

UNIVERSIDADE FEDERAL DE ALAGOAS – UFAL
INSTITUTO DE CIÊNCIAS HUMANAS COMUNICAÇÃO E ARTES – ICHCA
CURSO DE GRADUAÇÃO EM RELAÇÕES PÚBLICAS – COS

DAYANNE AMARAL LOPES
PEDRO SIMÃO ROCHA DOS SANTOS

**“PALCO DO SABER”: PROJETO EXPERIMENTAL DE RELAÇÕES PÚBLICAS
PARA DITEAL E PÚBLICOS ESTRATÉGICOS**

MACEIÓ
2024

DAYANNE AMARAL LOPES
PEDRO SIMÃO ROCHA DOS SANTOS

**“PALCO DO SABER”: PROJETO EXPERIMENTAL DE RELAÇÕES PÚBLICAS
PARA DITEAL E PÚBLICOS ESTRATÉGICOS**

Projeto experimental apresentado ao Curso de Graduação em Relações Públicas da Universidade Federal de Alagoas, como requisito parcial à obtenção do título de Bacharel em Relações Públicas.

Orientadora: Profª Drª Manuela Rau De Almeida Callou.

MACEIÓ
2024

Catálogo na fonte
Universidade Federal de Alagoas
Biblioteca Central
Divisão de Tratamento Técnico

Bibliotecária: Helena Cristina Pimentel do Vale – CRB4 - 661

- L864 Lopes, Dayanne Amaral.
 Palco do saber : projeto experimental de relações públicas para DITEAL e públicos estratégicos / Dayanne Amaral Lopes, Pedro Simão Rocha dos Santos. – 2024.
 67 f.: il.
- Orientadora: Manuela Rau de Almeida Callou.
Monografia (Trabalho de Conclusão de Curso em Relações Públicas) – Universidade Federal de Alagoas, Instituto de Ciências Humanas Comunicação e Artes, Curso de Relações Públicas. Maceió, 2024.
- Bibliografia: f. 65-67.
1. Projeto experimental. 2. Relações públicas. 3. Cultura. 4. Educação. 5. Diretoria de Teatros do Estado de Alagoas (Diteal). I. Santos, Pedro Simão Rocha dos. II. Título.

CDU: 659.4:7.05

Na presença de Deus, desistir não é uma opção.

RESUMO

Este trabalho de conclusão de curso tem o objetivo de apresentar um projeto experimental de Relações Públicas envolvendo arte e educação voltado para alunos do ensino público. O objeto de estudo escolhido foi a Diretoria de Teatros do Estado de Alagoas (Diteal) e, utilizando a metodologia etnográfica baseada em Mattos (2011), foi traçada uma pesquisa detalhada sobre o órgão. O referencial teórico está aportado em Kunsch (2006 e 2007), Marchiori (2008) e Baldissera (2012), para entender comunicação e cultura organizacional, Lisowski (2015) sobre o papel do Estado como democratizador da cultura e Lima (2019) para debruçar sobre o ensino público de arte em Maceió. A pesquisa realizada possibilitou chegar ao diagnóstico de que havia a necessidade da criação de um projeto que atendesse a lacuna existente na falta do ensino de arte e a prática artística para os alunos de escolas públicas. Portanto, o projeto “Palco do Saber” busca preencher esse espaço levando arte e cultura para perto desses estudantes e suas comunidades, com aulas, vivências e a culminância com exposições e apresentações nos teatros.

Palavras-chave: Projeto experimental; Relações Públicas; Cultura; Educação.

ABSTRACT

The aim of this final paper is to present an experimental Public Relations project involving art and education for public school students. The chosen object of study was the Diretoria de Teatros do Estado de Alagoas (Diteal), and using ethnographic methodology based on Mattos (2011), a detailed research about the institution was conducted. The theoretical framework is based on Kunsch (2006 and 2007), Marchiori (2008), and Baldissera (2012) to understand communication and organizational culture, Lisowski (2015) on the role of the State as a democratizer of culture, and Lima (2019) to delve into public art education in Maceió. The research enabled the diagnosis that there was a need for the creation of a project to address the gap in the lack of art education and artistic practice for public school students. Therefore, the 'Palco do Saber' project seeks to fill this gap by bringing art and culture closer to these students and their communities, with classes, experiences, and the culmination of exhibitions and presentations in theaters.

KEYWORDS: Experimental project, Public Relations, Culture, Education

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Logo da Diretoria de Teatros do Estado de Alagoas.....	31
Figura 2 - Análise SWOT.....	34

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 - Critérios de público segundo França (2009).....	26
Quadro 2 - Variáveis de acordo com o benchmarking.....	35
Quadro 3 - Ações e <i>modus operandi</i> do projeto.....	47
Quadro 4 - Quadro orçamentário dos recursos materiais da ação I.....	49
Quadro 5 - Quadro orçamentário dos recursos materiais e humanos da ação I...	50
Quadro 6 - Quadro do cronograma de atividades da ação I.....	50
Quadro 7 - Recursos financeiros utilizados na ação II.....	52
Quadro 8 - Quadro orçamentário dos recursos materiais e humanos da ação II...	52
Quadro 9 - Quadro do cronograma de atividades da ação II.....	53
Quadro 10 - Recursos financeiros utilizados na ação III.....	55
Quadro 11 - Quadro orçamentário dos recursos materiais e humanos da ação III	55
Quadro 12 - Quadro do cronograma de atividades da ação III.....	55
Quadro 13 - Cronograma semanal de aulas.....	57
Quadro 14 - Recursos financeiros utilizados na ação IV.....	58
Quadro 15 - Quadro orçamentário dos recursos materiais e humanos da ação III e IV.....	58
Quadro 16 - Quadro do cronograma de atividades da ação IV.....	58
Quadro 17 - Recursos financeiros utilizados na ação V.....	61
Quadro 18 - Quadro orçamentário dos recursos materiais e humanos da ação V.	61
Quadro 19 - Quadro do cronograma de atividades da ação V.....	62

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO.....	11
2. REFERENCIAL TEÓRICO.....	13
3. SOBRE A DIRETORIA DE TEATROS DO ESTADO DE ALAGOAS - DITEAL... 21	21
3.1 Dados cadastrais.....	21
3.2 Histórico da organização.....	21
3.3 Descrição estrutural da organização.....	22
3.4 Descrição econômica da organização.....	23
3.5 Análise dos públicos da organização.....	24
3.6 Análise da cultura organizacional.....	26
3.6.1 Diretrizes organizacionais.....	26
3.6.2 Artefatos visíveis.....	27
3.7 Auditoria de comunicação.....	28
3.8 Diagnóstico da comunicação.....	28
3.9 Identidade corporativa.....	30
4. ANÁLISE ESTRATÉGICA DA ORGANIZAÇÃO.....	31
4.1 Análise do cenário interno.....	31
4.1.1 Pontos fortes.....	31
4.1.2 Pontos fracos.....	31
4.2 Análise do cenário externo.....	32
4.2.1 Oportunidades.....	32
4.2.2 Ameaças.....	32
4.2.3 Benchmarking.....	33
4.2.4 Quadro comparativo do benchmarking.....	34
4.2.5 Análise qualitativa dos dados.....	34
5. PLANEJAMENTO DA PESQUISA E DIAGNÓSTICO.....	36
5.1 Pesquisa.....	36
5.1.1 Público-alvo.....	36
5.1.2 Situação problema.....	36
5.1.3 Problema da pesquisa.....	37
5.1.4 Objetivos da pesquisa.....	37
5.1.4.1 Geral:.....	37
5.1.4.2 Específicos:.....	37
5.1.5 Delineamento da pesquisa.....	37
5.1.6 Coleta de dados.....	38
5.1.7 Análise e interpretação de resultados.....	38
5.1.8 Diagnóstico.....	41
6. PROJETO “PALCO DO SABER” E SEU OBJETIVO.....	43
6.1 Objetivo geral do projeto.....	43
6.2 Objetivos específicos.....	43

6.3 Público-alvo.....	44
6.4 Justificativa.....	44
6.5 Metas.....	44
6.6 Recursos humanos.....	45
6.7 Recursos materiais e financeiros.....	45
6.8 Visão geral do projeto.....	46
6.9 Avaliação.....	46
7. AÇÕES ESTRATÉGICAS.....	47
7.1 Ação I: Institucionalização da arte.....	47
7.1.1 Objetivo.....	47
7.1.2 Público-alvo.....	47
7.1.3 Justificativa.....	47
7.1.4 Estratégias de ação.....	47
7.1.5 Operacionalização.....	47
7.1.6 Descrição dos recursos necessários a ação I.....	48
7.1.6.1 Recursos humanos.....	48
7.1.6.2 Recursos materiais.....	48
7.1.6.3 Recursos financeiros necessários.....	48
7.1.6.4 Processo de acompanhamento, controle e cronograma das atividades.....	49
7.1.6.5 Avaliação.....	49
7.2 Ação II: Economia cultural.....	49
7.2.1 Objetivo.....	49
7.2.2 Público-alvo.....	50
7.2.3 Justificativa.....	50
7.2.4 Estratégias de ação.....	50
7.2.5 Operacionalização.....	50
7.2.6 Descrição dos recursos necessários a ação II.....	51
7.2.6.1 Recursos humanos.....	51
7.2.6.2 Recursos materiais.....	51
7.2.6.3 Recursos financeiros necessários a ação II.....	51
7.2.6.4 Processo de acompanhamento, controle e cronograma das atividades.....	52
7.2.6.5 Avaliação.....	52
7.3 Ação III: E aí, vamos “culturalizar”?.....	52
7.3.1 Objetivo.....	52
7.3.2 Público-alvo.....	52
7.3.3 Justificativa.....	52
7.3.4 Estratégias de ação.....	53
7.3.5 Operacionalização.....	53
7.3.6 Descrição dos recursos necessários à ação III.....	53
7.3.6.1 Recursos humanos.....	53

7.3.6.2 Recursos materiais.....	53
7.3.6.3 Recursos financeiros necessários à ação III.....	54
7.3.6.4 Processo de acompanhamento, controle e cronograma das atividades.....	54
7.3.6.5 Avaliação.....	54
7.4 Ação IV: Arte em ação.....	55
7.4.1 Objetivo.....	55
7.4.2 Público-alvo.....	55
7.4.3 Justificativa.....	55
7.4.4 Estratégias de ação.....	55
7.4.5 Operacionalização.....	55
7.4.6 Descrição dos recursos necessários a ação IV.....	56
7.4.6.1 Recursos humanos.....	56
7.4.6.2 Recursos materiais.....	56
7.4.6.3 Recursos financeiros necessários à ação IV.....	57
7.4.6.4 Processo de acompanhamento, controle e cronograma das atividades.....	57
7.4.6.5 Avaliação.....	58
7.5 Ação V: É hora do show.....	58
7.5.1 Objetivo.....	58
7.5.2 Público-alvo.....	58
7.5.3 Justificativa.....	58
7.5.4 Estratégias de ação.....	58
7.5.5 Operacionalização.....	58
7.5.6 Descrição dos recursos necessários à ação V.....	59
7.5.6.1 Recursos humanos.....	59
7.5.6.2 Recursos materiais.....	59
7.5.6.3 Recursos financeiros necessários à ação V.....	60
7.5.6.4 Processo de acompanhamento, controle e cronograma das atividades.....	61
7.5.6.5 Avaliação.....	61
8. CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	62
9. REFERÊNCIAS.....	65

1. INTRODUÇÃO

O presente trabalho visa apresentar o projeto experimental “Palco do Saber”, envolvendo as áreas de relações públicas, arte e educação, em prol de levar o contato com a arte e a cultura, além da prática de atividades artísticas e o ensino da arte aos estudantes de escolas públicas de Maceió. O local a ser realizado este projeto será a Diretoria de Teatros do Estado de Alagoas (Diteal), um órgão pertencente ao Governo do Estado de Alagoas, sob gerência da Secretaria de Cultura de Alagoas. O “Palco do Saber” servirá como ponto de partida para a incrementação de novas dinâmicas dentro do âmbito educacional, com o intuito de destacar, não só a importância da vivência cultural dos estudantes, como também de apresentá-los às práticas artísticas que eles podem desenvolver.

Este projeto foi idealizado a partir da nossa vivência como estagiários da Diteal, entre agosto de 2022 e janeiro de 2024. Observamos que as escolas particulares tinham um certo protagonismo na realização de produções artísticas nos espaços do órgão, enquanto estudantes de escolas públicas cumpriam o papel de espectadores dos espetáculos, não havendo uma igualdade nas oportunidades. Isso se deve à falta de incentivos ao estudo da arte e cultura no ensino público, causado, em grande parte, pela escassez de recursos financeiros, que ocasiona a aplicação dos mesmos em segmentos mais urgentes em detrimento do setor cultural escolar.

A preocupação da Diteal em levar esse público para dentro de seus espaços e projetos é vista no direcionamento de estagiários para visitas guiadas com os estudantes e turistas pelos espaços e pelas exposições, além de projetos de dança voltados para alunos de escolas públicas, como o do professor Euler, o da professora Rosa com o Centro de Belas Artes de Alagoas (Cenart) e o “Ballet à Serviço da Educação” da bailarina Maria Emilia Clark, sendo este último o único com culminância em espetáculo no palco do Teatro Deodoro.

A metodologia utilizada neste projeto será a etnografia baseada em Mattos (2011), que discorre sobre a desigualdade social e a dificuldade de ver a importância da cultura como parte da estrutura social. Com base nesse pensamento idealizamos o projeto “Palco do Saber”, que busca uma maneira de suprir, em partes, a problemática da inclusão de grupos menos favorecidos no âmbito cultural, desmistificando a ideia de que a arte é algo elitista, não estando ao alcance de todos.

Na sessão de Referencial Teórico trazemos a conceituação de cultura a partir de Rodrigues (1989) e França (2014). Aportamos a parte educacional baseados em Lima (2019) e seu estudo sobre a educação artística no ensino público em Alagoas. Também trouxemos a discussão da importância do Estado na democratização da cultura com Lisowski (2015). Além disso, através das visões de Kunsch (2006 e 2007), Marchiori (2008) e Baldissera (2012) entendemos a importância da comunicação e das Relações Públicas como papel fundamental na comunicação organizacional e na cultura organizacional das instituições, como também mostramos que o profissional de Relações Públicas não entra apenas como produtor cultural, podendo exercer funções sociais ligando cultura, educação e comunicação.

