



**UNIVERSIDADE FEDERAL DA BAHIA
FACULDADE DE COMUNICAÇÃO**

ANANDA BRASILEIRO

**AMIGOS DO VILA:
UM PLANO DE COMUNICAÇÃO ESTRATÉGICA**

Salvador
2023

ANANDA BRASILEIRO

**AMIGOS DO VILA:
UM PLANO DE COMUNICAÇÃO ESTRATÉGICA**

Memorial apresentado ao curso de Graduação em Comunicação com habilitação em Produção em Comunicação e Cultura, Faculdade de Comunicação, Universidade Federal da Bahia, como requisito parcial para obtenção do grau de Bacharel em Comunicação.

Orientador: Prof. Leonardo Costa

Salvador
2023

AGRADECIMENTOS

Agradeço a minha família, meus avós e avôs, mãe e pai, Milinha, minha irmã, meu sobrinho, meus tios e tias por acreditarem em mim - às vezes mais do que eu mesma - e me darem todo tipo de apoio. Nós sabemos que a vida foi cheia de altos e baixos durante esses anos da graduação e sem vocês com certeza eu não teria chegado tão longe.

Obrigada aos professores da Facom, em especial à Mamede por ter me apresentado as primeiras teorias da fotografia, assunto responsável pelo meu ingresso na UFBA, ao Labfoto, meu porto seguro dentro da faculdade durante o início do curso, à Gica, Juliana e Leo por me apresentarem os assuntos que mais me instigaram e inspiraram.

E enfim obrigada aos artistas do Vila, lugar que me acolheu, teve paciência comigo e me ensinou a falar. Sou grata aos pequenos e grandes mestres: Márcio Meirelles, Chica Carelli, Cristina Castro, Vânia Paixão, Marcos Dedê, Gil Maciel, a minha turma de 2018 da Universidade LIVRE e às turmas de 2019 e 2020. Obrigada a Samuel, Mabel e Márcio por me ajudarem e confiarem em mim na coordenação da Memória e a todes, todas, todos os artistas, técnicos de iluminação e som, cenógrafos, figurinistas, músicos, diretores e diretoras com quem tive e tenho o prazer de trabalhar, atuar, jogar, improvisar e compartilhar palcos, ensaios, brigas, gargalhadas e “deuses ex machina”. Vocês me ensinam a não ter medo de ser.

Existe uma providência especial até na queda de um pardal. Se é agora, não vai ser depois; se não for depois, será agora. Estar pronto é tudo.

W. Shakespeare (Hamlet, ato V cena II)

RESUMO

Este Trabalho de Conclusão de Curso visa elaborar um plano de comunicação estratégica com o respectivo memorial para o projeto Amigos do Vila, campanha de financiamento coletivo continuado do Teatro Vila Velha. O projeto foi lançado em dezembro de 2019 com o objetivo de servir como fonte alternativa mensal de recurso para desenvolvimento da infraestrutura e das atividades criativas e pedagógicas do teatro. Com o passar dos anos, foi perdendo apoiadores gradativamente, principalmente devido aos impactos da pandemia da Covid-19. A proposta do plano é recuperar os assinantes com apoio inativo e converter o público das redes do teatro em apoiadores através de ações de comunicação estratégica focadas na pesquisa de público e venda do produto.

Palavras-chave: Comunicação estratégica. Comunicação organizacional. Financiamento coletivo. Artes cênicas.

SUMÁRIO

1.	Introdução	06
1.1.	O processo de escolha e construção do trabalho	07
2.	Comunicação estratégica	09
2.1.	Comunicação organizacional	09
2.2.	Financiamento coletivo	10
3.	Teatro Vila Velha	11
3.1.	Histórico e gestão	11
3.2.	Projeto Amigos do Vila	15
4.	Considerações finais	18
	Referências	19
	Apêndice A - Modelo de pesquisa de público	21

1. INTRODUÇÃO

O Teatro Vila Velha é um importante espaço cultural histórico da cidade de Salvador que tem como missão estimular a criação artística em artes cênicas através do trabalho em grupo e atividades formativas. Fundado em 1964 no centro da cidade, o Vila é o primeiro teatro independente da Bahia. Construído pela Companhia Teatro dos Novos, primeira companhia baiana de teatro profissional, é considerado um símbolo da contracultura e uma resposta da classe artística à ditadura militar. Quase seis décadas após a sua fundação, a instituição se mantém independente, gerida por artistas e financiada principalmente pelo Fundo de Cultura da Bahia, além das arrecadações de bilheteria. Em 2019, com o objetivo de captar recursos financeiros para a manutenção da infraestrutura, programação e atividades formativas a partir da plataforma digital Padrim, foi lançado o Amigos do Vila, projeto de financiamento coletivo continuado com contribuições mensais a partir de um real.

Conhecido principalmente por ser a sede do Bando de Teatro Olodum (desde 1990), do Festival Internacional Vivadança (desde 2007) e, mais recentemente, do curso livre de teatro intitulado Universidade LIVRE (desde 2013), o Vila encontrou dificuldades em mobilizar o público para financiar o projeto nos anos posteriores ao seu lançamento. Em maio de 2020, seis meses após o lançamento da campanha o projeto somava 142 apoiadores com um financiamento médio de R\$ 4.384 mensais, mas devido aos impactos da pandemia da Covid-19 o projeto foi perdendo apoio nos anos posteriores, mesmo após o aumento da divulgação da campanha nas redes sociais ocasionado pela mudança das atividades do teatro para o ambiente digital, consequência do distanciamento social, uma das medidas tomadas pelo governo federal durante os anos de 2020 e 2021 para a redução do avanço da pandemia.

