

UNIVERSIDADE FEDERAL DA BAHIA  
FACULDADE DE COMUNICAÇÃO  
GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO SOCIAL

LUCAS SIMÕES LIMA

ESTUDO DE CASO DO PROJETO FORMAÇÃO DE PLATÉIA  
INDUSTRIARIA REALIZADO PELO TEATRO SESI RIO VERMELHO.

Salvador  
2008

LUCAS SIMÕES LIMA

ESTUDO DE CASO DO PROJETO FORMAÇÃO DE PLATÉIA  
INDUSTRIARIA REALIZADO PELO TEATRO SESI RIO VERMELHO

Monografia apresentada ao Curso de Comunicação Social com habilitação em Produção em Comunicação e Cultura, Faculdade de Comunicação, Universidade Federal da Bahia (UFBA), como requisito parcial para obtenção do grau de Bacharel em Comunicação Social.

Orientador: Prof. Umbelino Brasil

Salvador  
2008

## AGRADECIMENTOS

Ao meu pai, Jorge Lessa, e a minha mãe, Rita Rios, por estarem sempre comigo em todas as minhas decisões durante minha formação acadêmica e humana, pelo carinho, e pelo suporte emocional e material.

Aos meus amigos, professores e familiares que dividiram inúmeros momentos da vida comigo, e de alguma forma, contribuíram com o meu crescimento e amadurecimento pessoal.

Aos professores Umbelino Brasil, por me acompanhar nesta trajetória final, e a Rosa Villas-Boas que me proporcionou um ótimo aprendizado prático, e colaborou de forma significativa, no desenvolvimento deste trabalho.

Por fim, à minha companheira Luana, pelo carinho, atenção, apoio e companhia, elemento estes altamente fundamentais para a conclusão deste trabalho.

"Quem tem imaginação, mas não tem cultura, possui asas, mas não tem pés."

Joseph Joubert

## RESUMO

O objetivo deste trabalho é realizar um estudo a respeito do Projeto Formação de Platéia Industriária, realizado pelo Teatro SESI Rio Vermelho, que tem como foco proporcionar ao trabalhador da Indústria um contato inicial com o consumo cultural, mais especificamente, com o consumo teatral em Salvador, ambientalizando-os e buscando formas de transformar este contato inicial, num hábito de educação e lazer para este público específico. Este estudo procurou primeiro fazer um panorama da conjectura cultural local, identificar os integrantes propulsores e intermediadores das propostas do projeto, para depois analisar o projeto em suas proposições e ações. Por fim, e de posse de todas essas análises, é feita uma reflexão acerca dos resultados até então obtidos pelo projeto, verificando a sua relevância para a classe industriária e para o contexto cultural de Salvador.

## SUMÁRIO

Introdução.....	7
Capítulo 1 – Salvador: Panorama e contexto cultural.....	10
Capítulo 2 – Formação de Platéia Industriaria - Concepção e Projeto .....	15
2.1.1 Teatro SESI.....	15
2.1.2 Público Alvo: o Industriário.....	17
2.1.3 O Projeto.....	20
Capítulo 3 – Formação de Platéia Industriária: Ações e Resultados.....	24
Dados da Frequência aos Espetáculos.....	28
Ações com o Núcleo de Educação com Adultos.....	30
Conclusão.....	35
Referências Bibliográficas.....	40
Anexos.....	42

## INTRODUÇÃO

Este trabalho de conclusão de curso (TCC) em Comunicação Social com habilitação em Produção em Comunicação e Cultura pretende realizar um estudo de caso do projeto de Formação de Platéia Industriária, que está sendo executado na Grande Salvador e em mais três cidades do interior da Bahia, para identificar sua relevância dentro do meio cultural local e verificar quais foram os resultados obtidos ao longo de sua realização. Por se tratar de um projeto em andamento<sup>1</sup>, e por o autor ter estado vinculado à instituição que o realiza (o mesmo foi estagiário do Teatro SESI Rio Vermelho de Agosto de 2006 a Maio de 2008), acredita-se ser uma boa oportunidade para observar qual está sendo o impacto no meio cultural e se ele atingirá o êxito pretendido.

O projeto de Formação de Platéia Industriária é realizado pelo Teatro SESI Rio Vermelho e viabilizado através de recursos do DN (Departamento Nacional) e do SESI Bahia. Todas as ações previstas e realizadas pelo projeto acontecem a partir de convênios (ver anexo 1) feitos entre o Teatro SESI Rio Vermelho e indústrias de diferentes portes ou ramos de produção.

Estas ações estão baseadas no tripé formação, difusão e promoção da cultura, onde cada um destes termos é fundamentado nas necessidades

---

<sup>1</sup> Oficialmente o projeto teve o seu fim em Dezembro de 2007, porém os benefícios por ele concedidos, como o Passaporte Para a Cultura, ainda estão em vigor.

encontradas pelo teatro para atingir o seu público desejado e possui uma gama de medidas e propostas para alcançar seus objetivos.

No primeiro capítulo, faremos uma abordagem contemporânea do contexto sócio-cultural das cidades que são contempladas com as ações propostas pelo Projeto de Formação de Platéia Industriária. Desde já antecipamos que é explícita a concentração das análises na cidade de Salvador, por ser esta, o principal foco de atividades do projeto. Para que essa abordagem não se perca na interpretação dos termos relacionados à cultura, veremos que a maioria deles não são universalmente definidos, então tentaremos delimitar a forma de interpretação de alguns destes termos, utilizando as interpretações mais recorrentes no meio cultural. Por fim, ainda neste primeiro capítulo, faremos um breve levantamento das iniciativas relacionadas às formas de incentivo aos projetos culturais, por todas as esferas do poder público e privado, e mapearemos os equipamentos culturais de Salvador, enfatizando a relevância de sua localização geográfica e dos fatores sociais, como fatores determinantes da cadeia de consumo cultural encontrada em Salvador.

No segundo capítulo procuraremos encaminhar nossa explanação para o foco deste trabalho, tentando visualizar todos os itens integrantes, ativos e passivos do projeto. Começaremos apresentando o Teatro Sesi, física e estruturalmente, para que o leitor compreenda os interesses do mesmo em criar um projeto deste tipo, e depois verificaremos as diferenças deste teatro para os demais equipamentos culturais da cidade, e de que forma essas diferenças podem ajudar no sucesso da realização de suas propostas. A seguir, procuraremos entender e delimitar o público alvo do projeto, que de fato é o “integrante” propulsor de todas as ações analisadas por este estudo. Concluindo este capítulo, e com o



conhecimento necessário a respeito dos integrantes do projeto, é que de fato vamos conhecer o Formação de Platéia Industriária, desde a sua concepção, passando pela sua estrutura mantenedora, suas propostas e seus objetivos.

No terceiro capítulo, é que de fato analisaremos as ações e os resultados do projeto Formação de Platéia. Ações que vão desde a realização dos convênios, onde as indústrias recebem visitas de colaboradores do SESI, que apresentam o projeto aos seus funcionários e os cadastram para obtenção dos benefícios concedidos pelo Passaporte Para a Cultura, até a realização de eventos em datas comemorativas para o calendário específico deste segmento da sociedade. Em seguida, partimos para o lado estatístico dos resultados de freqüência ao teatro, onde verificaremos se o objetivo de aumento no consumo cultural, pelo público alvo do projeto, é constatado. Por fim, faremos uma análise das pesquisas realizadas com alunos do Programa de Educação de Adultos do SESI, que ilustra uma possível realidade da classe industriária em sua relação com as atividades culturais e suas possibilidades de mudança após os estímulos proporcionados pelo projeto.

## SALVADOR: PANORAMA E CONTEXTO CULTURAL

Antes de fazermos qualquer afirmação ou juízo com relação ao projeto em foco, é necessária uma compreensão do contexto no qual ele está inserido. Mais especificamente, é interessante compreendermos qual o contexto sócio-cultural que as cidades que “sediaram” o projeto apresentavam.

Daremos maior ênfase a observação das características presentes na cidade de Salvador (e de sua Região Metropolitana), por entendermos ter sido ela que concentrou as principais ações do projeto, como o Passaporte Para a Cultura<sup>2</sup>, que é o principal objeto de estudo e por isso iremos nos aprofundar mais adiante.

A análise do contexto sócio-cultural de uma localidade não é algo cartesiano, por isso não pretendemos aqui delimitar ou rotular de quaisquer formas a cidade de Salvador. Mas também não é o cerne deste trabalho buscar todas as abordagens a respeito da diversidade, natureza e intensidade da cultura presentes em Salvador, ou em qualquer outra localidade.

Entendemos então, que nos basta compreender a forma que a cidade encontra seu equilíbrio de produção, difusão e consumo cultural, e como se dá o funcionamento dessas instâncias em todo o processo.

