

**GERAÇÃO AMÍLCAR:  
A CRIAÇÃO E PRODUÇÃO TEATRAL NA “PARALELO 20”**

Maria Matilde Venâncio dos Anjos

Mestrado em Estudos e Gestão da Cultura

Orientadora:

Doutora Vera Borges, Investigadora Integrada

CIES\_ISCTE – Instituto Universitário de Lisboa

Outubro, 2021



SOCIOLOGIA  
E POLÍTICAS PÚBLICAS

---

Departamento de História

**GERAÇÃO AMÍLCAR:  
A CRIAÇÃO E PRODUÇÃO TEATRAL NA “PARALELO 20”**

Maria Matilde Venâncio dos Anjos

Mestrado em Estudos e Gestão da cultura

Orientadora:

Doutora Vera Borges, Investigadora Integrada

CIES\_ISCTE – Instituto Universitário de Lisboa

Outubro, 2021

## Agradecimentos

Em primeiro lugar, gostaria de agradecer ao diretor artístico da “Paralelo 20”, Guilherme Mendonça, pela confiança e oportunidade de trabalhar a seu lado neste projeto.

Depois gostaria de agradecer aos docentes do Iscte – IUL que de alguma forma fizeram parte deste percurso académico, que foi um desafio para quem surge de uma licenciatura quase exclusivamente prática.

Em especial, gostaria de agradecer à Professora Vera Borges, que gentilmente orientou este projeto, sendo sempre prestável e acessível, preocupando-se primeiro com os alunos, algo que valorizo imensamente. À Professora Maria João Vaz, diretora do curso, e ao Professor Pedro António Ferreira, que sem saber, fez a diferença na conclusão deste mestrado.

Por último, mas sem dúvida mais importante, eu gostaria de agradecer à minha família. Aos meus pais por todo o apoio, aos meus irmãos pela motivação, e ao meu namorado, que é quem mais puxa por mim e pelo meu sucesso.



## Resumo

Este relatório de projeto foi desenvolvido sob o olhar crítico de uma observadora participante, dentro de uma organização teatral, exercendo funções enquanto assistente da direção artística.

O desenvolvimento do projeto passa pelo acompanhamento das equipas artísticas, técnicas, de produção e administrativas, que constituem a “Paralelo 20”. Estas equipas exercem funções que vão desde a gestão quotidiana, à manutenção legal de uma entidade, passando pela criação artística do espetáculo. A possibilidade que tive de ser uma voz ativa e participante dentro deste grupo é aqui relatada na primeira pessoa.

O percurso que fiz passou pela observação daqueles que trabalham nas áreas mais pragmáticas, que se ligam com unidades curriculares do mestrado em Estudos e Gestão da Cultura, como “Contabilidade e Finanças para Organizações Culturais” ou “Marketing Cultural”, podendo depois assistir à implantação prática das teorias adquiridas nessas aulas, e, por fim, tendo a oportunidade de trabalhar com as pessoas na estrutura teatral.

A área criativa passa pelo desenvolvimento e produção de uma peça teatral, do género monólogo, intitulada “Geração Amílcar”. Trata-se de um espetáculo sobre o histórico líder do PAIGC, Amílcar Cabral. Neste espetáculo, aspetos da biografia de Cabral são misturados com dimensões do pensamento político daquele período histórico e enquadrados no contexto das lutas independentistas.

Uma grande parte da logística de produção, tanto a pré-produção como a pós-produção, utilizando esse espetáculo como um caso prático, no qual não só existiu a possibilidade de participar ativamente nas funções, como de inserir opiniões críticas, como também a sua definição enquanto objeto de estudo que analisarei tendo como ponto de partida a experiência de observação das equipas participantes a “trabalharem em conjunto” (Becker, 2005).

**Palavras-chave:** Teatro; Cultura; Projeto Teatral; Paralelo 20; Produção.



## Abstract

This project report was developed under the critical eye of a participant observer, inside a theatrical organization, working as an assistant to the artistic direction.

The development of the project involves monitoring the artistic, technical, production and administrative teams that make up "Paralelo 20". These teams perform functions that range from the most day-to-day aspects of the legal maintenance of an entity, to the artistic and creation aspects of the show. The possibility that I had to have and be an active and participating voice within this group is reported here in the first person.

