante de uma certa tristeza otimista das telas de Pablo Picasso, escreve *A Caravana da Ilusão*; o dramaturgo brasileiro Sandro Luçose produz uma montagem do texto de Alcione Araújo e escreve o *Prólogo*, desenvolvendo cenicamente ambos em sessões de leituras dramatizadas e *plateia-foyer*.

O detalhe, neste processo de tradução intersemiótica (das artes visuais à literatura e ao teatro e das artes às questões comunicacionais), é que a obra teatral não se resume ao texto do roteiro, nem à experiência de uma montagem. No exercício de leitura dramatizada e *plateia-foyer*, o diretor, ao abrir o diálogo com a plateia, faz com que o processo de montagem seja mais que a encenação de um texto. A companhia de teatro, na figura do diretor e dos atores, vai além: o grupo enfatiza na obra a condição de um hipertexto, aberto, suscetível ao olhar da plateia que, através de uma crítica social especializada ou não, interfere, em certa medida, no trabalho que se verá no palco meses depois. Quando menos se percebe, a obra já estava em processo, sob olhar e com participação do público, bem antes da estreia dita oficial.

5. IMAGEM INSTITUCIONAL: ENTRE A COMÉDIA E O DRAMA

O Teatro Mosaico definia-se, naquele período, como uma “companhia de repertório” que incluía em seu histórico profissional, até o período estudado, as seguintes montagens: *A Menina e o Vento* (Maria Clara Machado), *Auto da Estrela Guia* (Sandro

Lucose), *Muito Barulho por Nada* (William Shakespeare) e *Sambalelê* (adaptação do folclore brasileiro em formato musical). A imagem institucional da companhia, em diagnóstico traçado pela própria direção, é a de que, com tal repertório, o Teatro Mosaico fixou-se diante de seus públicos como uma companhia de comédias¹.

Esse repertório resultou em convites para participar de festivais de artes cênicas pelo Brasil: “Festival Internacional de Londrina” (estado do Paraná), “Festival de Teatro de São José do Rio Preto” (estado de São Paulo), “Festival de Teatro de Curitiba” (estado do Paraná) e “Goiânia em Cena” (estado de Goiás), além de excursões por cidades de vários outros estados do país. Com o reconhecimento de tal repertório pelos pares da comunidade artística nacional, a montagem simultânea no mesmo trabalho de uma comédia, o *Prólogo*, e de um drama, *A Caravana da Ilusão*, surge, portanto, como um desafio por exigir novos exercícios de direção, encenação e produção. Entre a comédia e o drama, parafraseando um trecho do roteiro do texto de Alcione Araújo, “o caminho se bifurca” na trajetória da companhia.

Com base neste desafio, compreende-se a prática de leitura dramatizada e de *plateia-foyer* como “invenção” de uma atividade cultural que produz diferença em relação à própria encenação da peça. A leitura e o debate se inscrevem como outro momento da produção, circulação e consumo de bens culturais. Certamente que não cabe à arte “comunicar” ao público o virtual “sentido” de uma obra. Mas cabe à companhia exercitar, na experiência do diálogo, a capacidade da predição mínima para informar as novas atividades, propriamente cartografias culturais, que também alteram a imagem institucional da companhia.

Em outras palavras, não é apenas a passagem da comédia ao drama que modula a imagem institucional do Teatro Mosaico. A própria experiência das leituras e das atividades de *plateia-foyer* implica uma modulação do conceito de companhia que se pretende construir. Num primeiro momento, a leitura dramatizada e a *plateia-foyer* seriam dispositivos captadores de sensações da plateia para montagem da obra. Mas estas duas atividades tendem a ganhar elas próprias o estatuto de eventos culturais, ao serem inventadas como outros modos de afetar plateia que, árdua e lentamente, se transforma em público.

