

**UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL
ESCOLA DE EDUCAÇÃO FÍSICA, FISIOTERAPIA E DANÇA
CURSO DE LICENCIATURA EM DANÇA**

GIULIA BAPTISTA VIEIRA

**ABOBRINHAS RECHEADAS:
ESTRATÉGIAS COMUNICACIONAIS PARA A DANÇA,
NA TRAMA MIDIÁTICA**

PORTO ALEGRE

2018

GIULIA BAPTISTA VIEIRA

**ABOBRINHAS RECHEADAS:
ESTRATÉGIAS COMUNICACIONAIS PARA A DANÇA,
NA TRAMA MIDIÁTICA**

Trabalho de Conclusão de Curso
apresentado à Escola Superior de Educação
Física, Fisioterapia e Dança da Universidade
Federal do Rio Grande do Sul, para
obtenção do título de Licenciada em Dança.

Orientadora: Prof^a. Dr^a. Mônica Fagundes
Dantas

PORTO ALEGRE

2018

CIP - Catalogação na Publicação

Baptista Vieira, Giulia
ABOBRINHAS RECHEADAS: ESTRATÉGIAS COMUNICACIONAIS
PARA A DANÇA, NA TRAMA MIDIÁTICA / Giulia Baptista
Vieira. -- 2018.
75 f.
Orientadora: Mônica Fagundes Dantas.

Trabalho de conclusão de curso (Graduação) --
Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Escola de
Educação Física, Licenciatura em Dança, Porto Alegre,
BR-RS, 2018.

1. dança. 2. comunicação. 3. trama-midiática. 4.
Macarenando Dance Concept. 5. Espetáculo Rei Roberto.
I. Fagundes Dantas, Mônica, orient. II. Título.

GIULIA BAPTISTA VIEIRA

**ABOBRINHAS RECHEADAS:
ESTRATÉGIAS COMUNICACIONAIS PARA A DANÇA,
NA TRAMA MIDIÁTICA**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado à Escola Superior de Educação Física, Fisioterapia e Dança da Universidade Federal do Rio Grande do Sul, para obtenção do título de Licenciada em Dança.

Aprovado em: ____/____/____.

BANCA EXAMINADORA

Avaliadora - Profa. Ma. Rubiane Zancan

Orientadora - Profa. Dra. Mônica Fagundes Dantas

A todas as pessoas que escolheram a arte da dança, como profissão,
e que lutam para que esta arte esteja cada dia mais valorizada
e próxima das pessoas.

AGRADECIMENTOS

Spotify, Maria Luiza Cardinale, família, ônibus linha Jardim Ipê, Mônica Fagundes Dantas, Diego Mac, coca-cola, Facebook, Amelie, Rei Roberto, Toni André Scharlau, wi-fi Vivo, café da Sandra, Sandra Santos, lanche das formandas, Instagram, tio do Uber, Manoela Bazacas, Arthur Bonfanti, Los del Rio, Zero Hora, computadores DELL, grupos do WhatsApp, bonde do Ipê, grama da ESEFID, professores do curso de dança, Ifood, Shopping Total, Macarenando Dance Concept, Frederico Corteze, amigos que esqueci de citar nessa lista porém eu amo, Ildo da Lancheria do Parque, tia do restaurante de baixo, Youtube, Canal Jout Jout Prazer, Bruna Paulin, café Três Corações, Mister X lanches, Gui Malgarizi, Dani Dutra, Dani Aquino, Aline Karpinski, Dani Boff, Chiarah Cohen, Juliana Rutkowski, Ocupa Esefid, RU, Robertinho, Lisiane da COMGRAD, Gustavo Petri, Rebeca Barbiaro, Luana Fonseca, Juliana Johann, Migalhas, Casa Cultural Tony Petzhold, Magiupiepechia, paint, mar e sol de Salvador, Netflix, padaria ÁrcO-Iris, mercadinho Céu Azul, festa Mov!menta!, Infraestrutura ESEFID, quero-quero do gramado, Fernando Haddad, June Machado, Denis Gosch, Fabi Vanoni, Patrick Vargas, Pina Bausch, Moa do Katendê, bis, CADAN, Victor Storchi, Juliana Medeiros, nonna, Gabrielle Fraga, Vanise e Caxiense – transporte carinhoso.

“Pensar no que já se tem, e apontar caminhos para valorização e o reaproveitamento das nossas conquistas é, sim, também, uma atitude política frente ao desabamento trágico que vem. Com o olho vivo, com a piada da ponta da língua ao dedo do pé, com o braço firme para o golpe, e com a cabeça bem feita para os giros, aí estamos, mostrando um pouco do que temos e de como pretendemos seguir em frente.”

(Diego Mac, 2018)

RESUMO

O presente trabalho é sobre sinalizadores para estratégias comunicacionais da dança, na trama midiática, considerando o espetáculo *Abobrinhas Recheadas Rei: Roberto*, da *Macarenando Dance Concept*. A proposta é identificar esses sinalizadores, com vistas a contribuir para a reflexão sobre a importância de valorização da dança, como informação para a trama midiática e de construção do reconhecimento das mídias como um espaço de significações e interação com a sociedade. Em termos teóricos, trata-se de uma pesquisa transdisciplinar, envolvendo estudos da área da Dança e da Comunicação. A estratégia metodológica é plural, denominada Cartografia dos Saberes, em coerência com os pressupostos teóricos da pesquisa. A noção de trama está presente em toda a produção, inclusive na composição dos vários recursos para coleta de dados: levantamento bibliográfico, observação participante, entrevistas, depoimentos, análise de veiculação nas mídias. Além disso, a pesquisa envolve a produção de diário, conversas informais e levantamento geral de informações nas mídias, bem como supervisão direta com pesquisadora na área da Comunicação Social. Os resultados indicam desafios para a veiculação da dança na trama midiática e apontam alguns sinalizadores em termos de atitudes dos profissionais da dança e da comunicação, para que se efetive um bom relacionamento e seja ampliada a veiculação.

Palavras-chave: dança; comunicação; trama-midiática; *Macarenando Dance Concept*; Espetáculo Rei Roberto.

ABSTRACT

This study is about indicators for communication strategies of dance, in the mediatic weave, considering the show *Abobrinhas Recheadas Rei: Roberto*, from Macarenando Dance Concept. The purpose of this study is to identify these indicators, in order to contribute to the reflection on the importance of the valorization of dance, as information for the media weave and in the construction of the media's recognition as a space of significances and interaction with society. In theoretical terms, this is a transdisciplinary research, involving studies in Dance and Communication areas. The methodological strategy adopted is plural, named Knowledges' Cartography, in correspondence with the theoretical postulates of the research. The concept of narrative is present all throughout the production, including in the composition of the various resources for data collection: bibliographic survey, participant observation, interviews, testimonies, analysis in the media transmission. In addition to that, the research involves the production of a diary, informal conversations and general information of the media, as well as direct supervision with a researcher in the Social Communication area. The results indicate challenges for the placement of the dance in the media and point out some signs in terms of the attitudes of the dance and communication professionals, so that a good relationship is established and the placement is expanded.

Keywords: dance; communication; media weave; Macarenando Dance Concept; show *Rei Roberto*.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – Exemplo de postagem Macarenando Dance Concept	38
Figura 2 – Exemplo de postagem Google	39
Figura 3 – Matéria veiculada no jornal Zero Hora, dia 07 de junho de 2018	45
Figura 4 – Vídeo sobre o espetáculo	50

SUMÁRIO

1 QUANDO EU ESTOU AQUI	13
INTRODUÇÃO	
2 JESUS CRISTO	18
ASPECTOS METODOLÓGICOS	
3 FALANDO SÉRIO	22
COMUNICAÇÃO, TRAMA MIDIÁTICA E DANÇA	
4 ILEGAL, IMORAL OU ENGORDA	31
MACARENANDO DANCE CONCEPT E O REI ROBERTO	
4.1 SE VOCÊ PENSA	31
ASPECTOS HISTÓRICOS E CONCEITUAIS	
4.2 DEBAIXO DOS CARACÓIS DOS SEUS CABELOS	34
ESTRATÉGIAS COMUNICACIONAIS	
4.3 EMOÇÕES	41
ESPETÁCULO ABOBRINHAS RECHEADAS: REI ROBERTO	
4.3.1 Outra Vez	41
Aspectos Históricos e Apresentação Geral	
4.3.2 Detalhes	42
Estratégias Comunicacionais	
4.3.3 Como Vai Você	48
O Público	
5 FORÇA ESTRANHA	51
CONSIDERAÇÕES FINAIS	
AS CURVAS DA ESTRADA DE SANTOS	55
REFERÊNCIAS	

É MEU, É MEU, É MEU58

APÊNDICES

NAMORADINHA DE UM AMIGO MEU62

ANEXOS

1 QUANDO EU ESTOU AQUI

INTRODUÇÃO

Esta monografia tem como objeto de estudo a busca por sinalizadores para estratégias comunicacionais da dança, na trama midiática, considerando o espetáculo *Abobrinhas Recheadas Rei Roberto*, da *Macarenando Dance Concept*. Resulta de um processo de descobertas, que liga minha história pessoal e profissional, o que também já é sinalizador de um modo de pesquisar.

Desde pequena, sempre tive o olhar atento, de observação, para as coisas que me rodeavam. Quando eu era criança, observava o céu, a rua lotada de carros, em frente a minha casa. Observava crianças pedindo dinheiro, o jeito que o dono da padaria em frente de casa abria as portas. Via outro senhor, passando todos os dias, no mesmo horário, com seu cachorro. Do mesmo modo, também me chamava atenção uma questão, não menos importante: pessoas cantarolando músicas, com seus fones de ouvido.

Sei que parece um simples detalhe e comum, mas eu achava lindo admirar pessoas cantando músicas nas ruas, nos parques e até nos consultórios médicos. Nos meus pensamentos de menina, queria entender como elas haviam decorado as músicas e como eu fazia pra descobrir qual música elas estavam cantando, naquele momento. Eu tinha estratégias: toda vez que enxergava alguma pessoa cantarolando, esperava ansiosamente chegar no refrão e observava a repetição dele, pra tentar adivinhar qual era a música. Cresci admirando pessoas com fones, cantando músicas do mundo inteiro. Relembrando hoje aquela menina, que vislumbrava esse tipo de informação do cotidiano, compreendo que meu tema de pesquisa faz sentido em mim, enquanto sujeito pesquisadora, no mundo. Surgiu com o tempo. Foi se mostrando aos poucos.

Roberto Carlos certamente estaria presente nos fones das pessoas que observei. O fenômeno Rei, como é chamado Roberto Carlos historicamente, conseguiu atingir milhares de pessoas, com suas músicas complexas de sentimento e acessíveis de entendimento. O Rei Roberto fala de perdas, estradas, história de vida e, principalmente, de amor. Minha pesquisa conversa com o amor, assim como Roberto Carlos faz, em suas músicas, não somente com o amor romântico, mas com

o sujeito amoroso-pesquisador, e, no caso de quem está lendo, sujeito amoroso-leitor. É interessante, nesse sentido, o que ensina Maturana (1998, p. 23-24):

O amor é a emoção que constitui o domínio de condutas em que se dá a operacionalidade da aceitação do outro como legítimo outro na convivência, e é esse modo de convivência que conotamos quando falamos do social. [...] Sem a aceitação do outro, não há fenômeno social.

Maturana (1998) afirma que, sem a aceitação do outro, ou seja, sem amor, não há fenômeno social. Roberto Carlos e Maturana, sujeitos completamente diferentes e, ao mesmo tempo, parecidos. Eles vêm de dois mundos que se encontram na proposta de tratar assuntos da vida – a Biomedicina e a Arte. Nesse viés, falar de amor pode ser um diagnóstico positivo de popularidade. No momento em que o acesso ao assunto é facilitado, a identificação do público com a obra se torna imediata. Este é um dos aspectos que me interessa, em particular.

Quando escrevo sobre Roberto Carlos, converso com a menina Giulia criança, que não sabe, ao certo, desde quando conhece o Rei. Lembro de vários momentos que se misturam com minha história: minha família se reunindo para assistir o tradicional show de final de ano, na Rede Globo de Televisão; de estar no meio da multidão, no Estádio Beira Rio, cantando as canções que nem sabia como conhecia, mas que tinha a sensação que ele tinha feito para mim - eu e a multidão, provavelmente sentíamos isso. Lembrando a canção 'As Canções que você fez pra mim' (ROBERTO CARLOS, 1968): "Hoje eu ouço as canções que você fez pra mim, não sei porque razão tudo mudou assim [...]".

Em outra linha de relações, a frase "Ninguém é imune a Roberto Carlos", do Diego Mac, diretor da *Macarenando Dance Concept*, grupo e empreendimento cultural de dança de Porto Alegre, faz sentido como metáfora, quando pensamos que o Rei é como um vírus na cultura popular brasileira, em que, mesmo quem não gosta de escutar suas músicas, é contaminado. Sempre me interessei em discutir esse tipo de temática, questionando os fatores responsáveis pela popularização.

Este trabalho resulta, também, de aproximações, na vida, com a temática Comunicação. Sou filha de dois jornalistas, pesquisadores da área, que me criaram no meio das diversas questões comunicacionais. Então, desde pequena, tive uma relação forte com a Comunicação, seja ajudando minha mãe nas correções de textos, até, quando criança, escutando histórias onde meu pai, sonolento, misturava

narrativas da bruxa Morgana com as Teorias da Comunicação. Essa relação forte com a temática me fez perceber ‘detalhes tão pequenos’¹ quanto os decorrentes dos episódios de as pessoas cantarolando músicas, com seus fones de ouvido.

Aprofundando um pouco o pensamento do porquê me chamava tanto a atenção aquela imagem das pessoas, com seus fones, penso que a relação da fixação musical, com ênfase na memória necessária para cantarolar, seja um dos pontos de questionamento. A Neurociência poderia explicar perfeitamente o que estou falando, mas escolhi trazer esse assunto pela área da Comunicação, a partir de vários autores. Como e por que as pessoas decoram músicas? Essa pergunta permeia minha trajetória na dança, na arte e na vida em geral. Seria uma equação simples: quanto mais pessoas estiverem cantarolando músicas, mais o artista em questão é conhecido popularmente. Trazendo esse questionamento para a dança, qual seria o popular no sentido comunicacional? Para Louzada e Siqueira (2015, p.2): “Popular significa ainda um público bem maior, a presença de não-especialistas, de pessoas de fora do mundo das artes cênicas, outros além do conhecido ‘povo da dança’.”

A proposta geral do trabalho, então, é compreender como artistas de dança podem utilizar suas próprias características e potencialidades, para desenvolver estratégias comunicacionais, na trama midiática. Nos capítulos a seguir, explicarei os conceitos da área da Comunicação e como são aplicados à dança, no contexto sociopolítico da cidade de Porto Alegre. Desse modo, pretendo contribuir para uma possível abertura dos caminhos complexos da divulgação, produção e comercialização em dança. A área da Comunicação é apenas um dos possíveis meios de proposta, para sinalizar caminhos e acessos mais rápidos ao público em geral. Um dos apontamentos iniciais são as características do contexto em que vivemos, em que se faz necessário tecer relações fortes, entre os sujeitos, no campo de trabalho. É preciso ter aproximação do cenário político, midiático e temporal, para as relações de trabalho em dança, já que saber onde estamos é importante na comunicação com o público.

Não há como negar o poder dos meios de comunicação na contemporaneidade (McCOMBS, 2009; MATTELART, 2002; CASTELLS, 2009); por isso, é indispensável pensar a relação entre dança, comunicação, mídia e mercado.

¹ Alusão à canção Detalhes (ROBERTO CARLOS, 1971).

Aparentemente, seria possível descrever como uma cadeia de produção e comercialização, onde o artista cria a obra e vende ao público interessado; porém, entre os estágios citados, existe uma complexidade a ser estudada: quais são os micro estágios para a obra chegar ao público? Quais são as estratégias comunicacionais, ou seja, as estratégias a partir das quais a obra se comunica e tenta chegar mais próxima do público, se popularizar?

Para a rede midiática (aqui entendida como o conjunto dos meios de comunicação), as informações provenientes da dança – e da área da cultura, como um todo - são consideradas, muitas vezes, como ‘abobrinhas’, ou seja, como um alimento informativo não tão valorizado, como são as notícias de economia, de política, etc. Nesse sentido, vale mencionar o fato de que, nos jornais do Brasil, os espaços de divulgação do campo da dança são restritos.

Uma pesquisa nas edições de 2008 do Segundo Caderno do jornal O Globo, um dos principais do país, comprova “cientificamente” o que o leitor mais atento, especificamente o que acompanha o noticiário de dança, pode intuir empiricamente: a seção de cultura e arte dedicou pouquíssimas capas a matérias relacionadas à dança. Foram quatro apenas, contra 64 capas de música, 76 de cinema e 34 de teatro. (RUBIN, 2016, p.41)

Em uma perspectiva mais ampla, nesta minha pesquisa, existe também o interesse de entender aspectos da não valorização de informações da arte, assim como de propor saídas para essa situação. Vale, neste caso, referir o pensamento de Umberto Eco (1996, p.169):

O universo das comunicações de massa é [...] o nosso universo; e se quisermos falar de valores, as condições objetivas das comunicações são aquelas fornecidas pela existência dos jornais, do rádio, da televisão, da música reproduzida e reproduzível, das novas formas de comunicação visual e auditiva. Ninguém foge a essas condições, nem mesmo o virtuoso, que, indignado com a natureza inumana desse universo de informação, transmite o seu protesto através dos canais de comunicação de massa, [...]