Já nas sessões sobre a Diretoria de Teatros do Estado de Alagoas e na de Análise Estratégica da Organização adentramos em um estudo sobre a Diteal, com exposição sobre o órgão, análise SWOT, benchmarking, os projetos existentes e diversos outros pontos da instituição, além de pontuarmos diversos detalhes do órgão entendidos através de conversas espontâneas com o ex-diretor artístico do local, que esteve no cargo até 2023, para entender o seu desenvolvimento e as possibilidades dentro do mesmo.

Após isso, partimos para as sessões Planejamento da Pesquisa e Diagnóstico e Projeto “Palco do Saber”, onde elaboramos o planejamento da pesquisa e a análise de resultados e nos quais desenvolvemos o projeto “Palco do Saber” com sua idealização e objetivos. Já no ponto de Ações Estratégicas destrinchamos cada uma das ações, desde a apresentação do projeto aos órgãos competentes na Ação I, até a culminância dos eventos e relatório final na Ação V.

2. REFERENCIAL TEÓRICO

A cultura é o sistema de crenças e valores que norteia as sociedades, passando de geração a geração. Seu conceito é entendido de diferentes maneiras, algumas vezes partindo da própria cultura de quem a define, constituindo assim uma multiplicidade de conceitos, como afirma Rodrigues:

Não existe rigorosamente A Cultura, que é apenas um conceito totalizador, um artifício de raciocínio; mas miríades de culturas, correspondentes à multiplicidade dos grupos humanos e a seus pensamentos por meio do qual se faz economia da extraordinária diversidade que os homens apresentam entre si e com o auxílio do qual se organiza o que os homens têm de semelhante (Rodrigues, 1989, p. 132).

Concordando com isso, França (2014, p. 108) afirma existir uma confluência de conceitos e chega ao entendimento de cultura como um “sistema de significações que é produzido no âmbito das práticas sociais, por meio das interações comunicativas entre os indivíduos”.

A diferença entre as sociedades se constrói, em partes, através de suas culturas e, de acordo com Mamberti (apud Brant, 2001), envolve o seu desenvolvimento e a integração social, não sendo isso entendido apenas como progresso material, mas também no desenvolvimento das potencialidades dos seus indivíduos. A comunicação é um dos principais meios de difusão da cultura, estando assim ambos conceitos conectados e trabalhando juntos, como afirma França:

Comunicação e cultura estão inscritas numa dinâmica reflexiva que atua sobre uma outra dinâmica reflexiva (aquela do processo interacional); a cultura é o contexto institucional de valores, papéis e posições que alimenta e dá os parâmetros (sic) para a realização de uma determinada prática comunicativa. Esta, no entanto, marcada pela intervenção viva dos sujeitos, por uma sequência de estímulos, respostas, escolhas e posicionamentos - instruídos, mas imprevisíveis - é tanto o lugar da atualização e reprodução da cultura como o lugar de sua renovação. O ato comunicativo faz apelo à cultura - não como um conteúdo a transmitir ou como o parâmetro que o define por antecipação, mas como algo que ali mesmo se reproduz, se produz de novo, se recia. (França et al, 2014, p. 111)

A comunicação é um vasto campo que tem como função transmitir informação e, assim, conectar os mais variados públicos, transformando-se em uma rede de ideias, pensamentos e opiniões. Essa troca de conhecimento resulta em uma infinidade de saberes, os quais serão transmitidos de indivíduo para indivíduo e é através dela que a cultura é passada.

Dentro da área comunicacional, as relações públicas exercem o trabalho fundamental de construir uma comunicação estratégica que auxilia no

relacionamento benéfico e produtivo entre as organizações e seus diversos públicos, como citam Kunsch (2006) e Marchiori (2008). Para além disso, o profissional de relações públicas também tem como função uma visão macro da comunicação da organização, se envolvendo na parte de divulgação, pesquisa interna e externa para projetos em diversos campos e melhorias comunicacionais em tudo o que envolve a imagem da instituição. De acordo com França, os relações-públicas:

[...] atuam como técnica especializada de relacionamento, cujo objetivo principal é perceber as realidades da sociedade/organização, a obrigatoriedade de seus interrelacionamentos institucionais e mercadológicos, suas necessidades permanentes de comunicação e seus envolvimento harmônicos ou controversos com a sociedade. (França, apud Kunsch, 2006, p. 3)

Com isso, a comunicação organizacional entra como peça chave no âmbito interno das organizações, sendo, segundo Marchiori (2008, p.58) “o processo pelo qual as organizações criam e disseminam informações que permitem a construção de significados compartilhados, promovendo a integração dos seus membros e o alcance dos seus objetivos estratégicos”. Esse campo da comunicação faz parte da cultura organizacional da instituição, assim como é a responsável por disseminar esta cultura para todos os públicos e fazê-la ser conhecida, entendida e absorvida por eles.

A cultura organizacional é composta pelos valores, ideias e crenças da organização, compartilhada pelos seus membros, definida a partir da diversidade cultural dos mesmos e alinhada aos objetivos da instituição. Ela constitui a forma de atuação da organização, que se reflete em sua imagem e em sua relação com o público externo. Ou seja, a comunicação organizacional utilizada com o público interno espelha a visão do público externo sobre a organização.

Comunicação e cultura organizacional são dimensões inter-relacionadas que moldam e são moldadas pelas práticas, valores, crenças e normas de uma organização. A comunicação é o processo pelo qual a cultura organizacional é construída, mantida e transformada, servindo como um mecanismo para a integração dos membros da organização (Baldissera, 2012, p. 115)

O profissional de relações públicas auxilia na construção da cultura e da comunicação organizacional, a partir de pesquisas, conhecimento dos diversos públicos e entendimento da organização ao qual está inserido. Ele faz a intermediação entre os valores, a visão e os objetivos da empresa, criando uma

cultura e uma comunicação que una estes pontos com os valores do seu público interno e crie a imagem que será transmitida para todos os demais públicos.

A metodologia utilizada por esse profissional se dá através de pesquisas internas, pesquisas sobre o público-alvo, feedbacks, contato com colaboradores e um planejamento articulado. Estes procedimentos resultam em um diagnóstico sobre a situação da empresa e, a partir disso, os pontos positivos devem ser fortalecidos e mudanças devem ser discutidas e implementadas aos pontos negativos.

Por ser um profissional multifacetado, dentro do âmbito artístico o Relações-Públicas pode atuar no funcionamento de diversos setores, incluindo produções artísticas como shows, exposições, peças teatrais, etc. Exercendo um cargo que impõe controle e organização, esse profissional está nos bastidores trabalhando no desenvolvimento dessas produções, avaliando os erros e os acertos até a culminância desses produtos culturais, ou seja, ele é um gestor que alinha todos os pontos centrais, intercalando-se entre as etapas para que o resultado seja positivo.

Esse profissional, com seu olhar clínico, acompanha o passo a passo dessas produções: pré-produção, produção e pós-produção, analisando todos os ângulos de cada procedimento que deve ser realizado dentro de cada etapa citada acima. Esse controle permite que o Relações-Públicas possa discriminar os prós e contras de maneira assertiva, gerenciando possíveis crises e obtendo soluções que resolvam os problemas. Dessa maneira, as chances da cultura se desenvolver de forma mais linear são grandes, visto que:

O produtor cultural é responsável por mediar os relacionamentos entre o artista, o mercado e o governo, assim como aproximar o público do produto cultural, estimular a participação da comunidade, fazer planejamentos, editais, pesquisas, entre outras ações fundamentais para o desenvolvimento de ações culturais e, no seio destas, na elaboração de eventos. Esse profissional precisa possuir persistência, visão estratégica, saber gerir projetos, ter conhecimento sobre as leis de incentivo à cultura, etc. Nesse sentido, o profissional de Relações Públicas está se dirigindo para a área cultural por ter várias competências necessárias ao pleno desenvolvimento de ações culturais, em suas múltiplas instâncias, desde a produção, até a avaliação dessas ações. (Moro, 2014, p. 2-3)

Visando o envolvimento na área cultural e o perfil multifacetado do Relações-Públicas, este profissional pode se envolver no campo educacional de maneira expressiva e de forma a trazer mudanças consistentes e importantes. Levar

a cultura e a arte para o contato direto dos alunos, tirando a teoria dos livros e dos vídeos e levando para a realidade causaria uma mudança de visão enorme.

A arte é a maneira de expressão do ser humano para mostrar, em diversas formas, a sua criatividade, pensamento, cultura, sentimentos, visão de mundo, história, entre outros pontos. A partir dela, as pessoas conhecem, aprendem, ensinam e se conectam com os outros. Em diversos formatos, a linguagem artística:

[...] apresenta propostas que, através de grandes expressões artísticas, estabelece o relacionamento obra-artista-público. Se considerarmos ainda as obras chamadas interativas, as reações e participações das pessoas, considerando o público impactado, estabelecem pontes de reflexões e considerações que podem ser uma interface com a área de relações públicas que também estabelece a relação entre marca-comunicação-públicos. (Pedro; Arguello, 2020, p. 253)

Pensar, questionar e criar são pilares essenciais para o desenvolvimento crítico. Santos e Santos (2012) afirmam que a escola é o ambiente em que a criança tem contato com a diversidade, é estimulada a explorar o mundo e aprende a socializar, compartilhar e desenvolver a consciência crítica. Por isso é necessária uma proposta pedagógica que inclua atividades teatrais e artísticas.

É sabido que nem todas as escolas conseguem proporcionar aos alunos o contato com a cultura e a arte na prática, e isso acontece principalmente no ensino público. Doutor em Educação, Lima (2019) afirmou que o ensino desta área muitas vezes se resume a pintura de desenhos, ensaios de músicas ou trabalhos em datas comemorativas. Isso é confirmado pelo caderno de artes dos Parâmetros Curriculares Nacionais (1997, p.26), que expõe um círculo vicioso e precário de formação, findando em algo “sem uma consciência clara de sua função e sem uma fundamentação consistente de Arte como área de conhecimento com conteúdos específicos”. Ao estudar a educação artística no ensino fundamental em Maceió, Lima concluiu que existe uma precariedade no material, no espaço e nas aulas teóricas, o que promove uma visão distorcida aos alunos. Ele explica:

O tempo didático costuma ser curto nas escolas brasileiras, e se neste tempo não se oferece oportunidade de aprendizagem aos alunos, por falta de profissionais preparados, priva-se o alunado de participação sociocultural informada e de ações criativas nas quais sua subjetividade dialogue com as produções de pares e artistas em diferentes linguagens artísticas. Além disso, a precariedade das escolhas teóricas nas escolas e as orientações didáticas equivocadas podem imprimir uma visão deformada de Arte, afeita a práticas sociais sem qualidade artística. (Lima, 2019, p. 38)

As dificuldades apresentadas nem sempre partem de uma falta de preparação, mas também da falta de recursos imposta aos professores e às escolas. Devido ao perfil multifacetado do Relações-Públicas e ao seu envolvimento cultural, este profissional pode auxiliar à educação a estar em maior contato com a arte, servindo como ponte entre a escola e os projetos culturais. A responsabilidade sobre a formação das crianças tem que ser dividida entre todos os atores da sociedade e o governo:

Toda ação educativa precisa ser concebida em redes institucionais envolvendo escolas, secretarias de educação e cultura, organizações não governamentais, universidades, instituições culturais, bibliotecas, associações representativas dos profissionais da Arte e da educação. (Lima, 2019, p. 38)

Tanto a Secretaria de Educação quanto a de Cultura fazem parte de um poder maior, que é o Estado, e como estão inseridas nele, toda e qualquer decisão tem por obrigação vir de acordo com suas diretrizes. De acordo com Bresser-Pereira (2017), o Estado é uma instituição abrangente que tem por obrigação buscar o interesse público da sociedade, o que acaba por promover os seus objetivos políticos. Ainda segundo o autor, a ação coletiva advinda da sociedade é fruto do Estado, que tem como função ser o instrumento principal para a busca de seus propósitos. Sendo assim, é através dele e de ações políticas que a sociedade sob forma de nação consegue os meios para abarcar as suas finalidades dentro da política.

Pelo fato do Estado ser um órgão soberano, quem está à frente dele tem o poder de tomar as mais diversas decisões enquanto figura de autoridade, visto que foi escolhido por sua população para cuidar e gerir os interesses do Estado como um todo, tomando decisões visando o melhor da população, levando-a a um futuro viável e promissor que a faça progredir.

Em seu comando existem diversas secretarias que têm o dever de trabalhar com e para a população. Devido ao teor do projeto que estamos desenvolvendo, focaremos nas Secretarias de Educação e de Cultura do Estado de Alagoas, pois ambas são responsáveis por cuidar, promover e proporcionar educação e cultura, pontos de extrema importância para o desenvolvimento do senso crítico.

Em conjunto, ambas secretarias podem desenvolver na população o desejo de aprender o novo, de crescer e evoluir dentro do âmbito educacional e cultural, o que conseqüentemente poderá trazer um retorno para o próprio Estado, pois uma

população desenvolvida é um bem precioso para aqueles que estão no poder.
Segundo Telma Rocha Lisowski:

O Estado, assim, tem como norte a democratização da produção cultural, do que decorre o dever de levar a cultura a todos os cidadãos, principalmente àqueles que não têm condições econômicas de consumir os produtos culturais que se revertem em valor financeiro. (Lisowski, 2015 p. 161)

Ou seja, a democratização cultural está entrelaçada às temáticas educacionais, pois são questões de aprendizado e lazer que fazem parte do crescimento e desenvolvimento da população, visto que não se deve definir a disseminação da cultura e da educação através do poder aquisitivo, fornecendo meios para que as pessoas tenham acesso a ambas e possam usufruir dos seus benefícios de maneira correta.