O campo da produção teatral em Cuiabá, na primeira metade da primeira década do século XXI, se revitalizava em meio à profusão simultânea de produção musical, literária, audiovisual, artes plásticas, entre outras artes, incluindo teatro. A condição do consumo dito “cultural”² na cidade, não sendo diferente em outras regiões do país, inclui a dúvida se haveria plateia para espetáculos de teatro que não sejam os das produções comerciais, com apelo midiático de atores famosos de televisão e forte campanha de propaganda de caráter massivo. Este aspecto do pano de fundo cultural aparece como questão para se pensar as artes cênicas na medida em que ele se torna também parte da condição de produção e consumo de outros gêneros e formatos artísticos.

¹ Posteriormente, a companhia viria a fazer montagens de espetáculos dramáticos com personagens do imaginário popular, como *Anjo Negro* (Nelson Rodrigues) e *Peer Gynt* (Henrik Ibsen), entre outras.

² Além do Teatro Mosaico, algumas companhias vêm produzindo de forma constante em Mato Grosso, como o Teatro Fúria, o Pessoal do Ânima, a Companhia Khatarsis, o Grupo Têpsis e o Cena Onze.

Em Cuiabá, cidade situada num aglomerado urbano multiétnico que se aproxima de seu milhão de habitantes no Centro Geodésico da América do Sul, companhias de teatro trabalham no formato amador ou profissional, com apoio de pequenas e médias empresas, patrocínios de marketing cultural de grandes empresas em conexão com uma Lei Estadual de Incentivo à Cultura (transformada em Fundo Estadual de Incentivo à Cultura, em 2006), de uma Lei Municipal de Incentivo à Cultura e também de eventos³ do Ministério da Cultura que atendem a demandas ditas regionais. O fomento, quando existe, tem origem em políticas públicas nem sempre consistentes e de marketing empresarial nem sempre muito constantes. Os patrocínios de longo prazo, quando muito, tornam-se apoios para projetos de curto e médio prazos.

Nestas condições socioeconômicas e políticas, a *plateia-foyer* evidencia-se como instrumento de formação de plateia e de público. Desta maneira, percebe-se a dinâmica que esta atividade impõe ao circuito teatral e ao seu entorno sociocultural de modo mais amplo. Num primeiro momento, a atividade forma plateia que vai ao teatro fruir um espetáculo. Simultaneamente, forma um público que, mais que simplesmente fruir um espetáculo, passa hipoteticamente a ter o teatro como instância mediadora de uma nova sociabilidade. Teatro torna-se mais que um texto, uma montagem ou um espaço de encenação. Torna-se uma espécie de obra aberta em que a participação da plateia-público é que dá a dimensão da virtualidade do trabalho cênico e suas implicações no entorno sociocultural. A abertura à participação da plateia-público na montagem da companhia Teatro Mosaico sobre os textos de Alcione Araújo e de Sandro Lucose evoca o diálogo como princípio modulador, propriamente uma reinvenção cultural, que faz uma imersão no imaginário já dado e o transforma num novo mapa da realidade.

6. PENSAMENTO LATINOAMERICANO EM COMUNICAÇÃO: ENTRE UM USO E OUTRO

Na perspectiva dialógica do pensamento latinoamericano em comunicação, a atividade de *plateia-foyer*, ao suplementar a leitura dramatizada, não implica que a figura do diretor de teatro e a companhia promovam apenas uma extensão de conhecimentos, ao modo de um difusionismo cultural como transmissão de informações especializadas em teatro a um público leigo.

A *plateia-foyer* cria condições para que haja interatividade entre a companhia e seu público, até então um público virtual, em processo de formação-atualização na plateia que vai assistir à peça. São condições em que, através da troca de informações e da reflexão sobre os temas propostos pela peça em cartaz, a plateia produz diferença em relação a si mesma como sujeito do saber e produz diferença na própria obra que vai se compondo nesse sistema de intervenções mútuas (da obra na plateia e da plateia na obra).