Conhecer as políticas culturais de uma determinada cidade, estado ou país é fundamental para que se possa desenvolver uma análise de seus

---

<sup>2</sup> Em 2007 foi lançado o Passaporte Para a Cultura: o sistema do passaporte é semelhante a um cartão de fidelidade e consiste em acompanhar a frequência dos industriários – identificar quantas vezes, horários, dia da semana, gênero teatral, em quais ocasiões foi acompanhado – classificando-os em categorias.

equipamentos. A expressão política cultural deve aqui ser compreendida em seu sentido amplo, como

programa de intervenções realizadas pelo Estado, entidades privadas ou grupos comunitários com o objetivo de satisfazer as necessidades culturais da população e promover o desenvolvimento de suas representações simbólicas (Coelho, 1997).

Em Salvador, podemos identificar ações e projetos das três esferas propostas por Coelho (o Estado, grupos comunitários e as entidades privadas), em diferentes áreas do campo cultural. Porém, mais uma vez, delimitaremos nosso objeto de estudo, e nos concentraremos no programa de intervenções realizadas por estas três esferas que visam contemplar o Teatro, aqui especificado como campo cultural.

Dentro deste programa de intervenções, podemos destacar as políticas públicas de incentivo e fomento a cultura, que hoje estão praticamente limitadas aos programas de incentivos fiscais a empresas patrocinadoras, como a Lei Rouanet<sup>3</sup> (a nível nacional) e o Faz Cultura<sup>4</sup> (a nível estadual), além de editais de patrocínio direto como o Fundo de Cultura (estadual) e de projetos específicos de apoio a ações culturais, promovidos pelas três esferas do poder público. Já no incentivo ao consumo desta cultura produzida, as ações ainda são muito tímidas. Em nosso Estado, verificamos ações simples e pontuais como vemos em:

As apresentações que acontecem em associações, escolas, hospitais, igrejas e outros espaços públicos fazem parte da política de formação de platéia da Secretaria de Cultura e Turismo do Estado da Bahia (SCT). Através do Teatro Castro Alves, esta política inclui ainda ensaios abertos e visitas monitoradas. Até junho último, foram 159 ensaios e aulas abertas, além de 495 visitas monitoradas. (...) A distribuição de convites é outra vertente da formação de platéia. Hoje são 350 entidades cadastradas, na sua maioria escolas públicas municipais e estaduais, além de entidades, como grupos da terceira idade, associações e entidades beneficentes<sup>5</sup>.

<sup>3</sup> Ou Lei Federal de Incentivo a Cultura. É uma Lei brasileira que tem como objetivo incentivar investimentos na área cultural, através de dedução parcial do imposto de renda devido pelo proponente do projeto cultural.

<sup>4</sup> Programa de incentivo a patrocínio cultural proposto pelo Governo do Estado da Bahia e prevê dedução parcial sobre o ICMS para as empresas apoiadoras de projetos culturais.

<sup>5</sup> Trecho retirado do site da AGEKOM – Bahia

A iniciativa privada participa destas intervenções com patrocínios diretos, e ainda, criando editais públicos, em que o valor investido nas produções culturais é parcialmente (ou quase totalmente) deduzido do imposto de renda devido ao estado e também criando projetos de formação de platéia.

Outra forma de participar deste “jogo” das intervenções no campo cultural é gerindo os equipamentos culturais<sup>6</sup>. O conceito de equipamento cultural ainda não é totalmente definido, mas aqui utilizaremos, em síntese, como sendo tanto “edificações destinadas a práticas culturais (teatros, cinemas, bibliotecas, centros de cultura, filmotecas, museus) quanto grupos de produtores culturais abrigados ou não, fisicamente numa edificação ou instituição” (Coelho, 1997, p.165). Em Salvador, e de acordo com a pesquisa realizada durante todo o ano de 2005 por Gisele Nussbaumer (2005, p. 4)

temos registrados um total de 32 teatros em Salvador, sendo que, no presente, dois deles se encontram fechados temporariamente, para reforma: o Teatro Martim Gonçalves e o Cine-teatro Sesc-Senac Casa do Comércio. Os teatros em funcionamento são: Café-teatro Zélia Gattai, Cine-teatro do ICBA, Cine-teatro do ICEIA, Cine-teatro Solar Boa Vista, Espaço Xisto Bahia, Sala Principal do Teatro Castro Alves/TCA, Sala do Coro do TCA, Teatro ACBEU, Teatro Anchieta, Teatro Caballeros de Santiago, Teatro da Barra, Teatro Dias Gomes, Teatro Diplomata, Teatro do IRDEB, Teatro do ISBA, Teatro do Movimento, Teatro Gamboa, Teatro Gil Santana, Teatro Gregório de Mattos, Teatro Hora da Criança, Teatro Jorge Amado, Teatro Miguel Santana, Teatro Módulo, Teatro Molière, Teatro Salesiano, Teatro Sartre, Teatro Sesc-Senac Pelourinho (com dois espaços, o Principal e o Arena), Teatro SESI Rio Vermelho, Teatro Vila Velha (que inclui o espaço Cabaré dos Novos) e Theatro XVIII.

Ainda segundo a pesquisa, dos trinta e dois teatros pesquisados em Salvador, vinte e um pertencem a iniciativa privada (que estão vinculados a escolas, escolas de idiomas, instituições corporativas, pessoas físicas, sociedades civis e fundações sem fins lucrativos), ou seja, aproximadamente 66%

---

[http://www.agecom.ba.gov.br/exibe\\_noticia.asp?cod\\_noticia=21358](http://www.agecom.ba.gov.br/exibe_noticia.asp?cod_noticia=21358)

<sup>6</sup> Todos os conceitos relacionados à cultura são de certa forma novos e por vezes imprecisos. As definições do que é platéia, equipamento cultural, consumo cultural, dentre outros, são vistas de diversas formas por autores distintos, porém, em geral, suas definições não anulam umas as outras.

e onze (34%) geridos pelo poder público (um municipal, oito estaduais e três federais).

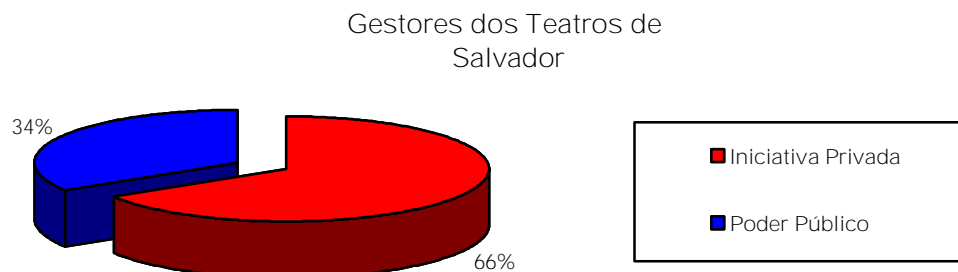


Gráfico 1: Gestão dos Teatros de Salvador

Este número considerável de teatros em Salvador foi alcançado devido a explosão de inaugurações de casas teatrais a partir do final da década de 80, com o sucesso do espetáculo “A bofetada”, da Companhia Baiana de Patifaria, que conseguiu obter o status de espetáculo cultuado, e com reconhecimento da crítica e da mídia (o que até então era o objetivo das montagens teatrais naquela época), mas também atingiu êxito comercial ficando em cartaz, com sucesso de público, por diversas temporadas, o que estimulou outras montagens a seguirem sua trilha, pautada na comicidade e no humor.

Para finalizarmos este mapeamento, verifica-se em Salvador uma elevada concentração das casas teatrais em locais centrais (dezesesseis dos trinta e dois teatros) e na faixa da orla compreendida entre a Barra e a Pituba (quatorze teatros), notadamente locais com considerável índice de infra-estrutura de transporte e segurança pública, mas que concentram a minoria da população urbana da cidade.

Estes dados irão se tornar mais importantes adiante, quando de fato estivermos analisando as ações e resultados do Projeto Formação de Platéia

Industriária, mas, *a priori*, notamos que as políticas culturais, a distribuição geográfica dos equipamentos culturais, e fatores infra-estruturais e sociais influenciam na obtenção de sucesso de qualquer investida, seja de qualquer setor da sociedade, para mudança de hábitos relacionados ao “consumo” cultural.

## 2

## FORMAÇÃO DE PLATÉIA INDUSTRIÁRIA:

## Concepção e Projeto.

Como vimos no capítulo anterior, percebemos que existem diversos fatores que obstruem um maior fluxo e consumo cultural por parte dos habitantes de Salvador, principalmente para aqueles que possuem suas residências longe do “centro cultural” da cidade, e que possuem baixa escolaridade e pouco recurso disponível para o lazer e a cultura. Estes são os principais motivos que conduzem à criação de projetos de estímulo a produção e difusão cultural, e também, projetos de estímulo ao hábito de consumir cultura.