The path I took went through the observation of those who work in the more pragmatic areas, which are directly connected with the curricular units of the Master in Cultural Studies and Management, such as "Accounting and Finance for Cultural Organizations" or "Cultural Marketing", and then being able to witness the practical implementation of the theories acquired in those classes, and, finally, having the opportunity to work with those people in the theatrical structure as well.

The creative area involves the development and production of a theater play, of the monologue kind, entitled "Geração Amílcar". This is a play about the historical leader of the PAIGC, Amílcar Cabral. In this play, aspects of Cabral's biography are mixed with dimensions of the political thought of that historical period and framed in the context of the independence struggles.

A large part of the production logistics, both pre-production and post-production, using this show as a practical case, in which there was not only the possibility of participating actively in the roles, and inserting critical opinions, but also its definition as an object of study that I will analyze taking as a starting point the experience of observing the participating teams "working together" (Becker, 1982).

**Keywords:** Theater; Culture; Paralelo 20; Production.





# Índice

AGRADECIMENTOS.....	I
RESUMO.....	III
ABSTRACT.....	V
ÍNDICE.....	VII
<b>Introdução</b> .....	1
<b>Capítulo I</b> .....	2
<b>As bases teórico-metodológicas do projeto</b> .....	2
- As políticas culturais: brevíssima “snapshot” .....	2
- Marketing cultural aplicado ao teatro.....	3
- O estudo dos públicos da cultura e a adaptação de um projeto aos resultados .....	5
- Uma observadora participante.....	6
<b>PARALELO 20: missão e objetivos</b> .....	8
- A origem do projeto teatral .....	8
- A missão e os objetivos da “Paralelo 20” .....	9
- As iniciativas passadas da “Paralelo 20”.....	12
- As equipas e constituintes do projeto “Paralelo 20” .....	13
<b>Produção artística: entre a dimensão artística e a gestão de um projeto teatral</b> .....	14
- O trabalho como assistente de direção artística dentro de um projeto de teatro .....	14
- Os obstáculos frequentes à manutenção de uma entidade cultural .....	14
- A junção da vertente artística com a vertente da gestão .....	15
- A arte enquanto trabalho de colaboração entre setores .....	16
<b>Capítulo IV</b> .....	18
<b>Um caso prático: o projeto “Geração Amílcar”</b> .....	18
- A importância do tema abordado na peça .....	18
- Os obstáculos de escrever sobre uma personalidade real.....	19
- A construção do texto dramático.....	20

- Scouting de localizações e datas de apresentação .....	22
- Produção de iniciativas/eventos de marketing .....	23
- Produção de conteúdos digitais relacionados com o projeto.....	26
- O registo da peça em formato videográfico e em livro .....	28
- O processo de ensaios .....	28
- Montagens técnicas .....	29
- Logística de equipas participantes no projeto .....	29
<b>Conclusão</b> .....	31
<b>Referências bibliográficas</b> .....	33

## Introdução

Este projeto foi desenvolvido no contexto da unidade curricular “Projeto Final”, do mestrado em “Estudos e Gestão da Cultura”, do Iscte-IUL, com o objetivo de aplicar os conhecimentos adquiridos ao longo do mestrado, durante todas as suas unidades curriculares.

Desde o início que o teatro foi a área cultural de maior interesse para ser estudada e, em todas as oportunidades, foi a área escolhida como objeto de trabalho. Dessa forma, o teatro e, mais concretamente, o projeto “Paralelo 20” foram utilizados como exemplos em várias unidades curriculares, tais como, “Marketing Cultural”; “Empreendedorismo em Cultura”; “Receção, Fruição e Públicos da Cultura” e “Desenho da Pesquisa”. A ideia foi então, desde o início, criar algum tipo de iniciativa diretamente ligada ao teatro, sendo que é também a área da minha licenciatura.