A proposta, então, é entender quais são os sinalizadores para estratégias comunicacionais da dança, na trama midiática, que possam transformar as ditas “abobrinhas informativas da dança” em abobrinhas recheadas. Para isso, no trabalho, serão discutidos os conceitos de estratégias comunicacionais e trama midiática, e relacionados ao universo da dança.

Acredita-se, assim, que este Trabalho de Conclusão de Curso pode vir a dialogar com uma quantidade grande de públicos, de tal forma que seja acessível, tanto na escrita, quanto nas significações e resultados para o campo das artes. Esse vetor inicial da pesquisa foi um dos motivos principais para a abordagem do espetáculo 'Abobrinhas Recheadas: Rei Roberto', da *Macarenando Dance Concept*, como objeto empírico. O grupo possui uma particularidade na sua formação: o diretor Diego Mac utiliza as próprias características e desejos dos integrantes, para exercerem funções, como produção, comercialização, atuação, etc. Isso se associa ao fato de que a parte comunicacional compõe todos os eixos de base do grupo, como a relação forte com o público e o desejo de conseguir atingir o maior número de pessoas com os trabalhos desenvolvidos na *Macarenando Dance Concept*.

Em termos teóricos, trata-se, portanto, de uma pesquisa transdisciplinar, construída pela orientação de pensadores contemporâneos nas áreas envolvidas. Para a Dança, a fundamentação está fundamentalmente em Denise Siqueira (2006, 2015); e em termos de Comunicação, o conceito trama, de Maria Luiza Cardinale Baptista (2000, 2004, 2014), se associa aos pressupostos da Nova Teoria da Comunicação, proposta por Ciro Marcondes Filho (2013). Em coerência com essas teorias, trabalha-se com a estratégia metodológica Cartografia De Saberes (BAPTISTA, 2014) e o conceito da Nova Teoria da Comunicação de Ciro Marcondes (2013), que pressupõe aberturas metodológicas para a lógica processual e plural, com a utilização de vários recursos.

A monografia está estruturada em cinco capítulos. O segundo capítulo, após a introdução, apresenta os aspectos metodológicos da pesquisa. Nesse capítulo, são feitas considerações sobre todo o processo de descobrimento e ligações das áreas de Dança e Comunicação, assim como a escolha pela abordagem da pesquisa qualitativa. No terceiro capítulo, são tratados os conceitos-chave da monografia: dança, comunicação, mídia e trama. A partir dessas temáticas gerais, percebe-se que a pesquisa se desdobra para outros campos de saberes, além da Dança e Comunicação, assim como outras fontes de linguagens, demonstrando o caráter plural e complexo que constitui as duas áreas e suas interfaces.

2 JESUS CRISTO

ASPECTOS METODOLÓGICOS

Esta pesquisa me fez 'jorrar' texto. A metodologia que utilizo tem como princípio a subjetividade, a partir de Maria Luiza Cardinale Baptista (2014), que traz a noção de trama, explicando a complexidade dos saberes. É como se estivéssemos em uma trama-teia, complexa como a das aranhas, mas de saberes, em que todas as informações importam e são significativas, de diferentes modos. Portanto, o texto desta pesquisa também é trama. O processo de desenvolvimento desta monografia é desenvolvido pela estratégia metodológica Cartografia de Saberes, onde Baptista (2014a) explica que a pesquisa deve ter várias frentes. Os fluxos de saberes precisam ser 'jorados' na escrita, ou seja, é importante produzir texto, de forma a respeitar detalhes do pensamento e sentimento do sujeito pesquisador. Os saberes metodológicos se entrelaçam nesta pesquisa de forma orgânica, permitindo a união de diversos significados para a mesma matriz. Como exemplo, a Cartografia de Saberes também pode ser explicada através de uma música do Roberto Carlos, um dos sujeitos que compõe minha pesquisa. No seu texto-canção, Roberto reflete que "quase" também é mais um detalhe (ROBERTO CARLOS, 1971) e clama, em suas letras, pelo valor do que é considerado, muitas vezes, um detalhe qualquer. Umberto Eco (1996, p.169), pesquisador de metodologia, também reforça o sentido ecológico da pesquisa, pois relembra que "a tese é como um porco: nada se desperdiça."

A Cartografia de Saberes é dividida em quatro trilhas, sendo a primeira um processo de autorizar-se a ser pesquisador, partindo de si mesmo. Considera os saberes pessoais dos sujeitos como uma importante fonte de pesquisa para a temática escolhida. Parte do pressuposto de que o sujeito que pesquisa possui histórias e causas pessoais para a escolha e relevância do tema. A segunda trilha é sobre os saberes teóricos da pesquisa, onde se buscam pensadores que compartilham das ideias principais da temática. Para essa etapa, sugere-se que se construa um 'quadro-esboço cartográfico', para identificar em palavras-chave os principais conceitos trabalhados. Após escolhidos os principais conceitos, deve-se relacionar e colecionar autores para dissertar sobre as temáticas. A terceira trilha também chamada de Laboratório de Pesquisa ou Usina de Produção, coloca o

sujeito pesquisador na prática, demonstrando que isso precisa acontecer desde o começo do trabalho, através de aproximações e ações investigativas. A proposta é iniciar produzindo algo que faça sentido para ajudar na pesquisa, através de ‘aproximações’, que podem acontecer através de conversas informais, coleta de depoimentos, coleta de materiais relacionados à pesquisa, sempre com registros em diários de pesquisa, para discussão e reflexão, que pode, posteriormente, orientar as decisões quanto às ações metodológicas. É comum, inicialmente, durante a terceira trilha, não perceber que estamos dentro dela, porque nem sempre as pessoas compreendem que essa fase inicial já é investigação. Uma visita ao lugar relacionado à pesquisa, por exemplo, poderia fazer parte desse estímulo prático inicial, sem percebermos. É interessante destacar, sobre o laboratório de pesquisa, a seguinte ideia:

Nesse sentido, deve-se ter em conta que novas pesquisas são novas viagens investigativas e, como tal, devem ter suas orientações estratégicas de viagem próprias, esboçadas pelos próprios pesquisadores-viajantes. Isso significa dizer o óbvio: metodologias também têm seu tempo e seu espaço. (BAPTISTA, 2014a, p. 10)

A quarta trilha, denominada ‘pensamentos picados’ ou dimensão intuitiva da pesquisa, explica que o pesquisador pode aproveitar o fluxo de ideias, que ocorre em diversos momentos do dia, para compor as pistas que orientam os rumos da investigação. Segundo a pesquisadora, trata-se do acesso a níveis subconscientes de informação, o que é importante já que a produção do conhecimento não se faz apenas com a consciência. Geralmente esses pensamentos acabam se perdendo, por não serem registrados, comprometendo sua expressão e significado no trabalho. Baptista (2014a, p. 11) reforça a ideia de que

[...] o pesquisador deve estar sempre pronto a registrar essas brotações autônomas, para, com elas, em grande parte das vezes, puxar fios que ajudam a desenvolver as trilhas de saberes necessários para amarrar a proposição da monografia, dissertação ou tese.

Para realizar a primeira parte da pesquisa, ressalto que ela leva em consideração minha trajetória na dança. Esse percurso foi um dos critérios de escolha pelo objeto empírico, o Espetáculo Abobrinhas Recheadas Rei Roberto, do grupo de dança e empreendimento cultural *Macarenando Dance Concept*.

Uwe Flick (2004, p. 22) explica que “[...] as subjetividades do pesquisador e daqueles que estão sendo estudados são parte do processo de pesquisa”. No caso da minha pesquisa, por exemplo, ela foi desencadeada a partir de uma aproximação de vida, por causa dos meus pais jornalistas, com a área da Comunicação. Esse contato inicial, portanto, é considerado como parte de um saber específico para a união das áreas Comunicação e Dança. Nas trilhas da minha pesquisa, essa primeira está expressa no momento introdutório, onde relato os caminhos por onde percorri e minha relação com a temática.

A segunda trilha caracteriza-se pelo encontro com o outro, a busca de saberes nos outros sujeitos, para somar aos saberes pessoais da primeira trilha. É recomendado pela autora, que seja construído um quadro-esboço cartográfico, onde os principais conceitos da pesquisa são ligados a autores. O quadro auxilia na visualidade do andamento da pesquisa. Também o considero importante, para resgatar o que outros autores produziram sobre a área que pesquiso. Neste caso, apresento abaixo a relação entre as temáticas da pesquisa e os principais autores.

Quadro 1 - Cartografia dos saberes teóricos

COMUNICAÇÃO	Ciro Marcondes Filho
COMUNICAÇÃO E METODOLOGIA	Maria Luiza Cardinale Baptista
METODOLOGIA	Uwe Flick
DANÇA E MÍDIA	Denise Siqueira
DANÇA E COMUNICAÇÃO	Nani Rubin

Fonte: Da Autora

A terceira trilha representa uma espécie de mergulho na prática da pesquisa. Envolve um trabalho de paciência, diante do fato de que, algumas vezes, o pesquisador se sente confuso e com a sensação de estar perdido. Assim, trabalha-se a partir de aproximações e ações. Para tanto, nesta pesquisa, primeiro dividi os objetivos específicos e separei quais ações investigativas fariam sentido para cada etapa. Para o primeiro objetivo, ‘discutir os conceitos de estratégias comunicacionais e trama midiática’, foi realizada uma revisão bibliográfica, leitura e produção de texto síntese, produção de texto dissertativo e discussão com supervisora de

comunicação. Para o segundo objetivo, ‘relacionar esses conceitos ao universo da dança’, foram coletados depoimentos de artistas da *Macarenando Dance Concept*, através da rede social *Facebook*, além da observação direta participante. Atualmente, a internet se tornou uma mídia facilitadora de troca de informações, tornando-se parte importante da estratégia metodológica, complementando a interação direta com os sujeitos da pesquisa. Para o terceiro objetivo, ‘apresentar a estratégia comunicacional do espetáculo *Abobrinhas Recheadas Rei Roberto*, na trama midiática’, realizei observações-participante, durante a temporada do espetáculo *Abobrinhas Recheadas: Rei Roberto*. Nesse período, participei ativamente como bailarina, na criação do espetáculo e na produção, com observação das possibilidades e veiculações midiáticas. Para esta etapa, também foram feitas análises de veiculações, sendo coletadas matérias de jornais, divulgações na internet e clipagem geral, feita também pela assessora de imprensa do grupo, Bruna Paulin. Por fim, para o último objetivo ‘propor sinalizadores para estratégias comunicacionais da dança’, foi realizado o tratamento e análise dos dados obtidos na Cartografia de Saberes, buscando a realização de sínteses e identificação de ‘nós sinalizadores’. Neste ponto, o processamento de informações e o cruzamento dos dados é fundamental.

Também foi realizada uma entrevista com a assessoria de imprensa do grupo, Bruna Paulin – Assessoria De Flor em Flor, por áudios do WhatsApp, novamente buscando uma adaptação das novas tecnologias. Nesse sentido, Flick (2004, p. 22) afirma que “os métodos qualitativos consideram a comunicação do pesquisador com o campo e seus membros como parte explícita da produção de conhecimento, ao invés de excluí-la ao máximo como variável intermédia.” A entrevista foi feita de forma semiestruturada, com cinco perguntas direcionadas aos objetivos específicos no geral. Em termos de descrição, os depoimentos estão apresentados em destaque, com parágrafo separado e fonte em itálico.

Por fim, destaco que o presente trabalho se enquadra na área de pesquisa qualitativa, de cunho exploratório, considerando o fenômeno estudado como transdisciplinar. “O número de pessoas é menos importante do que a teimosia em enxergar a questão sob várias perspectivas.” (GOLDENBERG, 2011, p. 63)

3 FALANDO SÉRIO

COMUNICAÇÃO, TRAMA MIDIÁTICA E DANÇA

Para compreender o universo das teorias e formas de articulações entre dança e comunicação, neste capítulo são abordados alguns conceitos da área comunicacional. É importante salientar que esse trabalho de base inicial é fundamental para compreendermos assuntos ligados à dança, na produção de sentidos comunicacionais. A escolha de optar por recheiar conceitos da arte com Teorias da Comunicação foi um dos principais eixos da minha pesquisa. Neste momento do texto, relato brevemente um histórico dos meios de comunicações, assim como suas relações com a minha pesquisa em dança.

Segundo Baptista (2000, p. 33-34),

[...] comunicação é interação de sujeitos, através do fluxo de informações entre eles, numa espécie de trama-teia complexa, composta tanto de elementos visíveis quanto invisíveis, corporais e incorporais, significantes e a-significantes, podendo ser ou não mediada por dispositivos tecnológicos, na constituição de algo como um campo de força de encontro de energias, decorrente dos universos de referência de cada sujeito envolvido. Quer dizer, encontro de universos de sujeito, universos subjetivos.

Esse foi o primeiro significado com que me deparei, durante a jornada de pesquisa nessa área, que, tão complexa, acaba resolvendo minhas indagações sobre por onde seguir no campo da dança. Logo quando li, fiz o exercício de traduzir para operações práticas do que seriam esses sujeitos, coisas e complexidades que a autora cita. Quando estou refletindo sobre o tema, evidentemente, o censo comum me leva a pensar em jornais, televisão, telefone e outras mídias que utilizamos na vida cotidiana, mas, entendi que comunicação vai muito além desses meios. Compreendi que, para entender o universo todo da área comunicacional, o foco não deve ser colocado primeiramente nas coisas, mas sim nos sujeitos. Se a comunicação é a interação de sujeitos, pensar a partir desse 'lugar', desse constituinte, pode abrir um caminho enorme sobre os significados que surgem na nossa mente. Para Sodré (1996, p.11), "diz-se comunicação quando se quer fazer referência à ação de pôr em comum tudo aquilo que, social, política ou existencialmente, não deve permanecer isolado."

É como, por exemplo, pensar no cotidiano entre duas pessoas, onde quando elas acordam começam o dia em um cumprimento. Comunicação. Após levantar, ligam a televisão para se inteirarem das notícias semanais. Comunicação. Quando chega a tarde, um dos sujeitos necessita sair, e, quando chega no destino, manda mensagem pelo celular, avisando ter chegado bem em seu trabalho. Comunicação. Diante desses pequenos exemplos, podemos também compreender que a comunicação pode aparecer dentro de muitos lugares, mas o sujeito nunca está só. Baptista (2014b, p.2-3) relata que “[...] se o sujeito é quem faz a ação e se ação na comunicação tem, como essência, a ideia de compartilhar sentidos, informações, dados, significações, o sujeito da comunicação nunca existe sozinho.” Então, na dança, temos muitas situações comunicacionais e complexas para analisar, seja entre bailarinos, coreógrafos, diretores ou a própria forma da luz no palco em relação a plateia. Transformando essas significações para o campo da dança, uma das pistas que tenho, no caso de um espetáculo, é a informação de que a estética informa níveis de comunicação com o público. Analisando sem juízo de valores e julgamentos artísticos, o público se comunica o tempo inteiro diante de um espetáculo com as informações do palco, luz, cenário, bailarinos, etc. Os sujeitos começam a aparecer nos detalhamentos cênicos, onde a troca de sentidos opera de forma artística.

Para Martino (2001, p. 16), comunicação “[...] não se restringe exclusivamente ao envolvimento entre duas pessoas.” Esse pensamento reforça a ideia inicial de que não estamos falando somente de seres humanos, podendo ocorrer também, como exemplo, comunicação entre animais e máquinas. O autor comenta a confusão do entendimento entre o objeto e a interação a partir dele. “Conseqüentemente, um livro na estante não é comunicação, senão a partir do momento dessa interação. Digo relação.” (MARTINO, 2001, p. 16). No caso do objeto livro, não há fenômeno comunicacional algum, sem, por exemplo, a interação com um leitor. A ênfase do fenômeno está sempre na relação entre esses ‘sujeitos’, como se estivessem ligados por uma linha complexa, que Baptista (2004, p. 4) chama de comunicação-trama: “A interação do processo comunicacional ocorre por meio do fluxo de informações entre os sujeitos e isto, por sua vez, realiza-se em uma ‘teia trama complexa’.” A noção de ‘trama’ é utilizada para caracterizar algo complexo e repleto de caminhos possíveis de abordagens. Transpondo esse

conceito à dança, imagino que a complexidade está na variedade de relações comunicacionais possíveis. Um dos recortes possíveis para a temática seria o espetáculo cênico, onde ocorrem relações entre público-bailarino, público-cenário, público-iluminação, bailarino-palco, etc. No caso da relação entre espectador e bailarino, as informações possuem uma complexidade artística. Essa aplicabilidade dos diversos sistemas comunicacionais possíveis de relações, na dança, poderia chamar-se dança-trama.