A prática de *plateia-foyer* acaba por propiciar, com o teatro e o debate sobre o próprio teatro, uma certa consciência de estar no mundo, reagindo sensorial e intelectualmente à arte e, de modo específico, com a arte teatral. Talvez chamem a isto de um jogo entre cidadania, como demanda pelo consumo de bens culturais, e subjetividade,

³ Caso da Caravana Funarte, projeto pelo qual grupos e companhias de teatro circulam por suas regiões geográficas.

como produção de um território existencial e sensível. A dinâmica do consumo cultural, no caso do teatro, talvez se relacione diretamente com o plano do desejo, logo, de uma dinâmica inconsciente. Mas trata-se não do inconsciente como falta, mas de uma dinâmica produtiva, que pressupõe, na prática do diálogo, o vínculo racional do que o comunicólogo ítalo-venezuelano Antonio Pasquali (1973) chama de “com-saber”.

Entre a fruição de arte e o diálogo sobre arte, o que há na formação de público é a passagem do nível meramente informacional ao comunicacional, em que a linguagem opera nos níveis sensorial e intelectual. Como dizia o educador brasileiro Paulo Freire (1977), no diálogo, o conhecimento não apenas se transmite; o conhecimento é criado no diálogo. É quando a arte ganha aquela condição — minoritária que seja e não necessariamente massiva — de ser elemento constituinte do interesse público.

Na perspectiva comunicacional, mais especificamente do pensamento comunicacional gestado na América Latina, a criação de plateia e público no âmbito da leitura dramatizada e da *plateia-foyer* não pressupõe o teatro se impondo à sociedade como modelo cultural a ser seguido ou copiado, ao modo de um processo de modernização tardia num país ainda pouco afeito ao consumo de produções cênicas e a frequentar salas de teatro. Não se trata de um processo de imposição cultural, mas de uma relação de troca, em que há, certamente, desconfiças mútuas, algum vacilo no jogo de invenção da vinculação social, algum mal-estar no consumo de um bem cultural que pode parecer sem sentido e supérfluo no cotidiano. Daí o evidente receio, para quem está do lado de fora do ambiente teatral, de fazer um investimento afetivo na arte, porque ela vincula as pessoas causando incômodos ou incomoda produzindo vinculações sociais. Neste caso, a arte do teatro é aquele elemento estranho que, de modo mambembe, tal qual nômade do deserto, transita por um território e indaga as pessoas com risos de comédia e conflitos de outros dramas.

Acontece de haver, nesses contatos interculturais, aquele estranhamento inicial, em que a linguagem apresentada, no caso o teatro, é causadora de desconfortos. A relação que se cria, contudo, é de bivalência, na qual a companhia de teatro atua como doadora de arte, produtora de informações, mas que faz um jogo no qual a própria plateia se firma como elemento dinâmico no processo artístico. Não há, neste caso, a doação de informação como pressuposto de um certo desenvolvimento cultural, ou especificamente artístico, em que há a prevalência de uma instância dotada de saberes que os institui aos não dotados deste saber.

O que há é um desenvolvimento da concepção de produção cultural em que se considera, através do processo dialógico, o ambiente cultural onde a companhia se apresenta, e a própria relação de bivalência, em que os sujeitos envolvidos são simultaneamente produtores e consumidores de informação. Estas são evidências de que o tema aqui tratado tem paralelos com o que se chama de pensamento latinoamericano em comunicação e suas aplicações no campo teórico das relações públicas e da comunicação organizacional.

Num primeiro momento se poderia pensar na produção e difusão teatral como um modo de se alavancar uma determinada sociedade a patamares mais elevados do ponto de vista cultural. Sabe-se que esta questão, já bastante desgastada, redundou

em modelos de difusão cultural e comunicacional de caráter pretensamente modernizador. Antiga que seja, esta modulação difusionista não raramente reemerge como panaceia do desenvolvimento socioeconômico e cultural. O campo da comunicação na América Latina tem, historicamente, apresentado estudos e relatos de casos o suficiente para mostrar as complicações socioculturais do modelo difusionista. Quando a questão é cultural, interessa — simultaneamente como questão comunicacional — perceber como se forma, num país latinoamericano como o Brasil, o campo das artes cênicas, na mesma medida em que tantas outras áreas se perguntam, por exemplo, como se produz um campo artístico, não apenas pela produção, mas também pelas políticas públicas, atividades educacionais e processos de marketing empresarial que atualmente condicionam a circulação e o consumo de bens culturais.