Seguindo esta premissa, é que o Teatro Sesi Rio Vermelho adotou um projeto de formação de platéia para o seu público alvo, o industriário.

### 2.1. Teatro Sesi

O Projeto de Formação de Platéia Industriária foi elaborado e proposto por Rosa Villas-Boas<sup>7</sup>, através do Teatro Sesi Rio Vermelho. Teatro este, que faz parte do Sesi (Serviço Social da Indústria) que é um dos “braços” do Sistema FIEB (Federação das Indústrias do Estado da Bahia); foi criado em 1997, para promover ações culturais voltadas à cidadania e responsabilidade social, tendo como principal objetivo atrair os trabalhadores da indústria ao consumo cultural.

---

<sup>7</sup> Gerente de processo operacional do Teatro Sesi Rio Vermelho e proponente do Projeto Formação de Platéia Industriária.

O Teatro Sesi Rio Vermelho possui um centro cultural composto por uma sala de teatro com palco tipo italiano, que tem capacidade para 100 pessoas e uma área externa, com um café teatro anexo, que também comporta 100 pessoas. Ele foi o primeiro equipamento cultural do Brasil, a receber uma certificação ISO 9001<sup>8</sup>. No início, essa certificação foi questionada pelos artistas e funcionários do Sesi, que achavam que a padronização das atividades do Teatro iria limitar e mudar o ambiente próprio a um espaço simbólico e artístico, já que este meio possui qualidades subjetivas como a criatividade e a improvisação, e que uma certificação, ou seja, uma padronização rígida e um controle extremo das ações poderiam limitar essas qualidades lúdicas com o objetivo único de obter resultados administrativos.

De acordo com Maria Angélica<sup>9</sup>,

(...) a escolha pela certificação deu-se dentro da Política de Qualidade da Instituição, visando ser reconhecido pela indústria baiana, assim recebemos o desafio de certificar nossos produtos na ISO 9001:2000. Então, no ano de 2003, o Teatro Sesi se tornou o primeiro teatro brasileiro com uma certificação internacional, sem registro de não conformidade nas auditorias realizadas pela Bureau Veritas Quality Internacional (BVQI), um dos mais importantes organismos internacionais de certificação. Os procedimentos avaliados incluem desde o relacionamento com os clientes até os procedimentos internos, como o que precisa ser realizado na Pré-Produção, Produção e Pós-Produção.

No Teatro Sesi, estes procedimentos foram descritos por todos os envolvidos, que discutiram a melhor forma de executar cada ação. Depois de definido, o processo torna-se um padrão que pode ser melhorado posteriormente, sempre que for identificada uma forma melhor para executar a ação.

Ainda segundo Angélica:

---

<sup>8</sup> O certificado é o documento que atesta a conformidade do sistema da qualidade implantado em uma empresa de acordo com os requisitos das normas da série NBR ISO 9000. A implantação do sistema da qualidade destina-se prioritariamente à obtenção da satisfação do cliente pela prevenção de não-conformidades em todos os estágios, desde a produção até os serviços associados (assistência técnica). Informação retirada do site de normatização da Confederação Nacional da Indústria – CNI.

<http://www.normalizacao.cni.org.br/perguntas.htm>

<sup>9</sup> Gerente da Unidade Sesi Rio Vermelho em entrevista realizada dia 28/03/2008.



(...) Como se pode observar, não é a criação que é certificada e sim o modelo de gestão, obrigando através dos processos, que todas as ações sejam participativas e flexíveis. São feitas pesquisas sistemáticas para conhecer a satisfação do cliente produtor e do cliente espectador<sup>10</sup>. São aplicadas pesquisas a todos os clientes produtores, através de um formulário específico, que é tabulado, para indicar os resultados das demandas e para que se tome as devidas providências. No caso de haver sugestões e reclamações essas são tratadas através de um relatório de não conformidade, dando ao final um retorno ao cliente.

Toda essa preocupação na gestão do Teatro Sesi tem como objetivo a tentativa de atração às suas dependências, do seu público alvo, os trabalhadores da indústria, então é necessário conhecermos mais sobre este segmento da sociedade.

## 2.2. Público Alvo: O industrial

O público alvo<sup>11</sup> do Teatro Sesi, e conseqüentemente do projeto em questão é o trabalhador da indústria e seus familiares. Este segmento da sociedade é constituído por um universo demográfico extenso e multifacetado (visto que o trabalhador desta classe pode ser um dos três funcionários de uma padaria no centro da cidade, ou ainda um dos dez mil colaboradores de uma multinacional instalada em um pólo industrial), daí o desafio em mapeá-lo e identificá-lo, traçar perfis quanto as suas disposições, predileções; qual melhor forma de atendê-lo e de que forma surpreendê-lo.

---

<sup>10</sup> No Teatro Sesi, existem dois tipos de cliente: o primeiro é o produtor, a quem o teatro aluga ou cede a pauta para as apresentações teatrais, musicais, etc. O outro, é o cliente espectador, que paga ingresso para assistir as apresentações locadas no teatro.

<sup>11</sup> De acordo com os *parâmetros de Lazer* do Sistema FIEB, o Teatro SESI tem como público-alvo os trabalhadores da indústria e seus dependentes, embora o espaço não seja exclusivo da classe industriaria. Cabe esclarecer, ou melhor, distinguir a idéia de cliente e de público: os clientes do SESI são as indústrias, haja vista que são os sindicatos patronais que sustentam todo o sistema, é interesse das indústrias que os funcionários possuam benefícios, daí para atender uma empresa como a Petrobrás, por exemplo, o SESI oferece produtos e serviços aos empregados. (LINS, 2007, p. 3).

É notória então a dificuldade de qualquer atividade atingir, com satisfatório êxito, esse abrangente universo de pessoas, e ainda, de diferentes classes sociais. Por isso nem as atividades de cultura e lazer (sempre vista com bons olhos pela maioria da população), são exceções na difícil tarefa de atingir públicos tão abrangentes e heterogêneos.

No caso específico de uma unidade configurada como teatro - espaço cênico historicamente relacionado aos setores de maior poder aquisitivo e elevado nível de escolaridade - verifica-se o seguinte agravante: o distanciamento evidente entre as atividades ali exercidas e o público. Embora o lazer e a cultura, na condição de atividade recreativa praticada no tempo livre, façam parte do mesmo segmento, contrapondo-se um teatro a um clube, por exemplo, fica bastante clara uma oposição que existe no imaginário coletivo que tende a diferenciar a cultura e o lazer. No primeiro, a recepção artística figura como ambiente intelectual e sério, ritualizado e de difícil consumo; no segundo, percebe-se que há uma idéia de liberdade e diversão, criatividade, um ambiente que pode gerar satisfação a qualquer tempo livre. Esta situação deve-se em parte pela imagem do teatro junto ao coletivo, como sendo um local que têm sua frequência restrita a pessoas que possuem competências e habilidades específicas.

Notamos que o primeiro fator que impõe limitações a uma maior prática de atividades artístico-culturais diz respeito à rotina do trabalhador, quer seja no ambiente de trabalho – trabalho por turnos, folgas durante a semana, etc. –, na sua moradia, em geral é localizada próxima às instalações da empresa, portanto, em bairros distantes do centro (geralmente nos subúrbios e em regiões metropolitanas) e da maioria dos equipamentos culturais da cidade, como já dito anteriormente.

Contrapondo-se a distância dos equipamentos culturais, diversos clubes, bares e casas de show estão instalados próximos ou em locais de fácil acesso para aqueles que residem nos bairros periféricos, em distritos industriais de Salvador ou na Região Metropolitana. Isso ficou evidente no processo de cadastro dos funcionários durante as visitas da equipe do SESI Rio Vermelho (ver anexo 3).

Segundo Rosa Villas-Boas:

(...)os produtos e serviços do SESI mais procurados eram o “Clube de Itapagipe”, as clínicas odontológicas e as escolas que o Sistema FIEB mantém. A estratégia desenvolvida no intuito de reverter ou no mínimo combater este quadro se deu na parceria com o Núcleo de Educação do Trabalhador da Indústria (NETI) e com as empresas, que poderiam ceder o transporte para um grupo de trabalhadores.

Observa-se, contudo, que um dos fatores de motivação para o consumo de um produto cultural é o apelo infantil, já que este tipo evento possui a característica de ser uma opção de lazer com os filhos.

Outro ponto a ser considerado é a concentração destes espaços nos centros ou bairros privilegiados por uma estrutura urbana de transporte, iluminação e segurança. Em Salvador, apenas seis das dezessete Regiões Administrativas possuem um teatro, e eles estão concentrados no Centro Histórico e na faixa de orla situada entre a Barra e a Pituba; daí, aqueles que moram nos bairros afastados do centro tendem a buscar outras formas de lazer.