Pode-se dizer que tanto o corpo do bailarino, quanto do espectador, quando considerados como sistema dinâmico, produzem conexões, isto é, afetam e são afetados pelo fenômeno artístico. Na dança, o corpo adota técnicas e tem conexão com as motivações que o levam à criação. Cada indivíduo está carregado de leis, usos, intenções e tradições, que se articulam de forma dinâmica. A produção de sentido de um espetáculo deve compartilhar de um pensamento relacional, considerando a multiplicidade de fatores implicados tanto na produção artística, quanto na reflexão sobre o corpo enquanto sistema. (ZANCAN, 2009, p.44)

É importante considerar, pelo ponto de vista da arte, que os artistas muitas vezes não fazem questão de que sua obra seja compreendida, no sentido literal. Para muitos, a obra não necessita ter um significado nítido, resultando um certo desconforto em alguns espectadores, que acaba se tornando interessante para o artista. Alguns espetáculos de dança contemporânea utilizam essa técnica para subverter padrões institucionalizados com o tempo na história da dança. No sentido midiático, no entanto, essas escolhas artísticas podem afastar o espectador não acostumado com arte, da obra. “De alguma forma, a dança contemporânea se afastou de um potencial público de dança, e talvez tenha se aproximado de um espectador ávido por novas experiências sensoriais”. (RUBIN, 2016, p. 45)

Na sequência da discussão sobre a relação entre Dança e Comunicação, é interessante retomar os diversos modos de compreender historicamente. Ciro Marcondes Filho é uma das referências importantes, na área da Comunicação, com estudos em diferentes modos de compreender a área. Tem pesquisas dedicadas na interface com a Psicanálise, outras ligadas às tecnologias, e, como obra de destaque, mais recentemente, a Nova Teoria da Comunicação.

A Nova Teoria da Comunicação se dedica a entrar a fundo no fenômeno comunicacional: estudar como a mente das pessoas reage diante de múltiplos estímulos, provocações, sinais flashes do mundo externo que nos atingem todos os dias, todas as horas, em todos os lugares. O que se passa com a gente ao receber esse volume fantástico de excitações externas. O que fazemos com elas, como reagimos, o que elas fazem conosco. (MARCONDES FILHO, 2013, p. 10)

Marcondes Filho (2013) descreve em três tipos: a comunicação clássica, a comunicação tecnologicamente mediada e a comunicação digital. A primeira, comunicação clássica, está relacionada surgimento dos recursos básicos de comunicação, pois nela iniciamos a comunicação por desenhos, sinais e o início da fala. Nesta primeira, também se encaixam coisas escritas ou desenhadas entre pessoas, como exemplo, as notações de Rudolf Laban², que fariam parte desse primeiro eixo.

A comunicação mediada tecnologicamente, segundo modo, “[...] parte de um centro emissor, geralmente conhecido, e se difunde por receptores normalmente desconhecidos.” (MARCONDES FILHO, 2013, p. 16). Neste momento, estamos falando sobre rádios, fotografias e outros dispositivos capazes de difundir o conteúdo. Surgiu no século XV, com a criação de dispositivos capazes de multiplicar livros e, no século XIX, foi marcada pela criação da literatura de massa e imprensa. O terceiro, comunicação das formas digitais, teve início após II Guerra Mundial, com a criação da internet. Sua principal característica foi a troca de armazenamento de dados físico, para virtual.

Dentro desses esquemas temporais, encontramos a nova era das comunicações de massa, envolvendo os meios e recursos que surgiram a partir da necessidade do voto democrático. Para conseguir mais votos, divulgando campanhas políticas, observa-se a constante transformação na sociedade: a criação de jornais e panfletos. Penso que a história dos meios de comunicação refletem no modo de sociedade em que vivemos hoje: o da necessidade. Digo isso com base também, na invenção da escrita “Chegou-se à escrita por razões essencialmente econômicas. Os produtos da terra eram postos em circulação e uma grande parte deles acabava como tributo ao deus da cidade.” (GIOVANNINI, 1987, p.28) A política e a economia sempre foram grandes áreas dentro da história por questões de necessidade básica do humano, principalmente por serem motivações da criação

² Método de análise do movimento, criado por Rudolf Laban.

dos meios de comunicação. Quando lembro que a área da dança não possui grandes espaços dentro de jornais da cidade de Porto Alegre, um dos apontamentos que tenho é que, por questões históricas, a política e economia sempre foram prioridades. Esse fato acaba escorrendo para os dias atuais, como aponta Rubin (2016, p. 41):

[...] o jornal é feito pensando em seus leitores, e o espaço dedicado a cada seguimento, uma decisão editorial, reflete uma produção maior em determinadas áreas, assim como um interesse maior do público por notícias que digam respeito a elas.

O significado de “mídia” no Dicionário de Comunicação, para Barbosa e Rabaça (1987, p. 401) é a designação dos meios (ou o conjunto dos meios) de comunicação: jornais, revistas, tv, rádio, cinema etc.). Portanto, pensar sobre ‘estratégias comunicacionais na trama midiática para a dança’ poderia ter um recorte específico na área de divulgação em dança, como irá ocorrer em meu trabalho. A internet tem uma forte relação com a divulgação da dança em Porto Alegre. Marcondes Filho (2013, p. 53) explica que “a internet é uma espécie de repetidor de todos os demais meios de comunicação, com a diferença de que é instantânea, permite a intervenção individual e pode ser coletivamente mobilizada.” É possível imaginar essa repetição que Marcondes Filho aponta, por exemplo, com o jornal, onde existem diversas notícias no papel e, via internet, o mesmo conteúdo é aplicado e difundido. Atualmente, é possível criar eventos online via *Facebook*, rede social que permite grandes alcances de pessoas. A conexão criada entre as pessoas, gera com facilidade, a divulgação de dança em Porto Alegre, ainda que, em alguns casos, ocorram ruídos comunicacionais, como desvios e distorções de informações. Marcondes Filho (2013, p. 88) salienta que, “[...] na era digital, o inovador é que o território não é imaginário, mas real, apesar de não ser concreto.” Esse é um dos elementos que difere a rede social de livros, por exemplo.

De qualquer modo, essas reflexões sobre a Comunicação tornam possível perceber a proporção de desafios comunicacionais para a dança. Em Porto Alegre, a dança, como espetáculo, não é muito presente nos meios de comunicação, em comparação com outras áreas. Conforme pôde ser percebido durante observação sistemática para esta pesquisa, poucos são os grupos que obtêm alcance em mídias de grande circulação. A temática é controversa e, neste sentido, foi objeto de ação

investigativa no estudo, com solicitação de depoimento de alguns artistas de dança de Porto Alegre. Optou-se por preservar a identidade dos pesquisados, não identificando, nominalmente, os depoimentos. A pergunta-chave, para tal depoimento, foi: “Qual a sua opinião sobre a cobertura da dança, pelas mídias em Porto Alegre?”. A crítica apareceu em quase todos os depoimentos e, segundo os entrevistados, está relacionada à falta de informação específica, por parte dos trabalhadores da área comunicacional sobre a Área da Dança. Isto, conforme os sujeitos da pesquisa, muitas vezes, torna superficial, rasa, a divulgação dos espetáculos. Seguem algumas falas:

“O ponto que mais me chama a atenção da cobertura da mídia em relação à dança é a ausência de especificidade, com que se trata o assunto. A mídia não parece saber o que está reportando, nem parece buscar referências/ferramentas/questões pertinentes ao campo da dança. Isso torna qualitativamente precária a circulação das informações a respeito da dança, o que talvez contribua para o desinteresse do público a respeito do tema.”

“Não há crítica específica de dança nos grandes veículos de mídia, de modo constante e sólido, o que dificulta discussões aprofundadas e escolhas por parte do público.”

“Tem uma questão que é o entendimento do próprio campo do que é a dança, do que pode ser a dança e quais são suas particularidades, que ainda é muito confundido com o teatro e artes cênicas, como um todo. Às vezes, entra no mesmo balaio. Não tem uma nomenclatura clara, os veículos não se atualizam nas nomenclaturas. Às vezes a dança sai na coluna do teatro. Então, tem esse não conhecimento do que é a própria área da dança.”

Outra questão levantada, nos depoimentos, foi a diferença no tratamento pela produção local e não-local. É sinalizado que há uma diferença se a obra é de Porto Alegre, nesse caso. Existe um certo esforço da produção local para aparecer e difundir o trabalho, mas não há um acesso a grandes meios de comunicação. É comum que festivais e grandes companhias, que não são locais, sejam veiculados

com mais facilidade nos meios, o que resulta, também, em uma espécie de desvalorização da arte local.

“A cobertura de dança pelas mídias em Porto Alegre acontece muito mais para grupos internacionais ou nacionais, mas não locais. Ao cobrirem eventos locais, percebo um enfoque de cultura em massa: grandes eventos (festivais de dança ou da cultura local).”

“Porém, quem consome a dança que é feita fora, consumiria a dança local? Poderia ser um apreciador / crítico da dança daqui? É uma roda que se retroalimenta: a dança local não é consumida e sequer poderia se não chega às massas. Se não chega às massas, não pode ser consumida.”

“Gostaria que os cadernos culturais dedicassem mais espaço para trabalhos e questões relevantes para o sistema da dança em Porto Alegre, que nossa dança ocupasse mais pautas na mídia.”

“Ela não existe em termos de atividade, de ativo, ela é passiva, receptiva. Ela não tem uma atividade de buscar a dança, pensando em mídia tradicional, e até as demais mídias mesmo. Elas, em termos de veículos de mídia, são passivas, recebem a dança, mas eles não buscam a dança. Eles não procuram a dança, não vão atrás da informação de fato. Eles recebem o release, recebem o contato, recebem a ligação, recebem o produtor ou assessor de imprensa, mas não procuram. Especialmente quando é produção local.”

As ponderações dos profissionais da dança poderiam fazer parte de um lugar de escuta, onde Comunicação e Dança caminhassem juntas. Infelizmente, os meios de comunicação possuem uma complexidade e especificidade particular, na qual os próprios agentes da Área da Dança cumprem papel de divulgadores e cavadores de espaços midiáticos.

Um dos meios de comunicação de massa mais conhecidos são os jornais. Esses veículos apresentam um espaço restrito à área cultural, se for considerado o conjunto total de páginas. Rubin (2016, p. 43) argumenta, contudo, que “[...] o jornal

não pode ser responsabilizado pela formação de plateia, muito menos pelo sucesso ou fracasso de bilheteria de determinado espetáculo.” Neste texto, ‘A Dança como Notícia’, Rubin pontua que não se tratam de dois lados opostos, e que não podemos ser, enquanto área cultura, inimigos da imprensa. Penso que essa relação de divulgação em dança se tornou, como costumamos definir na supervisão de comunicação, uma ‘metralhadora de culpas’, onde ambos os lados questionam quem tem a culpa, criando um jogo de responsabilidades.

As informações circulam com tamanha rapidez que exigem do público uma atitude atenta, de quem espreita sempre o que está por vir. O jornalismo está mudando. O público tende a mudar. É possível que esteja muito próximo o tempo em que ninguém mais vai reclamar de não ter saído no jornal, este como conhecemos hoje. Porque haverá sempre “jornais” nos quais divulgar seu trabalho, que saberão falar para diferentes públicos, sobre diferentes assuntos – inclusive da dança como dança e da dança como uma arte multidisciplinar. (RUBIN, 2009 p. 55)

As duas áreas de atuação possuem mais força juntas, do que caminhando sozinhas. Eco (1996) questionava os caminhos de afastamento entre a cultura e as comunicações de massa. Isso não significa transformar a dança em grandes espetáculos midiáticos banalizados, mas, sim, ter consciência de que vivemos em uma sociedade capitalista, e, mais que isso, que a arte tem valor. Negar o Universo das comunicações de massa é o mesmo que deixar ser levado pela mesma, sem ter poder crítico. Isso implica reconhecer que este universo se constitui em uma trama. Nesse sentido, a veiculação precisa também ser plural, mesmo que não esteja ligada a meios tradicionais das comunicações de massa, como jornais ou televisão, tendo sua maior parte divulgada nas redes sociais, por exemplo. Desde o princípio são vertentes ligadas, mesmo que não se queira, é inevitável:

[...] dança é uma forma de conhecimento do mundo, do homem e dos objetos, através do corpo e seus movimentos, um modo de expressão artística, técnica e estética, individual e social, que utiliza o corpo como meio de comunicação.” (SIQUEIRA; SIQUEIRA, 2006, p. 100)

Foi possível apreender, a partir do contato com os entrevistados, que um dos grandes problemas da cobertura jornalística para os espetáculos de dança é a dificuldade que existe entre os profissionais de comunicação quanto ao lugar da dança no campo das artes. Mônica Fagundes Dantas (1997), no texto “Movimento:

matéria-prima e visibilidade da dança”, destaca que o movimento é a matéria-prima da dança. Ela cita Katz para sublinhar essa especificidade: "Quando irrompe no corpo, o movimento, ele mesmo, já um resultado, se presentifica como um único. Irrepetível. Porque é da qualidade do movimento morrer a cada vez que nasce." (KATZ, 1994 apud DANTAS, 1997, p. 51).

Em diálogo com Dantas e Katz, é possível perceber que os profissionais de dança podem ou até devem buscar possibilidades de discutir aproximações com o universo da comunicação. Por exemplo, na estreia de um espetáculo, os diretores podem marcar reuniões com editores, para dar detalhes sobre coreografias e as demais lógicas da apresentação. Para que ocorra esse diálogo, porém, é necessário ter interesse nas áreas.

Trata-se de uma estratégia para produzir um melhor entendimento sobre as especificidades da dança e sua importância, como tradutora de atitudes contemporâneas, capaz de gerar novas compreensões sociais. Tal como entendem Gasparini e Katz (2013, p. 53): “Para lidar com a dança, o público continua em busca do mesmo entendimento com que lida com as formas de comunicação apoiadas na linguagem verbal: dedica-se a desvendar o significado da sua mensagem.”

Ampliando a análise dos autores, pode-se dizer que faltam informações ou disposição, entre a maioria dos jornalistas que cobre a área de artes e espetáculos, para produzir um entendimento sobre as mensagens de apresentações de dança. Isso amplia as responsabilidades dos artistas e demanda estratégias, além de gerar um esforço maior, na tentativa de melhorar a própria comunicação entre as áreas.

4 ILEGAL, IMORAL OU ENGORDA

MACARENANDO DANCE CONCEPT E O REI ROBERTO

Partindo do ponto de vista do artista, é interessante analisar profundamente as temáticas comunicacionais aplicadas à dança. Nessa perspectiva, escolher o grupo de dança que faço parte e, mais precisamente, o espetáculo que participei como bailarina, tem como objetivo descrever a trama comunicacional de forma aproximada com a realidade. A *Macarenando Dance Concept* já possui características de aproximação com o público através de temáticas de fácil acesso: amor, humor, terror, etc., porém, o resultado artístico, na visão de muitos críticos, não é considerado simples. Esses questionamentos e opiniões me levaram a perceber que é necessário compreender e compartilhar o que acontece internamente nas práticas do grupo.

4.1 SE VOCÊ PENSA

ASPECTOS HISTÓRICOS E CONCEITUAIS

*“Eu quero ver a minha dança
nas prateleiras das lojas Americanas”
(Diego Mac)*

Identificar as relações estratégicas entre a Dança e a Comunicação é uma tarefa delicada, no ponto de vista artístico. É necessário, no cenário político atual, fazer um levantamento e ver qual é a aplicabilidade das teorias estudadas sobre o assunto. Nesse sentido, estudar o grupo de dança em que participo tece relações-trama complexas entre a realidade e a teoria. A *Macarenando Dance Concept* tem como base de interesse o contato subjetivamente mais aproximado com o público, ou seja, pesquisa assuntos de fácil acesso a uma grande parte da população brasileira. Uma das características marcantes do grupo, que também se encaixa como uma estratégia de pesquisa de aproximação com o público, é a escolha pela

música conhecida pela grande massa. Caetano Veloso, Elis Regina, Legião Urbana, Anitta e Roberto Carlos são alguns exemplos de cantores trabalhados pelo grupo.

O site da *Macarenando Dance Concept* (2018) informa que se trata de um empreendimento cultural, em que a principal linguagem é a dança. São oferecidos três modelos de produtos: criação e produção de espetáculos de dança, o desenvolvimento e oferta de cursos e o fornecimento de movimento e criatividade, para diferentes setores e mercados. Segundo o diretor da *Macarenando Dance Concept*, Diego Mac,

A dança é uma das manifestações culturais que mais atinge todo tipo de público. Ela mobiliza as pessoas e as torna mais sensíveis para estabelecer novas relações ou reforçar as já existentes. Além disso, a dança cada vez mais tem sido uma demanda crescente na indústria do entretenimento. Um exemplo são os vídeos de dança, uma das mais significativas formas de produção de conteúdo na web. Isso tudo revela um cenário com ótimo potencial para ações inovadoras e criativas com dança. (MACARENANDO..., 2018)

Esse pensamento se associa a uma orientação geral, como definição da *Macarenando Dance Concept*: “Um negócio de dança com foco na criação de ações inovadoras.” (MACARENANDO..., 2018) Essa frase também permeia os pensamentos de todos da equipe *Macarenando Dance Concept*; portanto, é como se fosse um mote base de pesquisa do grupo. Sintetiza o negócio e o conjunto das movimentações do grupo.