Dessa forma, o Estado será o difusor para a propagação e manutenção desses dois pontos, pois o mesmo está a frente na questão hierárquica e possui os meios para que isso aconteça. Visto que a importância do Estado é crucial para essa conexão entre educação e cultura, neste trabalho utilizaremos a Diretoria de Teatros do Estado de Alagoas, uma organização de administração pública, subordinada à Secretaria de Cultura e ao Governo do Estado de Alagoas como objeto deste estudo.

A construção de uma cultura organizacional e, conseqüentemente, de uma comunicação organizacional, se dá de maneira diferente no setor privado e no público, pois, no segundo, geralmente ocorre uma mudança de gestão a partir do início de cada novo governo, fazendo com que os membros do órgão também mudem, resultando na parada da construção iniciada anteriormente e na sua mudança.

As organizações de serviços públicos dependem em maior grau do que as demais do ambiente sociopolítico: seu quadro de funcionamento é regulado externamente à organização. As organizações públicas podem ter autonomia na direção dos seus negócios, mas, inicialmente, seu mandato vem do governo, seus objetivos são fixados por uma autoridade externa. (Dussaut apud Araújo; Jacobini; Lima, 2015, p. 1510)

Considerado o palco oficial de Alagoas, o Teatro Deodoro é um dos equipamentos pertencentes a Diteal, assim como o Teatro de Arena Sérgio Cardoso e o Complexo Cultural Teatro Deodoro. A cultura organizacional da Diteal segue este parâmetro dos órgãos públicos, com a mudança de gestão a cada novo governo, modificando assim a forma de trabalho da entidade e adequando-a aos objetivos da

nova gestão. Dessa maneira, o museio dos equipamentos gerenciados pela Diretoria de Teatros do Estado de Alagoas, também sofre alterações por parte da equipe gestora atuante e todas essas mudanças podem gerar benefícios ou conflitos, principalmente entre os setores técnico e administrativo da instituição, os objetivos, a visão, entre outros pontos importantes para o funcionamento.

O corpo permanente é formado pelos trabalhadores de carreira, cujos objetivos e cultura foram formados no seio da organização, e o não-permanente é composto por administradores políticos que seguem objetivos externos e mais amplos aos da organização. O conflito entre eles é acentuado pela substituição dos trabalhadores não-permanentes, que mudam a cada novo mandato (Macêdo e Pires, 2006, p.97).

O Estado é o responsável pela educação e nisso está incluída a educação cultural dos alunos. A estratégia 2.8, da Meta 2, do Plano Nacional de Educação, de 2014, diz:

2.8 promover a relação das escolas com instituições e movimentos culturais, a fim de garantir a oferta regular de atividades culturais para a livre fruição dos (as) alunos (as) dentro e fora dos espaços escolares, assegurando ainda que as escolas se tornem polos de criação e difusão cultural (Plano Nacional de Educação, 2014)

Sendo assim, a Diteal serve como difusora da cultura, aliada à Secult, e, nos últimos anos, têm utilizado os seus espaços para estreitar a relação entre os setores cultural e educacional. O teatro é um importante campo de ensino de cultura e socialização para toda a população, principalmente para as crianças e jovens que estão desenvolvendo as suas características ligadas a gostos e comportamentos. Portanto a união desses órgãos culturais com as escolas é de suma importância, assim como a percepção das escolas de que essa parceria só tem a acrescentar na vida escolar e pessoal dos alunos.

É na escola onde a criança é estimulada a conhecer e explorar o mundo, onde ela se socializa com outras crianças, aprende a dividir e compartilhar brinquedos e o carinho das pessoas que elas gostam, tendo a convivência com a diversidade, contribuindo para a construção do seu processo de aprendizagem. Por isso é importante que as escolas tenham uma proposta pedagógica para compreender a atividade teatral, como ação pedagógica para o desenvolvimento da criança na sua socialização e assim desperta uma consciência crítica que se reflita no cidadão do futuro (Santos e Santos, 2012, p.7)

Os projetos experimentais em Relações Públicas, de acordo com Kunsch (2006), visam fazer com que os alunos apliquem os conhecimentos teóricos adquiridos ao longo do curso em situações reais ou simuladas, com o intuito de

desenvolver habilidades para a profissão ao vivenciar a realidade do mercado e buscar soluções eficazes e criativas. A autora também explica que projetos são ferramentas de planejamento estratégico, que permitem visualizar os objetivos, público-alvo, ações e maneiras de avaliação.

Ao pensar em adotar isto à mobilização social, Kunsch (2007, p. 117) pressupõe a produção de “projetos abertos, multidirecionais, participativos e democráticos, sem abrir mão do planejamento formal como meio de coordenar e organizar as iniciativas”. Visando isto, propomos um projeto que engloba arte e educação voltado para alunos do ensino público, com o auxílio de órgãos públicos.

3. SOBRE A DIRETORIA DE TEATROS DO ESTADO DE ALAGOAS - DITEAL

3.1 Dados cadastrais

Nome: Diretoria de Teatros do Estado de Alagoas (Diteal)

Setor de Atuação: Atividades artísticas, educacionais, culturais e sociais

Endereço: Praça Marechal Deodoro, 1 - Centro - Maceió/AL

Telefone: (82) 98833-4088

Diretora Presidente: Sandra Menezes

Site: www.diteal.al.gov.br

Natureza jurídica: Secretaria do Estado de Alagoas com fins lucrativos para sua própria manutenção

CNPJ: 04.702.028/0001-21

Data de fundação: Abril de 2003

Área de atuação: Maceió e região

3.2 Histórico da organização

A Diretoria de Teatros do Estado de Alagoas, também conhecida como Diteal, foi fundada no ano de 2003 e está vinculada à Secretaria de Cultura. Seu intuito é aperfeiçoar a cultura artística no Estado de Alagoas por meio da promoção, do estímulo e da coordenação de programações artísticas. Além disso, através da colaboração entre entidades públicas e privadas, o órgão possibilitará o aprimoramento intelectual da comunidade. Essa colaboração permite que a Diteal faça a manutenção dos projetos da casa, dando oportunidade àqueles que não têm recursos para divulgarem a sua arte.

Tendo um orçamento mensal para os colaboradores, segurança e serviços gerais, a diretoria não consegue se manter apenas com auxílio financeiro do Governo do Estado de Alagoas, por esse motivo alguns equipamentos e espaços estão defasados, comprometendo tanto o seu funcionamento quanto em seu aspecto.

Apesar dessas dificuldades orçamentárias, a Diteal tem conquistas a serem comemoradas. No ano de 2023, a galeria do Complexo Cultural Teatro Deodoro recebeu sua 100ª exposição, fazendo história dentro do cenário cultural alagoano. Mais de cem artistas puderam expor e serem prestigiados através de suas obras, levando não só o público alagoano, como diversos turistas a conhecerem obras nunca antes vistas.

Adentrando mais ao público visitante, pode-se destacar um dos projetos executados pela casa, a chamada “Visita Guiada”, que é feita por estagiários de turismo e relações públicas por todo o espaço da Diteal: Complexo Cultural e sua galeria de exposições, o centenário Teatro Deodoro e o intimista Teatro de Arena. Nesta visita, além de apresentá-los a esses espaços, é contada a história e curiosidades de cada um deles, fazendo com que as pessoas naveguem na imaginação histórica do lugar, dando um ar mais intimista a todo o contexto histórico.

Com mais de 20 anos de atuação, a Diteal planeja, executa, coordena e controla as atividades artístico-culturais promovidas nos Teatros Deodoro e Teatro de Arena Sérgio Cardoso, além de ser responsável pela captação de recursos para executar projetos culturais em ambos os teatros e no complexo cultural. Estes projetos são desenvolvidos através de editais e se destacam o “Quinta no Arena”, com espetáculos de todo tipo no Teatro de Arena às quintas-feiras, e o “Teatro é o maior barato”, com espetáculos no Teatro Deodoro às quartas-feiras. Esses projetos dão chance ao público carente de conhecer os teatros, com ingressos a preços acessíveis, tendo o intuito de levar cultura para toda a população, destacando a importância da valorização de toda nossa cultura.

3.3 Descrição estrutural da organização

A Diretoria de Teatros do Estado de Alagoas (Diteal) está sob os cuidados do Governo do Estado de Alagoas, com direcionamento da Secretaria de Cultura do Estado de Alagoas, com fins lucrativos para sua manutenção e investimento de projetos culturais que ocorrem dentro de seu espaço. A sua equipe é composta por diversos setores, os quais dão andamento a todos os processos culturais referentes à organização.

Diante disto, é perceptível que a Diteal é comandada através de uma hierarquia, na qual a equipe da Secretaria de Cultura está no topo, e os colaboradores que atualmente estão à frente da Diretoria de Teatros estão sob sua tutela, ou seja, a cultura organizacional é bem direcionada, tornando o trabalho mais assertivo.

Atualmente o seu quadro de funcionários é composto pela presidente Sandra Menezes, a Chefe de Gabinete Renata Athayde, a Gerente Artístico e Cultural Nidiane Oliveira, Sandra Maria e Mariah Silva, responsáveis pelas pautas e agendamentos escolares, respectivamente, Everaldo e Luciano que estão a frente

da contabilidade, Roberta e Wanderson do setor administrativo e Livia e Mario, cuidando do setor jurídico. Em sua maioria, as pessoas alocadas na parte administrativa possuem cargos comissionados. Já o quadro de estagiários comporta João Cupertino e Ester, de Turismo, Emilia Alves e Sara, de Relações Públicas, e Jhessyka, de Jornalismo, que dão suporte ao setor cultural e de comunicação, todos alocados na Diteal através do programa do Governo do Estado de Alagoas “Primeiro Emprego (antigo programa Pontapé)”.

A Presidente e a Chefe de Gabinete são responsáveis por dirigir a diretoria de teatros e tomar as decisões finais sobre tudo o que ocorre dentro da Diteal. A Gerência Artística é responsável pelo aluguel dos espaços, assim como pautas, exposições e possíveis apresentações. Os setores administrativo, contábil, RH e jurídico estão a cargo das problemáticas referentes às suas áreas, além de dar suporte aos demais setores.

O quadro ainda conta com os técnicos da área de iluminação Victor e Edner (Careca), Carlos, responsável pela cenotécnica, João Ericsson e Tony na sonoplastia, a equipe de limpeza (Terceirizada pela empresa WE), coordenadores, recepcionistas da parte administrativa, eletricitista e seguranças.

O Complexo Cultural, onde se encontra a galeria de arte, funciona das 08h às 18h, de segunda a sábado, e das 14h às 17h aos domingos. Já a parte administrativa, que está situada no mesmo prédio, funciona das 08h às 14h de segunda a sexta. A visita guiada pelos teatros e pela galeria acontece às terças e quintas, com a companhia de um estagiário de turismo ou relações públicas contando a história do local e curiosidades, explicando alguns aspectos técnicos e tirando dúvidas.

Essa visita também pode ocorrer em outros dias mediante disponibilidade dos estagiários ou marcação prévia através de e-mail ou WhatsApp. Para grupos de turistas, instituições educacionais ou qualquer grupo com uma quantidade maior de pessoas indica-se a marcação de visita.

3.4 Descrição econômica da organização

Para a comprovação do seu devido funcionamento, o órgão tem por obrigação a elaboração de relatórios, boletins, balancetes, balanços e informes que permitam com que a Secretaria Executiva de Cultura possa acompanhar suas atividades,

assim como a utilização e execução do orçamento e da programação financeira aprovados pelo Governo do Estado de Alagoas.

Auxiliando a composição desse orçamento, os valores arrecadados nas pautas pagas pelo aluguel dos teatros são voltados para projetos culturais e artísticos da casa, assim como para a capacitação e formação de profissionais no Estado. Atualmente dois projetos muito conhecidos pelo público são o Teatro é o Maior Barato e o Quinta no Arena, que por meio de editais classificam espetáculos e dão a oportunidade aos artistas de se apresentarem nos teatros, com isenção de pauta e o lucro arrecadado voltado ao artista ou à produção responsável.

3.5 Análise dos públicos da organização

O público não pode ser entendido como algo único, visto que as duas peculiaridades o faz exercer posições distintas em uma organização. A cultura organizacional pode ser influenciada por essa mescla de grupos que contém sua diversidade social, cultural, étnica, econômica, entre outros fatores, e as necessidades de cada um deles, além do contato que tem com a empresa. França (2009), divide o tema em três critérios. O primeiro é o de dependência jurídica ou situacional, que contempla o público essencial constitutivos e essenciais não-constitutivos ou de sustentação:

Dois tipos de público essenciais: os constitutivos (proprietários, acionistas e diretores) e os não constitutivos, que, por sua vez, podem ainda se subdividir em primários, de alto envolvimento (empregados, fornecedores e clientes), e secundários, de médio envolvimento, por não fazerem parte direta dos negócios da empresa, mas que também colaboram para o seu sucesso (fornecedores de bens não essenciais, terceirizados, estagiários). (França, 2009, p. 248).

O segundo critério é o de “maior ou menor participação dos públicos nos negócios da empresa, na defesa de seus interesses e na sua promoção institucional ou mercadológica” (França, 2009, p. 248). Esse ponto comporta o público não essencial, que são as entidades setoriais, associativas, sindicais e comunitárias. Já o terceiro critério é o de inferência, que contempla os grupos que não participam da constituição da empresa, mas podem exercer influência positiva ou negativa. Todos estão explicitados no quadro abaixo.

Quadro 1 – Critérios de público segundo França (2009)

1º critério	Grau de dependência jurídica ou situacional da organização de seus públicos: constituição, existência, sobrevivência.	Públicos: <ul style="list-style-type: none"> ● Essenciais constitutivos ● Essenciais não constitutivos ● Primários ● Secundários
2º critério	Grau de participação , maior ou menor nos negócios da empresa, na defesa de seus interesses e na sua promoção.	<ul style="list-style-type: none"> ● Públicos não essenciais ● Prestação qualificada de serviços por ligações legais, representativas ou associativas, comunitárias.
3º critério	Grau de inferência dos públicos sobre a organização e os seus negócios. Esses públicos não participam nem da constituição, nem da manutenção da empresa. Podem interferir no desenvolvimento de seus negócios e até na sua sobrevivência.	<ul style="list-style-type: none"> ● Rede de concorrentes: local, regional, nacional, internacional. Prioridade variável; definida pelo maior ou menor conflito de interesses. ● Rede de comunicação de massa: poder da imprensa - interfere na legitimação ou descrédito da empresa junto à opinião pública. ● Rede de ativistas ● Redes ideológicas

Fonte: Adaptado e revisado de França (França apud França, 2009, p.250)

Na Diteal encontramos todos os tipos de públicos. Os essenciais são todos os que participam do dia a dia do órgão, divididos entre os constitutivos como a Secretaria de Cultura, presidente, vice-diretora, diretora artística, entre outros; e os não consecutivos primários que são os técnicos, coordenadores, recepcionistas, etc. E os constitutivos secundários de sustentação que são os terceirizados da segurança e limpeza e os estagiários.