Este Trabalho de Conclusão de Curso consiste em um plano de comunicação estratégica para o projeto Amigos do Vila com o objetivo de recuperar o apoio inativo causado pelo interrompimento das assinaturas e aproximar os públicos das redes de relacionamento do teatro do projeto, assim como potenciais patrocinadores, através de ações focadas na venda do produto com uma nova visualidade, além de mobilizar públicos da esfera pública ou privada, pessoas físicas, empresas e equipe interna para a importância não só da continuidade, mas do fortalecimento da instituição para a cultura brasileira. Para isso, foram utilizados referenciais teóricos sobre comunicação organizacional e financiamento coletivo.

A redução constante do recurso captado pelo projeto Amigos do Vila desde que foi lançado em 2019 até o atual ano foi um dos principais motivadores para a escolha deste trabalho, que se deve também aos cinco anos de aprendizado e colaboração profissional com o Vila, onde iniciei minha formação em artes cênicas em 2018 e, em 2020, passei a colaborar de diversas formas e em diferentes áreas de atuação até 2023, quando deixei o posto de coordenadora do arquivo do teatro. Fazer parte da equipe interna enquanto cursava a graduação em comunicação ativou em mim uma constante observação dos usos dos meios de comunicação do teatro, sendo esta observação e a vivência as principais fontes de informação e inspiração para este trabalho, que também parte do interesse pessoal na Comunicação Organizacional e no aprofundamento dos conhecimentos sobre planejamento e estratégias de comunicação.

1.1 O processo de escolha e construção do trabalho

O aprendizado através da prática sempre foi a forma através da qual eu compreendi o mundo e me relacionei com ele. Ter nascido na década da popularização da internet e ter vivido uma adolescência com acesso a tutoriais do YouTube e compartilhamentos de experiências pessoais vindas de diversos lugares do mundo pela web certamente alimentaram a necessidade natural de criar e me expressar pela visualidade, seja por meio do desenho, pintura, fotografia, dança ou movimento. Talvez por isso achei tão complicado explicar de forma linear o processo de construção prática e material deste plano de comunicação. Acredito piamente que a fotografia, o vídeo e o corpo em movimento explicam mais perfeita e detalhadamente do que palavras encadeadas uma após a outra. Foi assim que, após sucessivas tentativas em me adaptar aos métodos de avaliação da universidade, acabei adoecendo e durante minha recuperação fui em busca do teatro, como se meu próprio corpo tivesse se emancipado do turbilhão de conexões cerebrais excessivas da minha cabeça e tivesse tomado uma decisão independente.

Foi dessa forma que cheguei ao Vila e me deparei com uma nova realidade feita de novas relações, relação atriz-diretor, relações de aprendizado que eram relações de trabalho, a extinção dos termos “alunos e professores” para dar lugar ao termo “colaboradores”, a necessidade da autonomia e de sempre estar pronto para improvisar quando necessário e principalmente a inclusão da subjetividade de cada indivíduo na elaboração de seu método próprio de atuação e autogestão. O Vila desconstruiu tudo que eu achava que sabia e foi difícil

identificar qual era o meu lugar em meio ao caos. Senti na pele como é necessário sustentar grandes responsabilidades para ter acesso à liberdade, talvez por isso a Universidade LIVRE é considerada tão desafiadora e até mal compreendida por alguns. E foi assim que continuei no Vila por 5 anos, colaborando com a gestão do espaço, com atuações e produções nos espetáculos, cobertura fotográfica e elaboração de ensaios fotográficos para divulgação dos projetos, com a operação de luz, com a organização do acervo fotográfico e, por fim, com a coordenação do Centro de Documentação e Memória Nós Por Exemplo, um acervo que guarda mais 100 anos da história do teatro nacional e seus atores. Tais desafios e o contato com a criação artística foram definitivos para que eu prosseguisse na graduação, onde, nos últimos semestres, tive contato com a disciplina responsável por curar meu medo do termo “comunicação estratégica”. Possivelmente porque, como explica Margarida Kunsch, o conceito de estratégia foi firmado em meio à esfera militar e isso, de alguma maneira, conferia uma certa aura de “acesso somente a pessoal autorizado” à palavra. Enfim, me desafiei e optei por fazer um plano de comunicação estratégica simplesmente porque eu queria muito aprender e arriscar, mesmo sabendo que encontraria dificuldades.

A ideia de usar o Amigos do Vila como tema veio naturalmente ao perceber que o valor mensal arrecadado estava diminuindo drasticamente, os espetáculos estavam cada vez mais escassos no período pós-pandemia e que a atual conjuntura do setor de comunicação do teatro não teria condições de retomar a campanha. Me parecia uma escolha de produto óbvia e necessária. Contudo, se a subjetividade de cada pessoa é crucial para desenvolver um método próprio de autogestão, a dependência de pessoas para conseguir levantar dados ou concretizar feitos no Teatro Vila Velha ou sobre ele é também muito grande, visto que esse foi um dos pontos que mais influenciou na execução não só deste, mas dos trabalhos acadêmicos prévios que fiz sobre o Vila. A personalização é uma marca forte da instituição, que sempre foi gerida por artistas independentes, e isso não se configura necessariamente como uma fraqueza, visto que, na falta de uma regulamentação apropriada das profissões artísticas, uma boa rede de contatos é fundamental para conseguir trabalhar com arte em Salvador. Assim, não consegui, por exemplo, aplicar a pesquisa de análise de público (ver Apêndice A) com os apoiadores do Amigos do Vila em tempo hábil para o envio do trabalho à banca, mas considero esta ação para uma oportunidade futura, assim como a proposta de outras ações comunicacionais. Dessa forma, este produto, cujas fotografias são todas de minha autoria durante os últimos seis anos de trabalho na instituição, culminou em um plano de comunicação que precisa e deve ser ampliado para garantir o sucesso do Amigos do Vila, de modo a tornar possível a mutação do

projeto em uma das principais fontes de recurso financeiro para a manutenção e inovação do espaço.