Em 2004 realizou-se uma pesquisa qualitativa realizada pelo Teatro SESI Rio Vermelho, o perfil geral apontado pela pesquisa indica um público majoritariamente constituído por pessoas solteiras (71%), do sexo feminino (48%), cuja faixa etária está entre 18 a 35 anos, e em sua maioria não possuem filhos (56%). Em relação as suas atividades, a maior proporção está ligada à área educacional (professores, estudantes de graduação e pós-graduação), que

possuem uma faixa salarial superior a dez salários mínimos, afirmam ser assíduas ao circuito cultural da cidade (65%) e têm a comédia como gênero teatral preferido.

Já os dados obtidos em uma pesquisa desenvolvida, ainda em 2004, junto aos alunos do Programa de Educação de Adultos do SESI, o Núcleo de Ensino do Trabalhador da Indústria, apontam que 93% destes alunos nunca entraram em um teatro, embora todos tenham expressado interesse em conhecer esse equipamento. Os motivos relatados pelos alunos para nunca ter ido ao teatro vão do desconhecimento dos equipamentos culturais da cidade (e suas respectivas pautas) a falta de recursos destinados ao lazer e cultura, ou ainda a vergonha por não ter o costume de freqüentar tais espaços.

### 2.3. O Projeto

Estas constatações culminaram com a elaboração do Projeto de Formação de Platéia Industriária (ver matriz lógica no anexo 4), cujo objetivo é promover a publicização da cultura e dos circuitos culturais locais, a partir do aumento da freqüência dos trabalhadores da indústria e de seus dependentes na Unidade Rio Vermelho, bem como em outros espaços e equipamentos culturais da cidade.

O projeto teve um valor total de R\$ 255.830,00<sup>12</sup> sendo 50% subsidiado pelo Departamento Nacional do SESI, 20% emprestado pelo mesmo órgão e 30% financiados pelo Departamento Regional – BA, e foi realizado em quatro pólos do Estado da Bahia (Salvador e Região Metropolitana – RMS, Valença, Ilhéus e Feira de Santana).

---

<sup>12</sup> Valores referentes aos anos de 2006 e 2007.

Segundo Rosa Villas-Boas,

(...) O projeto foi estruturado na noção de formação, difusão e promoção, alinhado às propostas da publicação Sesi Cultura (da série Sesi Lazer) no estabelecimento de parcerias com as indústrias e no incentivo ao exercício da responsabilidade social, no estabelecimento de uma política de preços no teatro e na criação de uma política de comunicação e fidelização, por meio do sistema do Passaporte Para a Cultura.

Em um recorte específico do campo cultural e das práticas sociais pelas quais ele se constituiu, o processo de formação possui um viés pedagógico de preparação e desenvolvimento para a recepção artístico-cultural, sobretudo para aqueles que possuem pouco ou nenhum contato com linguagens artísticas. Neste aspecto vale destacar a proposta do projeto de agregar ao ensino básico oferecido aos industriários pelo Programa Sesi de Educação do Trabalhador, através do NETI, valores culturais e sociais encontrados nos espetáculos teatrais de teor educativo, que são disponibilizados para estes alunos em duas etapas. Primeiro os professores levam um texto temático sobre o espetáculo para ser discutido em sala de aula com os alunos, e posteriormente, estes alunos são levados (muitos pela primeira vez) para o teatro e assistem à montagem anteriormente discutida. Neste caso, o transporte dos alunos, o lanche e o cachê dos artistas são pagos pelo projeto Formação de Platéia Industriária, e a pauta é cedida pelo Teatro Sesi Rio Vermelho.

Outro conceito ao qual foi estruturado o Projeto foi o da promoção cultural, ou seja, ações que estimulem o público a participar do contexto cultural da cidade. A principal ação prevista pelo Formação de Platéia Industriária foi a criação do Passaporte Para a Cultura, que previa a confecção de 10.000 cartões<sup>13</sup> para serem entregues aos trabalhadores do ramo da indústria, mediante um cadastro

---

<sup>13</sup> Inicialmente foram confeccionados 5.000 cartões.

prévio com os dados pessoais do trabalhador e um convênio entre a empresa empregadora e o Projeto. Este cartão permite ao seu proprietário o acesso gratuito, com direito a um acompanhante, a qualquer espetáculo ou evento que ocorra (a princípio<sup>14</sup>) no Teatro Sesi, com ilimitada quantidade de uso. O passaporte oferece ainda gratuidade no *couvert* artístico para as apresentações realizadas no Café Teatro anexo, e ainda 5% de desconto na conta do mesmo Café Teatro.

A promoção da cultura consiste no desenvolvimento de ações tendo em vista o aumento da sua visibilidade. Sociabilizar informações e conhecimentos, produtos e serviços de maneira contínua e sistematizada no intuito de fortalecer e fidelizar o cliente (VILLAS-BÔAS, 2007).

Já o conceito de difusão compreende as ações de sociabilização, divulgação e circulação de determinados produtos e serviços, neste caso, espetáculos de teatro. É o vetor que potencializa a formação e a promoção, porque oferece condições de realização, consumo e prática cultural. O primeiro contato com determinada linguagem artística é fundamental, daí o interesse em facilitá-lo para que se desenvolva a curiosidade, o aprendizado e o consumo cultural. As principais propostas, previstas no projeto, com relação a este conceito, se apresentam de duas formas. Primeiro na realização de eventos em datas comemorativas do calendário, como o dia das mães, dos pais, das crianças, dia do trabalho, e também na realização de eventos em datas ligadas ao setor industrial, como o dia do trabalhador das confecções, das panificações, etc. Estes eventos consistem em atividades culturais nas dependências do Teatro Sesi e são financiados pelo Projeto em parcerias com as empresas que enviam seus colaboradores aos eventos. Outra forma de difusão prevista no Projeto é através

---

<sup>14</sup> A idéia é assinar convênios com outros equipamentos culturais de Salvador que aceitem o passaporte.

do Caminhão da Cultura<sup>15</sup>. que pode percorrer tanto o interior do estado, quanto ir a praças e empresas que não possuem estrutura cênica disponível, podendo assim viabilizar eventos culturais em localidades que estão distantes do centro cultural de Salvador.

Adiante, veremos de quais formas estas propostas do projeto Formação de Platéia Industriária foram executadas e quais os resultados alcançados por elas.

---

<sup>15</sup> O Sesi possui um caminhão que é utilizado para ações culturais. O Caminhão da Cultura está preparado para apresentações de teatro, dança e música. Possui um palco acoplado à sua carroceria com estrutura de sonorização e camarim

## 3

## FORMAÇÃO DE PLATÉIA INDUSTRIÁRIA:

## Ações e Resultados.

As ações do Projeto tinham como orientação três linhas de atuação: a primeira se baseava no estabelecimento de uma política de preço e de comunicação diferenciadas para o público alvo; a segunda foi relacionada com arte-educação e formação (no sentido estritamente pedagógico do termo), incentivo e sensibilização, e teve como foco os trabalhadores atendidos pelo NETI, que mantém salas de aula dentro das empresas. A última linha se caracterizou pela articulação entre o SESI, empresas e sindicatos para a realização de eventos – mostra de talentos, datas comemorativas, espetáculos de teatro – na Unidade Rio Vermelho ou com o suporte do Caminhão da Cultura

Inicialmente, se estabeleceu uma política de preços aliada a uma ação de comunicação (impressão de cartilhas, camisas, cartazes, papéis de bandeja temáticos e o próprio cartão do passaporte), voltadas especificamente para o público industrial, e, em seguida, buscou-se o alinhamento com as políticas de responsabilidade social das indústrias parceiras, envolvidas no processo do projeto não apenas como financiadoras ou divulgadoras, mas também como incentivadoras.

Estabeleceu-se para o industrial a gratuidade dos espetáculos em cartaz no Teatro SESI Rio Vermelho, com direito a acompanhante e ainda, o uso



dos passaportes pelos dependentes, descontos no café-teatro e isenção de *couvert* artístico em shows da área externa, concedidos mediante cadastro voluntário no sistema *Passaporte Para a Cultura*. O sistema do passaporte é todo ele informatizado e gera um banco de dados que permite o acompanhamento da frequência e o envio de informações mensais às empresas para que elas possam definir qual ou quais as melhores formas de ampliar ou de manter a frequência elevada. A gratuidade aumentou em aproximadamente 154% a frequência de industriários, somente em 2006 (primeiro ano de atividade do Passaporte para a Cultura).

Quanto ao programa SESI Educação do Trabalhador, o teatro foi inserido no conteúdo programático do curso e os professores eram capacitados em oficinas de arte-educação e passavam a trabalhar em sala de aula temas relacionados à arte e a cultura, privilegiando aspectos de um determinado espetáculo. Depois de discutido os temas dos espetáculos em sala de aula, o Teatro SESI disponibilizava o transporte e o lanche para os alunos assistirem o espetáculo.