Como público não essencial é possível citar as empresas e lojas que patrocinam os eventos do local, pois não interferem diretamente no funcionamento da Diteal. Enquanto o terceiro critério, de público de inferência, se encaixa a imprensa em geral e os concorrentes, como o Teatro Gustavo Leite que é concorrente direto.

3.6 Análise da cultura organizacional

A cultura organizacional é essencial para a organização funcionar de maneira equilibrada, saudável e produtiva. A imagem que reflete para o público externo é através do contato com o público interno, dessa forma, colaboradores que possuem um tratamento adequado, produzem mais e conseguem atrair um possível retorno daqueles que já visitaram a organização, ou seja, é uma via de mão dupla. De acordo com Zavareze (2008), a cultura é uma cola social ou normativa que mantém unida uma organização. Expressa valores ou ideias sociais e crenças que os membros da organização chegam a compartilhar.

Como um órgão do governo, alguns fatores dependem de relacionamentos e decisões políticas, como cargos comissionados. A cada mudança de governo, a gestão da Diteal também conta com algumas mudanças e, em 2023, grande parte do quadro de funcionários foi alterado. Devido a isso, após análise, é possível afirmar que a relação da atual gestão da Diteal com os demais públicos ainda está sendo construída.

Apesar da mudança de gestão, vários projetos viabilizados nas antigas gestões permanecem, como aulas de dança, de ballet e visitas guiadas pelas exposições, teatros e os demais espaços. O contato com os visitantes é feito diretamente com os estagiários, que, de forma descontraída e educativa, levam a todo o público a história do Teatro Deodoro, Teatro de Arena e apresentam também o contexto das exposições que se encontram no Complexo Cultural.

O objetivo geral é proporcionar não só ao público alagoano, como também aos turistas, o conhecimento do espaço e sua história, valorizando a cultura alagoana e dando ênfase a toda sua importância. Visando isto e buscando mostrar que a cultura pertence a todos, as visitas são totalmente gratuitas.

3.6.1 Diretrizes organizacionais

A Diteal foi fundada com o objetivo de valorizar a cultura dentro do Estado de Alagoas, fomentando as artes através da cultura alagoana, aumentando o interesse em sua consumação e repassando as histórias dos teatros que estão sob seus cuidados: Teatro Deodoro com 113 anos e o Teatro de Arena com 51 anos. Além disso, é dada a oportunidade a diversos artistas de exporem suas obras e serem reconhecidos pelo seu próprio público, enaltecendo assim o que há de melhor nessa cultura tão rica em diversidade artística.

3.6.2 Artefatos visíveis

A Diretoria de Teatros do Estado de Alagoas possui três espaços que são frequentemente utilizados:

- Complexo Cultural Teatro Deodoro, que é composto por: Setor Administrativo, Galeria, onde são realizadas as exposições, Sala de Dança e Sala de Música.
 - **Equipamentos:** 4 ares-condicionados na galeria, luminárias no teto e elevador para transitar em todos os andares. Sala de Música: 3 ares-condicionados, luminárias e no mínimo 150 cadeiras, podendo chegar a capacidade total de 300. Sala de Dança: 2 ares-condicionados, luminárias, espelhos em 2/4 das paredes e barras também em 2/4 do espaço para práticas de balé. Setor Administrativo: Ar-condicionado, computadores e impressoras em todos os ambientes, e notebooks auxiliares na gerência artística e no gabinete da presidente.

- Teatro Deodoro: Com uma capacidade total de 650 lugares, é dividido entre plateia, frisas, camarotes e balcão. Na entrada se encontra o foyer e um ambiente lateral a céu aberto que também são utilizados para alguns eventos.
 - **Equipamentos:** Central de ar, fileiras acolchoadas, palco de 90C, mesa de som, diversos equipamentos de iluminação e caixas de som, além de um piano de cauda.

- Teatro de Arena: Com uma capacidade total de 180 lugares, o espaço não tem divisões, mas seu formato o torna um teatro mais intimista. Assim como o Teatro Deodoro, ele possui um pátio a sua frente, frequentemente utilizado pelas produções teatrais e para eventos.
 - **Equipamentos:** Central de ar, plateia com cadeiras acolchoadas, palco clássico, cabine com mesa de som e luz e dois camarins.

Vale salientar que todos esses espaços são utilizados tanto para projetos beneficentes, projetos da casa e para aluguel de pauta pelas produções locais, nacionais e internacionais.

3.7 Auditoria de comunicação

A Diteal possui um setor específico que está à frente da comunicação do órgão, a Assessoria de Comunicação (Ascom), que está inserida dentro da gerência artística, e possui apenas dois integrantes: um assessor de comunicação e uma estagiária. Praticamente todos os trabalhos do setor, incluindo o contato com a imprensa, releases, social media, site da instituição, cobertura de eventos, entre outros, são feitos pela estagiária.

A comunicação externa da instituição com o público acontece através de cinco canais: Instagram, e-mails, telefones institucionais (que também são utilizados para o aplicativo WhatsApp) e o site institucional, onde é possível encontrar diversas informações sobre o local, os eventos e a reserva de pautas.

A comunicação interna ocorre através de grupos no aplicativo WhatsApp. Existem grupos para cada setor e/ou equipe, além de alguns grupos gerais, porém não há um grupo que inclua todos os funcionários. Avisos, discussões e resoluções são passados através do aplicativo de conversa ou pelo boca a boca.

A comunicação externa referente aos parceiros, grupos culturais, agências, produções, artistas, entre outros, ocorre através do site institucional, e-mail, telefone, WhatsApp e em jornais locais (para avisos e publicidade). Como pertence ao Estado, alguns outros órgãos públicos também fazem parte dessa comunicação, como a Secretaria de Estado da Comunicação (Secom), que publica os eventos e exposições de arte, além de matérias sobre diversos outros pontos, como os editais.

3.8 Diagnóstico da comunicação

Como a Diteal é um órgão estadual, várias pessoas já estiveram à frente de sua gestão e as mudanças afetaram também a Assessoria de Comunicação (Ascom), que sofreu com tantas reestruturações. Uma das principais problemáticas é a identidade visual. O Instagram, por exemplo, não possui uma identidade visual agradável, podendo ser classificado com algo amador, tanto nas artes de publicação quanto na periodicidade das mesmas e nas temáticas envolvidas, faltando um melhor planejamento.

O site institucional esteve fora do ar durante grande parte do ano de 2024, constando como “em manutenção” e sem previsão de volta. No final de outubro o site voltou ao ar, mas parece estar sendo reconstruído, visto que grande parte das abas segue para páginas vazias quando clicadas e os links para os documentos

também não direcionam a nada. Anteriormente, quando estava ativo e completo, possuía diversas abas que misturavam a história do local, com as informações sobre os teatros e as matérias publicadas referentes a tudo o que acontecia no órgão, além da programação de próximos eventos, que não tinham uma frequência de atualização, o que o tornava defasado em alguns aspectos, não passando uma sensação de confiabilidade para o público.

As informações para aluguel e contato, assim como a documentação no site, também causavam dúvidas, o que fazia com que muitos contratantes e parte do público entrasse em contato ou comparecessem ao local para obter respostas que poderiam estar melhor descritas na plataforma, ou seja, muitas vezes careciam de informação direta e assertiva. Em relação aos comunicados internos, eles são passados de boca a boca ou sequer são passados, além de haver muitas conversas paralelas e dificuldade na resolução de problemas simples que seriam sanados com uma comunicação mais organizada. De acordo com Kunsch:

As organizações em geral, como fontes emissoras de informações para seus mais diversos públicos, não devem ter a ilusão de que todos os seus atos comunicativos causam os efeitos positivos desejados ou que são automaticamente respondidos e aceitos da forma como foram intencionados. É preciso levar em conta os aspectos relacionais, os contextos, os condicionamentos internos e externos, bem como a complexidade que permeia todo o processo comunicativo. Daí a necessidade de ultrapassarmos a visão meramente mecanicista da comunicação para uma visão mais interpretativa e crítica. (Kunsch, 2006, p. 169)

Devido à assessoria de comunicação ser referente a um cargo comissionado, não houve o cuidado na escolha de um profissional adequado à função. O assessor de comunicação, além de não atuar no setor, não tem nenhuma qualificação acadêmica ou técnica na área, tornando a comunicação falha, pois todas as funções são exercidas pela estagiária de jornalismo que está em atividade. Como não há ninguém da área que a supervisione ou demais pessoal para suprir toda a demanda do setor, o trabalho se acumula e não há uma sintonia em tudo que está envolto a área comunicacional da Diretoria de Teatros.

De maneira geral, a comunicação da Diteal não pode ser classificada como algo profissional e de qualidade, apesar de inserir a logo em todas as publicações, um trabalho de comunicação envolve muito mais que isso. Portanto, a comunicação precisa ser melhor direcionada e muito mais planejada, pensando principalmente no

questo informação, sendo o principal ponto para manter uma comunicação efetiva com todos os seus públicos.

3.9 Identidade corporativa

A visão do seu público é o que constrói a imagem da instituição para além de seu espaço, ou seja, sua identidade corporativa é refletida através manifestação dos seus ideais institucionais, e como irão recair sob a esfera pública, gerando opiniões e achismos.

Figura 1 - Logo da Diretoria de Teatros do Estado de Alagoas



A definição da logo, assim como o seu significado, não foi encontrada. As definições de visão, missão e valores do órgão tampouco estão disponíveis de maneira acessível. O site oficial, que poderia ser o local para a divulgação destes dados, esteve fora do ar por vários meses, como citamos anteriormente, e agora está sendo reconstruído (outubro de 2024), porém segue sem essas informações. Nas redes sociais da instituição, como Instagram e LinkedIn, tampouco há menção a essas informações.

A atual gestão da Diteal tem uma imagem que está em construção, visto que os colaboradores ainda estão aprendendo sobre o funcionamento de um órgão cultural e as maneiras de geri-lo, pois muitos não são da área. Diante desta situação é necessário um comprometimento ainda maior para que a Diretoria de Teatros não se prejudique. Os colaboradores que estão em exercício atuam da forma que podem e a partir de seus próprios conhecimentos, o que deve ser observado e averiguado mais de perto para que o trabalho flua de maneira mais assertiva.

4. ANÁLISE ESTRATÉGICA DA ORGANIZAÇÃO

Conhecer a empresa mais a fundo é necessário para fazer uma avaliação sobre a mesma e, a partir desse ponto, observar o cenário em que ela se encontra, para que assim possamos realizar os apontamentos necessários que auxiliarão no desenvolvimento do projeto.

Através da análise SWOT colocaremos em pauta o ambiente em que a empresa se encontra, visando estrategicamente seus pontos fortes (*strenghts*), fracos (*weaknesses*), as oportunidades (*opportunities*) que ela possui e as ameaças (*threats*) que a cercam. Após essa avaliação, poderemos alinhar o projeto de forma mais direcionada.

4.1 Análise do cenário interno

4.1.1 Pontos fortes

- **Projetos sociais:** Os projetos sociais realizados em conjunto dentro do seu espaço abrangem, de certa forma, a entrada de pessoas carentes ao aprendizado de música e dança.
- **Projetos culturais:** A organização possui projetos culturais como “Quinta no Arena” e “Teatro é o maior barato”, com espetáculos a preços acessíveis, o “Hoje é dia de Hip-Hop”, com entrada gratuita, e diversos outros espetáculos com ingressos gratuitos para instituições educacionais.

4.1.2 Pontos fracos

- **Equipe desqualificada:** Por se tratar de um órgão público estadual, os colaboradores são nomeados para cargos comissionados, que dependem de envolvimento políticos, independente da formação, da qualificação ou se tem alguma experiência para o trabalho ao qual está sendo designado.
- **Teatro Deodoro defasado:** Tratando-se de um teatro centenário, é natural a sua deterioração ao longo dos anos, mas também por se tratar de um lugar histórico a sua conservação deveria ser uma prioridade. No momento, a realidade do local é: Cadeiras quebradas, piso do balcão sem segurança, forros das frisas e camarotes se desfazendo, além dos camarins estarem em um estado considerado inferior para receber os artistas, entre outras problemáticas.

- **Orçamento limitado:** Com a limitação do orçamento, os investimentos dentro da Diteal também tornam-se limitados, prejudicando o funcionamento total do órgão.
- **Comunicação falha:** A falta de organização na comunicação interna e externa da Diteal interfere no funcionamento diário, com informações internas não sendo passadas de maneira eficiente e efetiva ao público interno, e também na comunicação com os colaboradores externos, espectadores, imprensa e demais públicos envolvidos.