A *Macarenando Dance Concept* foi criada pelo diretor, Diego Mac, em 2013. Desde 2013 vem apresentando trabalhos em diferentes modelos de negócio: Espetáculos, Performances, FlashMobs e Cursos. É possível observar que cada obra tem sua especificidade de local e modelo:

- CASA DO MEDO é uma experiência de terror imersivo na qual o público se torna protagonista da obra, desvendando enigmas e descobrindo personagens.
- MASH é uma performance onde 8 bailarinos com trajes de cientistas descobrem um local imune a contaminação.
- DAS TRIPAS SENTIMENTO é um espetáculo de dança que ocorreu em 2000, construído por outra Companhia de Dança. Ele foi reconstruído em 2018 com o objetivo de cultivar a memória da cantora Elis Regina.

- DANCE A LETRA GRUPÃO POCKET LIVE GESTOS CAETANO é um espetáculo de dança, com foco na pesquisa de gestos literais. Apresenta músicas de Caetano Veloso, onde se abordam temas sobre o contexto político que vivemos.
- ABOBRINHAS RECHEADAS é um *stand-up dance comedy*, que tem como base referências da música pop, cinema e internet.
- QUAL É A MÚSICA é um espetáculo de dança que tem como base o dance a letra e o jogo, no qual o público tenta adivinhar qual a música os bailarinos estão representando.
- O COLECIONADOR: obra interativa de *webarte* com movimentos colecionados pelo diretor Diego Mac.
- 100FORMAS PARA O AMOR é um espetáculo de dança sobre o amor, onde oito bailarinos representam através da coreografia Macarena.
- 100FORMAS.LOV é uma performance que une o público com a equipe Macarenando, onde a cena é previamente coreografada através de um vídeo.
- A CLASSE é um espetáculo de dança, onde o terror e a máscara são os focos da obra.
- AUSÊNCIA E DOÇURA é uma performance sobre a saudade e é realizada na Rodoviária.
- CREATIVY LAB é a parte de cursos da *Macarenando Dance Concept*, onde se encontram diversos temas em relação com a dança: moda, cultural, artístico, mercado, etc.
- FLASHMOBS é uma ação de mobilização social com a comunidade envolvida, através de alguma ideia ou algo previamente combinado.

Ainda dentro do conceito, é apresentada a equipe completa do grupo, junto com um texto pequeno de informações sobre o integrante. É interessante ressaltar, neste caso, que a equipe Macarenando apresenta figuras como produtores e iluminadores dentro do próprio núcleo, característica incomum dentro do campo artístico. Essa questão influencia diretamente nos trabalhos criados pelo grupo, pois

a produção é elaborada de forma personalizada e acompanhada da equipe em geral. O núcleo é formado por:

Diego Mac – Diretor Geral e Coreógrafo, Gui Malgarizi – Diretor, Dramaturgista e Iluminador, Sandra Santos – Diretora de Produção e Iluminadora, Aline Karpinski – Bailarina, Arthur Bonfanti – Bailarino e Assistente de Produção, Daniela Aquino – Bailarina e Atriz, Dani Boff – Bailarina e Professora, Dani Dutra – Bailarina e Atriz, Denis Gosch – Bailarino e Ator, Eduardo Richa – Bailarino, Giulia Baptista Vieira – Bailarina e Assistente de Iluminação, Juliana Rutkowski – Bailarina, Nilton Gaffree Jr. – Bailarino e performer

4.2 DEBAIXO DOS CARACÓIS DOS SEUS CABELOS ESTRATÉGIAS COMUNICACIONAIS

Ferreira e Serra (2009) explicam que a origem da palavra ‘estratégia’, em grego antigo, remete ao sentido de qualidade e habilidade do general. Portanto, possui suas origens na área militar. Mas é importante ressaltar que “[...] as definições de estratégia relacionam-se com o contexto do momento em que foram elaboradas.” (FERREIRA; SERRA, 2009, p. 3) No presente trabalho, a expressão ‘estratégias comunicacionais’ corresponde à forma de caracterizar diferentes vínculos com o mercado, para além do *marketing*. Nessa perspectiva, utilizo a ideia do projeto ‘Fábrica’, um centro de pesquisa em Comunicação e Criatividade, localizado em Treviso, ao norte da Itália.

Nós estamos fora do sistema. Fábrica tem que ser a seta, tem que ser a direção, em termos do que se pensa e se faz em comunicação e criatividade. Nós não temos a ver com o marketing, com a publicidade tradicional, com nada do que vem se repetindo e que já morreu. Não queremos atender ao mercado, nos submeter. Tem bastante gente que já faz isso e isso não interessa. (TOSCANI, 2018)

A descrição é de Oliviero Toscani, criador e diretor do projeto Fábrica. A proposta é fabricar ideias criativas com projetos de arte, design, cinema, publicidade, alimentação/gastronomia, política, economia e mídias. Esse conceito defendido por Toscani é base para a compreensão das possibilidades do uso conceitual da

comunicação relacionada à dança. Para isso, é necessário identificar quais ações criativas podem ser potencializadas com estratégias de comunicação.

Estratégias comunicacionais é o conjunto de ações pensadas para conseguir a comunicação, ou seja, pensar qual o melhor caminho para que ocorra interação entre sujeitos. Neste caso, para a dança, é necessário identificar quais ações são feitas para que esse vetor da comunicação fique sem ruídos. Durante as aulas de Produção Cênica, com a professora Luciana Paludo, aprendemos que é necessário reconhecer “os invisíveis”, que, no caso da minha pesquisa, estão relacionados com o trabalho de pensar a comunicação na dança. Para isso, retomei o contato do conceito com a professora Luciana, em forma de depoimento:

“Na disciplina de produção cênica, elas são ancoradas, sim, em conceitos de gestão que eu estudo; mas, muito do que digo vem dessa minha experiência, dessa sensação, de quando eu protagonizo uma produção. E quando eu faço produção eu gosto de desaparecer, eu gosto de estar meio invisível; porque eu sei que quando a coisa começa a brotar aos olhos é porque foi mal feita. É que nem serviço de casa, serviço doméstico. Se o banheiro não for limpo, começamos a sentir o cheiro... é isso. Se o banheiro for limpo, ninguém sente o cheiro e parece que a coisa está normal. Ninguém pensa: "Ah, alguém limpou o banheiro!" Não. Só se a pessoa for muito caridosa, excepcional, e tiver um senso de alteridade, vai lembrar que alguém limpou o banheiro. Então é uma coisa assim muito empírica, todo esse pensamento. Mas, sim, já gastei muitos projetos e isso também traz suporte para falar de produção". (Luciana Paludo, 2018)

Desde 2016, ano que iniciei oficialmente na *Macarenando Dance Concept*, era comum fazermos reuniões semanais, com foco na área de divulgação e remuneração. É importante ressaltar que o grupo possui ensaios regulares, de terça a quinta, das 09h até 12h. Essa periodicidade auxilia na forma de organização, refletindo nas reuniões uma constante prática de garantir ampla divulgação dos trabalhos. Uma das formas de atuar, na área de divulgação, foi trabalharmos a aproximação com o público, utilizando o ‘Dance a Letra’, na qual os bailarinos interpretam gestos literais de acordo com músicas conhecidas. O universo das

músicas conhecidas foi um dos fatores que mobilizava pessoas para assistir outros trabalhos da Macarenando.

A *Macarenando Dance Concept* possui uma característica de investir nessa relação com o público. Uma das formas de investimento é através do trabalho de assessoria de imprensa da jornalista Bruna Paulin – assessoria de flor em flor, que reforça a área comunicacional do grupo. O trabalho de assessoria da Bruna é voltado para projetos de comunicação, assessoria de imprensa, publicações online, relacionamento e construção de imagem. Além de trabalhar na área da comunicação, a assessora de imprensa também é artista, e, por isso, compreende os desejos das duas áreas de atuação no mercado.

“Acho que em POA poucos eventos e poucas companhia ainda não passaram por mim e a cultura é uma área que eu amo trabalhar, eu também sou artista, sou atriz e é meu xodó da vida poder juntar comunicação e arte como eu consigo no meu trabalho.” (Bruna Paulin)

A estratégia comunicacional dela, com a *Macarenando Dance Concept*, segundo sua fala, é tentar divulgar em diversos espaços na mídia, sendo em editorias de cultura ou não. Cada espetáculo se configura de determinada maneira única, refletindo na maneira de veiculação e nas escolhas de mídias utilizadas.

“A ideia da estratégia de divulgação que eu gosto de trabalhar é sempre tentar emplacar o máximo de espaços possíveis, talvez independente da editoria de cultura”. (Bruna Paulin)

Um dos pontos levantados pela Bruna foi a relação dos artistas da dança e o contexto do atual público na cidade de Porto Alegre. Nas plateias de dança da cidade, se reconhecem, muitas vezes em maioria, artistas da própria área da dança. A grande questão, nos trabalhos da Macarenando, é como desvincular essa imagem do consumidor de dança ser, em maior parte, agentes da própria área. Esse fenômeno faz o mercado da dança não circular, não obtendo retorno financeiro necessário para progressão da área. Os espetáculos da Macarenando possuem públicos especializados em dança, mas também é possível observar o crescimento

de pessoas não especializadas nas plateias. Uma das obras em que isso mais acontece é na Casa do Medo, imersão de terror onde o público é protagonista na interação. Bruna ressalta que:

“A Casa do Medo, projeto total de imersão e experiência que é uma coisa que nunca tinha acontecido aqui. Então, esse ineditismo, essa experimentação acho eu são os grandes diferenciais do ponto de vista da comunicação e ao mesmo tempo apesar de tanta inovação e experimentação ainda ser próximo, popular e acessível, que o público em geral, que não é o público consumidor de dança, especialista, que não é o performer ou bailarino ou ator, e sim a pessoa comum que pode sim se desfazer do preconceito e se divertir assistindo um espetáculo de dança”. (Bruna Paulin)

O projeto da Casa do Medo possui características que chamam a atenção, logo quando são divulgadas as primeiras imagens. A grande questão é compreender que há diferenças entre a divulgação de um espetáculo tradicional – em palco, onde o público está na plateia – e numa imersão de terror. Neste caso, pela diversidade dos produtos da Macarenando, é possível identificar que a marca “*Macarenando Dance Concept*” é reforçada. A Casa do Medo oportuniza que pessoas não especialistas conheçam o trabalho e retornem para verem outras obras do grupo. Esse resultado parte do pensamento ‘matriz’ do Diretor Diego Mac e se configura como uma estratégia comunicacional do grupo.

A veiculação de informações, nas redes sociais, também é uma das características do plano de divulgação do grupo. A *Macarenando Dance Concept* possui um site, página no *facebook* e conta no *Instagram*. Nas três redes sociais, é possível observar uma característica em comum: o humor. Diego Mac, diretor, é responsável pela articulação do conteúdo para postagem. Em 2017, iniciei uma aproximação com o trabalho nas redes sociais da *Macarenando Dance Concept*, participando das funções de divulgação. Neste ano, também foi criado o projeto interno “PRESENÇA DIGITAL”, no qual fazíamos reuniões de criação dos conteúdos que iriam pra internet. Eram feitas postagens no *Facebook*, três vezes por semana, com conteúdo da dança em relação ao humor, crítica, história ou algum assunto emergente no mundo. Essas postagens geravam curtidas e comentários na página,

auxiliando também na divulgação dos outros trabalhos do grupo, além do conhecimento da marca *Macarenando Dance Concept*. A figura 1 é um dos exemplos de conteúdos publicados na página. Já na figura 2 mostra a origem e inspiração do material que deu base para a criação da figura 1. As personagens do ballet clássico são popularmente conhecidas dentro da área da dança, gerando um reconhecimento de si na imagem.

Figura 1 – Exemplo de postagem *Macarenando Dance Concept*



Fonte: Facebook, 2018.

Figura 2 – Exemplo de postagem Google



Bela Adormecida feat Cinderela

Fonte: Google, 2018.

Uma das propostas do grupo é investir na atualização o site do grupo, onde são vinculadas diversas informações. O design do site é alternativo e de fácil acesso, permitindo que o público já inicie uma experiência de conhecimento da *Macarenando Dance Concept* a partir da internet. O site inicia com uma aba denominada Shot, na qual são colecionadas imagens e vídeos do grupo. Ao lado, a aba Conceito fala da história do grupo, onde logo se funde com a aba Projetos, que explica minuciosamente cada proposta do grupo, como se os projetos fossem filmes, aproximando do design do site da Netflix. Esse tipo de referência é comum dentro do grupo, sites e artistas populares são citados a todo o momento como forma de aproximação de público. Clientes e Patrocinadores são ressaltados em uma aba do site, onde cada um possui a foto da logo da marca. Aproximadamente cento e setenta imagens de reportagens e veiculações nas mídias estão reunidas no site, criando uma espécie de histórico do grupo em divulgação. É interessante observar que alguns canais de divulgação são repetidos em momentos diferentes e com obras distintas, tornando uma ligação consolidada entre o grupo e a mídia utilizada.

A *Macarenando Dance Concept* também tem um histórico de trabalhar com vídeos, no *Youtube* e *Instagram*. A produção do conteúdo no *Youtube* é dividida em dois canais, um somente da *Macarenando Dance Concept* e outro chamado *Abobrinhas Recheadas*. Nas produções do primeiro, encontram-se vídeos de registros coreográficos e teaser de espetáculos do grupo. No segundo, há vídeos principalmente ligados ao humor e dança, vinculados à matriz do espetáculo *Abobrinhas Recheadas*. Alguns vídeos do canal chegam a 5.000 visualizações, e um deles com 86.369 em destaque onde aborda de forma humorada como dançar na rave. Nos vídeos publicados, tem comentários positivos e negativos sobre o conteúdo, criando um lugar de críticas interessante ao público. Penso que esses pequenos lugares de comunicação entre artistas e público sejam de extrema importância, tanto em lugares mais convencionais de críticos nos jornais, como na rede social. Esse diálogo criado aproxima e tenciona a relação distante do artista com o possível espectador, tornando mais acessível a diálogos com a obra e o grupo.

No texto “A dança sob o olhar da comunicação”, Ariella Alvarenga Bersan Dornellas de Mendonça (2018) traça um histórico da área e aponta possibilidades de um melhor entendimento contemporâneo. Ela destaca que é necessário ampliar o espaço da dança, nos meios de comunicação, mas que ela precisa ser mais bem entendida, para que o público possa receber informações, que realmente produzam sentidos e orientações.

A dança cumpre, assim, o papel de ser, além da arte que encanta por sua beleza estética, pelas habilidades técnicas dos bailarinos e seus movimentos sincronizados, uma arte que comunica, através da linguagem artística e corporal, elementos da sociedade para a própria sociedade. (MENDONÇA, 2018, p. 12)

Os esforços com os profissionais dos meios de comunicação devem destacar essa noção de que os espetáculos de dança são parte da sociedade que voltam para a sociedade. Nesse sentido, quando falamos de divulgação em dança, a atenção deve estar também nas formas e motivações para as pessoas assistirem a uma obra.

4.3 EMOÇÕES

ESPETÁCULO ABOBRINHAS RECHEADAS: REI ROBERTO

Este item, dividido entre parte histórica e parte ligada à comunicação do espetáculo, busca detalhar o processo da estratégia. O espetáculo *Abobrinhas Recheadas: Rei Roberto* foi escolhido como objeto empírico, pela quantidade de questões levantadas sobre a parte comunicacional, durante o processo criativo.

4.3.1 Outra Vez

Aspectos Históricos e Apresentação Geral

O Espetáculo '*Abobrinhas Recheadas: Rei Roberto*' foi um dos projetos criados dentro do núcleo de criação e produção de espetáculos de dança da *Macarenando Dance Concept*. Surgiu de uma vontade do Diretor, Diego Mac, e do curador do projeto Ponto de Teatro, Renato Mendonça. *Abobrinhas Recheadas* é um espetáculo de dança e comédia, na qual os bailarinos dançam a letra das músicas, a partir de coreografias com gestos literais. A primeira edição do Espetáculo ocorreu em 2009, sendo o primeiro denominado *Stand-Up Dance Comedy* do Rio Grande do Sul. A edição '*Rei Roberto*' aconteceu durante o mês de junho de 2018, nos dias 08, 09, 15, 16, 22 e 23, e um dos objetivos da obra é homenagear o cantor Roberto Carlos. Siqueira e Euler (2006, p. 97) relembram que "Mídia e arte se influenciam, se provocam e se valem como fonte de informação". É o que ocorre com a escolha pelo cantor popular Roberto Carlos, onde a questão midiática ganhou valor na obra.

A construção cênica do espetáculo ocorreu de forma compartilhada, onde o elenco e a direção buscavam gestos literais que informassem o que a música dizia. Para a trilha, os diretores fizeram uma curadoria buscando as fases do Roberto Carlos. O '*fenômeno Rei*', em sua maioria, abordava temática como estradas, religião e amor, o que se tornou um desafio para buscar gestos diferentes para o mesmo significado. No Anexo A, pode-se conferir a trilha sonora completa do espetáculo.

A luz do espetáculo foi pensada com referências às edições anteriores do espetáculo *Abobrinhas Recheadas*, que tematizava o circo. Outra informação que acumulou na ideia de luz foram os finais de ano da Rede Globo com Roberto Carlos, na qual a combinação dos figurinos, maquiagem e cabelo contribuíram para essa informação.