Em 2006, foram selecionados e incluídos quatro espetáculos no programa das aulas: “Sarau atrás do trio elétrico”, “Fernando Pessoa”, “A Árvore dos mamulengos” e “Camerata Popular do Recôncavo: Recantos de cada canto”. Já em 2007 além destes, entraram no programa “Coralinda”, o musical “Risos no Choro” e algumas montagens de Teatro de Bonecos. Entre os meses de Março 2006 e Novembro de 2007, foram feitas pesquisas após os espetáculos que indicaram que 86% dos trabalhadores afirmaram se sentirem ótimos no teatro e 72% deles manifestaram interesse em retornar ao teatro, o que caracteriza uma boa aceitação com relação ao ambiente do equipamento cultural teatro.

A terceira linha está relacionada aos eventos realizados em parcerias com empresas e sindicatos e mostras de talentos da indústria.

Em 2007, foi lançado o Passaporte para a Cultura, um sistema que dá ao trabalhador da indústria e seus familiares, acesso gratuito a espetáculos de teatro, música, dança e produções audiovisuais em cartaz no teatro. O sistema permite acompanhar a frequência do público e viabiliza a identificação das predileções do mesmo em relação a horários, gêneros, para melhor atender às suas necessidades, expectativas e desenvolver ações de fidelização de público mais precisas e eficientes. O industriário pode realizar o cadastro na bilheteria do teatro ou na própria empresa, por meio da parceria estabelecida desta com o Teatro Sesi, que, de acordo com cada caso, pode prever cessão de transporte para os funcionários, divulgação da programação na comunicação organizacional, programas de incentivo, etc., por parte da empresa.

No dia 06 de março de 2008 foi realizado um evento de lançamento do Passaporte para a Cultura do Sesi no Teatro Sesi Rio Vermelho. Para o evento foram convidadas diversas empresas para que conhecessem o projeto. Cinquenta e Nove representantes de trinta e uma indústrias confirmaram presença no evento, porém apenas representantes de 9 empresas compareceram no dia , o que pode indicar um desinteresse inicial por parte de algumas empresas, principalmente as que não possuem em suas metas, algum tipo de ação relacionada a responsabilidade social.

Por outro lado, algumas empresas que não confirmaram participação também estiveram presentes, foram elas: Odebrecht, Vedacit, Chesf, Volpac e Tenax, o que denota que grandes empresas, que possuem projetos de

responsabilidade social, detectaram no Passaporte Para a Cultura um benefício importante para seus colaboradores.

Outros eventos também foram realizados a fim de fomentar e apresentar o teatro aos trabalhadores da indústria. Em outubro de 2006 e 2007 foram comemorados o dia das crianças com o evento “Fabrincando”, que levou os filhos dos industriários ao SESI, estes dois eventos atraíram aproximadamente 300 crianças ao Teatro SESI, e foram realizados em parceria com as empresas Perini e J. Macedo (2006) e Rosita (2007).

Este tipo de evento visa criar um vínculo da criança com o equipamento cultural teatro, e com os espetáculos teatrais, onde o lúdico encanta a criança. Se este vínculo for alcançado com êxito, a criança associará este tipo de evento ao lazer, e tentará exercer alguma influência sobre os seus responsáveis que, para satisfazê-la neste aspecto, poderão passar a freqüentar o equipamento cultural e assim, estarão suscetíveis a também criarem um vínculo com este.

Em 2007, houve ainda a realização de alguns eventos, como o dia da mulher, que reuniu cem pessoas (em sua grande maioria mulheres), que eram colaboradoras de pequenas e médias indústrias de confecções que estão situadas no bairro do Rio Vermelho, e em seu entorno. A justificativa para este evento, se baseia na intenção do Teatro Sesi em fidelizar os industriários que moram ou trabalham próximos a ele, já que amenizaria os impactos da não freqüência a equipamentos culturais causados pela distância de suas residências do centro cultural e da dificuldade de transporte por ela proporcionada.

Outros eventos fizeram parte do calendário do projeto, principalmente no ano de 2007, como o evento para as indústrias de panificação, uma mostra de talentos para industriários, o dia da secretária (em parceria com a Embasa),

diversos eventos de apresentação do Passaporte Para a Cultura dentro das empresas, dentre outros.

Em Valença, também houveram ações de difusão através de espetáculos teatrais (a maioria deles provenientes de Salvador, como a montagem "Uma Lição de Gentileza") e do Caminhão da Cultura, que promoveu eventos em praça pública, com média de 350 espectadores.

### 3.1 DADOS DA FREQUÊNCIA AOS ESPETÁCULOS

Entre janeiro de 2006 e novembro de 2007 o teatro registrou um total de 19149 espectadores que assistiram a 497 apresentações. Deste total, 3470, ou 18%, são trabalhadores da indústria ou dependentes. A média dos anos anteriores ao projeto era de aproximadamente 4% do total do público espectador, portanto há um aumento significativo de industriários freqüentando o Teatro Sesi.

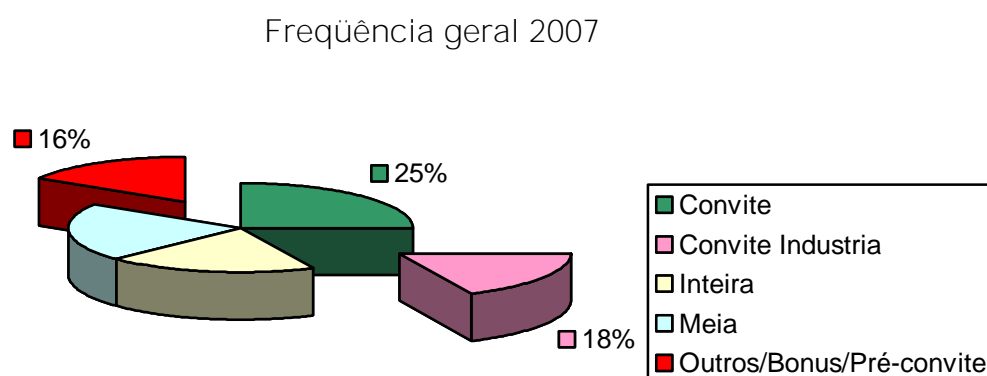


Gráfico 1: frequência geral do público em 2007

O Sistema de Passaporte tem cadastrados 2643 industriários<sup>16</sup> (de um total de 5000 passaportes disponibilizados entre Março 2007 e Maio de 2008, ver anexo 2), sendo que 2.103 são contratados por 28 empresas, dos mais variados setores (confeccões, panificações, alimentação, construção civil, etc.), e os outros 540 fizeram seu cadastro de modo voluntário na bilheteria do Teatro Sesi, isto é, independente da vigência ou não de uma parceria com a empresa na qual trabalha.

Se observarmos a freqüência dos industriários com base na predileção por alguma linguagem específica, veremos que a linguagem teatral é predominante no gosto dos industriários, de acordo com o Sistema de Passaporte. Este aspecto pode ser melhor visualizado com o auxílio da tabela e do gráfico abaixo. Nota-se que a freqüência de Industriários é maior proporcionalmente do que a de espectadores que pagam “inteira”, o que pode significar a predominância de trabalhadores da indústria em contraposição com outros ramos da economia.

	2007	2006	2005
Teatro	19%	10%	2%
Dança	0%	0%	0%
Música	11%	18%	1%

Tabela 1: Freqüência de industriários as diferentes linguagens culturais.

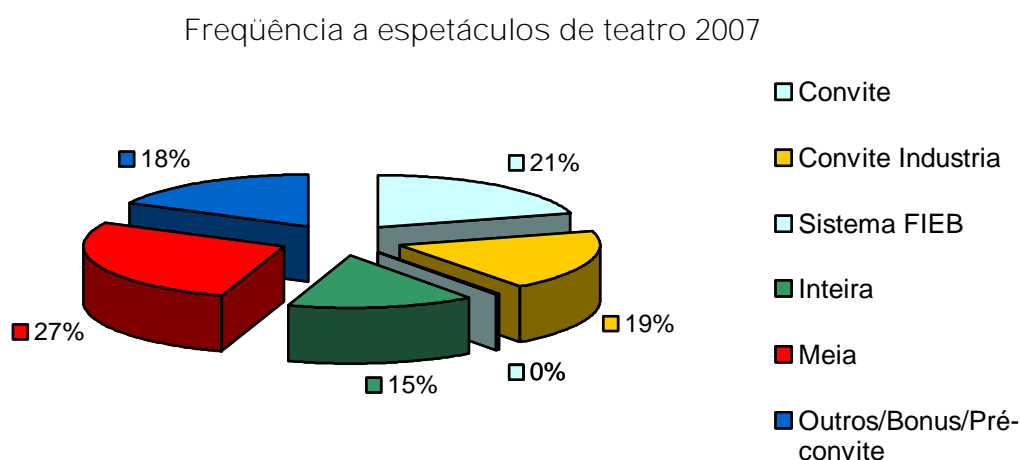


Gráfico 2: Freqüência a espetáculos do gênero teatro.