4.2 Análise do cenário externo

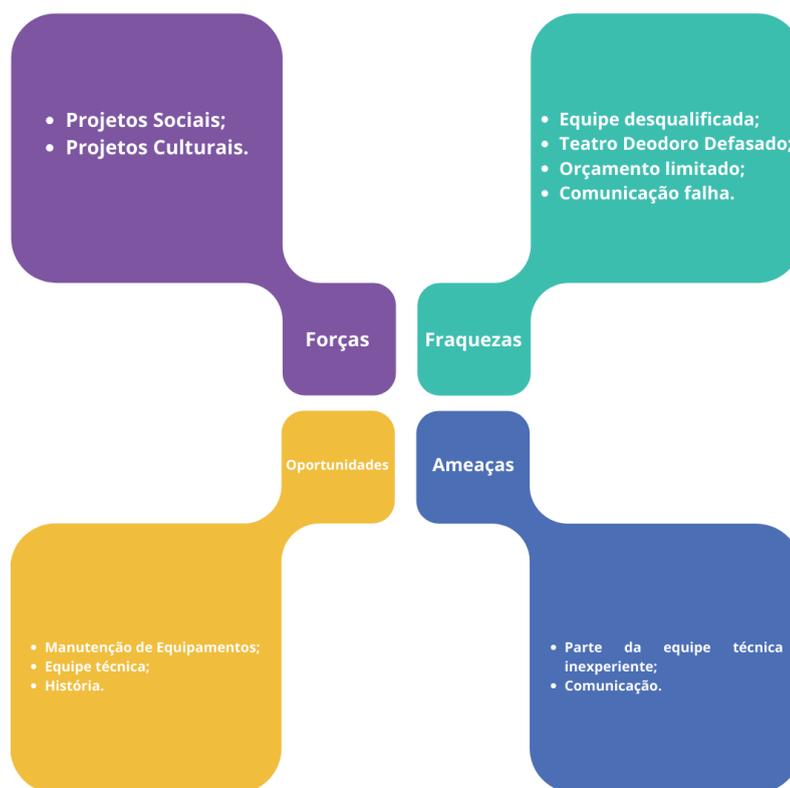
4.2.1 Oportunidades

- **Manutenção de equipamento:** Tanto o Teatro Deodoro quanto o Teatro de Arena possuem equipamento de luz e som à disposição das produtoras que alugam pautas para os espetáculos, descartando a necessidade de gastos externos para os produtores.
- **Equipe técnica:** A Diteal tem à disposição equipes de som e luz para auxiliar os produtores na montagem e na execução dos espetáculos.
- **História:** Com 113 anos de existência, muitos desejam realizar os seus projetos neste espaço, tanto pela beleza, quanto por sua importância dentro do cenário cultural alagoano.

4.2.2 Ameaças

- **Parte da equipe técnica inexperiente:** Devido a desqualificação de alguns componentes da equipe técnica, alguns espetáculos foram prejudicados, e isso mancha a imagem do órgão diante daqueles interessados em trazer os projetos para o espaço.
- **Comunicação:** A dificuldade de comunicação em determinados momentos resulta em problemas que poderiam ser evitados, resolvidos de formas mais simples ou utilizados como motivos para mudanças e melhorias em diversos pontos.

Figura 2 – Análise SWOT



Fonte: Elaboração própria (2024)

4.2.3 Benchmarking

A comparação entre empresas é natural, principalmente quando existe uma escolha a se fazer, focando principalmente em como elas atuam, os seus objetivos e a produtividade, para que assim, ao analisar esses dados, possam ser identificados possíveis problemas e oportunidades que ajudarão em seu crescimento. Para Geísa Gaiger de Oliveira, Maurício Moreira e Silva Bernardes (apud Hong *et al*, 2012, p.111), o benchmarking “é uma ferramenta de comparação muito utilizada por empresas preocupadas com o seu desempenho e sua posição no mercado...”

Como o cenário cultural não é vasto no Estado de Alagoas, devido a diversos motivos como a falta de investimento, o comparativo foi feito com as duas principais buscas, tanto pelo público quanto pelos produtores, e que tem similaridades com a Diretoria de Teatros do Estado de Alagoas.

4.2.4 Quadro comparativo do benchmarking

Quadro 2 – Variáveis de acordo com o benchmarking

Variáveis	Órgãos Culturais	
	Diteal	Centro de Convenções
Atividade principal	Organização com fins lucrativos para manutenção do espaço e projetos culturais	Organização com fins lucrativos para manutenção do espaço
Locais de atuação	Maceió e Região	Maceió e Região
Tempo de existência	21 anos	19 anos
Assessoria de imprensa	Interna	Não possui
Comunicação interna e divulgação	Telefone, mídias sociais e pessoalmente	Telefone, mídias sociais e pessoalmente
Site	Defasado	Não possui
Ações de responsabilidade social	Projetos culturais: música e dança em colaboração com parceiros externos	Não possui

Fonte: Elaboração própria

4.2.5 Análise qualitativa dos dados

Em relação ao setor cultural, dispomos de poucos órgãos voltados para esse segmento. Na comparação exposta no ponto anterior foram escolhidos apenas dois: A Diretoria de Teatros do Estado de Alagoas (Diteal) e o Centro de Convenções, ambos pertencentes ao Governo do Estado de Alagoas.

A área de atuação de ambos segue basicamente o mesmo princípio que é a arrecadação de dinheiro para a própria manutenção. A única diferença está na Diteal, que também faz uso dessa arrecadação para projetos culturais dentro da

casa, trazendo uma proximidade maior para a população e oportunizando o acesso de todos à cultura e aos espaços culturais.

Quanto a atuação, os órgãos atuam dentro da mesma região, que seria a capital alagoana, Maceió, e também nas regiões adjacentes. Em alguns casos eles atuam para pautas a nível nacional, mas com intermediação de produtoras locais, ou seja, o espetáculo percorre todo o Brasil, e a partir do momento que é colocado Maceió em sua rota, há uma negociação com os produtores da região para localizar datas nos espaços e resolver demais questões, e é nesse ponto que tanto a Diteal quanto o Centro de Convenções são contactados.

Com relação a comunicação, foi identificada uma certa dificuldade em ambos os órgãos. Apesar de utilizarem os mesmos métodos para a comunicação com o público externo, não há uma preocupação maior em manter algo padronizado, principalmente em redes sociais como o Instagram, não possuindo sequer uma identidade visual. A Diteal divulga os seus espaços e o que haverá neles, porém sem qualquer planejamento. Enquanto o Centro de Convenções utiliza o Instagram apenas para divulgação de espetáculos, também não mantendo um cronograma de postagens, sendo algo aleatório.

Ainda na questão da comunicação, não existe uma assessoria de imprensa para ambos. Na Diteal existe a Assessoria de Comunicação (Ascom), porém não possui um profissional com qualificações necessárias para assumir tal posição, tornando a comunicação falha. Apesar de pertencer ao Governo do Estado de Alagoas, e este possuir uma Secretaria de Comunicação, não há uma equipe direcionada para o Centro de Convenções.

A Diteal tem uma preocupação com a população carente, cedendo tanto a sala de música, quanto a sala de dança para parceiros locais ministrarem aulas para crianças e adolescentes de baixa renda, dando mais acessibilidade para esse público. Por outro lado, o Centro de Convenções não possui projetos culturais, sendo voltado ao uso particular, apenas alugando os seus espaços.

5. PLANEJAMENTO DA PESQUISA E DIAGNÓSTICO

A pesquisa se faz necessária para obtenção de respostas e conhecimento de maneira generalizada sobre um objeto específico. No âmbito comunicacional, principalmente nas Relações Públicas, a pesquisa é uma ferramenta essencial para se conhecer o seu público, tanto interno quanto externo, de forma com que haja um aprofundamento em ambos, servindo para delimitar todos os detalhes e peculiaridades que possam trazer um viés diante do que está sendo pesquisado.

A etnografia é um método de pesquisa que estuda a rotina e o comportamento dos indivíduos, ou seja, através do estudo e observação teremos os resultados para dar seguimento a análise do objetivo, dessa forma o detalhamento da pesquisa será mais esmiuçado e terá a qualificação necessária para dar continuidade aos demais pontos do estudo em questão. Visto a problemática e o objetivo do nosso estudo, ele se encaixa totalmente na descrição de etnografia de Mattos:

A etnografia como abordagem de investigação científica traz algumas contribuições para o campo das pesquisas qualitativas, em particular para os estudos que se interessam pelas desigualdades sociais, processos de exclusão e situações sócio interacionais, por alguns motivos entre eles estão: Primeiro, preocupa-se com uma análise holística ou dialética da cultura, isto é, a cultura não é vista como um mero reflexo de forças estruturais da sociedade, mas como um sistema de significados mediadores entre as estruturas sociais e as ações e interações humanas. (Mattos, 2011, p. 50)

Essa abordagem na pesquisa proporcionará uma visibilidade, ainda maior, para compreender o objeto através de seu problema, detalhando todos os pontos que serão analisados para se chegar ao diagnóstico, e, por fim, as soluções propostas para a problemática.

5.1 Pesquisa

5.1.1 Público-alvo

Público Essencial Constitutivo: Gerente Artístico e Cultural da Diteal (2001-2023)

5.1.2 Situação problema

Constatou-se que, apesar dos projetos sociais do órgão, falta investimento em programas que tragam as crianças e/ou adolescentes para dentro do âmbito

cultural como protagonistas, dando a chance necessária para demonstrarem seus interesses e aptidões pela arte nos palcos e galerias do local.

5.1.3 Problema da pesquisa

De que forma a Diteal se relaciona com o ensino e a prática da cultura alagoana?

5.1.4 Objetivos da pesquisa

5.1.4.1 Geral:

Investigar como a Diteal se relaciona com o ensino e a prática da cultura alagoana.

5.1.4.2 Específicos:

- Entender os programas de ensino existentes na Diteal;
- Compreender as dificuldades da instalação de novos programas culturais voltados para o ensino público;

5.1.5 Delineamento da pesquisa

A pesquisa a ser utilizada será do tipo etnográfica experimental, pois sua finalidade é investigar o comportamento das pessoas em meio a sua comunidade, ou seja, o espaço em que se encontram. Será feita com o gerente artístico e cultural que esteve à frente do órgão por mais de 22 anos.

A abordagem da pesquisa é qualitativa, pois, de acordo com Godoy (1996, p. 21), ela “não se apresenta como uma proposta rigidamente estruturada, ela permite que a imaginação e a criatividade levem os investigadores a propor trabalhos que explorem novos enfoques.” Devido a sua experiência no cargo, não há necessidade de medir a quantidade, e sim a qualidade e o detalhamento de suas respostas, dessa forma a avaliação de suas falas será mais objetiva, o que possibilitará um conhecimento mais aprofundado ao objeto de pesquisa.

5.1.6 Coleta de dados

A pesquisa será feita de forma presencial, pois isso nos permitirá a possibilidade de elaborar novos questionamentos, a partir das falas dele, ou solicitar mais informações ao longo da conversa.

5.1.7 Análise e interpretação de resultados

Conversamos com Alexandre Holanda, ex-diretor artístico e cultural da Diteal, no dia 05 de abril. Os resultados desta conversa apontaram que o órgão buscou produzir projetos que envolvessem educação e inserção do público alagoano no teatro e no setor cultural, porém falta um maior interesse da atual gestão em manter esses projetos e criar novos, e do governo em investir no setor.

Holanda se envolveu com arte desde criança, principalmente com peças teatrais. Quando adulto, trabalhou com peças e produções culturais até se mudar para São Paulo, onde se envolveu em todos os setores como som, luz e cenotécnica. Ao voltar a Alagoas, terminou o curso de marketing, trabalhou em diversos segmentos, até ser convidado a assumir a diretoria artística da Diteal, onde permaneceu por 22 anos.

Durante essa conversa, entendemos que os projetos iniciaram como uma necessidade da diretoria de ocupar os espaços do Complexo Cultural do Teatro Deodoro, inaugurado em 14 de dezembro de 2014, assim como a vontade de abrir o local para a formação cultural da comunidade alagoana. Para isso, foram abertos editais e criadas parcerias com artistas locais, que resultaram em projetos de sucesso.

Os primeiros, em 2015, foram o “Ballet à Serviço da Educação”, da professora e bailarina Maria Emília Clark, voltado para crianças de escolas públicas, e o “Quartas Eruditas”, com o Instituto de Cultura Ero Dictus. Também podem ser citadas as aulas de pife do Mestre Chau do Pife, iniciadas em 2022 e abertas para o público geral. Alguns desses projetos seguem em vigor até a presente data devido à sua importância cultural.

O órgão disponibiliza o espaço e os equipamentos para as aulas desses projetos citados, além de outras atividades, porém financeiramente sempre houve uma grande dificuldade para a implementação e a manutenção dos mesmos, como disse Holanda:

Havia apoios pontuais, mas acredito que o Estado deveria ter uma obrigação de ajudar na manutenção desses projetos, porque eles aconteciam em um equipamento do Estado, oferecendo recursos que sustentem e fomentam a existência desses projetos, e que o gestor atual da Diretoria se prontificasse para ir em busca de recursos, brigar pela vida da instituição, mostrando a sua importância e a sua missão. (Alexandre Holanda, 05 de abril)

A manutenção e o investimento nesses projetos podem ser justificados a partir do sucesso dos mesmos, sendo confirmado através da entrega de relatórios para prestação de contas e para justificar a permanência. Isso também pode ser visto pela recepção do público, que rapidamente se mostrou interessado em cada um dos muitos projetos, criando laços emocionais com a instituição, com a cultura e a arte, e percebendo que ser artista é algo possível e pode estar dentro de sua realidade.

Percebemos durante a conversa que os objetivos da Diteal foram alcançados, visto que a inserção da população carente, das crianças e adolescentes de escolas públicas e do público interessado em arte realmente aconteceu e segue acontecendo. Como um espaço público, um dos seus grandes objetivos é ser utilizado pelo público, e ligar a população à arte e à cultura, mostrando uma realidade que às vezes é bem distante para alguns.

Focando em crianças e adolescentes de escolas públicas, além dos adultos (alunos do EJA, professores, diretores, entre outros), o ex-diretor artístico citou o projeto “Teatro É O Maior Barato”, com espetáculos às quartas-feiras à noite e que direcionava 100 ingressos gratuitos para a rede pública. Holanda comentou que, atualmente, esse deixou de ser um projeto popular. Isso se deve ao fato de que, inicialmente, os ingressos eram disponibilizados a preços muito baixos, pois o intuito era levar o público, que não poderia pagar por espetáculos caros, a frequentar o teatro e conhecer espetáculos diversos. Porém, no último ano, o valor destas entradas aumentou e, em 2024, o projeto está totalmente parado.

Como ex-estagiários, também podemos citar outros que vão nesta mesma linha, como o “Quinta no Arena”, que acontecia às quintas-feiras à noite no Teatro De Arena Sérgio Cardoso, com produções locais, e o “Hoje é dia de HipHop”, evento que acontecia uma sexta-feira por mês, com entrada gratuita e que incluía apresentações, batalhas de rima e competição de dança.