O caso do teatro evidencia estes descompassos entre produção e consumo de bens culturais, tendo como pano de fundo dimensionadas desigualdades socioeconômicas e diferenças culturais. Qualquer diagnóstico tendo como base a programação cultural divulgada em cadernos de cultura da mídia impressa indica, no Brasil, uma forte concentração de produção e conseqüente consumo teatral em duas cidades: Rio de Janeiro e São Paulo, as duas maiores e mais importantes metrópoles brasileiras. A formação de plateia de teatro em geografias onde as artes cênicas ainda não são prática recorrente e consistente é também uma questão de desigualdade regional.

Certamente que o campo artístico, qualquer que seja, se faz também com a intervenção de outras instâncias sociais que, no caso das artes cênicas, incluem cursos de formação de atores e de direção teatral, disponibilidade de espaços cênicos, atuação de produtores capacitados, serviços técnicos de iluminação e sonorização, formação de profissionais de imprensa e marketing especializados, existência de políticas educacionais voltadas para o campo artístico e, não menos importante, elaboração de políticas públicas em todos os níveis — municipal, estadual e federal — voltadas para o campo cultural. Não é bem esta realidade que se encontra facilmente fora do eixo Rio-São Paulo, o que implica dizer que teatro, no Brasil, equivale a modernismo sem modernização. Longe de ser tradição, apresenta-se como aquele elemento do universo culto em busca de legitimação social na mediação com outras instâncias da produção e do consumo culturais.

7. CONSIDERAÇÕES FINAIS

No Brasil, há tradições culturais, como a literatura, de memórias mais bem trabalhadas que as artes cênicas. O teatro, apesar de sua tradição em países da Europa e da Ásia, se apresenta no circuito cultural brasileiro mais ao modo de uma jovem tradição, que teria, nos dias de hoje, a leitura dramatizada e a *plateia-foyer* como dispositivos mediadores e legitimadores em meio à formação e consolidação histórica dos costumes nacionais. Estas atividades apresentam-se, portanto, como inovações culturais do ponto de vista dramático e comunicacional. De forma mais apropriada, coube às condições locais de produção e consumo de bens culturais reinventar seu próprio modo

de funcionamento. Inovações são cartografias produzidas, inventoras de novos mapas, que alteram e produzem um imaginário cultural sempre fluido. São tradições do futuro.

Como se percebe, esta tradição do teatro que se reinventa passa pela mediação literária da leitura dramatizada e da mediação comunicacional da *plateia-foyer*. São indícios de que o cultivo da arte passa necessariamente, nos dias de hoje, pelo campo da comunicação. É uma mediação que se impõe, enquanto instituições do campo propriamente educacional e cultural não ganham a condição de indutoras deste cultivo. Acontece que a comunicação é um campo do saber em que os usos teóricos inventam modos de funcionamento das linguagens. Mais especificamente, os *usos* do pensamento latinoamericano em comunicação inventaram processos dialógicos de construção de vinculações sociais.

Pode-se pensar, portanto, na comunicação como um campo que, por suas atividades heterogêneas, multifacetadas mesmo, afirma sua hegemonia em meio às quais outras formas de expressão, como as artes cênicas, tendem a se conectar nesta contemporaneidade. Um modo de conexão é não necessariamente sua difusão massiva como imperativo cultural. Mas, antes, trata-se de mediações que se inventam em meio ao circuito teatral, ele próprio mediador e gestor de processos comunicacionais, caracterizadamente dialógicos, como um dia pensados em geografias da América Latina.