2. COMUNICAÇÃO ESTRATÉGICA

2.1 Comunicação organizacional

De acordo com a professora Margarida Kunsch, pioneira nos estudos da área no Brasil, a natureza dialógica da comunicação estratégica resulta em diversos fluxos informacionais que implicam na difusão de sentidos que devem ser alinhados, integrados, e, por fim, se alcance um objetivo comum. (KUNSCH; FERREIRA, 2021, p. 5). Dessa perspectiva, a comunicação organizacional deve ser integrada, em um organismo de variantes comunicacionais praticadas nas organizações, a comunicação institucional, a comunicação interna, a comunicação administrativa e a comunicação mercadológica ou comunicação de marketing, para que se alcance os objetivos previamente definidos no planejamento.

Complementando a ideia de Kunsch, Baldissera explica que com as crescentes demandas de mercado contemporâneas, inseridas em um contexto de efervescência de circulação simbólica, disputa por visibilidade e necessidade de instituir a marca e visar bons resultados na equação custo-benefício (BALDISSERA, 2014, p. 10), é fundamental que as instituições executem as suas ações de comunicação de forma integrada, sempre atentos à produção de sentidos, no intuito de cativar e fidelizar o seu público.

As organizações modernas, para se posicionar perante a sociedade e fazer frente a todos os desafios da complexidade contemporânea, necessitam planejar, administrar e pensar estrategicamente a sua comunicação. Não basta pautar-se por ações isoladas de comunicação, centradas no planejamento tático para resolver questões, gerenciar crises e gerir produtos sem uma conexão com a análise ambiental e as necessidades do público de forma permanente e pensada estrategicamente. (KUNSCH, 2006, p. 7)

Dessa forma, para criar novas estratégias de comunicação para a campanha Amigos do Vila, é necessária uma análise de pontos fortes e fracos, análise dos ambientes interno e externo, fazendo um diagnóstico do que precisa ser melhorado para sugerir possíveis soluções. A partir do diagnóstico é feita uma sugestão de possíveis ações comunicacionais. Para isso, é

necessário que a prática profissional no gerenciamento da comunicação das organizações seja guiada por um planejamento dividido em etapas (KUNSCH, 2016, p. 315).

Tais etapas consistem numa análise da organização por meio de uma pesquisa para produção de briefing, que consiste em dados gerais da organização, produtos e serviços ofertados com seu respectivo faturamento, análise de cenário de atuação e concorrência, identificação dos públicos relacionados, desde o público interno até instituições parceiras, e identificação dos serviços de comunicação e da presença na web. A partir desses dados, é feita uma análise de ambiente interno com respectivas forças e fraquezas, e de ambiente externo e suas ameaças e oportunidades. Ao cruzar os dados de ambientes internos e externos é possível identificar quais soluções o plano de comunicação pode oferecer e partir para o planejamento de ações comunicacionais a serem executadas.

No caso do Amigos do Vila, como veremos no próximo tópico, se faz necessário o desenvolvimento de uma comunicação estratégica que fidelize o público apoiador e atraia novos patrocinadores ou consumidores. Para que isso seja feito é necessário, inicialmente, identificar o perfil deste público através de uma pesquisa para então aplicar uma abordagem mais humanizada e personalizada que alcance o consumidor de maneira efetiva.

2.2 Financiamento coletivo

De acordo com entrevista concedida ao portal do Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae), Diego Reeberg, um dos sócios fundadores da primeira plataforma brasileira de financiamento coletivo para projetos criativos, Catarse, define “crowdfunding” ou financiamento coletivo como o “financiamento de uma iniciativa a partir da colaboração de um grupo (pode ser pequeno ou muito grande) de pessoas que investem recursos financeiros nela.”¹. Já o termo “crowdfunding” surgiu em 2006 e se refere mais apropriadamente a projetos ou empresas que funcionam através de financiamento coletivo através de uma plataforma online, tendo como objetivo um retorno para a sociedade.

¹ Disponível em:

<https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/entenda-o-que-e-crowdfunding.8a733374edc2f410VgnVCM1000004c00210aRCRD> . Acesso em 17 jul. 2023.

Segundo Reeberg, a causa de um crescente movimento do financiamento coletivo tem como explicação o fato de os financiamentos públicos e privados não darem conta de abraçar a quantidade de iniciativas de diversos tipos (pequenas e grandes, de diversas áreas criativas) que precisavam de dinheiro para acontecer, seja porque não conseguiam alcançar tais projetos ou porque não compactuavam com as ideologias e ideias da iniciativa artística/criativa. Concomitantemente, o avanço da internet e o aumento dos meios de acesso à ela permitiram que tais projetos alcançassem mais pessoas para além dos limites geográficos, o que possibilitou um maior alcance de potenciais colaboradores.

As principais plataformas de financiamento coletivo no Brasil hoje oferecem diferentes tipos de financiamento coletivo, sendo elas focadas em apoio recorrente através de uma assinatura mensal para projetos contínuos, apoio focado em uma meta pontual “tudo ou nada” pré-estabelecida com um valor em dinheiro definido previamente ou um financiamento coletivo com meta pré-estabelecida porém flexível caso a meta definida anteriormente não seja alcançada, arrecadando um valor possível e variável a depender do seu desenvolvimento durante o período da campanha.

3. TEATRO VILA VELHA

3.1 Histórico e gestão

Fundada em 1959 após um rompimento com o então diretor da Escola de Teatro da UFBA, Martim Gonçalves, a Cia. Teatro dos Novos, dirigida pelo dramaturgo João Augusto e composta por Sonia Robatto, Othon Bastos, Carlos Petrovich, Echio Reis, Teresa Sá e Carmem Bittencourt, tinha como objetivo construir uma sede onde pudesse criar espetáculos “que unisse a arte erudita à cultura popular”². Dessa forma, através do apoio e mobilização da classe artística, o governo do estado cedeu um galpão onde hoje é o Passeio Público, atrás do Palácio da Aclamação, em 1961. Com projeto arquitetônico de Alberto Fiúza e Sílvio Robatto e gestão da própria companhia através da entidade Sociedade Teatro dos Novos, é inaugurado o Teatro Vila Velha em 31 de julho de 1964, reconhecido como de utilidade pública (RATTES, 2007, p. 24).