<sup>16</sup> Até o dia 01/06/2008.

### 3.1.2. AÇÕES COM O NÚCLEO DE EDUCAÇÃO DE ADULTOS

As ações em parceria com o Núcleo de Educação do Trabalhador da Indústria (NETI) tiveram início em março de 2006. Entre março de 2006 e novembro de 2007 foram atendidos 2417 trabalhadores e 58 empresas em 19 apresentações e três ciclos de oficina.

A inclusão do teatro na grade curricular, já que 74% dos alunos entrevistados afirmam ter trabalhado o tema dos espetáculos em sala de aula, desperta a curiosidade, o interesse e já compõe um quadro para a apreciação teatral.

Conforme as pesquisas aplicadas com as turmas ao longo do projeto, identificou-se o seguinte perfil dos alunos: maioria do gênero masculino (77%), com idade entre 26 e 45 anos (50%), cuja principal atividade de lazer é a praia (40%), seguida de shows musicais (24%).

Frequência a outros espaços ou atividades de lazer e cultura

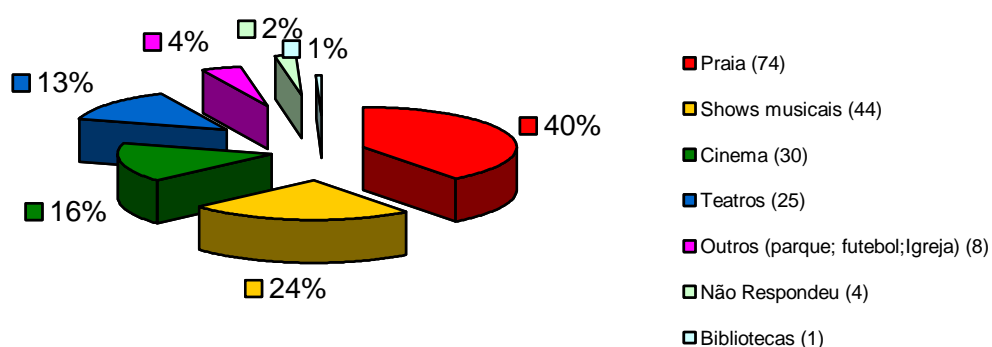


Gráfico 3: Frequência a outros espaços de lazer e/ou cultura

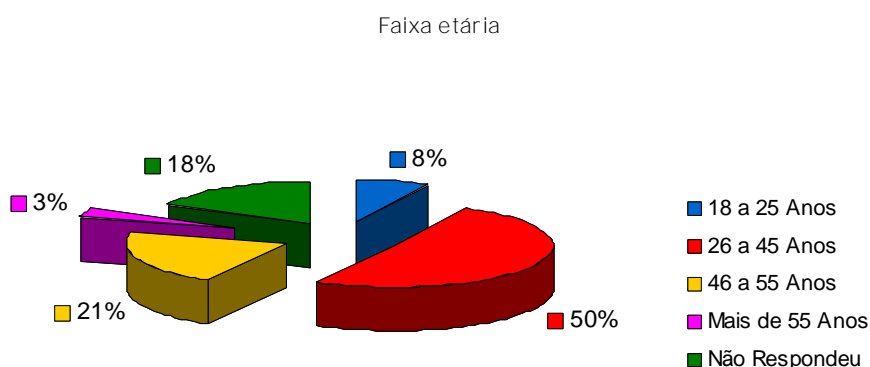


Gráfico 4: Faixa etária dos alunos do NETI

A maioria foi ao teatro pela primeira vez (56%), entretanto, é preciso ressaltar que as turmas foram ao teatro pelo menos duas vezes no curso do projeto. Este primeiro contato significa um grande avanço para quem tem o objetivo de formar platéia, mas, com base na pesquisa, verificamos que 70% destes alunos que foram ao teatro pelo NETI foram motivados pelo(a) professor(a) ou pela escola, o que caracteriza a necessidade de uma continuidade no processo de formação cultural destes alunos.

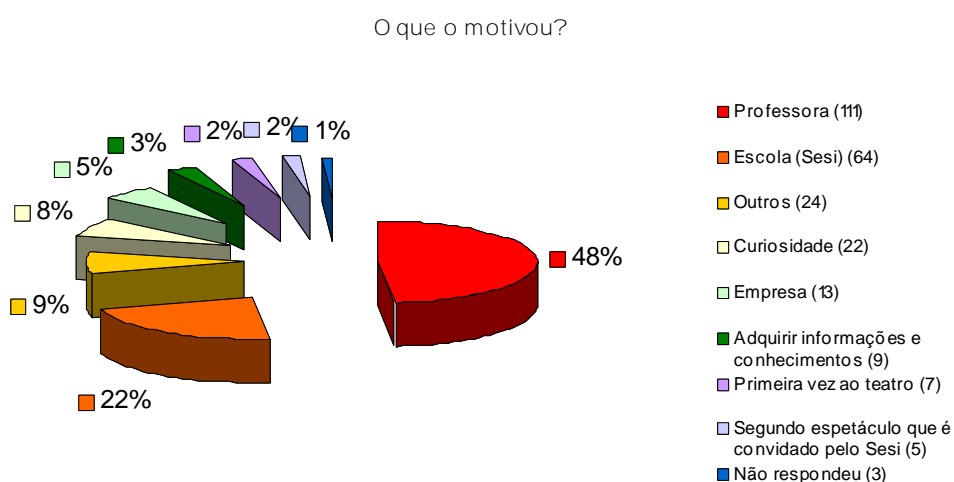


Gráfico 5: O que motivou o aluno do NETI a ir ao teatro.

A principal motivação apontada para o comparecimento ao espetáculo foi o(a) professor(a) (48%) e o SESI (22%), embora 8% tenha sido motivado pela curiosidade e apenas 3% dos participantes viram o teatro como espaço de aprendizado.

Um dado interessante nesta pesquisa é a desmistificação do espaço teatral por quem não era acostumado a freqüentá-lo, isso é comprovado quando foi constatado que pelo menos 92% do público considerou o espetáculo bom e 98% afirma ter se sentido pelo menos bem no teatro, sendo que a proporção dos alunos que afirma terem se sentido “ótimos” no teatro foi de 60%.



Gráfico 6: Sensação ao assistir um espetáculo no teatro.

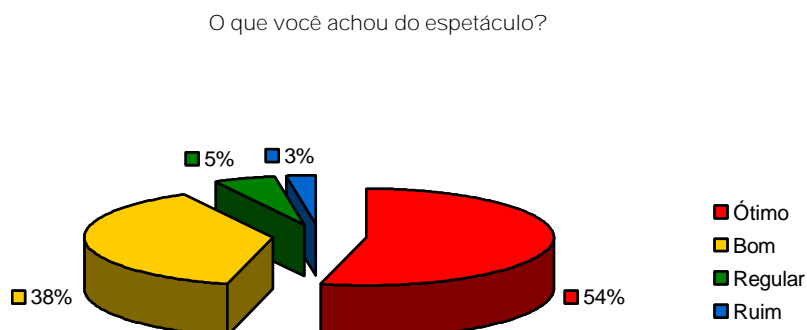


Gráfico 7: Opinião com relação ao espetáculo assistido.



Portanto, há um elevado nível de satisfação junto ao público, principalmente daqueles que nunca tiveram a oportunidade de visitar um teatro. Isto é facilmente afirmado quando se observa que 83% dos participantes gostariam que as ações em parceria com o NETI continuassem (e que permitam que eles retornem ao Teatro SESI, e também tenham oportunidade de conhecer outros teatros e outros equipamentos culturais) e 14% sugere a apresentação de espetáculos mais longos.

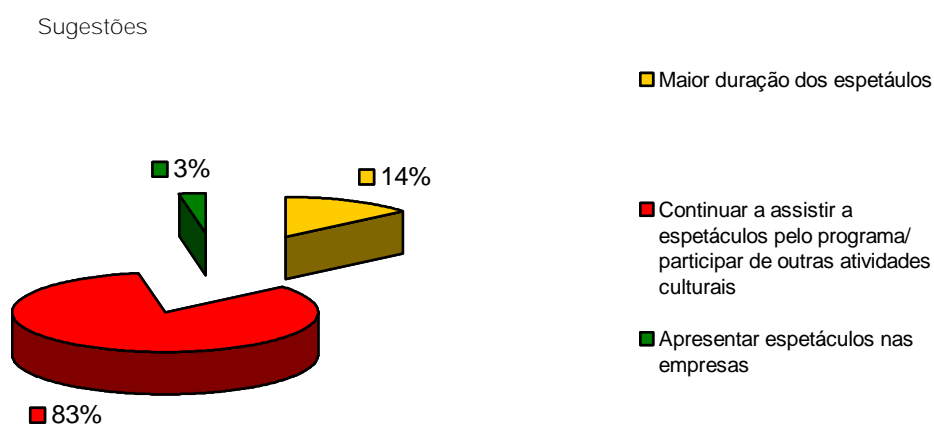


Gráfico 8: Sugestões dos alunos do NETI, após o término dos espetáculos.