A “Paralelo 20” é um projeto teatral recente que tem vindo a desenvolver algumas iniciativas dentro do teatro, e do qual faço parte como voz ativa e participante. Já tendo tido um papel relevante na produção de algumas das suas iniciativas, decidi utilizar a sua mais recente produção, da qual fiz parte desde o início e usá-la como objeto de estudo e criação para este “Projeto Final”.

# Capítulo I

## As bases teórico-metodológicas do projeto

*- As políticas culturais: brevíssima “snapshot”*

“A valorização das artes constitui um instrumento fundamental no diálogo e cooperação estratégica entre o Estado e o setor cultural profissional de iniciativa não-governamental, o qual assume um papel crucial para o desenvolvimento equilibrado da atividade cultural em Portugal.”

(DGArtes, 2020)

Qual é a oferta de apoios que uma entidade teatral pode usufruir? Quais as organizações que oferecem programas de apoio e como é que eles se organizam, a quem é que se aplicam? Havendo diversas estruturas que ocasionalmente tiveram algum tipo de programa de apoio, existem também outras entidades que têm vindo, ao longo dos anos, a ter apoios constantes e de alta relevância. Tornando-se, assim, os apoios principais e mais concorridos pelas companhias teatrais portuguesas.

Os principais apoios das companhias teatrais em Portugal - e também de outras entidades culturais - são a DGArtes, a Fundação GDA, criada pela Gestão dos Direitos dos Artistas, a Fundação Calouste Gulbenkian, e os apoios locais concedidos pelas Câmaras Municipais ou outro tipo de entidades.

A percentagem do orçamento anual de Estado, para o presente ano de 2021, alocada para a cultura é de 0,21%, o que representa 143,651 mil milhões de euros, para dividir entre os cerca de 20 organismos da Cultura em Portugal<sup>1</sup>.

Esta percentagem (0, 21%) é insuficiente para aquilo que os artistas em Portugal precisam para tornar a sua profissão sustentável, conforme ficou provado em tempos de crise, e pelos resultados de diferentes trabalhos publicados no Caderno da Pandemia, dedicado às artes performativas (Leão, org., 2020). Fora as outras áreas da cultura, o teatro, que é o foco

---

<sup>1</sup> Estes dados resultam do quadro da despesa consolidada por programas orçamentais, publicado com a proposta de lei do Orçamento do Estado. Obtido em <https://www.dgo.gov.pt/politicaorcamental/Paginas/OEpagina.aspx?Ano=2021&TipoOE=Or%c3%a7amento%20Estado%20Aprovado&TipoDocumentos=Lei%20/%20Mapas%20Lei%20/%20Relat%c3%b3rio>. Acedido a 18.10.2021.

deste projeto, sofre imensamente com a falta de fundos financeiros que possam criar um mercado de trabalho equilibrado e suportável. Não só são escassos os apoios, e não chegam para a quantidade de organizações que os requisita, como mesmo quando são atribuídos, não são nem em valores nem em frequência suficiente para as organizações poderem fundar bases e garantir a manutenção da sua existência.

Em 2018, um total de 39 companhias não obtiveram financiamento no concurso para o período de 2018-2021, da DGArtes, ao qual se apresentaram 80 estruturas diferentes. Muitas dessas companhias necessitavam desses apoios para manterem a sua atividade.

Em 2017, um dos mais prestigiados teatros nacionais, o Teatro da Cornucópia, viu-se também obrigado a fechar portas e cessar atividade, após consecutivos cortes financeiros por partes destes apoios do estado, não conseguindo de outra forma manter a sua atividade<sup>2</sup>.

Com este problema em vista, a maior parte das organizações culturais procura apoios financeiros e não financeiros noutras entidades públicas e privadas, de forma a tentarem sustentar os seus projetos.

Todos os anos, os artistas de Portugal pedem um aumento no orçamento de Estado para a cultura, mostrando constantemente que não é suficiente a percentagem que é hoje alocada, e que desta forma não se irá ultrapassar a precariedade no setor das artes.