Outro projeto importante é o “Quarta Erudita”, com o Instituto de Cultura Ero Dictus, onde escolas públicas ocupavam a Sala da Música para uma tarde divertida

com apresentação musical, ensino de música e regência, interação dos alunos, entre outras coisas. Além de todos esses, ainda há a exposição artística com entrada gratuita na galeria de arte do Complexo Cultural, onde, a partir de edital, eram escolhidas exposições para o ano inteiro com duração de 1 mês cada. Com exceção das exposições, todos os outros citados estão parados.

Já para aulas, relacionadas a crianças e adolescentes de escolas públicas, acontecem os projetos de ballet da professora Maria Emília Clark e do professor Euler Silva. O órgão também aloca as aulas de ballet da professora Rosa Souza, do Centro de Belas Artes de Alagoas (Cenart), gratuitas e abertas para o público geral em turmas por idade. Outras aulas eram ofertadas para o público em geral, alguns totalmente gratuitos e outros divididos em vagas gratuitas e pagas, como o pife do Mestre Chau do Pife, aulas de percussão com Wilson Santos e aulas de instrumentos de sopro e teoria musical com o Mestre Uruba, falecido em 2023. De todos os citados, apenas o ballet da Maria Emília Clark tem uma finalização, culminando em uma apresentação no Teatro Deodoro ao final de cada ano. Para encerrar, questionamos Alexandre Holanda sobre como ele observa o cenário cultural atual em Alagoas e ele citou a falta de investimento local, mas exaltou o apoio federal com editais e leis, como a Lei Paulo Gustavo:

Eu não vejo nenhuma ação municipal e estadual que agregue para a musculatura do funcionário do setor cultural. Um ponto que vejo, que é bastante positivo, é o investimento do governo federal na arte de maneira nacional. (Alexandre Holanda, 05 de abril)

A visão do ex-gerente artístico cultural Alexandre Holanda é ampla devido à sua experiência na Diteal. Durante parte da sua permanência neste cargo, pudemos observar, enquanto estagiários, que a sua determinação era grande para fazer com que os projetos se concretizassem, mesmo diante das dificuldades financeiras. Durante a sua gestão, era visível o empenho para que a Diteal fosse um lugar que agregasse cultura ao ensino público, um espaço para os estudantes poderem produzir e consumir arte gratuitamente.

5.1.8 Diagnóstico

Diante de todo o exposto durante a pesquisa, a conversa com o ex-diretor artístico e cultural e a nossa observação, percebemos uma lacuna que poderia começar a ser suprida com projetos voltados para a educação e a arte, dividindo o trabalho e os custos em diversas frentes para que não houvesse a dependência em um único órgão, o que dificulta o sucesso e a continuidade de diversos projetos já existentes.

Com visitas frequentes às exposições presentes no Complexo Cultural do Teatro Deodoro, nós, como estagiários de comunicação, recebíamos os alunos e fazíamos visitas guiadas nas exposições e nos teatros, apresentando as histórias de todos esses espaços, levando informações aos estudantes para que tivessem uma nova visão do que é a arte, como ela impacta vidas e como é um direito de todos estar em contato e produzi-la também.

Apesar da Diteal de ter esse espaço aberto, a permanência das escolas para visitas e a participação como plateia em espetáculos e eventos traziam consigo certas dificuldades, principalmente em relação à logística, visto que os transportes eram cedidos pela Secretaria de Educação, tanto do Governo do Estado de Alagoas, quanto da prefeitura. Era frequente a problemática com os transportes não fornecidos, já seja por alta demanda, ou por falta de recursos, o que dificultava a ida dos alunos à Diteal.

Outro ponto importante a se destacar é a valorização dos projetos atuais na Diteal, pois com a troca de gestão houve um certo desgaste na manutenção dos mesmos, tendo a gestão anterior um olhar mais clínico em relação a eles, até mesmo por ter na equipe anterior integrantes que trabalhavam diretamente com o ensino público e com as escolas.

Os recursos financeiros fornecidos pelo governo não são suficientes para suprir todas as demandas do órgão, sendo necessária, muitas vezes, a formação de parcerias e uma busca de recursos financeiros além dos recebidos, e a falta desse trabalho de busca de recursos resulta em problemas na continuidade ou até mesmo na extinção dos projetos.

Tendo em vista o trabalho de Lima (2019), assim como exposto pelos Parâmetros Curriculares Nacionais (1997), o problema financeiro é só um dos pontos que dificultam a inserção dos estudantes à prática artística, assim como a falta de pessoal especializado, o tempo didático, o círculo vicioso nas temáticas

apresentadas, etc. Todos esses pontos precisam ser vistos no momento da criação de projetos para que os mesmos tenham chance de sucesso e de sobrevivência.

A partir de todo o exposto, pudemos idealizar um projeto que tente suprir a lacuna existente, mas levando em consideração todos os pontos que vimos, buscando resolver os problemas na implementação e na continuidade, como também recursos financeiros, logísticos, de pessoal e de local. E, para além disso, finalizar cada edição do projeto com apresentações para o público nos palcos do Teatro Deodoro e de Arena, na sala de música e na galeria do Complexo Cultural da Diteal, não limitando apenas a aulas, mas sim em uma culminância que mostre aos estudantes que é possível criar e levar a sua arte a todos os lugares.

6. PROJETO “PALCO DO SABER” E SEU OBJETIVO

Foi constatado, a partir da nossa pesquisa, que escolas da rede pública de Alagoas não possuem um grande contato ou incentivo ao ensino e aprendizagem de cultura e de arte. É necessário que essas instituições ocupem espaços físicos e curriculares com iniciativas artísticas, o que não acontece devido à ausência de projetos que estimulem tais ações.

Com o intuito de endereçar essa lacuna, buscamos viabilizar e fomentar a participação dos alunos em atividades recreativas e artísticas. Essas atividades visam auxiliar os estudantes a explorar a cultura, conhecer mais sobre diversos tipos de arte e aprimorar seus talentos no âmbito artístico, proporcionando a oportunidade de evoluir e tornar suas criações conhecidas e admiradas por todos. Ao promover exposições e apresentações no espaço da Diteal, nossa intenção é motivá-los a se engajar em atividades construtivas, afastando-os das ruas e concentrando-os no desenvolvimento de suas habilidades, tanto dentro como fora do ambiente escolar.

Para tal, pretendemos proporcionar aulas, workshops, palestras, entre outros eventos, inicialmente em um ciclo de 6 meses, com a intenção de introduzir e ensinar novas habilidades aos estudantes, culminando em uma apresentação no Teatro Deodoro, Teatro de Arena, Sala de Música ou exposição na Galeria do Complexo Cultural. A preparação para o primeiro ciclo está programada para outubro de 2025, com início das atividades com as escolas em fevereiro de 2026, com culminância em julho do mesmo ano.

6.1 Objetivo geral do projeto

- Promover a participação dos alunos da rede pública em atividades artísticas como complemento da grade curricular.

6.2 Objetivos específicos

- Fortalecer um ambiente cultural na vida dos alunos da rede pública;
- Contribuir para a construção de uma cultura escolar que valorize a educação artística como parte essencial da formação integral dos alunos e do enriquecimento da comunidade educativa.

6.3 Público-alvo

- Escolas públicas municipais e estaduais de Alagoas
- Educação infantil (3 a 5 anos)
- Ensino fundamental (6 a 14 anos)
- Ensino médio (15 a 18 anos)

6.4 Justificativa

Apesar das abordagens educacionais enfatizarem a valorização do aluno como protagonista da aprendizagem, com professores mediadores e incentivadores do conhecimento, há poucas atividades artísticas na rede pública. A falta de iniciativas artísticas contrasta com os valores da instituição, que preza pela liberdade de aprender, ensinar e divulgar a cultura. Este projeto busca preencher essa lacuna, promovendo parcerias entre as redes educacionais, município, Estado e Diteal, visando o desenvolvimento sócio educacional dos alunos, estimulando a sua criatividade e expressão artística.

6.5 Metas

- Alcançar com o projeto pelo menos 70% das escolas da rede pública alagoana, gradativamente;
- Realizar quatro apresentações anuais: 02 a nível de espetáculo (música, peça teatral, sarau, danças, folguedos), 02 a nível de exposição de arte (pinturas em tela, desenhos, esculturas);
- Estabelecer parcerias com 5 artistas locais e 3 profissionais de arte, no primeiro ano do projeto para fornecer orientação e colaboração;
- Atrair um público mínimo de 200 pessoas para cada exposição ou apresentação artística, incluindo membros da comunidade, pais e estudantes;
- Conduzir pesquisas de avaliação trimestrais para medir o aumento da autoestima dos alunos e a percepção da comunidade sobre a importância da educação artística;
- Documentar o progresso do projeto por meio de relatórios mensais e materiais visuais para compartilhar com outras escolas e instituições;

6.6 Recursos humanos

- Voluntários;
- Estudantes estagiários de teatro, dança, arte, comunicação e áreas afins;
- Servidores e técnicos da Diteal;
- Artistas envolvidos em projetos ou que tenham interesse.

6.7 Recursos materiais e financeiros

- Parcerias - Lojas e empresas para patrocínio com recursos materiais para arte, figurinos, cenários, telas, tintas guache, lápis de cor, instrumentos musicais e demais materiais para as aulas e apresentações;
- Patrocínios financeiros - Empresas que já destinam recursos para a cultura ou que buscam entrar nesse setor;
- Apoio - Governo do Estado de Alagoas, Prefeitura Municipal de Maceió e suas secretarias visando transportes para locomoção dos estudantes, apoio financeiro, apoio material, divulgação, entre outros pontos.

6.8 Visão geral do projeto

Quadro 3 – Ações e *modus operandi* do projeto

AÇÃO	OPERACIONALIZAÇÃO	PÚBLICO- ALVO	RESPONSÁVEL	META	PRAZO
Institucionalização da arte	Reunião com as secretarias envolvidas para apresentação do projeto.	Diteal, Secretarias de Cultura e Educação	Organização do Projeto	Aprovação do projeto por parte dos órgãos competentes.	Novembro /2025
Economia cultural	Captação de patrocínios e parcerias para realização, manutenção e culminância do projeto.	Diteal, Secretarias de Cultura e Educação, Lojas e Empresários	Organização do Projeto	Arrecadar recursos financeiros e materiais.	Janeiro /2026
E aí, vamos “cultural”?	Selecionar voluntários: Estagiários, professores e profissionais da área artística	Alunos universitários, professores e profissionais artísticos	Organização do Projeto	Montar quadro de alunos para estágio obrigatório, professores e profissionais para o desenvolvimento das atividades	Fevereiro /2026
Arte em ação	Organização, planejamento e realização das atividades	Escolas	Voluntários e estagiários	Criação de um cronograma das atividades e execução das aulas e oficinas	Junho /2026
É hora do show	Culminância do projeto	Diteal, Estagiários, voluntários e alunos, Secretarias de Educação e Cultura e público em geral.	Organização do Projeto, Diteal, voluntários e estagiários.	Finalizar o projeto com apresentações nos teatros e exposição na galeria de arte, além da realização de um relatório final.	Agosto /2026

6.9 Avaliação

A avaliação acontecerá a partir da análise do cumprimento de cada uma das metas e da efetividade do objetivo geral. Propomos a realização de um relatório mostrando como ocorreu a evolução do projeto, suas dificuldades e acertos e pesquisa com os voluntários e estagiários envolvidos, findando com a conclusão do seu ciclo, completado com os números de escolas, alunos e público geral atingido (físico, como plateia e visitantes, e online, com engajamento nas redes e divulgação em sites).

7. AÇÕES ESTRATÉGICAS

7.1 Ação I: Institucionalização da arte

7.1.1 Objetivo

- Apresentar o projeto "Palco do Saber" para os órgãos competentes.

7.1.2 Público-alvo

- Público essencial constitutivo de sustentação: Diteal, Secretaria de Cultura e Secretaria de Educação

7.1.3 Justificativa

Expor a necessidade do ensino cultural dentro da educação pública de Alagoas, apresentando o quão importante é a sua presença dentro e fora da sala de aula. Mostrar a importância da parceria com a Diteal, por ser o local para a implementação, e das secretarias pelo contato com as escolas, transportes escolares, entre outros pontos necessários.

7.1.4 Estratégias de ação

1. Preparar ofício dos integrantes do projeto, com a finalidade de solicitar apresentação e exposição do projeto;
2. Apresentar o projeto para as secretarias para aprovação;
3. Disponibilizar um programa do projeto para distribuição da Secretaria de Educação nas escolas.

7.1.5 Operacionalização

1. Preparar ofício dos integrantes do projeto, com a finalidade de solicitar apresentação e exposição do projeto: Desenvolver documento com todos os dados que englobam o projeto, detalhando a importância, desenvolvimento, implementação e viabilização. Em conjunto a isto será criada uma apresentação visual expondo todos os pontos de forma mais simplificada.
2. Apresentar o projeto para as secretarias para aprovação: Entrar em contato com as secretarias para marcação de reunião, se possível apenas uma reunião contendo representantes de cada órgão, onde será apresentado o projeto e discutida a proposta, para ajustes, aprovação e posterior implementação.

3. Disponibilizar um programa do projeto para distribuição da Secretaria de Educação nas escolas: Organizar um PDF, que será impresso, com o resumo do projeto para apresentação para as escolas, coletando quais teriam interesse em sua implementação.

7.1.6 Descrição dos recursos necessários a ação I

7.1.6.1 Recursos humanos

- Idealizadores

7.1.6.2 Recursos materiais

- Notebook;
- Canva (Programa de edição);
- Impressão.

7.1.6.3 Recursos financeiros necessários

Quadro 4 – Quadro orçamentário dos recursos materiais da ação I

Descrição	Quantidade	Valor Unit.	Valor (R\$)
Notebook*	1	2.300,00	2.300,00*
Canva	1	34,90	34,90
Impressão	1.360	1,50	2.040,00
Total (R\$)			4.374,90

* Valor base de um notebook, que será utilizado pela organização e pelos professores em aula. Caso a Diteal e/ou as secretarias possam disponibilizar um, esse valor não entrará nos custos.