A ficha técnica do Espetáculo é composta pelo Diego Mac e Gui Malgarizi, na direção e coreografia; Sandra Santos, da produção e coreografia; Gui Malgarizi e Sandra Santos, na iluminação; e trilha sonora montada pela direção da obra. O elenco, também responsável pela coreografia, é composto por Aline Karpinski Dias, Arthur Bonfanti, Daniela Aquino, Dani Dutra, Denis Gosch, Giulia Baptista Vieira, Juliana Rutkowski e Nilton Gaffree Jr. O Espetáculo conta com a parceria da Casa Cultural Tony Petzhold, onde ocorreram os ensaios, e a assessoria de imprensa de Bruna Paulin – assessoria de flor em flor.

É importante ressaltar que o projeto Ponto de Teatro tem patrocínio da Fitesa e financiamento do Governo RS / Sistema Pró-Cultura / Lei de Incentivo à Cultura – LIC/RS.

4.3.2 Detalhes

Estratégias Comunicacionais

O Espetáculo *Abobrinhas Recheadas: Rei Roberto* captou uma aproximação forte com uma grande quantidade de pessoas, pela escolha do tema abordado. Roberto Carlos, segundo o diretor da obra Diego Mac, é como um vírus, passado de geração a geração. O cantor está presente há anos na maior rede de televisão do país, traçando uma forte conexão com o público que assiste. As letras das músicas falam de temas acessíveis a vários tipos de populações, tornando essa rede muito ampla. Esses motivos foram essenciais para escolher, embora com discurso político diferente do grupo, o cantor Roberto Carlos para dançar a letra.

A união da vontade da *Macarenando Dance Concept* de aproximação com o público e o fenômeno conhecido Rei foram definidores estratégicos, na divulgação do espetáculo. O uso do popular, em termos de divulgação, significando ter público

não-especialista em dança, como Siqueira (2015) define, é uma escolha permanente do grupo. Borrar fronteiras e facilitar o entendimento cênico, não questionando qualidade artística, mas, sim, gerando identificação rápida e acessível à obra, é um dos traços do espetáculo *Abobrinhas Recheadas: Rei Roberto*.

A partir da orientação da supervisora de comunicação, dividimos a análise das estratégias em duas partes: mídias tradicionais e mídias contemporâneas. Para as análises, dividimos as mídias tradicionais em jornal, televisão, revista e folder. As mídias contemporâneas foram divididas em site e redes sociais. A *Macarenando Dance Concept*, a partir de reuniões internas, estabelece estratégias comunicacionais com o objetivo de obter mais visibilidade, refletindo, depois, na quantidade de público que assiste suas obras. A partir desse objetivo inicial do grupo, também é acrescentado o pensamento de crescer financeiramente no mercado da dança, permitindo que seus componentes recebam valores justos pelo trabalho realizado.

O espetáculo contou com a participação ativa da assessora de imprensa Bruna Paulin – assessoria de flor em flor. A assessora de imprensa do espetáculo, Bruna Paulin, relatou ter dificuldades no envio do material, em específico o título, para difusão nas mídias. Roberto Carlos é um cantor de contrato assinado com a Rede Globo, não podendo utilizar o nome e as canções em qualquer lugar. Para além das dificuldades do título, a própria informação de que eram utilizadas músicas do Roberto Carlos foi um complicador no momento de envio do material.

“A comunicação do Espetáculo Rei Roberto, ela tinha uma peculiaridade que é a seguinte: os veículos não afiliados à rede globo exceto TVE, por ser uma TV pública, não podiam usar o nome do espetáculo, nem citar que eram baseados nas músicas do Roberto Carlos, esse foi o maior desafio assim. O Roberto Carlos é um artista que tem um contrato de exclusividade bem pesado com a TV Globo, Rede Globo, e por isso a gente não conseguia usar o nome dele nas TV’s da concorrência. Isso é uma coisa bem complexa assim, então foi um trabalho delicado de se realizar por conta disso.” (Bruna Paulin, 2018)

Para o espetáculo *Abobrinhas Recheadas: Rei Roberto*, a assessoria de imprensa buscou pulverizar informações em todos os tipos de mídias tradicionais e

contemporâneas. O material do espetáculo, embora não sendo utilizado o nome do cantor Roberto Carlos, obteve um alcance significativo, a partir do trabalho da Bruna Paulin.

“A ideia da estratégia de divulgação que eu gosto de trabalhar é sempre tentar emplacar o máximo de espaços possíveis, talvez independente da editoria de cultura, o que nesse caso não tinha muito pra onde a gente ir porque era algo bem específico né, mas foi trabalhado como uma estratégia de divulgação e comunicação tradicional, de assessoria de imprensa, com planejamento da pauta, redação de relises e notas, trabalhar os veículos, toda a gama de veículos que cobre cultura na cidade, incluído também sites e portais de dança nacionais, e relacionamento com imprensa pra tentar emplacar o máximo de espaços possíveis apesar desse grande desafio que era não conseguir divulgar o espetáculo em veículos fora TV Globo e TV’s públicas que não tem essa questão com o contrato da concorrência.” (Bruna Paulin)

Em relação às mídias tradicionais, foi veiculada uma matéria e duas notas do espetáculo, em um jornal de grande visibilidade da cidade de Porto Alegre. É possível analisar que grande parte do público do espetáculo, pela temática, é composta por pessoas da terceira idade, o que facilita a comunicação via jornal. Nessa perspectiva, foram veiculadas pelo menos onze notícias sobre o espetáculo, em diferentes revistas online. A estratégia da assessoria de imprensa, nesse sentido, auxiliou e resultou em plateias muitas vezes cheias. Além disso, sempre que uma matéria saía em alguma mídia, o trabalho do grupo era capturar e publicar nas redes sociais do grupo.

Figura 3 – Matéria veiculada no jornal Zero Hora, dia 07 de junho de 2018

ZERO HORA | SEGUNDO CADERNO
QUINTA-FEIRA,
7 DE JUNHO DE 2018 **8**

**ROBERTO CARLOS
DANÇADO**

A companhia de dança **Macarenando Dance Concept** estreia amanhã, às 20h, no **Instituto Ling** (Rua João Caetano, 440), o espetáculo **Abobrinhas Recheadas: Rei Roberto**. O projeto *Abobrinhas Recheadas* une dança e comédia em coreografias desenvolvidas a partir de pesquisa de gestos literais de letras de músicas populares, com elenco formado por **Aline Karpinski Dias, Arthur Bonfanti, Daniela Aquino, Dani Dutra, Denis Gosch, Giulia Baptista Vieira, Juliana Rutkowski e Nilton Gaffree Jr.** A temporada do espetáculo vai até 23 de junho, com sessões às sextas, às 20h, e aos sábados, às 18h, com ingressos a R\$ 40.



GUILI MALGARZI, DIVULGAÇÃO

Fonte: Facebook, 2018.

As fotografias utilizadas, para envio a jornais e revistas, foram de outras edições do espetáculo *Abobrinhas Recheadas*, não promovendo grandes diferenças, em questões de imagem, entre um espetáculo e outro. Do ponto de vista comunicacional, essa questão da imagem atualizada é importante, pois o espetáculo possui muitas edições diferentes. O público que já frequentou o espetáculo, em algum momento, nesse caso, pode pensar que irá assistir a mesma obra.

Outra peça comunicacional do espetáculo foi um folder³. O Projeto Ponto de Teatro, junto com o grupo, produziu um material gráfico. Neste material, foi associada a fala do curador, Renato Mendonça, à sinopse do espetáculo, ficha técnica, entrevista com os diretores da *Macarenando Dance Concept* e frases do elenco sobre a obra. Sempre que assisto espetáculos de dança, interessa-me saber sobre o processo, ver imagens e, principalmente, fazer ligações do material gráfico e estético com a obra. Analisando o material produzido de forma rápida, pode-se notar que foi construído de modo diferente aos demais folders de espetáculos de dança. Ao invés de ser uma folha única, há várias abas que se abrem, tornando-se uma

³ O folder completo pode ser conferido no Anexo B.

dobradura. Uma das frases mais provocativas do material é do diretor Diego Mac, em que ele expressa o medo de abordar Roberto Carlos, na dança.

“Sempre há a busca de fazer mais com menos, não só em relação aos recursos de produção, mas em relação à estética. Tudo isso nos levou a Roberto Carlos. E não se pode ter medo de ser popular – quero minha dança na prateleira das Lojas Americanas.” (Diego Mac, 2018)

O material todo dialoga com os princípios construídos coletivamente do grupo: aproximação com o público e a brincadeira com o humor.

Retomando o capítulo anterior, a *Macarenando Dance Concept* costuma utilizar mídias contemporâneas para divulgação e criação de conteúdo de dança. Em se tratando da internet, é interessante ressaltar o pensamento de Marcondes Filho (2013, p. 53):

A tendência é que ela passe a ocupar o lugar dos grandes meios, especialmente jornalísticos, no que se refere à sugestão de pautas, na avaliação dos programas (cuja audiência passa a ser regulada pelo movimento nos Twitters e nas redes sociais), atuando como fonte de notícias divergentes, fórum de grandes discussões).

A principal divulgação do espetáculo foi concentrada no evento online, na rede social *Facebook*, onde uma das tarefas da equipe toda foi chamar o máximo de pessoas para participar do mesmo. As páginas do Instituto Ling e *Macarenando Dance Concept* alimentavam o evento, compartilhando notícias que saíam nas mídias, imagens e críticas do público, assim que assistiam a apresentação. A repercussão a partir dessas postagens⁴ gerava ‘curtidas’ que atualizavam as informações, deixando as postagens sempre à mostra na linha do tempo do *Facebook*. Quanto mais curtida e comentada a postagem, maior era a visibilidade dela para outras pessoas.

Outra ferramenta utilizada, pelo grupo, foi a promoção de anúncio via *Facebook*. Esse sistema é usado para divulgação em maior quantidade, acessando diversos tipos de pessoas. Os anúncios funcionam através de um investimento financeiro, no qual pode ser escolhido o valor de acordo com a quantidade de

⁴ As postagens podem ser conferidas nos anexos D e E.

distribuição desejada. Deste modo, foram utilizados recortes de público alvo, para aplicar a distribuição do conteúdo online, como, por exemplo, a opção de aparecer no *Facebook* somente para fãs do cantor Roberto Carlos. Além disso, os ingressos do espetáculo poderiam ser adquiridos através do evento do *Facebook*, que transportava o público para outro site, no qual se efetuava a compra. Esses detalhes do uso de mídias contemporâneas para a sistematização do grupo retornam de diferentes formas, como a visibilidade da *Macarenando Dance Concept*.

O *Instagram*, rede social focada em postar fotografias tiradas ou não pelas pessoas, é outro dispositivo utilizado na comunicação da *Macarenando Dance Concept*. A principal característica que diferencia a rede, além das fotografias, é o uso pelo celular, embora já esteja disponível a versão pelo computador. A praticidade do acesso pelo celular coloca a ferramenta no cotidiano das pessoas de forma acessível, movimentando suas contas várias vezes ao dia, seja vendo fotos ou fazendo publicações. Para o espetáculo *Abobrinhas Recheadas: Rei Roberto*, a ação principal do *Instagram* consistiu na publicação de vídeos com pedaços das coreografias que seriam apresentadas no espetáculo. As partituras coreográficas escolhidas tinham um foco principal no humor, tecendo uma rede entre o possível público e os artistas da obra. Essa ligação pelos comentários dos vídeos no *Instagram* formavam uma relação mais consolidada entre as pessoas e a *Macarenando Dance Concept*, assegurando o público para assistir o espetáculo.

Essa relação construída a partir das redes sociais é uma das estratégias do grupo para construir teias comunicacionais para diálogo e abertura para possíveis críticas de especializados e não-especializados na temática. Frisar e colocar a opinião do público em destaque, como uso comunicacional, é uma estratégia ecológica para repercussão do conteúdo. Essa repercussão é feita de forma natural e se retroalimenta dos próprios agentes, pois o grupo costuma salvar em arquivos de imagem os comentários sobre o espetáculo. Após arquivar, publica nas redes sociais da *Macarenando Dance Concept*, gerando outros comentários de outro público.

4.3.3 Como Vai Você

O Público

O compartilhamento da opinião do público que assistia o espetáculo foi um dos maiores fatores para instigar outras pessoas a assistirem. As críticas ao espetáculo foram publicadas em diferentes formas: *Facebook*, revista, vídeo no *Youtube*, etc. Nesse sentido, analisei os comentários do público a partir dessas postagens feitas após o primeiro final de semana de estreia, observando sempre um movimento maior nas redes sociais. Compreendi que a utilização de capturar os próprios depoimentos do público para a divulgação criou uma curiosidade sobre a obra, resultando no aumento de público nos dias de apresentação. Essa observação foi feita principalmente a partir de comentários nas postagens do *Facebook*: pessoas relatando o desejo de assistir a obra, e depois, a mesma pessoa, comentando que foi assistir.

O Diretor do grupo, Diego Mac, organiza os *feedbacks* do público em arquivos para registro das ações do grupo. Essa forma de gerenciar o grupo, guardando registros gerais, é muito eficiente para a divulgação futura da marca *Macarenando Dance Concept*. Durante a temporada do espetáculo *Abobrinhas Recheadas: Rei Roberto*, consegui recolher sete depoimentos publicados na rede social *Facebook* particular de pessoas distintas. Esses depoimentos foram feitos pelo desejo das pessoas, na maioria com subjetividades emocionais que foram base para os textos. Esses depoimentos foram publicados novamente pela página da *Macarenando Dance Concept*, como forma de alimentar o evento do espetáculo, tentando estrategicamente gerar curiosidade para as pessoas que não haviam assistido a obra. Um dos depoimentos contém uma frase onde se mistura poesia à obra *Abobrinhas Recheadas: Rei Roberto*, e uma divulgação sugerindo que assistam à obra:

“Pra se aquecer nesse inverno, eu te proponho - vá assistir a esse espetáculo que não doura pílula, que te faz ir do riso ao nó na garganta, que tem uma força que vai te levar a cantar.” (postagem 1)

Em outros, é possível observar a identificação direta com o cantor tema do Espetáculo, o cantor Roberto Carlos. Neste caso, lembrando uma das músicas utilizadas em cena e, ao mesmo tempo, sempre instigando ao leitor da postagem a curiosidade para assistir ao vivo. É interessante a reflexão e análise deste espectador, no sentido de rememorar o acontecimento do público ter participado fisicamente da obra. Aqui, podemos resgatar o conceito de comunicação-trama (BAPTISTA, 2004) onde a interação ocorre por fluxos de informações complexas:

“E o que não dizer do coro final de Força Estranha – elenco de mãos dadas, cantando apelativamente ao público, que na sessão do sábado, 9 de junho, fez parte da plateia levantar e, de mãos dadas também, cantar junto?!” (postagem 2)

No caso desta postagem 3, em especial, foi feita por uma espectadora não-especialista na área da dança. Após publicar o relato da experiência, instigou outras pessoas a assistir a obra, e alcançou o objetivo. A citação do “público” na frase pode ser associada à frase da postagem 2, na qual fica explícito essa visão de que o público comunica de forma visível no espetáculo.

“Foi lindo, foi emocionante e foi forte demais. Uma força estranha, sabe? às vezes ela vinha do palco, às vezes vinha do público. Uma força, tamanha <3” (postagem 3)

Outro exemplo de repercussão do espetáculo Abobrinhas Recheadas: Rei Roberto, foi o vídeo no estilo *Vlog*⁵ (FIGURA 4), feito a partir das impressões do espectador. O vídeo foi publicado através do canal do *Youtube* “Crítica e Diálogo Jh”, onde, em sua maioria, são feitos vídeos de críticas dos espetáculos de artes cênicas de Porto Alegre. A *Macarenando Dance Concept* utilizou o vídeo como divulgação da repercussão da obra, nas redes sociais do grupo.

⁵ Vlog é a abreviação de videoblog, sendo assim, um blog com conteúdo em forma de vídeos.

Figura 4 – vídeo sobre o espetáculo



Abobrinha Recheada: Rei Roberto / Temporada 1 - Ep.01

Crítica e Diálogo Jh

Fonte: Youtube, 2018.

Logo após a temporada do *Espetáculo*, o curador Renato Mendonça convidou o grupo para discutir aspectos da obra dentro do projeto Escola de Espectadores de Porto Alegre⁶. Alguns alunos da escola trouxeram críticas à obra e, o mais interessante, já acompanhavam o trabalho da *Macarenando Dance Concept*. O acompanhamento dessa informação se deu através do reconhecimento dos alunos nos trabalhos anteriores, assim como nos comentários na página do *Facebook* do grupo.

As mídias tradicionais e contemporâneas utilizadas no espetáculo se sobrepõem e criam uma teia comunicacional. Atualmente, essa divisão se torna complexa, no sentido de que a mesma mídia pode fazer parte dos dois territórios e isso pode causar confusão. Então, reforço a ideia de trama, onde aqui permitimos criar esses cruzamentos políticos-estéticos-comunicacionais.