#### *- Marketing cultural aplicado ao teatro*

Tendo em conta que um dos principais problemas que o teatro em Portugal enfrenta é a falta de público, as estratégias de marketing que cada organização teatral utiliza são extremamente relevantes para o *outcome* de cada projeto. Numa companhia que possua várias equipas de trabalho, cada uma em setores diferentes, facilmente poderá usufruir de uma equipa de marketing cujo único propósito seja criar e implementar estratégias de captação de públicos. Infelizmente, não existe uma equipa que possa focar-se exclusivamente na propagação de marketing de cada espetáculo. Assim sendo, cabe aos responsáveis pela produção do mesmo, que descubram e veiculem as estratégias de marketing possíveis.

Com base no conceito de marketing “4 P’s: o Produto, o Preço, a Distribuição e a Comunicação (McCarthy, 1960), podemos traduzir estes elementos para a peça de teatro, os bilhetes, as apresentações, a divulgação e publicidade.

---

<sup>2</sup> Ver Jornal Público, <https://www.publico.pt/2017/11/27/culturaipilon/noticia/-a-cornucopia-acabou-e-foi-dado-destino-a-todas-as-coisas-1794106> . (acedido a 18/10/202).

Sendo a peça de teatro o produto em causa, a sua venda difere muito de um produto que seja físico ou utilitário. Não estamos a vender um objeto, estamos a vender uma experiência, assim sendo não é possível que o produtor possa confiar na necessidade de o consumidor adquirir o produto, porque não é um bem essencial, então a procura tem de ser gerada de outra forma.

No que toca ao segundo elemento importante do marketing, o preço, este é também bastante mais variável quando falamos de um produto cultural, do que quando nos referimos a um produto físico. Num produto físico, é importante gerir o custo de venda de acordo com o custo de produção, mas numa peça de teatro esse custo tem de ser avaliado pelos conjuntos de benefícios que trará ao consumidor. Uma peça de teatro, para além de o custo monetário associado à sua usufruição tem também o tempo gasto, o reconhecimento cultural, o valor artístico, a experiência, entre outros fatores que não são quantitativos.

A divulgação e a comunicação ocupam um lugar importante no sucesso de uma peça, uma boa divulgação poderá ajudar a preencher lacunas que existam noutros setores. Existem vários meios de comunicação que são utilizados pelas companhias teatrais para distribuir os seus elementos publicitários como, por exemplo, cartazes, teasers, spots, fotografias de cena, entre outros. É fundamental que todos os materiais lançados pelo Teatro sejam coerentes, estabelecendo uma linha estética da entidade, a comunicação das peças tornou-se num trabalho diário, agora que existiram mudanças na maneira como se informam os públicos, e se aposta muito mais na área digital (ver, por exemplo, o caso de uma estrutura lisboeta, reconhecida e apoiada de forma sistemática pela DGArtes, Borges e Caeiro, 2020).

Um cartaz é o mais comum meio de propagação de uma peça de teatro, sendo que é visto como uma capa de apresentação daquilo que será posto em cena. Por norma, um cartaz apresenta uma imagem alusiva ao conteúdo da peça; a ficha artística mais relevante como o nome dos intérpretes, a companhia que produz o projeto, e os logótipos dos apoios mais importantes; as informações mais pertinentes como local de apresentação e hora de exibição. Este cartaz pode ser distribuído de diversas formas, em formato *outdoor*, panfletos, *flyers*, folhas de sala, e digitalmente através das redes sociais.

## *- O estudo dos públicos da cultura e a adaptação de um projeto aos resultados*

O teatro é uma arte coletiva (Becker, 1982), e esse coletivo não se refere apenas aos seus interpretes, técnicos e produtores. O público faz também parte e tem um papel mais importante que o próprio reconhece. Alguns artistas poderão defender que uma peça de teatro pode ser feita para uma sala vazia, sem perder o seu valor artístico, e que quando ela é criada, é criada para quem a interpreta e não para quem a assiste. Mas é irrefutável que os públicos detêm um poder fulcral sobre o teatro, tendo em conta que é ele que o irá suportar, de um ponto de vista económico. Sem público, por mais que os valores artísticos se pudessem manter, o teatro não existiria, pelo menos nos moldes que conhecemos hoje.

Neste sentido, é importante para qualquer entidade cultural que apresente um produto artístico destinado a ser usufruído conheçam o seu público. Para poderem criar estratégias de captação para um público, é necessário que reconheçam quem é o seu público, que tipo de pessoas o constitui: idades, género, ocupações, habilitações, interesses e outros aspetos importante que possam ajudar a criar um padrão.