No decorrer das décadas, o Teatro Mosaico lançou-se em novas experiências e com distintas linguagens cênicas, na montagem de textos de autores diversos, como o inglês William Shakespeare, o brasileiro Nelson Rodrigues e o norueguês Henrik Ibsen, além da produção mais recente de intervenção artística desenvolvida pelo diretor Sandro Lucose em seus estudos de doutoramento entre a Universidade Federal de Mato Grosso e a Universidade do Porto, em Portugal. Entre memórias que se atualizam, num presente espesso que não passa e um futuro ainda por chegar, concebe-se a característica dialógica e participativa das sessões de leituras dramatizadas e de *plateia-foyer* como entremeio de fenômenos artísticos-comunicacionais e categorias analíticas que se instituem nos diversos campos que buscam estudar as artes cênicas e suas interfaces mais produtivas.

Assim, identifica-se, na observação das sessões de leitura dramatizada e de *plateia-foyer*, tendo o Teatro Mosaico como recorte, o dialogismo como modelo comunicacional horizontal que permite a participação da plateia e sua virtual e árdua transformação em público. Na sequência, a comunicação dialógica, e não a mera difusão mecânica de informações, apresenta-se como condição de formação de público, como aquele segmento que debate emotiva e racionalmente uma determinada questão de interesse público. Por fim, a produção da vinculação social entre distintos públicos e companhia teatral indica a potência de uma interface entre comunicação e artes sempre em processo de reinvenção.

Na perspectiva comunicacional, notadamente da comunicação como diálogo, o Teatro Mosaico veio desenvolvendo nas últimas décadas, através do diretor Sandro Lucose, uma postura organizacional de colaboração com outros artistas das áreas de dança contemporânea, artes visuais, música de concerto, além de parceiros do próprio campo teatral, no Brasil e no exterior. O desenvolvimento destas relações entre os pares,

que por vezes são também relações interinstitucionais, denota que a experiência comunicacional e artística de leitura dramatizada e de *plateia-foyer* permitiu à companhia, criada no Rio de Janeiro e assentada em Cuiabá, assinar uma trajetória no campo teatral mato-grossense e brasileiro.

AGRADECIMENTOS

Ao Diretor Sandro Lucose e ao ator Celso Francisco Gayoso (Teatro Mosaico) pela oportunidade de participação como ouvinte e mediador em sessões de *plateia-foyer* e leitura dramatizada e pelas informações posteriores que permitiram a produção deste artigo.