É importante, também, lembrar que deve haver um investimento para ampliar a comunicação com os produtores de conteúdo nos meios de comunicação. Viabilizar encontros, convidar e conversar com jornalistas de meios de comunicação já conhecidos pelos públicos. Enfim, produzir mais sentidos coletivos, sobre o que é a dança, os espetáculos e os seus papéis na sociedade contemporânea.

⁶ É uma escola localizada em Porto Alegre que ajuda a formar um público crítico de artes cênicas na cidade.

5 FORÇA ESTRANHA

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Iniciei essa pesquisa desenhando ideias, literalmente: espirais, furacões, teias, vetores e sinais de interrogação. Desse primeiro esboço, saíram as primeiras vontades e ideias de mudar o mundo. Desta forma, consegui continuar pesquisando, com o vetor apontado para as mudanças de pequenos mundos, onde consigo atingir e multiplicar conhecimento. Este trabalho não visa o resultado final como certeza, mas sim como vetor ou sinalizador.

A área da Comunicação se faz presente em diversos momentos na dança, seja analisando na parte artística ou, na parte dos “invisíveis”⁷, como nas áreas de produção e divulgação de uma obra. É sempre importante ressaltar que a dança é uma área independente de conhecimento, mas, mesmo assim, é necessário sair da “bolha” social. Este estudo não fala somente da dança em específico, mas, no contexto político e social atual, se tornam cada vez mais complexas as relações de trabalho em todos os setores. A união dos profissionais e o compartilhamento de saberes específico é uma questão de sobrevivência do setor, tanto para a dança como para a comunicação. Se há um caminho ou vetor para seguir, a busca pelo trabalho em equipe é um dos apontamentos de escape.

Historicamente, os profissionais de comunicação buscam áreas de maior interesse da população em geral, deixando a arte e, como exemplo, o jornalismo cultural, deslocados do sistema. Reforçando as ideias do segundo capítulo, Nani Rubin (2016, p.17) argumenta: “Um jornalista que começasse a se interessar pelo tema já iniciava o trabalho tendo que correr atrás do prejuízo: críticos de cinema tinham praticamente tudo o que se fez desde a sua invenção à mão”.

Uma das formas de as áreas dialogarem melhor seria a organização maior dos materiais dos grupos de dança, assim como uma procura maior dos artistas da dança, por algum tipo de parceria com esses agentes comunicadores. Uma outra saída seria realizar alguma ação entre comunicadores, para gerar mais interesse na pesquisa em artes. Ambas soluções são complexas e, talvez, utópicas. Por este

⁷ Conceito trabalhado pela professora Luciana Paludo, nas aulas de produção cênica. Essa ideia foi explicada no capítulo 4.2.

motivo, o trabalho com vetores é extremamente importante e significativa, para continuarmos o movimento de aproximação das áreas.

Nesse sentido, também é necessário fazer a reflexão sobre qual o valor da Dança para a Comunicação Social e qual o valor da Comunicação Social para a Dança. Para isso, um dos questionamentos levantados envolve pensar no valor da popularização da dança para a arte. Afinal, é muito interessante que a dança tenha público especialista, mas, como dialogar com diversos segmentos da sociedade? Penso que um dos caminhos seja a análise contemporânea do contexto, pelos grupos de dança e pelos comunicadores.

A *Macarenando Dance Concept* utiliza a ironia e o humor, como forma de diálogo entre as duas áreas. O caminho principal, sinalizado pelo grupo, envolve o desmonte do pressuposto que desvaloriza o conteúdo artístico como 'abobrinhas', para tratar esse conteúdo - se for para considerar 'abobrinhas' - como 'abobrinhas recheadas'. Assim, o título do espetáculo brinca e fala sério, ao mesmo tempo, com a mídia, com o público, consigo mesmo.

O outro ponto em questão é o princípio do grupo, no sentido de aproximação com o público e a utilização do conteúdo midiático como estética do grupo. Conforme a denominação oficial, a *Macarenando Dance Concept*, além de ser um grupo, é um empreendimento cultural, sendo que a escolha pela denominação foi propositiva para a relação com o mercado das artes. Pode-se dizer que, para além do trabalho reconhecido pela Área da Comunicação, de assessoria de imprensa, o grupo também possui sinalizadores internos que amplificam a relação com a mídia, a partir de uma ação arrojada e coletiva, pulverizada entre os integrantes e simpatizantes do trabalho.

Embora seja o grupo ligado ao meu objeto empírico, pelos motivos já apresentados, o objetivo do trabalho não foi apresentar a *Macarenando Dance Concept* como exemplo a ser seguido, mas discutir suas práticas, como sinalizadores de possíveis caminhos. Trata-se de compartilhar pistas de quem vê de perto o movimento de trânsito entre as áreas da Dança e da Comunicação Social. Acredito que o estudo específico sobre a área comunicacional de cada agente da área da dança torna o procedimento único e funcional. É necessário atentar e não deixar essa parte "invisível" passar despercebida ou inutilizada. Como todos nós fazemos parte de uma grande massa, não ter a consciência de fazer parte dela é

praticamente sucumbir ao que vier, sem ter escolhas. Como ensinou Umberto Eco (1990, p.52): “Daí a necessidade de uma intervenção ativa das comunidades culturais no campo das comunicações de massa. O silêncio não é protesto, é cumplicidade; o mesmo ocorrendo com a recusa ao compromisso”.

Nas questões metodológicas deste trabalho, foram discutidos os conceitos de estratégias comunicacionais e trama midiática, após, relacionados esses conceitos ao universo da dança. Nesta primeira parte, a maior dificuldade foi o envolvimento com uma área que eu não estava tão habituada, a comunicação. Tinha apenas referências de vivências familiares, mas justamente esse desafio se tornou um dos motivadores para afastar “os fantasmas da pesquisa acadêmica”.

Quando pequena, eu tinha um fantasma de pelúcia chamado Gasparzinho e, as vezes, ele sumia. Quando cresci, descobri que minha mãe levava o Gasparzinho para as aulas de metodologia da pesquisa na universidade, influenciando os alunos, de forma humorada, a fazer as pazes com os fantasmas da pesquisa acadêmica. Este trabalho significou, para além dos conceitos estudados, uma descoberta da vontade de pesquisar. Enquanto escrevia os capítulos iniciais, lembrava da frase de Jussara Miranda, artista de Porto Alegre, na qual diz que “a dança não começa e nem termina no palco”. Nesta frase, ela relembra que ocorreram muitas coisas antes e depois do palco, ainda falando de dança, para estar em cena. O mesmo se torna verdade, quando falamos da área comunicacional, como exemplo, presente mesmo sem a nossa própria vontade consciente.

Na segunda parte da pesquisa, busquei apresentar a estratégia comunicacional na trama midiática da *Macarenando Dance Concept* e, depois, do espetáculo *Abobrinhas Recheadas: Rei Roberto*. Por fazer parte da obra, a acessibilidade dos materiais e a coleta de depoimentos ocorreram de forma tranquila. Apesar disso ser um facilitador, o vínculo afetivo torna difícil o afastamento para a análise do grupo, que, nesse caso, busquei descrever como acontece, com veracidade.

Por fim, esta pesquisa tem como base levantar questionamentos para que o trabalho siga em andamento, siga em movimento. Espero que este trabalho contribua para abrirmos mais espaços de debate sobre a comunicação na formação dos profissionais no curso de Licenciatura em Dança da Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Afinal, como vimos, não se trata de mediatizar o trabalho artístico,

mas sim de dar visibilidade para importantes produções humanas e manifestações culturais que muitas vezes passam despercebidas.

Estratégias comunicacionais da dança, na trama midiática, é um assunto emergente no momento. Trata-se de reconhecer, antes de tudo, que a dança, como arte, tem valor. Este valor precisa ser compartilhado, divulgado, disseminado, ampliando o acesso, a abrangência e valorizando, também, quem 'vive disso'. Estar no circuito midiático, pensar estrategicamente, é reconhecer a dança como 'bem simbólico', que pode e deve fazer frente às produções industrializadas banalizadas. Assim, a temática precisa incorporar-se ao fazer artístico, antes que a engrenagem da trama comunicacional controle os artistas a partir de demandas padronizadas.

Para terminar, sugiro que não coloquemos ponto final nas coisas, assim como não pretendo colocar nesta pesquisa...

*“O problema não é inventar.
É ser inventado hora após hora
E nunca ficar pronta
Nossa edição convincente.”
(Carlos Drummond de Andrade)*

AS CURVAS DA ESTRADA DE SANTOS

REFERÊNCIAS

BAPTISTA, Maria Luiza Cardinale. Cartografia de Saberes na Pesquisa em Turismo: Proposições Metodológicas para uma Ciência em Mutação. **Rosa dos Ventos**, Caxias do Sul, v. 6, p. 342-355, jul-set. 2014a.

BAPTISTA, Maria Luiza Cardinale. Comunicação, Amorosidade e Autopoiese. In: INTERCOM, 17., 2004, **Anais...** Porto Alegre: Intercom, 2004. p.1-15.

BAPTISTA, Maria Luiza Cardinale. Quem é o Sujeito da Comunicação? In: INTERCOM, 37., 2014b, **Anais...** Foz do Iguaçu: Intercom, 2014b. p.1-13.

BAPTISTA, Maria Luiza Cardinale. **O sujeito da escrita e a trama comunicacional:** Um estudo sobre os processos de escrita do jovem adulto como expressão da trama comunicacional e da subjetividade contemporânea. 2000. 440 f. Tese (Doutorado em Ciências da Comunicação). Universidade de São Paulo, Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação, São Paulo, 2000.

BAPTISTA, Michele Marques(Org.); TEIXEIRA, Marcelo Votto; BERTÉLI, Michele Otobelli (cols.). **Guia para elaboração de trabalhos acadêmicos**. 3. ed. Caxias: Universidade de Caxias do Sul/Sistema de Bibliotecas, 2015.

BARBOSA, Gustavo; RABACA, Carlos Alberto. Mídia. In: BARBOSA, Gustavo; RABACA, Carlos Alberto. **Dicionário de Comunicação**. São Paulo: Ática, 1987. p. 401.

CASTELLS, M. **Comunicación y poder**. Madrid: Alianza Editorial, 2009.

DANTAS, Mônica Fagundes. **Movimento:** matéria-prima e visibilidade da dança. Movimento, Porto Alegre, a. IV, n. 6, p. 51-60, 1997/01.

ECO, Umberto. **Apocalípticos e Integrados**. 4. ed. São Paulo: Perspectiva, 1990.

FACEBOOK. Disponível em: <https://www.facebook.com/macarenando/>. Acesso em: 17 set. 2018.

FLICK, Uwe. **Uma Introdução à Pesquisa Qualitativa**. 2. ed. Porto Alegre: Boockman, 2004.

GASPARINI, Igor; KATZ, Helena. A comunicação entre dança e público: o papel do coreógrafo na construção da relação obra-espectador. **Dança**, Salvador, v.2, n. 2, p. 51-66, jul. 2013.

GIOVANNINI, Giovanni. Assim o Homem Inventou a Comunicação. In: GIOVANNINI, Giovanni. **Evolução na Comunicação:** Do Sílex ao Silício. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1987. p. 25-86.

GOLDENBERG, Mirian. **A Arte de Pesquisar**. 1 ed. Rio de Janeiro: Record, 2011.

GOOGLE. Disponível em:
https://www.google.com.br/search?q=quem+%C3%A9+voc%C3%AA+no+role&tbm=isch&source=iu&ictx=1&fir=DHbcc3oyd9bc4M%253A%252C7vDsoiQHdNhTjM%252C_&usg=AI4_-kS-JbkwS5lkjmZnsSOw8kaC3XZFzQ&sa=X&ved=2ahUKEwjYoYr149veAhVDOZAKHYn6DN0Q9QEwAnoECAQQCA#imgrc=DHbcc3oyd9bc4M. Acesso em: 17 set. 2018.

LOUSADA, K. P. B.; SIQUEIRA, D. C. O. Temporada Popular: corpo, cultura e cidade para além da bilheteria. **Líbero**, São Paulo, v.18, n.36, p. 77-88, dez. 2015.

MACARENANDO DANCE CONCEPT. Disponível em:
<http://www.macarenando.com.br/>. Acesso em: 3 ago. 2018.

MARCONDES FILHO, Ciro. **O Rosto e a Máquina: O Fenômeno da Comunicação visto pelos Ângulos humano, medial e tecnológico**. São Paulo: Paulus, 2013.

MARTINO, Luiz C. De qual comunicação estamos falando? In: HOHLFEDLT, Antonio; MARTINO, Luiz C.; FRANÇA, Vera Veiga. **Teorias da Comunicação: Conceitos, Escolas e Tendências**. Petrópolis: Vozes, 2002. 11-26.

MATTELART, A. **História da sociedade da informação**. São Paulo: Loyola, 2002.

MATURANA R., Humberto. **Emoções e linguagem na educação e na política**. Belo Horizonte: Ed. UFMG, 1998.

McCOMBS, M. **A teoria da agenda**. A mídia e a opinião pública. Petrópolis, RJ: Vozes, 2009.

MENDONÇA, Ariella Alvarenga Bersan Dornellas. A DANÇA SOB O OLHAR DA COMUNICAÇÃO: UMA ANÁLISE DO ESPETÁCULO “GERALDAS E AVENCAS” DO GRUPO “1º ATO”. **O Mosaico**, Curitiba, n. 3, p. 1-19, jan-jun. 2010.

ROBERTO CARLOS. **As canções que você fez pra mim**. São Paulo: CBS: 1968. 1 disco sonoro (39:26).

ROBERTO CARLOS. **Detalhes**. São Paulo: CBS: 1971. 1 disco sonoro (43:10).

RUBIN, Nani. A Dança como Notícia. In: NORA, Sigrid. **Temas para a Dança Brasileira**. São Paulo: 2010. p. 41-55.

SERRA, Fernando; FERREIRA, Manuel Portugal. A Evolução Histórica do **Conhecimento em Estratégia**. Nota de Aula. Disponível em:
http://globadvantage.ipleiria.pt/files/2012/08/nota-de-aula_evolucao-da-estrategia.pdf. Acesso em: 17 set. 2018.

SIQUEIRA, Denise da Costa Oliveira; SIQUEIRA, Euler David. Para uma Reflexão sobre Corpo, Arte e Mídia. **Logos**, Rio de Janeiro, a. 13, p. 96-106, 2º semestre. 2006.

SODRÉ, Muniz. **Reinventando a Cultura**: A comunicação e seus Produtos. 2 ed. Petrópolis: Vozes, 1998.

TOSCANI, Oliviero. **Pesquisa da UCS em Conexão com Projeto Fábrica da Benetton**. Disponível em: <http://www.frispit.com.br/site/pesquisas-da-ucs-em-conexao-com-projeto-fabrica-da-benetton/> Acesso em: 18 set. 2018.

ZANCAN, Rubiane. **Motivação Criadora e Recepção Estética no Espetáculo Re-Sintos da Muovere Companhia de Dança**. 2009. 119 f. Dissertação (Mestrado em Artes Cênicas) – Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Programa de Pós-Graduação em Artes Cênicas, Porto Alegre, 2009.

YOUTUBE. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=-1EeLuNo77Y&t=4s>. Acesso em: 17 set. 2018.

É MEU, É MEU, É MEU
APÊNDICES

APÊNDICE A - Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE)

APÊNDICE B - Roteiro de entrevista com Bruna Paulin – Assessoria de Flor em Flor

APÊNDICE A - TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO – TCLE

TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO – TCLE

O objetivo principal da *pesquisa* “*ABOBRINHAS RECHEADAS: ESTRATÉGIAS COMUNICACIONAIS PARA A DANÇA, NA TRAMA MIDIÁTICA*” é identificar sinalizadores para estratégias comunicacionais da dança, na trama midiática, considerando o espetáculo *Abobrinhas Recheadas: Rei Roberto*, da *Macarenando Dance Concept*. A finalidade deste estudo é contribuir para a reflexão sobre a importância de valorização da dança, como informação para a trama midiática e de construção do reconhecimento das mídias como um espaço de significações e interação com a sociedade. Em termos teóricos, trata-se de uma pesquisa transdisciplinar, envolvendo estudos da área da Dança e da Comunicação. A estratégia metodológica é plural, denominada Cartografia dos Saberes, em coerência com os pressupostos teóricos da pesquisa. A noção de trama está presente em toda a produção, inclusive na composição dos vários recursos para coleta de dados: levantamento bibliográfico, observação participante, entrevistas, depoimentos, análise de veiculação nas mídias. Além disso, a pesquisa envolve a produção de diário, conversas informais e levantamento geral de informações nas mídias, bem como supervisão direta com pesquisadora na área da Comunicação Social. Esta pesquisa tem alguns riscos, que são referentes à interpretação da pesquisadora sobre o trabalho desenvolvido pelo grupo ou das observações realizadas, mas, para diminuir a chance desses riscos acontecerem, serão realizadas entrevistas e coletas de depoimentos.