Após ter conhecimento do seu público, é possível que uma equipa de marketing dentro da entidade cultural, escolha estudar esse público de modo a compreender os seus hábitos de consumo, e as motivações dos mesmos. Com esse tipo de recolha de dados, as equipas podem criar campanhas de marketing mais específicas para o seu público-alvo, que se tornem mais eficientes do que gerar campanhas para o público geral. Isto, claro, vai sempre depender do produto que a companhia está a distribuir, sendo que a mesma companhia pode criar conteúdo infantil, mas numa produção seguinte criar conteúdo cuja faixa etária comece nos dezoito anos de idade. A faixa etária é a única restrição obrigatória que uma peça de teatro tem de apresentar, sendo estabelecida legalmente pelo IGAC (Inspeção Geral Das Atividades Culturais), no entanto, nem só de faixas etárias se caracterizam os públicos. Como exemplo, se através de um estudo de mercado, for possível descobrir que o público habitual de uma companhia ou sala de espetáculos, origina todo da mesma localização geográfica, ou frequenta um mesmo espaço específico, a entidade pode, a partir daí, escolher distribuir os seus elementos publicitários nesses mesmos locais, com outro tipo de dimensão.

Se for possível criar um padrão de interesses nesse público, pode até levar-se ao ponto da própria companhia criar produções que se insiram dentro das temáticas de interesse do seu público, podem adaptar a oferta de modo a aumentar a sua procura. Infelizmente, nem todas as companhias teatrais têm os recursos necessários para conduzirem um estudo de mercado aos

seus públicos, mas existem alternativas mais simples como o uso de inquéritos ou questionários, físicos ou online, aos espetadores que frequentem as peças.

### - *Uma observadora participante*

A observação participante é uma técnica de investigação social. Nesta, o investigador entra no contexto do seu objeto de estudo, de forma a obter uma perspetiva mais próxima da matéria que vai estudar.

Este método pode ser vantajoso em diversos aspetos. Ao estar muito próximo do objeto de estudo, chegando mesmo a participar nele, um investigador pode aceder a conteúdos que de outra forma não conseguiria. Ao participar, deixa de ser um *outsider* do projeto, ficando numa posição de igual para com os outros participantes, que poderão assim confiar mais na “entrega” de materiais e informações sobre a natureza do seu trabalho.

O nível de participação do investigador pode variar. Lapassade (2001) referiu que considera que existem três tipos diferentes de observação participante: (i) uma “observação participante periférica”, em que existe alguma implicação no grupo, mas não a um nível em que o investigador possa perder a sua subjetividade; (ii) uma observação com “participação ativa”, onde o investigador colabora nas atividades decorridas, mas continua a manter uma certa distância; e, por fim, (iii) uma “observação participante total”, que pode causar alguns problemas de imparcialidade.

No caso deste projeto fiz um trabalho de observação participante ativa, onde existiu bastante colaboração minha nas atividades da entidade, mas não chegou a um nível de imersão tão intenso que me tenha impedido de manter a objetividade e o posicionamento crítico. Tal como afirmou Bryman: “(...) by taking the position of the people you are studying, the prospect is raised that they might view things differently from what an outsider with little direct contact might have expected” (Bryman, 2012, p.400).

A abordagem através deste método não foi escolhida por ser mais ou menos vantajosa que as outras, não foi escolhida de todo, porque a envolvimento na entidade era preexistente ao projeto. No entanto, esta abordagem foi usada como uma vantagem para fazer uma reflexão teórica sobre o meu papel ativo neste contexto de criação teatral e no projeto de trabalho.

Este formato capta os comportamentos no momento em que eles se produzem e em si mesmos, sem a mediação de um documento ou de um testemunho (Quivy & Campenhoudt, 1992, p. 197). Quer isto dizer que, ao invés de ter de formular teórica com base em conteúdos



registados ou passados, o investigador pode usufruir dos acontecimentos em tempo real, sem qualquer tipo de filtro ou de alteração, sendo que é nessa altura que são o mais verdadeiros possível.