² Disponível em: http://www.teatrovilavelha.com.br/nos_por_exemplo.php

Nascido poucos meses após a implementação da ditadura militar e autodeclarado um “espaço de liberdade”, o Vila Velha carrega uma importância política histórica na sua criação. A inauguração se deu através de uma série de espetáculos, entre eles o show “Nós, Por Exemplo”, que apresentou Caetano Veloso, Maria Bethânia, Gal Costa, Gilberto Gil e Tom Zé ao público no início de suas carreiras musicais. De acordo com o site institucional, “o Vila reagiu à ditadura, acolheu artistas e estudantes perseguidos, abrigou encontros do movimento estudantil (...), foi sede da Anistia Internacional” e palco onde “foram julgadas e aprovadas as anistias políticas do cineasta Glauber Rocha e do guerrilheiro Carlos Marighella”³, onde o Estado Brasileiro pediu desculpas às respectivas famílias pelos atos criminosos durante o regime militar.

Durante os anos 1970, o teatro abrigou o grupo Teatro Livre da Bahia, com mais de 40 integrantes, que passou a ser o principal responsável pela programação até o fim da década. Em 1979, com a morte de João Augusto, a Cia. Teatro dos Novos reassumiu a direção do espaço e, ao longo da década de 1980, período em que surgiram as primeiras leis de incentivo fiscal para a cultura no Brasil, enfrentou uma crise financeira que a fez recorrer ao teatro pornô de companhias paulistas para ocupar as pautas ao mesmo tempo em que montava peças infantis. Foi no ano de 1994, quatro anos após Marcio Meirelles ter deixado a direção do Teatro Castro Alves e criado, em parceria com a atriz e diretora Chica Carelli, o Bando de Teatro Olodum, que o Teatro Vila Velha, através da associação entre a Sociedade Teatro dos Novos, pessoa jurídica da Cia, e a recém-criada ONG Sol Movimento da Cena, composta por Marcio, Chica, Ângela Andrade, Hebe Alves, Tereza Araújo, Luiz Marfuz e Margarida Almeida, inicia uma nova fase em sua gestão com três diretorias, artística, administrativa e técnica.

Iniciadas com o projeto Novo Vila, apoiado pelo Ministério da Cultura, Secretaria de Cultura e Turismo, Petrobrás e Eletrobrás, as décadas de 1990 e 2000 são consideradas as de mais intensa produção artística do teatro. Além de expandir a estrutura física, a nova fase englobou diversos projetos e possibilitou a vinculação de outros grupos artísticos à instituição. Durante o período, além do Bando de Teatro Olodum, foram grupos residentes o Cereus, Tribo de Teatro, Mais de Mil (CRIA), Confraria da Bazófia, Núcleo de Artes Plásticas, Viladança, Companhia Novos Novos, Vilavox e A Outra Companhia de Teatro. Entre os projetos, Baila Vila, Tomaládacá, Teatro de Cabo a Rabo, Meia Noite Se Improvisa, Show Pruvila, Fala Vila,

³ Disponível em: http://www.teatrovilavelha.com.br/nos_por_exemplo.php

Vila Acústico, 3 & Pronto, Revilavolta, Amigos do Vila, Cabaré Jam, Cine Vila (também chamado Curta Vila), Meia Tarde Se Improvisa, Oficinas Livres do Vila, Quem Manda É Nós, Improvilação, O Que Cabe Neste Palco, Vilerê, Vivadança e Oficinas Vila Verão são alguns deles.

A fartura da época também se deve à democratização do financiamento da cultura através da dinâmica de editais que distribuem os recursos do Fundo de Cultura da Bahia (FCBA), instrumento instituído pela Lei 9.431/2005 vinculado à Secretaria de Cultura da Bahia (SecultBA) que encaminha parte do ICMS arrecadado para o setor cultural e que é até hoje a principal fonte de financiamento do setor na Bahia.

O mecanismo custeia, total ou parcialmente, projetos estritamente culturais de iniciativa de pessoas físicas ou jurídicas de direito público ou privado. Os projetos financiados pelo Fundo de Cultura são, preferencialmente, aqueles que apesar da importância do seu significado, sejam de baixo apelo mercadológico, o que dificulta a obtenção de patrocínio junto à iniciativa privada. O FCBA está estruturado em 4 (quatro) linhas de apoio, modelo de referência para outros estados da federação: Eventos Culturais Calendarizados; Mobilidade Artística e Cultural; Editais Setoriais e Ações Continuadas de Instituições Culturais sem fins lucrativos. (SECULTBA, 2018)

O Teatro Vila Velha era financiado diretamente pelo governo do estado desde 1995 e a partir de 2008 passou a ser mantido pelas Ações Continuadas de Instituições Culturais, um dos programas do FCBA⁴ em vigor até hoje. De acordo com os dados da transparência disponibilizados no site da SecultBA⁵, foi destinado um total de R\$3.849.992,56 para financiar as atividades do Teatro Vila Velha no triênio de 2017 a 2020, renovado até maio de 2023, o que equivale a um financiamento mensal médio aproximado de R\$57.462,57. Contudo, em entrevista ao Correio, o ex-coordenador administrativo da instituição Rafael Matos observou que o valor não cobre todos os gastos do teatro. Segundo ele, “o recurso pode parecer alto, mas o Vila é grande e não para, não é só um teatro de pauta”⁶.