Para participar deste estudo, você não terá nenhum custo, nem receberá qualquer vantagem financeira. Você será esclarecida sobre o estudo em qualquer aspecto que desejar. Poderá retirar seu consentimento ou interromper a participação, a qualquer momento. Esclarecemos que sua participação é voluntária. Eu, Giulia Baptista Vieira, como pesquisadora responsável, me comprometo a esclarecer, devida e adequadamente, qualquer dúvida ou necessidade de esclarecimento que, eventualmente, o participante venha a ter no momento da coleta de dados ou posteriormente pelo telefone (51)992514241. Este termo de consentimento encontra-se impresso em duas vias, sendo que uma cópia será arquivada pelo pesquisador responsável, e a outra será fornecida a você.

Eu, _____, sujeito livre e esclarecida, portadora do documento de Identidade _____, responsável por _____

_____, fui informada dos objetivos do estudo “*ABOBRINHAS RECHEADAS: ESTRATÉGIAS COMUNICACIONAIS PARA A DANÇA, NA TRAMA MIDIÁTICA*”, de maneira clara e detalhada e esclareci minhas dúvidas. Sei que, a qualquer momento, poderei solicitar novas informações e modificar minha decisão de participar, se assim o desejar. Declaro que concordo em participar desse estudo. Recebi uma cópia deste termo de consentimento livre e esclarecido e me foi dada a oportunidade de ler e esclarecer as minhas dúvidas.

- Autorizo a divulgação de meu nome.
- Não autorizo a divulgação de meu nome.
- Autorizo meu uso de imagem.
- Não autorizo meu uso de imagem.

_____, _____ de _____ de 2018.

Assinatura da participante

Giulia Baptista Vieira
Pesquisadora responsável

Profa. Dra. Mônica Dantas
Orientadora

Dados da pesquisadora responsável: Giulia Baptista Vieira – graduanda em Licenciatura em Dança, pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul. E-mail: giuliabap@hotmail.com

APÊNDICE B - ROTEIRO DE ENTREVISTA COM BRUNA PAULIN – ASSESSORIA DE FLOR EM FLOR

Roteiro de entrevista com Bruna Paulin – Assessoria de Flor em Flor:

1. Você poderia falar um pouco do seu histórico profissional? Onde se formou, lugares que trabalhou, etc.
2. Por que decidiu trabalhar com assessoria de comunicação? Trabalha com mais grupos de dança?
3. Como você vê a Macarenando Dance Concept? Quais os diferenciais, do ponto de vista da comunicação?
4. Como você planejou a comunicação do espetáculo Abobrinhas Recheadas: Rei Roberto? Quais são as preocupações?
5. Como você vê a presença da dança na mídia?
6. Qual a dificuldade de conseguir espaços para a dança na mídia?

NAMORADINHA DE UM AMIGO MEU

ANEXOS

ANEXO A - Trilha sonora do Espetáculo Abobrinhas Recheadas: Rei Roberto

ANEXO B - Folder do Espetáculo Abobrinhas Recheadas: Rei Roberto

ANEXO C – Fotografias do Espetáculo Abobrinhas Recheadas: Rei Roberto

ANEXO D - Postagens do *Facebook* da *Macarenando Dance Concept* durante a temporada do espetáculo Abobrinhas Recheadas: Rei Roberto.

ANEXO E - Postagens do *Facebook* da *Macarenando Dance Concept* antes da estreia.

**ANEXO A - TRILHA SONORA DO ESPETÁCULO ABOBRINHAS RECHEADAS:
REI ROBERTO**

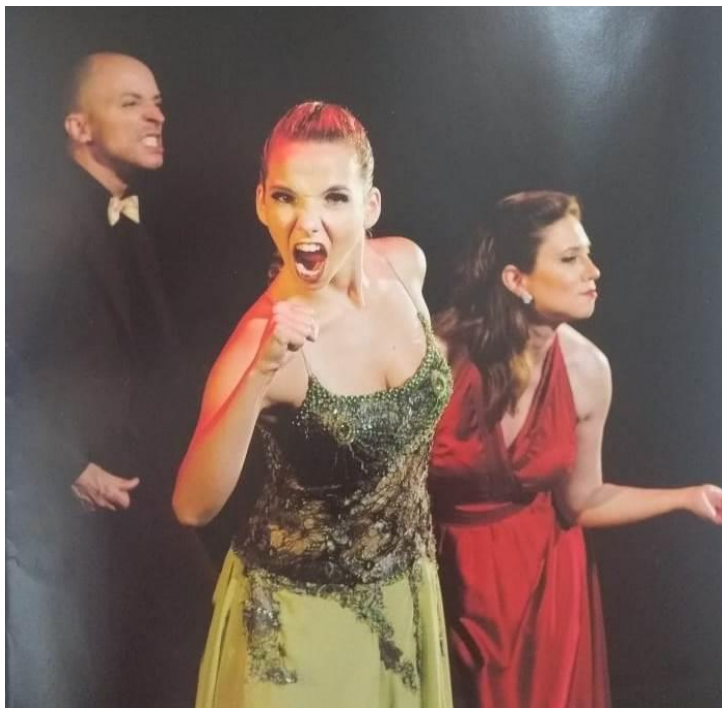
Trilha sonora do Espetáculo Abobrinhas Recheadas: Rei Roberto:

AMIGO
ALÉM DO HORIZONTE
PAREI NA CONTRAMÃO
SÓ VOU GOSTAR DE QUEM GOSTA DE MIM
EU TE AMO, EU TE AMO, EU TE AMO
FALANDO SÉRIO
É MEU, É MEU, É MEU
CAFÉ DA MANHÃ
CAMA E MESA
CIUME DE VOCÊ
AS CURVAS DA ESTRADA DE SANTOS
PAREI, OLHEI
DESABAFO
SPLISH, SPLASH
EMOÇÕES
CANZONE PER TE
ESQUEÇA
COISA BONITA
DEBAIXO DOS CARACOIS DOS SEUS CABELOS
COMO VAI VOCÊ
OUTRA VEZ
EU TE DAREI O CÉU
ILEGAL, IMORAL OU ENGORDA
OLHA

EU SOU TERRÍVEL
NAMORADINHA DE UM AMIGO MEU
QUERO QUE VÁ TUDO PRO INFERNO
CAVALGADA
DETALHES
NEGRO GATO
O CALHAMBEQUE
NÃO VOU FICAR
OS SEUS BOTÕES
É PROIBIDO FUMAR
SE VOCÊ PENSA
COMO É GRANDE MEU AMOR POR VOCÊ
JESUS CRISTO
VOCÊ NÃO SABE
VOCÊ NÃO SERVE PRA MIM
QUANDO
FERA FERIDA
ESSE CARA SOU EU
TODOS ESTÃO SURDOS
DE TANTO AMOR
SUA ESTUPIDEZ
CAMINHONEIRO
COSTUMES
VOCÊ
120, 150, 200 KM/H
O PORTÃO
FORÇA ESTRANHA

ANEXO B - FOLDER DO ESPETÁCULO

(Fotografias do Arquivo Pessoal)



"Roberto passa de geração para geração. Juntar a obra do Rei com a pesquisa da Macarenando, que também tem ligação com o popular, gera uma expectativa agradável." SANDRA SANTOS, produtora

"Virada de 2004, família no sofá à espera do especial do Rei. Dançar RC é contar a história da Macarenando, do Brasil e da menina de 21 anos que chora ao ouvir *Debaixo dos Caracóis*." GIULIA BAPTISTA VIEIRA, bailarina

"As músicas de Roberto Carlos fazem muito sentido pra mim, me emocionam profundamente. Agora vivo no corpo a beleza das coisas simples nas canções do Rei!" NILTON GAFFREE JR., bailarino

"Abobrinhas Rei Roberto é centro e periferia, é desejo poético e mercadológico, é dar voz aos artistas e ouvir o público. É espetáculo, é brindar à vida de punhos cerrados, é saber onde e como está, é olho no olho. É dançar para recheiar." ARTHUR BONFANTI, bailarino

"Estudar as letras do RC é mergulhar no imaginário coletivo. O desafio de criar o Dance a Letra está sendo grande, mas tenho a meu lado amigos de fé, irmãos camaradas, que tornam as curvas de qualquer estrada uma aventura!" DANI DUTRA, bailarina

"Dançar Roberto é reprocessar detalhes tão pequenos e tão caros do procedimento Dance a Letra. O gesto fala, o gesto grita, mas o gesto também sussurra na esteira da memória que alimenta essa força estranha que me leva a dançar." DANIELA AQUINO, bailarina

"Minha primeira vez foi quase um acidente: de espectador me transformei em bailarino pra cobrir uma amiga com crise de asma. Desde então, sigo capotando ribanceira abaixo. A cada curva um desafio e muitas emoções! Com RC não poderia ser diferente." DENIS GOSCH, bailarino

"Este trabalho requer disponibilidade para a constante criação e coleção de movimentos. Pede atenção plena para que a obra esteja sempre viva, através de racionalidade, emoção e jogo." ALINE KARPINSKI DIAS, bailarina

"Roberto provoca uma experiência dançante e cantante. O corpo dança a letra e a transforma em imagens. As imagens produzem movimentos labiais, quando percebemos estamos cantando. Com o corpo. Com a voz. Que agora é corpo." DANI BOFF, bailarina

"Caetano foi por urgência, Roberto, por necessidade. A ousada necessidade de recheiar um Rei tão lugar-comum, tão cotidiano, tão apaixonado, tão abandonado, tão existencial... que já não parece mais ousado. Recheiar Roberto é necessário nos dias de hoje, tão polarizados entre amor e ódio." JULIANA RUTKOWSKI, bailarina

SINOPSE

Abobrinhas Recheadas é um espetáculo de Dança e Comédia criado a partir do jogo coreográfico "Dance a Letra", em que as coreografias são desenvolvidas a partir de pesquisa de gestos literais de letras de músicas populares. A edição inédita "Rei Roberto" é uma homenagem às músicas de Roberto Carlos. Primeiro espetáculo de *Stand-Up Dance Comedy* do RS, "Abobrinhas Recheadas" recebeu quatro indicações ao Prêmio Açorianos de Dança 2009 e venceu em duas categorias: Melhor Bailarino (Nilton Gaffrée) e Melhor Espetáculo eleito pelo Juri Popular (Prêmio RBS Cultura). O espetáculo possui diversos formatos, entre os quais, uma versão somente com músicas de Caetano Veloso: "Dance a Letra Grupão Pocket Live Gestos Caetano" (2017).

Duração: 60 minutos Classificação indicativa: livre

FICHA TÉCNICA

DIREÇÃO	Diego Mac e Gui Malgarizi
COREOGRAFIA	Aline Karpinski Dias, Arthur Bonfanti, Dani Boff, Daniela Aquino, Dani Dutra, Denis Gosch, Diego Mac, Giulia Baptista Vieira, Gui Malgarizi, Juliana Rutkowski, Nilton Gaffree Jr. e Sandra Santos
PRODUÇÃO	Sandra Santos
ELENCO	Aline Karpinski Dias, Arthur Bonfanti, Daniela Aquino, Dani Dutra, Denis Gosch, Giulia Baptista Vieira, Juliana Rutkowski e Nilton Gaffree Jr.
ILUMINAÇÃO	Gui Malgarizi e Sandra Santos
TRILHA SONORA	montagem de Diego Mac e Gui Malgarizi a partir da obra de Roberto Carlos
FOTOGRAFIA	Gui Malgarizi e Dani Dutra
ASSESSORIA DE IMPRENSA	Bruna Paulin - Assessoria de Flor em Flor
APÓIO	Casa Cultural Tony Petzhold
REALIZAÇÃO	Macarenando Dance Concept

Já que a inspiração do espetáculo que vamos assistir é o Rei, nada mais justo que iniciar esse texto com uma frase ao mesmo tempo simples e profunda: "A Macarenando é uma força estranha".

Falando sério, o líder da Macarenando Dance Concept, Diego Mac, nunca esteve muito afinado com os costumes do campo da dança mais convencional. Tanto nas parcerias com a Muovere Cia de Dança ou com o Grupo Gaia o impulso sempre foi o de explorar novos públicos, novas formas, novas relações entre cena e plateia. Com o Gaia, por exemplo, encenou a instalação performática *O Buraco de Alice* (2005) nas escadas de incêndio da Usina do Gasômetro, enquanto *Alice [adulto]* (2007) ocupou um antigo cinema de bairro. Um de seus principais trabalhos em videodança é *Pas de Corn* (2006), conciliando dança, tecnologia e cultura popular, e usando como bailarinas... pipocas. Em 2009, embaralhou os conceitos de brega e sofisticado ao organizar o primeiro Flash Mob Dance de Porto Alegre, fazendo mais de 200 pessoas dançarem ao som da épica Macarena.

Ao criar a Macarenando Dance Concept, em 2013, Mac dá um passo à frente. Traços que ele já perseguia em sua estética – humor, negação de preconceitos, ampliação de público – não se limitam mais à sua poética, se estendem à produção e à gestão do empreendimento. Um destaque foi quando a Macarenando inverteu o procedimento convencional e propôs um edital para as empresas que quisessem lhe patrocinar.

O motor da Macarenando é o procedimento "dance a letra". Criado quase como um exercício de interação com o público, que propunha nomes de músicas para que os bailarinos as convertessem em coreografias, "dance a letra" transformou-se em um jogo complexo de significados. Se, no início, o gesto tentava traduzir literalmente o significado da palavra ou do verso, com a sequência de espetáculos, "dance a letra" virou quase um "pense a letra". Agora as coreografias brincam de representar a mesma palavra de diversas maneiras, de valer-se do contexto, de jogar com o próprio processo. Um desafio de imaginação e de parceria do público com o que está em cena.

Acredite que a arte é amiga da vida. E a Macarenando é uma das partes mais divertidas dessa amizade.

RENATO MENDONÇA
CURADOR PONTO DE TEATRO

Secretaria de Estado da Cultura, Turismo, Esporte e Lazer apresenta:

PONTO DE TEATRO

ABOBRINHAS RECHEADAS: REI ROBERTO

8 DE JUNHO SEX - 20H	9 DE JUNHO SÁB - 18H	15 DE JUNHO SEX - 20H	16 DE JUNHO SÁB - 18H	22 DE JUNHO SEX - 20H	23 DE JUNHO SÁB - 18H
-------------------------	-------------------------	--------------------------	--------------------------	--------------------------	--------------------------

OFICINA DE CRÍTICA TEATRAL

8 DE JUNHO SEX - 19H	11 DE JUNHO SEG - 19H	19 DE JUNHO TER - 19H
-------------------------	--------------------------	--------------------------

LOCAL Instituto Ling
Rua João Caetano, 440
Bairro Três Figueiras
Porto Alegre, RS

Garanta seu ingresso ou matrícula através do site do Centro Cultural. Programação sujeita a alterações.
Para mais informações acesse:

www.institutoling.org.br



Realização



Patrocínio



Financiamento



Pró-cultura RS
Lei de incentivo à cultura



PONTO DE TEATRO

ABOBRINHAS RECHEADAS: REI ROBERTO

JUNHO
2018



ENTREVISTA DIEGO MAC E GUI MALGARIZI, diretores de *Abobrinhas Recheadas: Rei Roberto*

ROBERTO CARLOS É O MAIOR ÍDOLO POPULAR DO BRASIL. MAS HÁ QUEM O CRITIQUE POR SER BREGA OU ALIENADO POLITICAMENTE. QUAL A RELAÇÃO DE VOCÊS COM RC? COMO FOI A DIVISÃO DE TRABALHO NA DIREÇÃO DE *ABOBRINHAS RECHEADAS: REI ROBERTO*?

DM - Em quase todos os meus trabalhos há músicas de Roberto. Quando não estou trabalhando, ouço as músicas dele. Sou realmente um fã. A que mais me pega é *Detalhes*, mas agora esse lugar é disputado por *Sua Estupidez*. Costumo dizer que "Ninguém é imune a Roberto Carlos". Na primeira passada, selecionei quase 300 canções... Precisava de um olhar de fora para controlar o fã.

GM - No nosso pacto de criação, funcionei como um crítico interno. Só conhecia RC pela memória dos encontros de família. Minha mãe cantava *O Portão* quando passávamos pela cidade de Portão... A primeira canção que me vinha à cabeça era *Canzone per Te*. Agora, adoro *Costumes*. A etapa de selecionar o repertório foi dura. Primeiro, usamos o critério da paixão. Depois, o critério da conveniência semântica e da adequação ao nosso procedimento "dance a letra".

POR QUE A MACARENANDO DANCE CONCEPT DECIDIU MONTAR O REI ROBERTO?

GM - Nosso espetáculo anterior foi *Dance a Letra Grupão Pocket Live Gestos Caetano* (2017), com coreografias inspiradas na obra de Caetano Veloso. Ali, já havia canções que Roberto cantou ou compôs (*Como Dois e Dois*, *Força Estranha*, *Debaixo dos Caracóis dos seus Cabelos*). Além disso, os tropicalistas valorizaram muito o Rei e a Jovem Guarda, por isso o passo seguinte, chegando a Roberto Carlos, foi natural.

DM - Desde que colaborei com os grupos Gaia e Muovere, havia a preocupação de colocar em cena o humor, de aproximar e formar público, de incorporar outras linguagens à dança. Sempre há a busca de fazer mais com menos, não só em relação aos recursos de produção, mas em relação à estética. Tudo isso nos levou a Roberto Carlos. E não se pode ter medo de ser popular - quero minha dança na prateleira das Lojas Americanas.