REFERÊNCIAS

- Alfaro, R. M. (1988). Participación... Para qué? Un enfoque político de la participación en la comunicación popular. *Diálogos de la Comunicación*, (22), 1–52.
- Andrade, T. de A. (1989). *Psicossociologia das relações públicas*. Edições Loyola.
- Araújo, A. (2000). *A caravana da ilusão: Delírio em um ato*. Civilização Brasileira.
- Araújo, M. (2011). O vai e vem dos conceitos, de categoria analítica a categoria nativa ou vice-versa: O caso do sincretismo. *Debates do NER*, (19), 121–140. <https://doi.org/10.22456/1982-8136.19025>
- Blumer, H. (1978). A massa, o público e a opinião pública (M. Sergio, Trad.). In G. Cohn (Ed.), *Comunicação e Indústria Cultural* (pp. 177-186). Companhia Editora Nacional (Trabalho original publicado em 1946)
- Bordenave, J. D., & Carvalho, H. M. de (1987). *Comunicação e planejamento*. Paz e Terra.
- Bourdieu, P. (2004). *A economia das trocas simbólicas* (S. Miceli, S. de A. Prado, S. Miceli, & W. C. Vieira, Trads). Perspectiva.
- Celestino, P., & Martins, F. (2018). Uma quimera quase real: A burlata *O Mambembe* de Arthur Azevedo e José Piza. *Pós*, 8(15), 8–36. <https://periodicos.ufmg.br/index.php/revistapos/article/view/15602>
- Demo, P. (2014). *Metodologia científica em ciências sociais*. Atlas.
- França, F. (2004). *Públicos: Como identificá-los em uma visão estratégica*. Difusão Editora.
- Freire, P. (1977). *Extensão ou comunicação?* Paz e Terra.
- Giácomo, C. (1993). *Tudo acaba em festa: Evento, líder de opinião, motivação e público*. Scritta Editorial.
- Gushiken, Y. (2006). Dialogismo: Emergência do pensamento latino-americano em comunicação. *Comunicação, Mídia e Consumo*, 3(8), 73–91. <https://doi.org/10.18568/cmc.v3i8.81>
- Gushiken, Y. (2008). Estudos em relações públicas e o pensamento latino-americano em comunicação. In Moura, C. P. de (Ed.), *História das relações públicas: Fragmentos da história de uma área*. EdIPUCRS. Retirado de: <https://ebooks.pucrs.edipucrs/acessolivre/livros/historiarespdf>
- Kothe, F. R. (1981). *Literatura e sistemas intersemióticos*. Cortez Editora/Autores Associados.
- Lima, V. A. de (2001). *Mídia: Teoria e política*. Editora Fundação Perseu Abramo.

- Lopes, M. I. V. de. (2003). *Pesquisa em comunicação*. Edições Loyola.
- Lucose, S. (2005). *Prólogo à caravana da ilusão*. (no prelo).
- Mauss, M. (2003). *Sociologia e antropologia* (P. Neves, Trad.). Cosac Naif.
- Minayo, M. C. S. (2009). Ciência, técnica e arte: O desafio da pesquisa social. In M. C. de S. Minayo (Ed.), *Pesquisa social: Teoria, método e criatividade* (pp. 9–29). Vozes.
- Pasquali, A. (1973). *Sociologia e comunicação*. Vozes.
- Pereira, R. (2000). Texto de apresentação. In *Programa do 9º Panorama RioArte de Dança 2000* (p. 12). Secretaria Municipal de Cultura do Rio de Janeiro; RioArte.
- Sodré, M. (2001). O objeto da comunicação é a vinculação social. *PCLA*, 3(1), 1–6. Retirado de: <http://www2.metodista.br/unesco/PCLA/revistag/entrevista%2009-1.htm>
- Vieira, C. (2014). A leitura dramatizada como atividade pedagógica e teatral. In J. D. Pereira, M. F. Vieites, & M. de S. Lopes (Eds.), *As artes na educação* (pp. 233–238). Intervenção.

NOTA BIOGRÁFICA

Yuji Gushiken é docente do Departamento de Comunicação Social (curso de Jornalismo) e do Programa de Pós-Graduação (Interdisciplinar) em Estudos de Cultura Contemporânea da Faculdade de Comunicação e Artes da Universidade Federal de Mato Grosso. Graduado em Comunicação Social: Jornalismo pela Universidade Estadual de Londrina e em Relações Públicas pela Universidade do Estado do Rio de Janeiro. Doutor e mestre em Comunicação e Cultura pela Universidade Federal do Rio de Janeiro. Fez estágio de pós-doutorado no Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal do Ceará. É líder do Grupo de Pesquisa em Comunicação e Cidade.

ORCID: <http://orcid.org/0000-0002-6620-3375>

Email: yuji.gushiken@ufmt.br

Morada: Universidade Federal de Mato Grosso (UFMT), Avenida Fernando Correa da Costa, 2367, Campus Universitário, Faculdade de Comunicação e Artes (FCA), 2º piso, sala 38. CEP 78060-900. Cuiabá, Estado de Mato Grosso, Brasil

Submetido: 25/11/2022 | Aceite: 13/03/2023



Este trabalho encontra-se publicado com a Licença Internacional Creative Commons Atribuição 4.0.