Valor total da ação I

Quadro 5 – Quadro orçamentário dos recursos materiais e humanos da ação I

Descrição	Valor (R\$)
Recursos humanos	-
Recursos materiais	4.374,90
Total (R\$)	4.374,90*

* Caso haja concessão dos equipamentos pela Diteal e/ou secretarias, este valor será alterado.

7.1.6.4 Processo de acompanhamento, controle e cronograma das atividades

Quadro 6 – Quadro do cronograma de atividades da ação I

Atividades	Outubro 2025	Novembro 2025	Dezembro 2025
Criar documento e apresentação com dados para exposição do projeto	X		
Apresentar o projeto para as secretarias		X	
Disponibilizar um programa do projeto para distribuição da Secretaria de Educação nas escolas			X

7.1.6.5 Avaliação

Para avaliarmos a efetividade da ação consideraremos a aprovação das secretarias e a firmação das parcerias. Também analisaremos a quantidade de escolas que demonstrarão interesse para darmos prosseguimento às próximas ações.

7.2 Ação II: Economia cultural

7.2.1 Objetivo

- Conquistar patrocínios financeiros e materiais

7.2.2 Público-alvo

- Público essencial constitutivo de sustentação: Diteal e Secretaria de Educação
- Público não essencial: Empresários e lojas

7.2.3 Justificativa

Conseguir patrocínios para o desenvolvimento e implementação do projeto. Junto à Diteal buscaremos parceria para o local, os horários disponibilizados e datas para apresentações finais das atividades. Com a Secretaria de Educação firmaremos parceria para o contato com as escolas e a disponibilização de transporte para os alunos entre escola e Diteal. Já com empresários e lojas, levantaremos patrocínio financeiro para custear todas as etapas do projeto, bem como patrocínio material para a prática das atividades, como materiais de arte, vestuário, instrumentos, entre outros.

7.2.4 Estratégias de ação

1. Definição de locais e datas;
2. Cronograma de logística com a Seduc;
3. Apresentação do projeto para empresários e lojas de Maceió

7.2.5 Operacionalização

1. Definição de locais e datas: definir junto à Diteal os locais no Complexo Cultural Teatro Deodoro que poderiam ser utilizados para as atividades do projeto, como galeria de arte, sala de dança, sala de música, teatros e pátios. Definir um cronograma de dias e horários em que estes locais estariam livres para a utilização.
2. Cronograma de logística com a Seduc: Montar, em conjunto com a Seduc, uma lista de escolas que participarão do projeto e o cronograma de datas e horários disponíveis. Além disso, desenvolver a logística que seria adotada para a utilização do transporte escolar público para o deslocamento dos estudantes.
3. Apresentação do projeto para empresários e lojas de Maceió: Utilizar a apresentação feita para as secretarias em reuniões com empresários e lojas que já participam de projetos sociais, culturais ou educacionais, bem como

outros empreendimentos que tenham interesse. Neste segmento entrarão lojas especializadas ou com departamentos de material escolar, material artístico, vestuário, e patrocínios em geral.

7.2.6 Descrição dos recursos necessários a ação II

7.2.6.1 Recursos humanos

- Idealizadores

7.2.6.2 Recursos materiais

- Impressão.

7.2.6.3 Recursos financeiros necessários a ação II

Quadro 7 – Recursos financeiros utilizados na ação II

Descrição	Quantidade	Valor Unit.	Valor (R\$)
Impressão	360	1,50	540,00
Total (R\$)		540,00	

Valor total da ação II

Quadro 8 – Quadro orçamentário dos recursos materiais e humanos da ação II

Descrição	Valor (R\$)
Recursos humanos	-
Recursos materiais	540,00
Total (R\$)	540,00

7.2.6.4 Processo de acompanhamento, controle e cronograma das atividades

Quadro 9 – Quadro do cronograma de atividades da ação II

Atividades	Dezembro 2025	Janeiro 2026
Definir com a Diteal locais e datas	X	
Cronograma de logística com a SEDUC		X
Apresentação do projeto para empresários e lojas	X	X

7.2.6.5 Avaliação

Para avaliarmos a primeira atividade da ação II será necessário a confirmação dos dias e horários disponibilizados para o projeto dentro do calendário anual da Diteal, após essa confirmação poderemos montar em conjunto com a Seduc o cronograma da logística para o transporte dos alunos para a Diteal. Por fim, avaliaremos a terceira atividade a partir da análise dos recursos adquiridos.

7.3 Ação III: E aí, vamos “cultural”?

7.3.1 Objetivo

- Selecionar voluntários e estagiários para dar andamento às atividades

7.3.2 Público-alvo

- Público não essencial: Estudantes e professores
- Público essencial constitutivo de sustentação: Profissionais das áreas relacionadas à arte

7.3.3 Justificativa

Para implementarmos as atividades do projeto necessitaremos de voluntários que estão inseridos nas áreas relacionadas a arte, em segmentos como: pintura, música, dança, teatro e desenho. Eles serão responsáveis por apresentar suas áreas, ministrar as aulas e acompanhar o desenvolvimento dos alunos até a culminância do projeto.

7.3.4 Estratégias de ação

1. Divulgação de chamadas de voluntários para o projeto;
2. Firmar parceria de estágio com a Universidade Federal de Alagoas;
3. Estabelecer uma ajuda de custo com os patrocinadores.

7.3.5 Operacionalização

1. Divulgação de chamadas de voluntários para o projeto: Desenvolver material de divulgação para sites e redes sociais, tendo como ponto central os principais meios de comunicação das Secretarias de Cultura e Educação, através da Secretaria de Estado da Comunicação (Secom), o Instagram da Diteal e as redes que serão criadas para o projeto.
2. Firmar parceria de estágio com a Universidade Federal de Alagoas: Entrar em contato com a Prograd para o estabelecimento de convênio para estágio obrigatório, que será ofertado para os alunos.
3. Estabelecer uma ajuda de custo com os patrocinadores: Definição de ajuda de custo para os voluntários (professores e profissionais), com os patrocinadores, para cobrir despesas como transporte e alimentação, visto que alunos em estágio obrigatório não recebem ajuda financeira.

7.3.6 Descrição dos recursos necessários à ação III

7.3.6.1 Recursos humanos

- Idealizadores

7.3.6.2 Recursos materiais

- Notebook;
- Canva;
- Cartazes.

7.3.6.3 Recursos financeiros necessários à ação III

Quadro 10 – Recursos financeiros utilizados na ação III

Descrição	Quantidade	Valor Unit.	Valor (R\$)
Notebook	1	Valor computado na ação I	
Canva	1	Valor computado na ação I	
Cartazes	15	20,00	300,00
Total (R\$)		300,00	

Valor total da ação III

Quadro 11 – Quadro orçamentário dos recursos materiais e humanos da ação III

Descrição	Valor (R\$)
Recursos humanos	3.600,00 (Mensal)*
Recursos materiais	300,00
Total (R\$)	3.900,00

*Ajuda de custo (Recursos humanos) - R\$20,00 por dia para cada voluntário para o custeio de alimentação e R\$10,00 para o transporte diário. O valor final é resultado do planejamento de 10 voluntários atuando três dias por semana, totalizando doze dias por mês.

7.3.6.4 Processo de acompanhamento, controle e cronograma das atividades

Quadro 12 – Quadro do cronograma de atividades da ação III

Atividades	Janeiro 2026	Fevereiro 2026
Divulgação de chamadas de voluntários para o projeto	X	X
Firmar parceria de estágio com a Universidade Federal de Alagoas;	X	
Estabelecer uma ajuda de custo, com documento comprobatório assinado.		X

7.3.6.5 Avaliação

A avaliação se dará a partir da análise do engajamento das publicações, a quantidade de pessoas inscritas como voluntários e/ou estagiários e a seleção dos

mesmos para as áreas de atividades nas quais serão inseridos. A definição da ajuda de custo acontecerá a partir dos valores captados através dos patrocínios e da porcentagem que será direcionada para esta área, chegando a um valor final que pode se aproximar ou se igualar ao apresentado no Quadro 11.

7.4 Ação IV: Arte em ação

7.4.1 Objetivo

- Implementar o projeto

7.4.2 Público-alvo

- Público essencial constitutivo de sustentação: Estagiários e voluntários

7.4.3 Justificativa

Esta ação visa a implementação do projeto, sendo dividido entre o planejamento das atividades, suas aplicações e o acompanhamento da evolução dos alunos.

7.4.4 Estratégias de ação

1. Planejamento das atividades;
2. Divisão dos alunos;
3. Aplicação das atividades;
4. Análise da efetividade das aulas.

7.4.5 Operacionalização

1. Planejamento das atividades: divisão dos voluntários e estagiários nas diversas áreas de atuação e planejamento das atividades de cada uma das aulas que serão aplicadas. Nesse momento também serão definidos os materiais a serem utilizados, quantidades e demais necessidades.
2. Divisão dos alunos: A divisão dos alunos se dará da seguinte forma: 25 alunos por turma (dança, teatro, música e pintura/desenho), com 1 aula semanal com a duração de 2 horas. Serão três dias de aulas semanais, nos períodos da manhã e da tarde, totalizando 200 alunos por dia, chegando a um número final de 600 alunos.

Quadro 13 – Cronograma semanal de aulas

Controle de Aulas Semanais					
Dia	Horário	Modalidade (aula)	Qnt. total alunos	Responsáveis	Obs.:
Segunda-feira	09h às 11h	Teatro, música, dança e pintura/desenho	100	2 Voluntários 4 Estagiários	
	14h às 16h	Teatro, música, dança e pintura/desenho	100	2 Voluntários 4 Estagiários	
Terça-feira	09h às 11h	Teatro, música, dança e pintura/desenho	100	2 Voluntários 4 Estagiários	
	14h às 16h	Teatro, música, dança e pintura/desenho	100	2 Voluntários 4 Estagiários	
Quarta-feira	09h às 11h	Teatro, música, dança e pintura/desenho	100	2 Voluntários 4 Estagiários	
	14h às 16h	Teatro, música, dança e pintura/desenho	100	2 Voluntários 4 Estagiários	
Total por semana:	12h	24 aulas	600	20*	

*A quantidade total de responsáveis será dividida entre os dias, horários e turmas, totalizando a quantidade de 12 horas semanais para todos.

3. Aplicação das atividades: Aplicação das atividades pelos responsáveis de cada área, visando o aprendizado dos alunos e a melhor utilização dos materiais.
4. Análise da efetividade das aulas: Análise da efetividade do planejamento, das aulas e mudanças, caso necessárias, para um melhor trabalho dos voluntários e uma maior absorção do conteúdo aplicado aos alunos.

7.4.6 Descrição dos recursos necessários a ação IV

7.4.6.1 Recursos humanos

- Estagiários e voluntários

7.4.6.2 Recursos materiais

- Notebook;
- Projetor;

- Caixa de som;
- Materiais didáticos para arte.

7.4.6.3 Recursos financeiros necessários à ação IV

Quadro 14 – Recursos financeiros utilizados na ação IV

Descrição	Quantidade	Valor Unit.	Valor (R\$)
Notebook	1	Valor computado na ação I	
Projektor	1	Disponibilizado pela Diteal	
Caixa de som	1	Disponibilizada pela Diteal	
Materiais didáticos para arte	Variável	Captado por patrocínio	
Total (R\$)			-

Valor total da ação IV

Quadro 15 – Quadro orçamentário dos recursos materiais e humanos da ação III e IV

Descrição	Valor (R\$)
Recursos humanos	3.600,00 (Mensal)
Recursos materiais	-
Total (R\$)	3.600,00

7.4.6.4 Processo de acompanhamento, controle e cronograma das atividades

Quadro 16 – Quadro do cronograma de atividades da ação IV

Atividades	Fevereiro 2026	Março 2026	Abril 2026	Mai 2026	Junho 2026
Planejamento das atividades	X				
Aplicação das atividades		X	X	X	X
Análise da efetividade das aulas		X	X	X	X

7.4.6.5 Avaliação

A avaliação desta ação se dará pela efetividade das aulas aplicadas, a observação do desenvolvimento dos alunos diante do que lhes foi ensinado, e da evolução dos estagiários diante do planejamento e das dificuldades apresentadas durante as atividades, como também o desempenho dos voluntários ao ministrarem as aulas

7.5 Ação V: É hora do show

7.5.1 Objetivo

- Culminância do projeto

7.5.2 Público-alvo

- Público essencial constitutivo de sustentação: Diteal, estagiários, voluntários, Secretarias de Educação e Cultura;
- Público essencial não-constitutivo: alunos e público em geral.

7.5.3 Justificativa

Esta ação visa a finalização do projeto contando com apresentações nos teatros Deodoro e Arena, e exposição no Complexo Cultural Teatro Deodoro.

7.5.4 Estratégias de ação

1. Planejamento das apresentações;
2. Divulgação;
3. Realização dos eventos;
4. Relatório final.

7.5.5 Operacionalização

1. Planejamento das apresentações: O planejamento das apresentações se dará a partir do resultado das aulas, em definição entre os professores voluntários, os estagiários e os alunos. As aulas de arte como pintura e desenho terão sua culminância em uma exposição aberta ao público na galeria de arte do Complexo Cultural. Já as turmas de dança, música e teatro, finalizarão as atividades com apresentações nos teatros Deodoro e Arena.
2. Divulgação: Os estagiários de comunicação ficarão responsáveis pela criação

de materiais para divulgação nas redes sociais do projeto e no Instagram da Diteal, além de release e banners para envio à Secretaria de Estado da Comunicação (Secom) e a diversos meios de comunicação com a solicitação de divulgação. Também buscaremos, junto à Secretaria de Estado da Comunicação (Secom), às secretarias e aos meios de comunicação, a cobertura do evento.

3. Realização dos eventos: A realização do evento contará com o auxílio de todos os voluntários e estagiários na preparação dos locais e na recepção do público. Os materiais utilizados para cenografia, vestuário e demais necessidades serão advindos dos materiais conseguidos com o patrocínio. Os técnicos da Diteal serão os responsáveis por auxiliar no preparo e realização dos trabalhos de cenografia, iluminação e sonoplastia, assim como ocorre em todos os eventos produzidos no local.
4. Relatório final: ao final será produzido um relatório com os números alcançados, parcerias, patrocínios, escolas, voluntários, estagiários, pesquisa com os envolvidos e demais detalhes para demonstrar o sucesso das ações, bem como pontuar dificuldades e mudanças necessárias para a continuação do projeto em novos ciclos.