Por fim, foi verificada ao menos a intenção destes alunos (sempre bom lembrar, que são trabalhadores da indústria) de continuar freqüentando espaços culturais em contrapartida a outras atividades de lazer. Apesar de esta ser uma afirmação bastante idealista, a pesquisa indicou que 90% dos entrevistados afirmam ter interesse em participar de outras atividades culturais, principalmente aquelas que estão relacionadas ao teatro (22%) e ao cinema (19%), deixando clara a vontade que o SESI continue promovendo este tipo de atividade.

## Interesse em participar de outras atividades culturais

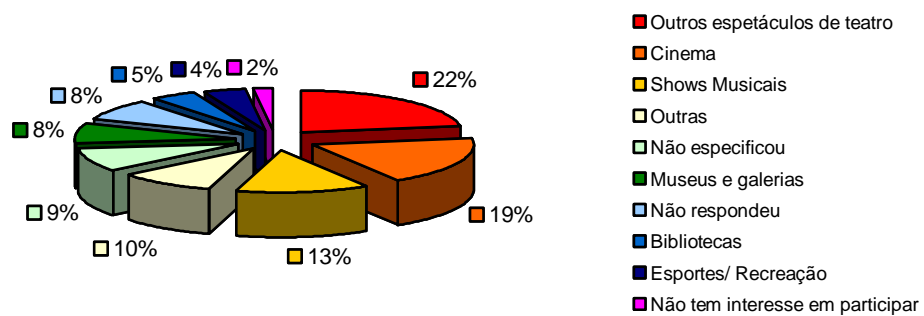


Gráfico 9: Interesse em atividades culturais.

## CONCLUSÃO

Estudar um projeto em que você se dedicou e abraçou durante um longo período, têm suas vantagens e desvantagens. Ter fácil e rápido acesso a toda informação dita necessária, vivenciar todo o processo de existência deste projeto desde sua concepção até sua conclusão, parece ser uma mão cheia para quem quer estudá-lo posteriormente, mas não é bem assim. A cumplicidade acaba por ganhar terreno neste momento, e qualquer reflexão a respeito do tema estudado é sujeita ao tendencionismo. Tentaremos aqui evitar este deslize.

Quando formulado por Rosa Villas-Boas, o projeto Formação de Platéia Industriária visava, de forma resoluta, aumentar o número de trabalhadores da indústria que freqüentavam o Teatro Sesi Rio Vermelho. O motivo era simples e relevante: aquele equipamento cultural foi idealizado para que o público industrial tivesse mais uma opção de lazer. O termo lazer é aqui empregado, devido ao modo que a organização SESI interpretava qualquer atividade que pudesse ser considerada como diversão, inclusive atividades culturais.

O lazer proporciona o acesso aos bens culturais, através de um repertório de experiências diversificadas de conteúdos culturais, o qual é determinado por fatores sociais emergentes do viver em sociedade, considerando a música, o teatro, o esporte, os jogos, os eventos, o turismo e outras manifestações<sup>17</sup>.

Com o crescente entendimento de que a cultura é algo além do que uma simples forma de lazer, o modo de encarar as ações relacionadas a ela passou a uma outra dimensão. Já no ano de 2007, o próprio sistema SESI passou também

---

<sup>17</sup> Dado colhido na publicação anual do SESI “Parâmetros Curriculares de Lazer”, na edição do ano 2000.

a entender cultura de outra forma, desassociando a cultura do lazer, e colocando-a em outro patamar.

A cultura se transforma em fator de desenvolvimento econômico sustentável, gerador de ocupações e oportunidades, proporcionando experiências educativas significativas e relevantes. Estas experiências repercutem, positivamente, nos vários setores sociais, favorecendo a qualidade de vida dos trabalhadores, das suas famílias e das comunidades<sup>18</sup>.

Abandonada então, a idéia de cultura como modo simplista de lazer, o SESI financiou inúmeros projetos pelo país nesta área. Em Salvador, o financiamento pelo Departamento Nacional do SESI do Projeto Formação de Platéia é uma clara tentativa de inserção dos seus trabalhadores neste contexto atual. O projeto, todo formulado com base nos conceitos (recentes e mutáveis) de formação, difusão e promoção da cultura pretende, através de medidas sócio-educativas, incluir estes trabalhadores num processo lúdico-educativo, como condição para uma melhor qualidade de vida.

As principais ações do projeto consistem em apresentar esse modo de entender a cultura para os trabalhadores da indústria, através do crescente aumento de exposição destes indivíduos a equipamentos e atividades culturais. Tomando como parâmetro os conceitos chaves do projeto, percebemos que as ações pontuais que ele se propõe, são pouco funcionais para atingir seus resultados desejados.

Basicamente, o projeto consiste em dois momentos que são: garantir a gratuidade do ingresso do industrial, o que seria uma boa medida a curto prazo, para estimular esta classe a consumir cultura e realizar eventos em datas comemorativas do calendário. A limitação da primeira ação a um único equipamento cultural, já que a proposta inicial de tentar convênios com outros

---

<sup>18</sup> De acordo com essa nova visão sobre cultura, este trecho foi colhido da publicação SESI CULTURA, do ano de 2007.

equipamentos culturais de Salvador não se realizou, e que se localiza no “centro cultural” da cidade, faz com que este benefício seja pouco usufruído. A questão da localização do teatro limitou de forma contundente o êxito total da distribuição de passaportes que garantem a gratuidade dos industriários e seus familiares, e não é preciso esperar o término das ações do projeto para chegarmos a esta constatação. Depois de verificarmos, que as empresas do setor, que ficam próximas ao Teatro Sesi, não seriam capazes (a maioria são pequenas empresas) de oferecer um montante de industriários que pudesse proporcionar uma verdadeira influência nos indicativos de consumo de cultura por esta classe, o projeto “deslocou” seu foco para as indústrias de maior porte. A questão é que estas empresas têm quase sempre localização afastada do centro da cidade: são pedreiras, construtoras, refinarias, montadoras, etc. Nas visitas a estas empresas, nos momentos de cadastro dos funcionários para distribuição dos passaportes<sup>19</sup>, ficou evidente a pouca perspectiva de êxito desta ação, já que quase a totalidade destes têm suas residências em cidades da região metropolitana de Salvador (como Simões Filho, Camaçari, Lauro de Freitas), ou ainda em bairros marginais da cidade (como Fazenda Coutos, Itinga, etc.) o que dificulta a ida ao Teatro SESI, pelos motivos já explanados (transporte, segurança pública, etc.). A segunda ação, que garante transporte e lanche para os que participam dos eventos comemorativos, permite um contato do trabalhador com o equipamento cultural, mas não surte tanto efeito, já que numa próxima ida ao teatro, ele não terá tais regalias, como lanche e transporte, o que pode resultar em um desinteresse ao consumo da atividade cultural.

---

<sup>19</sup> Lembrando que o passaporte era distribuído na empresa mediante cadastro dos funcionários, e realização de convênio com a empresa empregadora, que tinha como responsabilidade buscar formas de incentivar os colaboradores a utilizarem o passaporte.

Uma prova destas constatações é o relatório emitido pelo Sistema de Passaporte. Este relatório indica quantas vezes cada funcionário foi ao Teatro SESI, que espetáculo assistiu, quantos ingressos retirou, enfim faz o cruzamento dos dados de cada cartão. Por exemplo, a Odebrecht (Unidade localizada no Pólo Petroquímico de Camaçari), assinou o convênio em Maio de 2007, e tem 391 funcionários cadastrados no Passaporte Para a Cultura, porém em 13 meses, apenas 10 funcionários utilizaram o cartão, e apenas 2 destes utilizaram o passaporte mais de uma vez. Enquanto a Embasa, situada na Avenida Lucaia (portanto próxima ao Rio Vermelho), que assinou convênio no mês de Julho de 2007 e possui 62 funcionários cadastrados no sistema de passaporte, registrou a utilização do cartão por 29 deles, sendo que 18 por mais de 1 vez.

Outras empresas apresentam este mesmo quadro, e cruzando os dados de índice de utilização do cartão e localidade onde reside, fica evidente que a distância do equipamento cultural é um fator impeditivo de consumo cultural por este segmento da sociedade em Salvador.