Quivy e Campenhoudt (1992) descrevem as vantagens e desvantagens deste método em concreto, enumerando como vantagens a proximidade, a apreensão dos comportamentos e acontecimentos no momento em que se produzem, como dito anteriormente, mas também pela recolha de material de análise não solicitado pelo investigador, ou seja, espontâneo, e a autenticidade relativa dos acontecimentos em comparação com as palavras e com os escritos.

Como desvantagens, estes autores enunciam o problema do registo, sendo que a memória não é o objeto mais confiável e pode ser seletiva, deturpando alguns acontecimentos. Destaca-se ainda o problema da interpretação das observações que fazemos, que podem carecer de objetividade, e a dificuldade que muitos encontram em serem aceitem como observadores e fazedores ativos nos grupos em que se inserem.

## Capítulo II

### PARALELO 20: missão e objetivos

#### *- A origem do projeto teatral*

A *CulturProject* é uma entidade responsável pela gestão de diversos projetos culturais, fundada em 2002 por Bernardo Vilhena e Nuno Pratas. Estes são responsáveis pela produção de espetáculos de teatro, dança, música; de workshops diversos; de festivais de literatura; entre muitos outros. Assim sendo, esta entidade apoia inúmeras pessoas e organizações que tencionam criar conteúdos culturais. É este o caso da “Paralelo 20”.

A “Paralelo 20” nasceu da vontade do seu diretor artístico, Guilherme Mendonça, de criar um projeto da sua autoria, onde pudesse reunir as suas várias áreas de interesse. A maior parte das peças de teatro/iniciativas artísticas que a “Paralelo 20” produz são da sua autoria e composição.

A estrutura começou por ser criada através de um projeto-teste, realizado em 2019, quando o encenador produziu a peça “Um Pássaro é mais do que a sua Jaula”, protagonizada pelo ator Paulo Pinto. Aqui ainda não se apresentava como entidade teatral, estava sem logótipo ou qualquer registo legal, apenas ligada à *CulturProject*, com a intenção de apalpar terreno, considerando que a melhor forma de compreender o mercado é inserir-se diretamente nele.

O projeto-teste provou ser um sucesso. Foi possível concluir a sua produção com apresentações no Teatro da Rainha, nas Caldas da Rainha, e na Casa do Coreto, em Lisboa, confirmando ao diretor artístico, Guilherme Mendonça, que seria executável continuar com o projeto.

A partir desse momento, foram-se iniciando os processos para oficializar a companhia, como a criação da missão e objetivos, contratação de equipas, pré-produção dos projetos e legalização da marca.

## - A missão e os objetivos da “Paralelo 20”

“Um mundo. Olhares diversos.

Teatro no cruzamento de culturas e linguagens”.

É com esta frase, aqui citada, que a “Paralelo 20” se descreve, apesar de ter havido alguma dificuldade em escrever uma “biografia” da estrutura. A equipa da “Paralelo 20” não quis “enclausurar” o seu projeto por definições que não fossem abrangentes o suficiente para albergar todas as suas iniciativas. A única certeza deste projeto é a importância da escolha de iniciativas que sejam relevantes de um ponto de vista atual, tendo em conta as dimensões social e educacional.



Fig 1. Teatro com uma vocação artística (extraído de Bonet & Schargorodsky, 2018, p. 80)

Esta figura foi extraída do livro *Theater management: models and strategies for cultural venues*, de Lluís Bonet e Héctor Schargorodsky (2018). Neste livro, os autores comparam diferentes perfis de trabalho teatral. Mostram-nos as semelhanças e as diferenças das entidades teatrais, que trabalham com uma vocação artística e as entidades teatrais que privilegiam uma vocação mais comercial.

A “Paralelo 20” identifica-se mais como sendo uma entidade com vocação artística, pois os seus objetivos principais não passam pelos valores monetários que possam ser obtidos através das suas produções.