7.5.6 Descrição dos recursos necessários à ação V

7.5.6.1 Recursos humanos

- Estagiários, voluntários e alunos
- Técnicos da Diteal
- Jornalistas

7.5.6.2 Recursos materiais

- Notebook;
- Projetor;
- Caixa de som;
- Materiais didáticos para arte;
- Materiais para exposição;
- Figurinos.

7.5.6.3 Recursos financeiros necessários à ação V

Quadro 17 – Recursos financeiros utilizados na ação V

Descrição	Quantidade	Valor Unit.	Valor (R\$)
Notebook	1	Valor computado na ação I	
Projetor	1	Disponibilizado pela Diteal	
Caixa de som	1	Disponibilizada pela Diteal	
Materiais didáticos para arte	Variável	Captado por patrocínio	
Materiais para exposição	Variável	Captado por patrocínio	
Figurinos	Variável	Captado por patrocínio	
Total (R\$)		-	

Valor total da ação V

Quadro 18 – Quadro orçamentário dos recursos materiais e humanos da ação V

Descrição	Valor (R\$)
Recursos humanos	1.900,00 (Mensal)
Recursos materiais	-
Total (R\$)	1.900,00*

*Seguindo calendário escolar, com férias previstas para a segunda quinzena de julho, a culminância ocorrerá na primeira quinzena do mês, justificando o valor reduzido no custeio de recursos humanos.

7.5.6.4 Processo de acompanhamento, controle e cronograma das atividades

Quadro 19 – Quadro do cronograma de atividades da ação V

Atividades	Mai 2026	Junho 2026	Julho 2026	Agosto 2026
Planejamento das apresentações	X			
Divulgação		X		
Realização dos eventos			X	
Relatório final				X

7.5.6.5 Avaliação

A avaliação se dará através da realização das atividades planejadas para o final do projeto, analisando o desenvolvimento dos alunos e a quantidade de público alcançado. A realização do relatório final analisará a viabilização do projeto como um todo, do desempenho dos estagiários, professores e profissionais envolvidos, além de pesquisa de opinião também com os envolvidos. A partir disto serão avaliados os pontos positivos e negativos, estabelecendo possíveis mudanças para a realização de novos ciclos do projeto.

8. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Ao longo de quase 1 ano e meio como estagiários da Diteal, entre 2022 e 2024, estivemos em contato com uma enorme quantidade de estudantes de escolas públicas e particulares e pudemos perceber a diferença entre eles, observando o quão distantes muitas dessas crianças e adolescentes do ensino público se viam do contato com a arte e a cultura. A partir de nossos estudos, encontramos na pesquisa desenvolvida por Lima (2019) evidências da precariedade do sistema educativo público perante as questões culturais em Alagoas e a dificuldade na mudança desse problema.

Seguindo esse pensamento, buscamos criar um projeto que suprisse um pouco essa demanda e visualizamos a Diteal como um órgão propício para a implementação, visto a existência de projetos voltados a crianças e adolescentes do ensino público. Rapidamente percebemos que não seria uma tarefa fácil, principalmente após a conversa com o ex-diretor artístico da Diteal, Alexandre Holanda, que trouxe luz às dificuldades existentes em implementar novos projetos e manter os já implementados.

Com o “Palco do Saber” buscaremos trazer mudanças na vida dos estudantes, mostrando que o contato com a cultura é um direito de todos e que a prática artística está ao alcance deles. Em nossa experiência como estagiários, lidando com a grande diversidade de alunos, o que nos encantou foi presenciar a fascinação das crianças e dos adolescentes ao entrar no teatro pela primeira vez, ao ouvir a história e as lendas, ao subir no palco e ter a dimensão daquele espaço. A atenção e a felicidade deles ao conversar com os artistas das exposições, quando estavam presentes, ou ao entrar em um dos teatros e na sala de música para assistir a um espetáculo nos estimulou a buscar maneiras para que eles se sentissem pertencentes a tudo aquilo e vissem que é uma possibilidade para a vida deles também.

As problemáticas para o desenvolvimento e a implementação do projeto são muitas e precisamos pensar em como sanar a necessidade de apoio financeiro com patrocínios, de apoio governamental com as secretarias e de apoio de pessoal com os voluntários. Os estagiários de diversas áreas para o apoio em recursos humanos seria de grande importância devido não somente para o projeto, como também para a sua vida acadêmica e profissional, ao lidar com trabalhos, avanços e problemáticas dentro das práticas dos tópicos que veem em sala de aula. A

dificuldade em levar as escolas ao local devido ao transporte também foi pensada, pois a logística é de extrema importância para o funcionamento do projeto e para isso precisamos estar bem alinhados com as secretarias e as escolas.

Outro ponto de dificuldade foi o entendimento da quantidade de alunos que poderíamos atender no primeiro ano do projeto de maneira eficaz. O plano é atender cada vez mais alunos e escolas, porém, por ser um projeto experimental em sua primeira edição, precisávamos contemplar um número que os organizadores, voluntários e estagiários pudessem lidar e ensinar com eficiência, divididos em turmas e horários para os diversos tipos de arte que seriam ensinados. Esse pensamento também foi utilizado ao levar em consideração a capacidade dos espaços da Diteal cedidos para as aulas e os espaços onde ocorreriam as apresentações finais.

O "Palco do Saber" busca unir diversas vertentes que podem auxiliar na implementação e na manutenção do projeto, além de trazer crescimento contínuo ao mesmo. A união com as secretarias possibilitará uma abrangência do alcance do projeto devido à parceria com o Estado. Isso também trará benefícios, junto ao governo, para os artistas locais e para outros projetos já em ação ou em desenvolvimento, para que todos, inclusive nós, tenhamos uma abertura maior para conseguir visibilidade e mostrar a importância do incentivo à cultura local. A introdução de voluntários e estagiários não trará apenas o auxílio para que o projeto funcione, mas também proporcionará a todos a vivência dentro do mundo dessas crianças, plantando uma semente para que mais projetos sejam idealizados e desenvolvidos.

A Diteal foi escolhida por nós como sede para as atividades não somente devido aos projetos já desenvolvidos no local, mas pela preocupação dos antigos gestores em ocupar os espaços e fazer isto com projetos educativos e artísticos em parceria com artistas locais e com vagas para alunos de escolas públicas. O empenho que tiveram em levar escolas para conhecer o local e em ter espetáculos com uma porcentagem dos ingressos ou todos os ingressos voltados para escolas são iniciativas que não devem ser desperdiçadas ou abandonadas e o nosso projeto conseguirá atrair ainda mais público para este local, o que abrangerá o alcance da história e dos trabalhos lá feitos.

Pensando na atração de público, ao colocar uma culminância no projeto com apresentações, traremos para o local as famílias e a comunidade que estão ao redor

das escolas participantes, diversificando o público espectador que frequenta o local e incentivando a que toda a população veja os teatros como locais possíveis para seus momentos de lazer, frequentando as exposições que são sempre gratuitas e que mudam durante o ano e os espetáculos, que contam com ingressos gratuitos, a preços populares, ou a preços cheios, e se diversificam entre dança, peças teatrais, shows, stand ups, etc.

O primeiro ano deste projeto servirá como um “projeto piloto”, pois a intenção é no futuro atender um número maior de estudantes e abranger a quantidade de escolas envolvidas no mesmo, visto que é necessário reafirmar cada vez mais o lugar dos alunos advindos de escolas públicas no cerne cultural, e como suas participações contribuem para a valorização e desenvolvimento da cultura de forma geral.

Diante disto, após a conclusão de todas as etapas da primeira edição do “Palco do Saber”, será possível visualizar a melhor maneira de sua continuação, as mudanças que serão necessárias para o desenvolvimento das seguintes edições, sanar problemáticas que virão a surgir, assim como também agregar mais apoiadores e patrocinadores para a manutenção do mesmo, fazendo com que o projeto torne-se o algo permanente. A partir da divulgação do projeto, sua atuação e sua culminância, buscamos também que mais pessoas se inspirem e criem projetos grandes ou pequenos, em suas escolas e comunidades, que levem a mudança e uma maior propagação da arte na vida de todos.

9. REFERÊNCIAS

BALDISSERA, Rudimar. **Comunicação, cultura e organizações**: um olhar estratégico sobre a contemporaneidade. São Paulo: Saraiva, 2012.

BRESSER-PEREIRA, L. C. Estado, Estado-Nação e Formas de Intermediação Política. **Lua Nova: Revista de Cultura e Política**, v. 100, p. 155-185, 2017.

BRANT, Leonardo. **Mercado Cultural**: investimento social, formatação e venda de projetos, gestão e patrocínio, política cultural. São Paulo: Escrituras, 2001.

BRASIL. Secretaria de Educação Fundamental. **Parâmetros curriculares nacionais**: arte / Secretaria de Educação Fundamental - Brasília: MEC/SEF, 1997. Disponível em: <http://portal.mec.gov.br/seb/arquivos/pdf/livro06.pdf>. Acesso em: 02 ago. 2024.

BRASIL. **Plano Nacional de Educação**: Lei nº 13.005, de 25 de junho de 2014. Brasília, DF: MEC, 2014. Disponível em: <http://pne.mec.gov.br/>. Acesso em: 02 ago. 2024.

CEZAR, Layon Carlos. **Comunicação e Marketing no Setor Público**: diferentes abordagens para a realidade brasileira. Brasília: Enap, 2019.

FRANÇA, Fábio. Como construir relacionamentos corporativos eficazes. *In*: GRUNIG, J. E.; FERRARI, M. A.; FRANÇA, F. **Relações Públicas: teoria, contexto e relacionamentos**. São Caetano do Sul, São Paulo: Difusão Editora, p. 235-258, 2009.

FRANÇA, Vera Veiga *et al.* Cultura. *In*: FRANÇA, V. V.; MARTINS, B. G.; MENDES, A. M. (orgs.) **Grupo de Pesquisa em Imagem e Sociabilidade (GRIS)**: trajetória, conceitos e pesquisas em comunicação. Belo Horizonte: PPGCOM-UFMG, p. 104-114, 2014.

GODOY, A. S. Pesquisa qualitativa: tipos fundamentais. **RAE - Revista de Administração de Empresas**, São Paulo, v. 35, n. 3, p. 21, 1996.

HONG, P. C.; SONG, H.; ROH, J. J.; PARK, K. **Evolving benchmarking practices**: a review for research perspectives. *Benchmarking: an International Journal*, v. 19, n. 4, p. 444-462, July 2012.

KUNSCH, Margarida Maria Krohling, KUNSCH, Waldemar Luiz. **Relações Públicas comunitárias: a comunicação em uma perspectiva dialógica e transformadora**. São Paulo: Summus, 2007.

KUNSCH, Margarida Maria Krohling. **Planejamento de relações públicas na comunicação integrada**. 3. ed. São Paulo: Summus, 2006.

LIMA, J. M. C.; JACOBINI, J. P. R.; ARAÚJO, M. A. D. de. Reestruturação organizacional: os principais desafios para o Ministério Público do Rio Grande do Norte. **Revista de Administração Pública**, Rio de Janeiro, v. 49, n. 6, p. 1507 a 1530, 2015. Disponível em: <https://periodicos.fgv.br/rap/article/view/56596>. Acesso em: 15 jun. 2024.

LIMA, R. L. de S. Arte-educação em questão: (in)visibilidade dos arte-educadores licenciados em teatro nas escolas do ensino fundamental de Maceió. **Revista Kaiti-Tu**. Maceió: Eudfal, Ano 3 - Nº 3, p. 37-39, 2019.

LISOWSKI, T. R. As políticas públicas de acesso e difusão da cultura no Brasil e o caso do Programa Nacional de Apoio à Cultura. **Revista Brasileira de Políticas Públicas**, Brasília, v. 5, n. 1, p. 155-169, 2015.

MACÊDO, Kátia Barbosa; PIRES, José Calixto de Souza. Cultura organizacional em organizações públicas no Brasil. **Revista de Administração Pública**, v. 40, n. 1, p. 97-115, 2006.

MARCHIORI, Marlene. **Comunicação Organizacional: teoria e pesquisa**. São Paulo: Atlas, 2008.

MATTOS, C. L. G. de. A abordagem etnográfica na investigação científica. *In*: MATTOS, C. L. G. de; CASTRO, P. A. (Orgs.). **Etnografia e educação: conceitos e usos**. Campina Grande: EDUEPB, p. 49-83, 2011.

MORO, Adriele Rodrigues. **O Relações Públicas no mercado cultural: estudo de caso do evento Descubra UFSM**. Monografia (Curso de Comunicação Social com habilitação em Relações Públicas). Centro de Ciências Sociais e Humanas, Universidade Federal de Santa Maria, Santa Maria, 2014.

PEDRO, S. V. N.; ARGUELLO, L. R. S. Fearless Girl: reflexões sobre relações públicas e as artes. *In*: ARGUELLO, L. R. S.; PEDRO, S. V. N. (Orgs.). **Todas as Artes, Todos os Nomes: II Congresso Internacional Lusófono**. Porto: Faculdade de Letras, Universidade do Porto, p. 250-262, 2022.

RODRIGUES, J. C. **Antropologia e Comunicação: Princípios Radicais**. Rio de Janeiro: Espaço e Tempo, 1989.

SANTOS, Alinne Neyane dos; SANTOS, Alice Nayara. **O teatro e suas contribuições para educação infantil na escola pública**. 2012. 12 páginas. XVI ENDIPE - Encontro Nacional de Didática e Práticas de Ensino - UNICAMP, Campinas, 2012.

ZAVAREZE, T. E. **Cultura Organizacional: uma revisão de literatura**. Psicologia.com.pt – O Portal dos Psicólogos, v. 12, 2008. Disponível em: <http://www.psicologia.pt/artigos/textos/A0441.pdf>. Acesso em: 05 mai. 2024.