Retomando os dados comparativos de freqüência de industriários, apresentados no capítulo anterior, verificamos que as ações do projeto têm sim, aumentado significativamente (subiu de 4% para 18% do público total) a quantidade de público oriundo desta classe. A questão é quão satisfatório é este aumento, já que o projeto cadastrou até então 2643 passaportes, porém, de acordo com o Sistema de Passaporte, apenas 278 (pouco mais de 10%) foram utilizados ao menos 1 vez.

Este é o resultado a curto prazo. O financiamento a estas ações, teve o seu fim em dezembro de 2007, como previsto no projeto. Porém os passaportes cadastrados ainda podem ser utilizados durante todo o ano de 2008, o que não nos

permite analisar o impacto destas ações a médio e longo prazo. O que fica evidente, é que apesar desta grande iniciativa, sem precedentes na Bahia (e me arrisco a dizer, no Brasil), ações unilaterais e ações paliativas (gratuidade temporária do ingresso, por exemplo), não são suficientes para uma mudança nos hábitos culturais de todo ou qualquer segmento da sociedade. É necessária a profusão de várias iniciativas semelhantes (com envolvimento de todas as esferas do poder público, e da iniciativa privada), e de uma mudança no modo de compreender a cultura, que deve começar na educação de base, para que a arte e a cultura tenham papel de destaque, no cotidiano da sociedade contemporânea.

Neste trabalho, estudamos os desdobramentos e as possibilidades futuras de um projeto de formação de público, em determinada atividade cultural. É possível que este tenha sido o primeiro TCC realizado na Faculdade de Comunicação da UFBA sobre este tema, talvez pela dificuldade em obter bibliografia específica. Esperamos que essa primeira tentativa sirva de base para outros trabalhos e pesquisa dentro deste campo ainda em organização e cheios de interrogações.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BARBALHO, Alexandre. *Política Cultural: um debate contemporâneo*. In RUBIM, Linda (org). *Organização e produção da cultura*. Salvador: EDUFBA, 2005.

BOTELHO, Isaura. *Os equipamentos culturais na cidade de São Paulo: um desafio para a gestão pública*. *Revista Espaço e Debates*. São Paulo: Núcleo de Estudos Regionais e Urbanos. v.23. n.43-44. jan/dez, 2003.

CHAUÍ, Marilena. *Cultura Política e Política Cultural*. In: *Estudos Avançados*, v. 09, nº. 23, p. 71-84, 1995.

COELHO, José Teixeira. *Dicionário Crítico de Política Cultural*. São Paulo: Iluminuras, 1997.

*Guia de Equipamentos Culturais do Governo da Bahia*. Salvador: Fundação Cultural do Estado da Bahia, 2002

LABORDA, C. F. *O significado do teatro para o trabalhador da indústria*. Enarel, 2006.

MIGUEZ, Paulo. *A Organização da Cultura na Cidade da Bahia*. Tese. UFBA, Pós-Graduação em Comunicação e Cultura Contemporâneas, 2002.

NATALE, Edson; OLIVIERI, Cristiane. *Guia de Produção Cultural*. São Paulo: Zé do livro, 2003.

NUSSBAUMER, G. M. *Equipamentos Culturais de Salvador: Públicos, Políticas e Mercado*. Artigo apresentado no V Enlepicc, ocorrido em Salvador-BA, 2005.

\_\_\_\_\_. *Um Mapa dos Teatros de Salvador*. Artigo apresentado no V Enlepicc, ocorrido em Salvador-BA, 2005.

RUBIM, Albino. Dilemas para uma política cultural na contemporaneidade. In LEITÃO, Cláudia (org.). *Gestão da Cultura. Significados e dilemas na contemporaneidade*. Fortaleza: Banco do Nordeste. p.89-104, 2003.

Sistema FIEB. Serviço Social da Indústria SESI Departamento Regional da Bahia. *Parâmetros do SESI-BA para o campo do lazer*. Salvador, 2004. 2ª Ed.

Sistema FIEB. Serviço Social da Indústria SESI Departamento Regional da Bahia. *Parâmetros do SESI-BA para o campo do lazer*. Salvador, 2000. 1ª Ed.

Sistema FIEB. Serviço Social da Indústria SESI Departamento Regional da Bahia. *Sesi Cultura*. Salvador, 2007. 1ª Ed.



**SOBREIRA, Sérgio.** *Públicos e Mercados Culturais para o Teatro Baiano.* In: *Revista da Bahia.* Salvador, 32(37):74-81, 2003.

**VILLAS-BÔAS, R. F.** *Gestão Cultural.* In RUBIM, Linda (org). *Organização e Produção da Cultura.* Salvador: EDUFBA, 2004.

**WILLIAMS, Raymond.** *Cultura e Sociedade: 1780-1850.* Tradução de Leônidas H. B. Hegenberg, Octanny Silveira da Mota, Anísio Teixeira. São Paulo: Nacional, 1969.

# ANEXOS

## ANEXO 1

Termo de Parceria:

## TERMO DE PARCERIA

COM OBJETIVO de ampliar a política de integração social dos funcionários da indústria e seus dependentes, facilitando o acesso a espetáculos, shows e apresentações teatrais, O Teatro SESI, e <sup>a</sup>..... firmam o TERMO DE PARCERIA, consoante acordo abaixo firmado:

### Responsabilidades do Teatro SESI:

Entregar o passaporte cultural para os funcionários da empresa interessados.

- 1 Prover entrada gratuita no Teatro SESI e em promoções conveniadas com um acompanhante em todos os espetáculos e em espetáculos de outros teatros credenciados, 5% de desconto na conta e gratuidade no couvert artístico do Café-Teatro do SESI.
- 1 Encaminhar à empresa a agenda impressa e virtual da programação mensal que o portador do passaporte tem direito.
- 1 Encaminhar mensalmente a empresa relatório de utilização do passaporte cultural por seus funcionários.

### Responsabilidades da empresa:

- 1 Divulgar dos espetáculos e textos sobre a importância de ir ao teatro na intranet e jornal da empresa.
- 1 Distribuir as agendas mensais para os funcionários com passaporte.
- 1 Colocar um ônibus mensal direto para o Teatro SESI, incentivando a ida dos funcionários.
- 1 Fazer ações de motivação aqueles que não estão utilizando o passaporte.
- 1 Disponibilizar espaço na empresa para colocação de estande para cadastro dos funcionários e entrega do passaporte.
- 1 \_\_\_\_\_

O presente termo de parceria tem validade até dezembro de 2007, podendo ser prorrogado com o acordo das partes.

Salvador,

---

SESI – SERVIÇO SOCIAL DA INDÚSTRIA

---

## ANEXO 2

Quadro 1: empresas cadastradas no sistema do passaporte/ Projeto Formação de Platéia			
	CNPJ	Razão Social	Qtd.
1.	13456280/0001-99	BANANAMACA INDUSTRIA E COMERCIO DE CONFECOES LTDA	58
2.	15145444/0007-88	CARBALLO FARO & CIA LTDA	232
3.	03860076/0001-85	CROMEX BAHIA LTDA	50
4.	02903203/0001-13	D.A.G. CONSTRUTORA LTDA **	47
5.	13788120/0004-90	ELEKEIROZ AS	179
6.	13504675/0001-10	EMBASA EMPRESA BAIANA DE AGUAS E SANEAMENTO S/A	52
7.	15257819/0001-06	EMPRESA GRAFICA DA BAHIA	63
8.	03439436/0003-31	J MACEDO ALIMENTOS NORDESTE S/A	340
9.	16156804/0001-14	JPG INDUSTRIA E COMERCIO DE MODAS LTDA	16
10.	02407370/0001-73	LIZ CONSTRUCOES EMPREENDIMENTOS E PARTICIPACOES LTDA *	27
11.	055855454565-90	M. Dias Branco	560
12.	67302943/0002-20	MADEPAR LAMINADOS S/A	80
13.	01284489/0001-33	MARTINICA INDUSTRIA E COMERCIO LTDA	11
14.	01871950/0001-54	MLM ATELIER DE COSTURA E COMERCIO LTDA	26
15.	15102288/0149-90	ODEBRECHT	446
16.	14689756/0001-02	PEDREIRAS CARANGI LTDA	38
17.	02709449/0001-59	PETROBRAS TRANSPORTES S/A	313
18.	15111826/0001-03	PRODUTOS ALIMENTICIOS CRAVO S/A	18
19.	32651374/0001-63	RETICENCIAS INDUSTRIA E COMERCIO LTDA	64
20.	56037724/0002-45	RIP - REFRAIARIOS ISOLAMENTOS E PINTURA LTDA (junto com Odebrecht)	23
Total: 2643			

ANEXO 3

ANEXO 4