Contudo, se a criação das políticas de editais foi o primeiro passo para democratização dos meios de acesso aos recursos da cultura e das artes, por outro lado, segundo Meirelles, gerou

⁴ Informação adquirida verbalmente com a administração do teatro.

⁵ Disponível em: <http://www.cultura.ba.gov.br/modules/conteudo/conteudo.php?conteudo=32>. Acesso em: 22 mai. 2023.

⁶ Disponível em:

<https://www.correio24horas.com.br/noticia/nid/teatro-vila-velha-lanca-campanha-de-financiamento/> Acesso em: 22 mai. 2023

uma dependência maior desse tipo de financiamento e uma independência entre os coletivos artísticos em relação ao Vila. De acordo com a fundadora do Núcleo Viladança e do Festival Internacional Vivadança, Cristina Castro, “o Vila sempre foi um espaço de criação, onde no mínimo cinco grupos residentes diferentes sempre ocupavam o espaço durante a manhã, à tarde e à noite. O teatro vivia ocupado e pulsante, o movimento e a criação coletiva era o que mantinha o teatro de pé. Essa é a identidade do Teatro Vila Velha.” (informação verbal)⁷. A drástica diminuição da quantidade de coletivos e grupos de teatro também é um fator importante que contribuiu para o decréscimo desse movimento coletivo mencionado pela coreógrafa.

Uma alternativa para ocupação do centro cultural foi a criação da Universidade LIVRE, em 2013, curso de artes cênicas com duração de três anos criado por Meirelles “para a formação de artistas alinhados com a estética, os processos e a política construídos e praticados no teatro”⁸, que aborda o fazer artístico em sua integralidade, desde o funcionamento da bilheteria até a performance nos palcos, passando pela gestão do espaço, preparação corporal, produção, divulgação dos eventos, montagem de luz e todos os demais processos operacionais e artísticos necessários para que um espetáculo aconteça. Os participantes pagam R\$400,00 somados a 40 horas de colaboração nas funções operacionais do teatro durante o turno oposto a cada mês, havendo possibilidade de bolsa integral ou parcial a depender do número de inscritos e da situação socioeconômica do participante. O valor em dinheiro é destinado integralmente para o pagamento dos colaboradores condutores dos encontros durante o processo criativo, do espetáculo ou experimento artístico a ser construído a cada ano.

Hoje, com uma equipe atual de 13 pessoas⁹ contratadas como prestadoras de serviço (MEI), um dos principais desafios é a falta de recursos humanos para sustentar um teatro que, com o passar das décadas, cresceu tanto em dimensão da infraestrutura quanto em demandas de projetos artísticos a serem continuados. Analisando os últimos quatro anos em perspectiva, as leis emergenciais para a cultura durante a pandemia da Covid-19 ocasionaram a execução de oito projetos pela Lei Aldir Blanc em 2021, tendo sido um período mais propício à execução de projetos culturais para o teatro do que o ano pós-pandêmico de 2022. A situação do Teatro Vila Velha pode ser lida como uma representação em pequena escala da extrema

⁷ Informação adquirida verbalmente em dezembro de 2022.

⁸ Disponível em: <http://www.marciomeirelles.com.br/site/biografia/>. Acesso em 23 mai. 2023

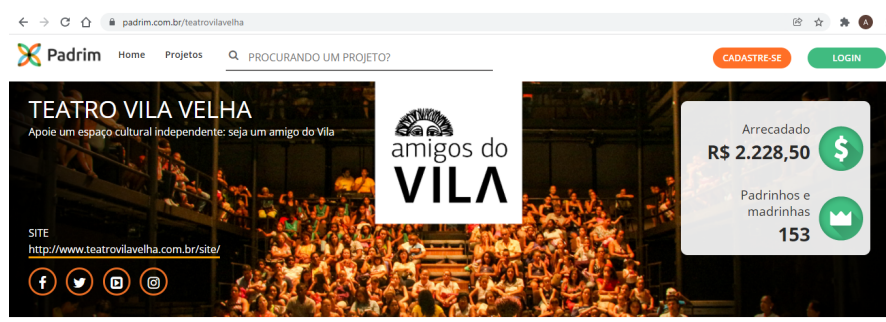
⁹ Disponível em: https://www.teatrovilavelha.com.br/quem_sou.php?id=15. Acesso em: 23 mai. 2023.

vulnerabilidade do setor cultural brasileiro intensificada pelas recentes crises política e sanitária. Citando José Eduardo Ferreira, um dos gestores do Acervo da Laje juntamente com Vilma Santos, “o desmando e o desmonte do governo federal fizeram a gente se reaglutinar, se repensar, voltar para a base” (NUSSBAUMER; LEAL; SOUTO; BARRETO, 2022, p. 95), o que inspira um possível caminho para o teatro.

3.2 Projeto Amigos do Vila

O projeto Amigos do Vila foi lançado em 7 de dezembro de 2019 com o objetivo de servir de fonte de renda complementar e fomentar as atividades dos núcleos artísticos e pedagógico do teatro. Contudo, em março de 2020, o teatro pausou todas as atividades presenciais devido à chegada do vírus SARS-CoV-2 à Bahia. Como uma saída para a crise causada pela pandemia do coronavírus, a instituição mudou o discurso da campanha, que passou a ser a única fonte de recurso financeiro além do recurso do FCBA. O projeto passou a ser divulgado através da imprensa e do perfil da instituição no Instagram com depoimentos de artistas brasileiros em vídeos curtos enfatizando a importância de manter a instituição ativa, ainda que de forma digital, respeitando as ações de distanciamento social implementadas pelo governo. O projeto de apadrinhamento consiste em uma assinatura mensal de valores a partir de um real em troca de recompensas correspondentes a cada valor pago.