Assim, são aplicáveis os seguintes objetivos, referidos na Figura 1:

- Ser uma referência local nas artes performativas;
- Acesso a uma diversidade de cidadãos;
- Procura de excelência artística;
- Alcançar segurança financeira;
- Encorajar novas criações e inovações nas artes performativas;
- Promover a herança cultural;
- Dar palco a projetos desejados;
- Realçar profissionais emergentes;
- Fortalecer a identidade local e prestígio.

Para o diretor da estrutura, e tendo em conta a forma como se organiza, não faria então sentido criar uma companhia com o objetivo principal de lucrar financeiramente com a mesma. Para este encenador, o teatro não é um negócio. Assim sendo, a vontade de criar este projeto surge do desejo de ver em cena temas e ideias concretas, não porque não existam, porque nada é verdadeiramente original, mas porque nunca nada é realmente idêntico, e a mesma ideia pode ser colocada em cena inúmeras vezes, que nunca será interpretada da mesma maneira.

Suportar uma organização pelo valor artístico que possa deixar, marcado numa herança cultural, difere bastante de liderar uma organização que procure criar postos de trabalho ou gerar valor económico. É mais importante para a “Paralelo 20” poder colocar o seu objeto artístico idealizado em cena, com o risco de não o conseguir sustentar, do que criar produções que vão propositadamente ao encontro daquilo que é conhecido por funcionar melhor.

Do outro lado da moeda, existem as organizações culturais com uma vocação comercial, que procuram como maior objetivo atingir uma viabilidade económica e gerar lucros.

Para os autores citados, “for the majority of theatres, their survival is the result of the combination of four factors: economic viability, the social evaluation of their activity, audience satisfaction and the possibility of advancing the project of their promoters” (Bonet & Schargorodsky, 2018).

Apesar de existirem elementos em comum nas duas vertentes – vocação artística e vocação comercial -, cada entidade teatral pode assumir um objetivo principal que a afasta das outras. Quando um diretor artístico escolhe a programação da companhia, as suas escolhas vão ser sempre baseadas no objetivo principal do grupo.



### - As iniciativas passadas da “Paralelo 20”

O projeto surge em 2016 com uma espécie de lançamento teste, a sua primeira peça intitulada “Um Pássaro é mais do que a sua Jaula”. Esta peça relata o período de auto-cárcere, em Luanda, de um histórico da luta pela independência de Angola (Adolfo Maria) no período pós-independência. A peça estreou em novembro de 2016. Após as apresentações desta peça, o diretor artístico, Guilherme Mendonça, decide avançar com o projeto de forma mais séria e cimentada.

No início de 2019, é oficialmente lançado o projeto “Paralelo 20” através do seu registo enquanto marca.

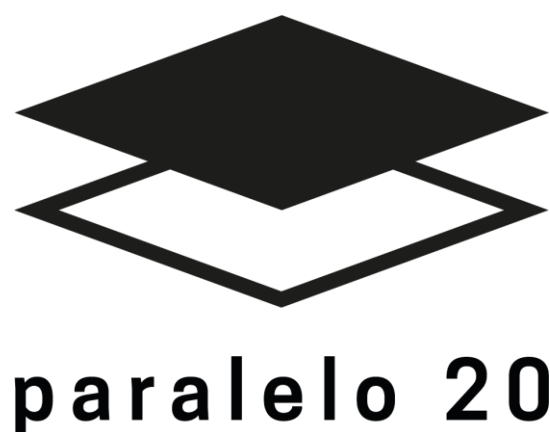


Fig. 2 Logótipo da “Paralelo 20”

A partir de fevereiro de 2019, a “Paralelo 20” começa a desenvolver os seus primeiros projetos, iniciando pela construção de uma nova peça de teatro para colocar em cena. Para além disso, começa a criar outras iniciativas artísticas, mas que não se prendem apenas em teatro. Para além da peça de teatro que começa a produzir e criar do zero, a equipa artística da “Paralelo 20” começa também a desenvolver um podcast, com o objetivo de convidar pessoas com conhecimentos importantes nas áreas artísticas e culturais, e por vezes até fora delas, para criar uma plataforma que propague conhecimento e educação, sobre os mais variadíssimos temas.