COMO MUITOS COMPOSITORES POPULARES, ROBERTO E ERASMO CARLOS ESTRUTURAM SUAS LETRAS COMO PEQUENAS NARRATIVAS. EXEMPLOS DISSO SÃO *O PORTÃO* E *DETALHES*. ISSO FACILITA A CRIAÇÃO DAS COREOGRAFIAS?

GM - Aplicar nosso procedimento a RC, na verdade, é muito difícil. São narrativas, mas os termos que ele usa nas letras, com maestria se diga, são simples e repetitivos. Palavras como viver, amor e vida se repetem muitas vezes, e essa repetição dificulta nossa tarefa de coreografar. Mas Roberto é o cara: coloca o lado doido das pessoas de uma forma muito próxima a quem o ouve.

DM - Talvez o maior desafio fosse conseguir extrair humor de músicas que muitas vezes me fazem chorar. Como o *Abobrinhas Recheadas* iria abordar o Rei? Usariamos humor rasgado ou iríamos pela sutileza? Estava muito inseguro, mas os laboratórios que fizemos foram me convencendo de que era possível acertar o tom. A convicção mesmo veio quando percebi que fazer um espetáculo com as músicas de um dos maiores ídolos populares do Brasil diz muito sobre o momento em que vivemos.

Para saber mais:
www.macarenando.com.br
www.facebook.com/macarenando

ANEXO C - FOTOS DO ESPETÁCULO

Fotografias de Gui Malgarizi



ANEXO D - POSTAGENS DO FACEBOOK DA MACARENANO DANCE CONCEPT

Postagens do Facebook da Macarenano Dance Concept, durante a temporada do espetáculo Abobrinhas Recheadas: Rei Roberto.



Macarenano Dance Concept ...
Publicado por Macarenano [?]
Curtir esta página · 22 de junho via Instagram · 🌐

ÚLTIMAS SESSÕES!!!! HOJE e AMANHÃ!!!!
Abobrinhas Recheadas: Rei Roberto #macarenano #pontodeteatro

📍 Marcar foto 📍 Adicionar lo... ✎ Editar

👍 31 3 comentários 6 compartilhamentos

👍 Curtir 💬 Comentar ➦ Compartilhar 🌐

Mais relevantes ▾

 **Angela Bonfanti** Lindos e maravilhosos!!
Curtir · Responder · Mensagem · 21 set... 2

 **Angela Bonfanti** Imperdivel!
Curtir · Responder · Mensagem · 21 sem

 **Jack Garcia** Fotão! 1

📄 Escreva um comentário... 😊 📷 GIF 🗨️



Macarenano Dance Concept ...
Publicado por Macarenano [?]
Página curtida · 14 de junho · 🌐

[FREDERICO CORTEZE | Abobrinhas Recheadas: Rei Roberto]

A gente sabe que arrepia. A gente sabe que sempre sai com uma coisa estranha na garganta. Com os olhos cheios. Com as lágrimas quentes. Com os corações vermelhos. A gente sabe que não importa o frio: a risada é certa, o corte é bruto, a realidade é seca. A gente sabe que quando acaba, a gente quer mais. Cada gesto recheado de paixão, cada abobrinha um suspiro de ilusão. Pare de falar abobrinhas, vamos ouvir uma canção de verdade! Pare de contar verdades, vamos cantar uma canção que distraia. Em alguma esquina de algum palco de algum espetáculo da vida, eu quero tropeçar nas rimas desafinadas de uma música que tocava na televisão. E depois, de controle na mão, vou desligar e nunca mais acreditar nas mentiras que tirei para dançar. Sim, em alguma poltrona iluminada de esperança, você vai me ver cantar baixinho, com alguma voz rouca de espera e escuridão. Sim, em

📄 Escreva um comentário... 😊 📷 GIF 🗨️



Macarenando Dance Concept ...
 Publicado por Macarenando [?]
 Página curtida - 13 de junho · 🌐
 ○ Permitido na linha do tempo ▾

[HELENA MARIA MELLO | Abobrinhas Recheadas: Rei Roberto]

Tudo novo, de novo.

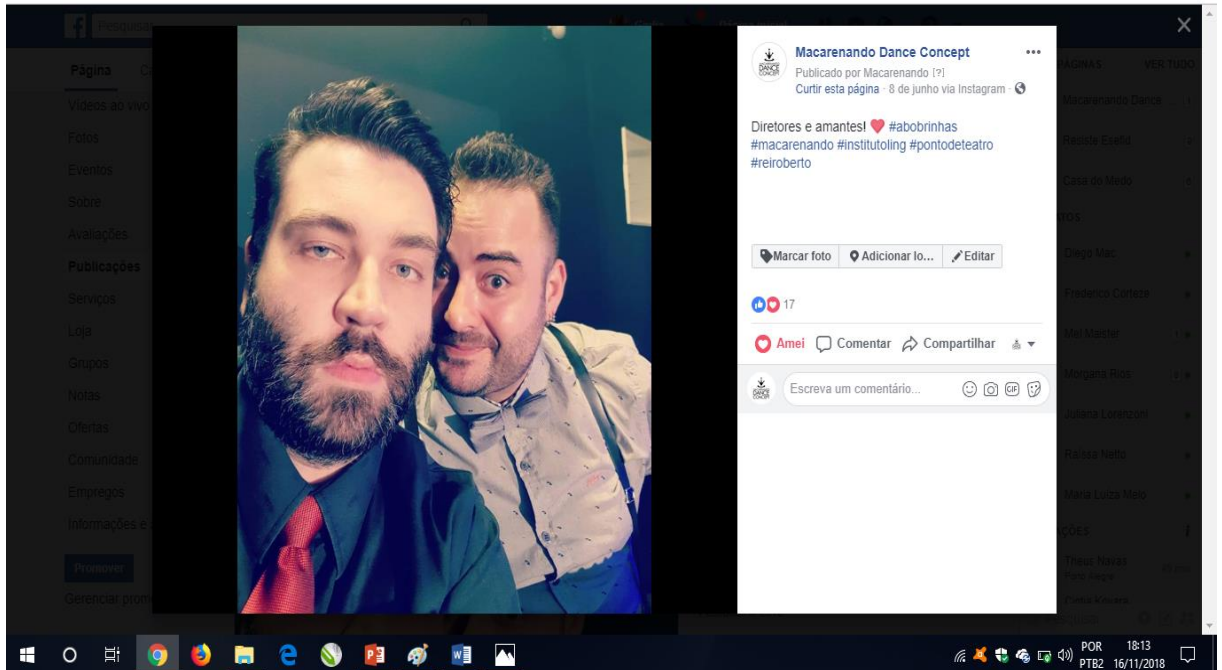
Essa semana circulou o resultado de uma pesquisa sobre paralisia musical que diz que as pessoas param de descobrir novas músicas aos 30 anos. O quanto tem de real, eu não sei, mas, um dos culpados, com certeza, é Diego Mac. Afinal, enquanto assistia ao espetáculo Abobrinhas Recheadas: Rei Roberto, só me vinha a vontade ...
 Ver mais — com Denis Gosch, Chiarah Cohên, Arthur Bonfanti, Nilton Gaffree Jr., Juliana Rutkowski, Dani Dutra, Gui Malgarizi, Giulia Baptista Vieira, Daniela Aquino, Diego Mac, Cassandra Calabouço, Aline Karpinski Dias, Dani Boff e Sandra Santos.

Escreva um comentário...

(1) WhatsApp x Macarenando Dance Concept - F x Eepa discute "Abobrinhas Reche: x Microsoft Word - dissertação M: x +

← → ↻ 🏠 🔒 <https://www.facebook.com/macarenando/photos/a.906466596078461/1802599673131811/?type=3&theater> ☆ 🧑

📱 Apps Para acessar rapidamente, coloque os seus favoritos aqui na barra de favoritos. Importar favoritos agora...



Macarenando Dance Concept ...
 Publicado por Macarenando [?]
 Curtir esta página - 8 de junho via Instagram · 🌐

Diretores e amantes! ❤️ #abobrinhas
 #macarenando #institutoling #pontodeteatro
 #reiroberto

📷 Marcar foto 📍 Adicionar lo... ✎ Editar

👍❤️ 17

👍 Amei 💬 Comentar ➦ Compartilhar 📌

Escreva um comentário...

POR 18:13
 PTB2 16/11/2018

**Macarenando Dance Concept**


Publicado por Macarenando [?] · 8 de junho · 🌐



Vai, vai, vai Aquino! 😎 (e o Nilton curioso) #estreia #Robertinho #macarenando #abobrinhas #pontodeteatro



ANEXO E - POSTAGENS DO *FACEBOOK* DA *MACARENANDO DANCE CONCEPT* ANTES DA ESTREIA



Macarenando Dance Concept ...
Publicado por Macarenando [?] · 8 de junho via Instagram · 🌐


Robertinho tomando forma! 😄


📌 Marcar foto · 📍 Adicionar lo... · ✎ Editar


👍 🗨️ 📄 29 5 comentários

👍 Curtir · 🗨️ Comentar · ➦ Compartilhar · 🗨️

Mais relevantes ▾

 **Juliana Rutkowski** Desculpa mundo... mas eu acho, só acho, que alguém deveria dirigir um duo pra esses dois...
Curtir · Responder · Mensagem · 23 sem

 **Isa C. Malgarizi**

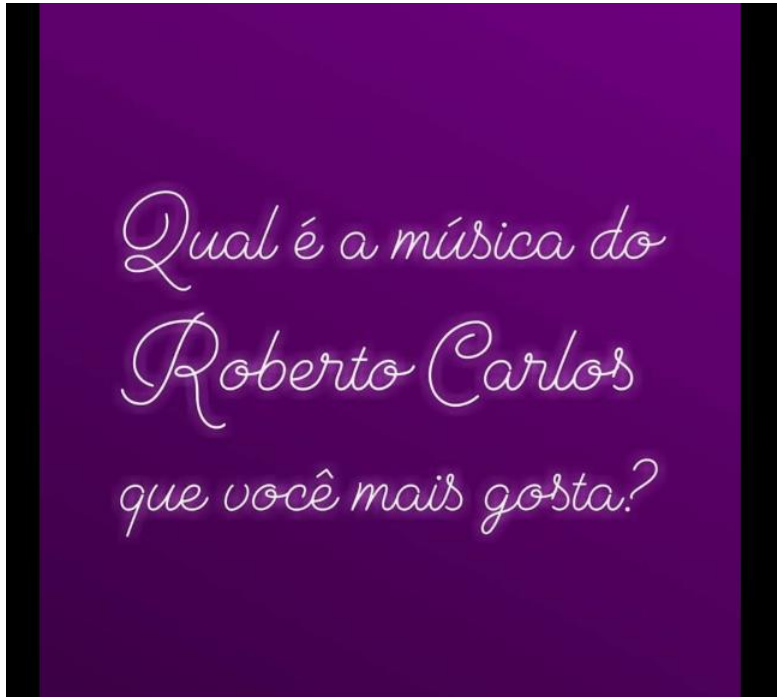


📄 Escreva um comentário... 🗨️ 📄 📄 📄

Macarenando Dance Concept ...
Publicado por Macarenando [?] · 8 de junho · 🌐

#partiu #montagem Abobrinhas: Rei Roberto 😄 #pontodeteatro





ZERO HORA | SEGUNDO CADERNO
QUINTA-FEIRA,
7 DE JUNHO DE 2018

ROBERTO CARLOS DANÇADO

A companhia de dança **Macarenando Dance Concept** estreia amanhã, às 20h, no **Instituto Ling** (Rua João Caetano, 440), o espetáculo **Abobrinhas Recheadas: Rei Roberto**. O projeto *Abobrinhas Recheadas* une dança e comédia em coreografias desenvolvidas a partir de pesquisa de gestos literais de letras de músicas populares, com elenco formado por **Aline Karpinski Dias, Arthur Bonfanti, Daniela Aquino, Dani Dutra, Denis Gosch, Giulia Baptista Vieira, Juliana Rutkowski e Nilton Gaffree Jr.** A temporada do espetáculo vai até 23 de junho, com sessões às sextas, às 20h, e aos sábados, às 18h, com ingressos a R\$ 40.

GUIA MALGRANZI DIVULGAÇÃO





Macarenando Dance Concept compartilhou uma publicação. ...

Publicado por Macarenando [?] · 4 de junho · 🌐

Vai ser lindo! Não perde! ❤️



Artecult.com

1 de junho · 🌐

👍 Curtir Página

A Macarenando Dance Concept estreia no dia 08 de junho seu mais novo espetáculo no Instituto Ling de Porto Alegre: "Abobrinhas Recheadas: Rei Roberto" é uma hom...

[Ver mais](#)



Macarenando Dance Concept compartilhou uma publicação. ...

Publicado por Macarenando [?] · 4 de junho · 🌐

Estreia sexta!!! ❤️



Agenda de Dança

4 de junho · 🌐

👍 Curtir Página

A Macarenando Dance Concept estreia no dia 08 de junho seu mais novo espetáculo no Instituto Ling: Abobrinhas Recheadas: Rei Roberto é uma homenagem à obra do c...

[Ver mais](#)





ENTRE RISOS E EMOÇÕES

O QUE ESPERAR DE "ABOBRINHAS RECHEADAS: REI ROBERTO", SEGUNDO OS DIRETORES GUI MALGARIZI E DIEGO MAC



Ponto de Teatro

ABOBRINHAS RECHEADAS: REI ROBERTO

08 de Junho | 09 de Junho | 15 de Junho | 16 de Junho | 22 de Junho | 23 de Junho
Sexta - 20h | Sábado - 18h | Sexta - 20h | Sábado - 18h | Sexta - 20h | Sábado - 18h

Garanta seu ingresso em institutoling.org.br

Amigo
Além Do Horizonte
Parei Na Contramão
Só You Gostar De Quem Gosta De Mim
Eu Te Amo, Eu Te Amo, Eu Te Amo
Falando Sério
É Meu, É Meu, É Meu
Café Da Manhã
Cama E Mesa
Cúme De Voocê
As Curvas Da Estrada De Santos
Parei, Olhei
Desabafo
Splish, Splash
Emoções
Canzone Per Te
Esqueça
Coisa Bonita
Debaixo Dos Caracóis Dos Seus Cabelos
Como Vai Voocê

Outra Vez
Eu Te Darei O Céu
Illegal, Imoral Ou Engorda
Olha
Eu Sou Terrível
Namoradinha De Um Amigo Meu
Quero Que Vá Tudo Pro Inferno
Cavalgada
Detalhes
Negro Gato
O Calhambeque
Não You Ficar
Os Seus Botões
É Proibido Fumar
Se Voocê Pensa
Como É Grande Meu Amor Por Voocê
Jesus Cristo
Voocê Não Sabes
Voocê Não Serve Pra Mim
Quando

ABOBRINHAS RECHEADAS
#SETLIST

Fera Ferida
Esse Cara Sou Eu
Todos Estão Surdos
De Tanto Amor
Sua Estupidez
Caminhoneiro
Splish, Splash
Costumes
Voocê
120, 150, 200 Km/H
O Portão
É Preciso Saber Viver
Eu Quero Apenas
Força Estranha

Macarenando Dance Concept
Publicado por Macarenando [?]
Curtir esta página · 3 de junho via Instagram

Parafrazeando Roberto Carlos, "São tantas emoções!". Assim poderíamos definir o sentimento de Gui Malgarizi e Diego Mac, diretores do espetáculo "Abobrinhas Recheadas", que estreia no Instituto Ling no próximo dia 08.06. Trazendo desta vez um repertório de músicas do Rei Roberto, a peça no estilo "dance a letra" traz humor e romantismo para o palco do centro cultural. A simplicidade e a popularidade das canções de Roberto Carlos fizeram os diretores perceberem o quanto os sucessos do cantor estavam presentes em suas vidas. E o que o público pode esperar dessa nova versão de "Abobrinhas"? "Os sentimentos estão presentes e se misturam ao riso, então tudo se transforma em uma verdadeira comédia romântica, tal como a vida", conta Diego.

"Abobrinhas Recheadas: Rei Roberto" fica em cartaz até o dia 23.06. Nas sextas às 20h e sábados às 18h. Ingressos no site: <http://bit.ly/2w14VPE>

Escreva um comentário...

Macarenando Dance Concept
Publicado por Macarenando [?]
Curtir esta página · 27 de maio via Instagram · Editado

🤔👏👏 ESTAMOS DE VOLTA! ! Abobrinhas Recheadas é um espetáculo de Dança e Comédia criado a partir do jogo coreográfico Dance a Letra, em que as coreografias são desenvolvidas a partir de pesquisa de gestos literais de letras de músicas populares. A edição inédita "Rei Roberto" é uma homenagem às músicas de Roberto Carlos.

EVENTO: <https://www.facebook.com/events/204983156968502/>

31 curtidas · 3 comentários · 11 compartilhamentos

Escreva um comentário...

Macarenando Dance Concept
Publicado por Macarenando [?]
Página curtida · 3 de maio

Em Junho/2018, num Instituto perto de você 📍👏👏

24 curtidas · 1 comentário · 5 compartilhamentos

Renato Mendonça Ah, sincronidade. Olhei o post enquanto ouvia O Portão. Amei · Responder · Mensagem · 28 sem

Escreva um comentário...