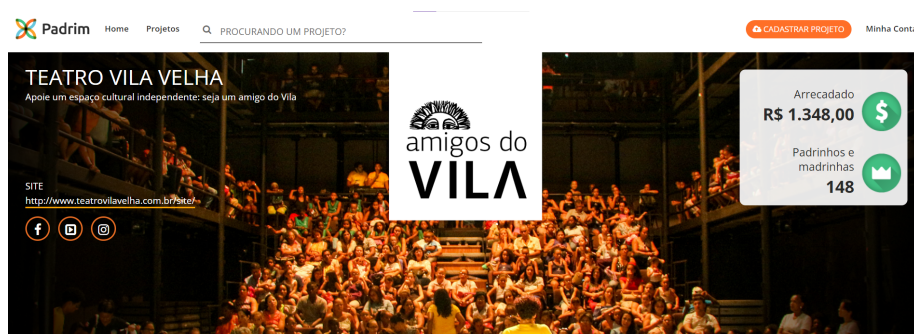
Figura 1: Homepage da campanha.



Captura de tela da homepage da campanha em 29/11/2021.



Captura de tela da homepage da campanha em 08/12/2022.

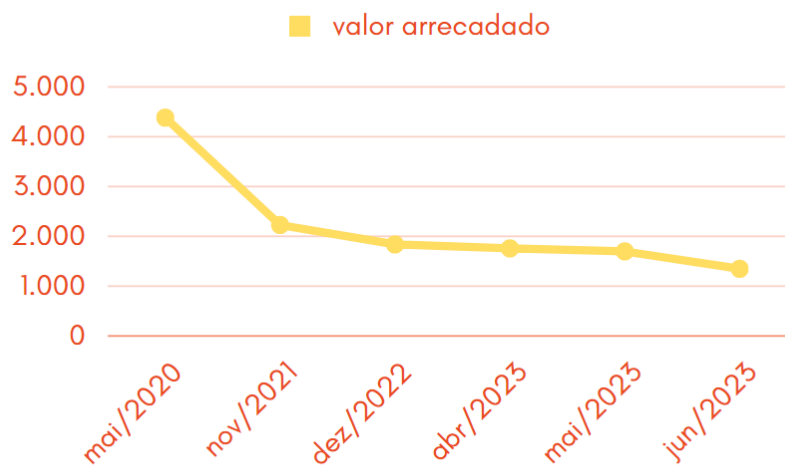


Captura de tela da homepage da campanha em 07/06/2023.

Fonte: <https://www.padrim.com.br/teatrovilavelha>

O gráfico e a tabela a seguir mostram a redução do valor apoiado com o passar dos anos, sendo que após o primeiro semestre de campanha, o projeto arrecadava R\$4.384 mensalmente através de 142 apoiadores e hoje, no mês e junho de 2023, soma 148 apoiadores com um apoio total mensal de R\$1.348. O pequeno aumento de apoiadores em oposição à redução do valor arrecadado indica que o número de apoiadores não deve ser utilizado como parâmetro para constatar o sucesso do projeto e a possibilidade de que os métodos de pagamento utilizados por grande parte dos apoiadores encontram-se inativos, o que suscita uma necessidade de comunicação direta e individualizada com cada pessoa cadastrada.

Gráfico 1: Análise de valor arrecadado x Ano.



Fonte: Amigos do Vila.

Tabela 1: Relação entre o período, número de apoiadores e valor arrecadado.

Período	Nº de apoiadores	Valor arrecadado/mês
mai/2020	142	R\$ 4.384
nov/2021	153	R\$ 2.228
dez/2022	149	R\$ 1.839
abr/2023	147	R\$ 1.758
mai/2023	147	R\$ 1.698
jun/2023	148	R\$ 1.348

Fonte: Amigos do Vila

Apesar de arrecadar um valor relativamente baixo se comparado ao montante de gastos do espaço, o recurso arrecadado pelo financiamento coletivo foi de suma importância para pagar as indenizações dos funcionários contratados como CLT demitidos durante a pandemia da Covid-19 no decorrer dos anos de 2020, 2021 e 2022. A proposta deste trabalho é elaborar um plano de comunicação que se desenvolva a longo prazo e se torne um dos principais meios de financiamento da instituição, sendo que o primeiro passo é resgatar o público inativo.

A gestão do projeto é feita pela equipe de comunicação do teatro, composta por uma coordenadora, uma social media e um designer gráfico, também responsáveis pela assessoria de imprensa, comunicação interna, planejamento e criação de conteúdo para as redes sociais, manutenção do mailing e atualização do site institucional. De modo a dar conta da comunicação mercadológica que o Amigos do Vila exige, se faz necessário a contratação de uma equipe que execute as ações de marketing de forma integrada com as comunicações institucionais e internas.

4. CONSIDERAÇÕES FINAIS

É importante ressaltar que o projeto Amigos do Vila, devido à importância do teatro para a cultura e fomento das artes, tem potencial para se tornar uma das principais fontes de recurso do Teatro Vila Velha, podendo garantir uma arrecadação até mesmo equivalente ao recurso do FCBA. Este plano de comunicação é apenas o primeiro passo para que no futuro a comunicação do projeto seja ampliada, o que se torna inviável no momento atual ao levarmos em conta a escassez de recursos humanos necessários para gerir o projeto e as limitações da atual plataforma. Para que o Amigos do Vila se torne uma fonte de recurso robusta e mais ampliada, é necessário que novas ações de comunicação sejam planejadas e executadas a médio e longo prazo, como a definição do perfil de público através de uma pesquisa interna com os atuais apoiadores, a criação de uma nova identidade visual, um cronograma de postagens e uma maior divulgação a nível nacional. A apresentação dessas ações foi omitida do atual trabalho para torná-lo mais objetivo com possibilidade de resultados a curto prazo, dada a urgência de ampliação de recursos no menor tempo possível.

REFERÊNCIAS

BALDISSERA, Rudimar. **Comunicação organizacional e gestão de marca: redes de organizações por articulação conceitual**. In ENCONTRO ANUAL DA COMPÓS, 23., 2014, Universidade Federal do Pará.

BENFEITORIA. **Universidade do Financiamento Coletivo**. Disponível em: https://ufc.benfeitoria.com/?_gl=1%2A1a3f2tf%2A_ga%2AMTYwNTQ5ODE4Mi4xNjgwNDc0MDMy%2A_ga_59FJWS3NDB%2AMTY4OTYyNTA3My4xMS4xLjE2ODk2MjU5NjMuMzguMC4w . Acesso em 17. jul. 2023.

CATARSE. **Escola do financiamento coletivo**. Disponível em: https://www.ofinanciamentocoletivo.com.br/?utm_source=catarse&utm_medium=navbar&utm_campaign=criadores_navbar . Acesso em 17 jul. 2023.

FERNANDES, Laura. **Teatro Vila Velha lança campanha de financiamento**. Correio, Salvador, 11 dez. 2019. Disponível em: <https://www.correio24horas.com.br/noticia/nid/teatro-vila-velha-lanca-campanha-de-financiamento/> . Acesso em 22 mai. 2023.

KUNSCH, Margarida; FERREIRA, Alcilene. **Comunicação estratégica e inovação organizacional: uma relação dialógica**. In CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO VIRTUAL, 44., 2021.

KUNSCH, Margarida Krohling. **Planejamento e gestão estratégica de relações públicas nas organizações contemporâneas**. São Paulo, 2006.

MARCIO MEIRELLES. **Biografia**. Salvador, 2020. Disponível em: <http://www.marciomeirelles.com.br/site/biografia/> . Acesso em 23 mai. 2023.

NUSSBAUMER, Gisele; LEAL, Nathalia; SOUTO, Stéfane; BARRETO, Vitor. **Insurgências e práticas contra hegemônicas na gestão de espaços culturais**. In: COLLING, Leandro; SAMPAIO, Adriano (orgs.). *A cultura em tempos sombrios*. Salvador: Edufba, 2022.

PORTAL INTERCOM. **Margarida Kunsch**. 2015. Disponível em: <https://www.portalintercom.org.br/memoria/depoimentos/margarida-kunsch1/perfil3> . Acesso em: 29 mai. 2023.

RATTES, Plínio César dos Santos. **Públicos do Teatro Vila Velha**. Salvador, 2007. Disponível em: https://repositorio.ufba.br/bitstream/ri/30216/1/monografia_rattes.pdf . Acesso em 19 mai. 2023.

ROSEWALL, Ellen. **Arts management uniting arts and audiences in the 21st century**. Estados Unidos da América: Oxford University Press, 2013.

RUBIM, Antônio Albino Canelas. **Políticas culturais na Bahia contemporânea**. Salvador: EDUFBA, 2014.

SEBRAE. **Entenda o que é crowdfunding**. 2021. Disponível em: <https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/entenda-o-que-e-crowdfunding.8a733374edc2f410VgnVCM1000004c00210aRCRD> . Acesso em 17 jul. 2023.

SECRETARIA DE CULTURA DO ESTADO DA BAHIA. **Ações Continuadas de Instituições Culturais**. Salvador, 2023. Disponível em: <http://www.cultura.ba.gov.br/modules/conteudo/conteudo.php?conteudo=32> . Acesso em: 25 abr. 2023.

SECRETARIA DE CULTURA DO ESTADO DA BAHIA. **Espetáculo Temporal faz duas apresentações no Teatro Vila Velha**. Salvador, 2018. Disponível em: <http://www.cultura.ba.gov.br/2018/06/15806/Espetaculo-Temporal-faz-duas-apresentacoes-no-Teatro-Vila-Velha.html> . Acesso em: 25 abr. 2023.

TEATRO VILA VELHA. **Teatro Vila Velha patrimônio cultural**. Salvador, 2014. Disponível em: http://www.teatrovilavelha.com.br/nos_por_exemplo.php . Acesso em: 23 mai. 2023.

APÊNDICE A - Modelo de pesquisa de público para ser aplicada com os Amigos do Vila

1. Gênero*

- Feminino
- Masculino
- Não-binário
- Outro: _____

2. Faixa etária*

- 13 a 17
- 18 a 24
- 25 a 34
- 35 a 44
- 45 a 54
- 55 a 64
- 65+

3. Etnia*

- Amarelo
- Branco
- Indígena
- Pardo
- Preto
- Outro: _____

4. Estado civil*

- Casada (o)
- Divorciada (o)
- Em um relacionamento
- Solteira (o)
- Viúva (o)

5. Está estudando atualmente?*

- Sim
- Não

6. Escolaridade atual*

- Sem escolaridade formal
- Fundamental incompleto
- Fundamental completo
- Ensino médio ou técnico incompleto
- Ensino médio ou técnico completo
- Superior incompleto
- Superior completo
- Pós-graduação incompleta
- Pós-graduação completa

7. Religião*

- Agnóstico
- Ateu
- Budista
- Católica
- Candomblecista
- Espírita
- Evangélica
- Judia
- Muçulmana
- Umbandista
- Não tem religião
- Outra: _____

8. Orientação sexual*

- Assexual
- Bissexual
- Heterossexual
- Homossexual
- Não sei informar
- Outra: _____

9. Renda média domiciliar*

- Até R\$ 1.700
- De R\$ 1.701 a 3.000
- De R\$ 3.001 a 5.400
- De R\$ 5.401 a 10.400
- De R\$ 10.401 a 23.400
- Acima de R\$ 23.400

10. Possui renda própria*

- Sim
- Não

11. Selecione local de residência em Salvador*

- Prefeitura-Bairro Barra-Pituba (Alto das Pombas, Amaralina, Barra, Calabar, Caminho das Árvores, Canela, Chapada do Rio Vermelho, Costa Azul, Engenho Velho da Federação, Federação, Graça, Itaipara, Jardim Armação, Nordeste de Amaralina, Ondina, Pituba, Rio Vermelho, Santa Cruz, STIEP, Vale das Pedrinhas, Vitória)
- Prefeitura-Bairro Cabula-Tancredo Neves (Arenoso, Arraial do Retiro, Barreiras, Beiru, Cabula, Cabula VI, Calabetão, CAB, Doron, Engomadeira, Granja Rural Presidente Vargas, Jardim Santo Inácio, Mata Escura, Narandiba, Nova Sussuarana, Novo Horizonte, Pernambucoés, Resgate, Saboeiro, São Gonçalo do Retiro, Saramandaia, Sussuarana, Tancredo Neves)
- Prefeitura-Bairro Cajazeiras (Águas Claras, Boca da Mata, Cajazeiras II, Cajazeiras IV, Cajazeiras V, Cajazeiras VI, Cajazeiras VII, Cajazeiras VIII, Cajazeiras X, Cajazeiras XI, Castelo Branco, Dom Avelar, Fazenda Grande I, Fazenda Grande II, Fazenda Grande III, Fazenda Grande IV, Jaguaripe I)
- Prefeitura-Bairro Centro-Brotas (Acupe, Barbalho, Barris, Boa Vista de Brotas, Brotas, 2 de julho, Candeal, Centro, Centro Histórico, Cidade Jardim, Comércio, Cosme de Farias,

Engenho Velho de Brotas, Garcia, Luiz Anselmo, Macaúbas, Matatu, Pelourinho, Santa Tereza, Santo Agostinho, Santo Antônio, Saúde, Nazaré, Tororó, Vila Laura)

() Prefeitura-Bairro Cidade Baixa (Boa Viagem, Bonfim, Calçada, Caminho de Areia, Jardim Cruzeiro, Lobato, Mangueira, Mares, Massaranduba, Mont Serrat, Ribeira, Roma, Santa Luzia, Uruguai, Vila Ruy Barbosa)

() Prefeitura-Bairro Itapuã-Itipanga (Aeroporto, Alto do Coqueirinho, Areia Branca, Bairro da Paz, Boca do Rio, Cassange, Imbuí, Itapuã, Itinga, Jardim das Margaridas, Mussurunga, Nova Esperança, Patamares, Piatã, Pituaçu, S. Cristóvão, Stella Maris)

() Prefeitura-Bairro Liberdade-São Caetano (Alto do Cabrito, Baixa de Quintas, Boa Vista de São Caetano, Bom Juá, Caixa D'Água, Campinas de Pirajá, Capelinha, Cidade Nova, Curuzu, Fazenda Grande do Retiro, IAPI, Lapinha, Liberdade, Marechal Rondon, Pau Miúdo, Pero Vaz, Retiro, Santa Mônica, São Caetano)

() Prefeitura-Bairro Pau da Lima (Canabrava, Jardim Cajazeiras, Jardim Nova, Esperança, Nova Brasília, Novo Marotinho, Pau da Lima, Porto Seco Pirajá, São Marcos, São Rafael, Sete de Abril, Trobogy, Vale dos Lagos, Vila Canária)

() Prefeitura-Bairro Subúrbio-Ilhas (Alto da Terezinha, Coutos, Fazenda Coutos, Ilha de Bom Jesus dos Passos, Ilha de Maré, Ilha dos Frades, Itacaranha, Nova Constituinte, Paripe, Periperi, Plataforma, Praia Grande, Rio Sena, São João do Cabrito, São Tomé de Paripe)

() Prefeitura-Bairro Valéria (Moradas da Lagoa, Palestina, Pirajá, Valéria)

Região Metropolitana de Salvador (Camaçari, Candeias, Dias D'Ávila, Itaparica, Lauro de Freitas, Madre de Deus, Mata de São João, Pojuca, Salvador, São Francisco do Conde, São Sebastião do Passé, Simões Filho e Vera Cruz)

() Não resido em Salvador.

12. Caso não resida em Salvador, indique cidade de residência: _____

13. Costuma frequentar o Vila?*

() Sim, várias vezes por semana

() Sim, pelo menos 1 vez por semana

() Sim, pelo menos 1 vez ao mês

() Sou Amigo do Vila mas não costumo frequentar o espaço

() Outro: _____

14. Qual foi o último espetáculo que assistiu no Vila?* _____

15. Qual tipo de programação te faz ir ao Vila?*

() Cursos e oficinas

() Espetáculos de dança

() Exposições

() Palestras

() Peças teatrais

() Shows de música

() Outros _____

16. Qual meio de transporte você mais utiliza para ir ao Vila?*

() Bicicleta própria

() Carro próprio

() Serviço de bike por aplicativo (Bike Itaú)

() Serviço de transporte por aplicativo (Uber, 99, Cabify e outros)

() Táxi

- Transporte público (ônibus e metrô)
- Vou a pé
- Outro: _____

17. Através de qual meio você se tornou um Amigo do Vila?*

- Divulgação no Facebook
- Divulgação no Instagram
- Possuo vínculo de trabalho com a instituição
- Presencialmente, no teatro
- Recomendação de outras pessoas
- Outro: _____

18. Atualmente o seu apoio ao Amigos do Vila está ativo?*

- Sim
- Não

19. Caso tenha respondido “não” à pergunta anterior, pode nos dizer por qual motivo o apoio foi descontinuado?*

- Não se aplica
- O cartão de crédito cadastrado venceu e eu não atualizei
- Outro motivo: _____

20. Você está satisfeita(o) com as recompensas do projeto Amigos do Vila?*

- Sim, estou totalmente satisfeita(o).
- Poderia melhorar

21. Caso tenha marcado a segunda opção na pergunta anterior, pode citar algumas sugestões de recompensas que gostaria de receber? (Caso tenha marcado a primeira opção, basta escrever “não se aplica”).*