Para além disso, a “Paralelo 20” começa também a desenvolver um projeto para as escolas secundárias de todo o país, onde é feito uma espécie de *masterclass* ou workshop de escrita aos alunos que voluntariamente escolham frequentar essas aulas. Esta iniciativa tinha também a vertente de ensino aos professores em si, para não só os formar nesse âmbito, mas também para que possam ser os próprios professores a incentivar os alunos à frequência dessas aulas, sabendo aqueles que melhor se enquadrariam. Esta iniciativa surge em resposta à fraca oferta de ensino para as artes que existe no ensino regular obrigatório em Portugal. Muitos

jovens portugueses só têm o primeiro contacto com as artes, quando decidem envergar por essa área já no ensino superior.

### *- As equipas e constituintes do projeto “Paralelo 20”*

O projeto foi criado pelo encenador e autor Guilherme Mendonça, natural de Moçambique, fez a sua formação teatral na Guildhall School of Music and Drama e na Royal Academy, em Londres. Tem publicadas peças de teatro, traduções e ensaio. É autor de numerosas encenações e coautor de guiões para televisão. No seu trabalho artístico tem-se centrado nos aspetos humanos e sociais do colonialismo e pós-colonialismo portugueses. Foi das mãos de Guilherme que nasceu a “Paralelo 20” e, sendo ele diretor artístico da mesma, todos os projetos são da sua autoria ou coautoria.

A “Paralelo 20” não possui um elenco fixo de atores, ao invés, escolhe os atores de acordo com as necessidades de cada projeto. Na sua primeira produção “Um Pássaro é mais do que a sua Jaula” o ator responsável pela sua interpretação foi Paulo Pinto, que em 1988 completou o curso de atores do IFICT (Instituto de Formação, Investigação e Criação Teatral). Na produção mais recente da “Paralelo 20” e objeto deste estudo, o ator responsável pela interpretação é Ângelo Torres, sobre o qual mais tarde irei aprofundar.

Na área do design gráfico, a equipa responsável é o Naif Studio, um coletivo de dois designers gráficos que tratam de toda a logística gráfica da “Paralelo 20”, como o seu logótipo, os cartazes das suas produções, e a parte visual do seu site.

Tirando estes integrantes a “Paralelo 20” trabalha com um “staff flutuante”, que se altera de acordo com as necessidades de cada produção.

Sendo assim, os elementos fixos das equipas estão encarregues da manutenção da entidade, principalmente, o seu diretor artístico, que se vê obrigado a desdobrar-se em mais funções do que seria ideal, o que é um caso recorrente no panorama português. No tecido teatral português, a polarização das decisões artísticas e de gestão é feita em torno do diretor artístico, que se assume como responsável do grupo, artista e gestor com multifunções (Borges, 2007).

## Capítulo III

### Produção artística: entre a dimensão artística e a gestão de um projeto teatral

#### *- O trabalho como assistente de direção artística dentro de um projeto de teatro*

Por definição, um assistente de direção artística dentro de uma companhia de teatro, seria alguém cujas funções se baseassem essencialmente no apoio à direção de cada produção efetuada, indo desde a pré-produção à pós-produção. No entanto, sendo a “Paralelo 20” um projeto teatral, que nasceu recentemente e com dimensão muito pequena, é necessário que quem ocupe esta posição, seja capaz de se desdobrar em tantas mais.

Inicialmente é necessário auxiliar na criação das bases do projeto. No caso da “Paralelo 20” foi registar a sua marca e o seu logótipo, através do sistema de justiça do Governo português. A partir do momento em que a sua marca foi registada, foi possível começar a delinear os projetos da marca.

Um elemento importante para qualquer organização cultural é a sua existência digital, nos dias de hoje, a maior parte das pessoas pesquisa pela existência de uma organização primeiro nos termos digitais e só depois físicos. Isto torna-se ainda mais importante quando não existe uma sede fixa que a organização possa usufruir. A construção de um site seria idealmente deixada a cargo apenas a web designers e gestores de redes sociais, no entanto, acaba por cair também em cima das funções da assistência de direção artística. A construção do site foi feita através do programa “Wix”, com a ajuda dos designers “Naif Studio” que fazem parte da equipa da “Paralelo”. A manutenção do site precisa de ser realizada com frequência de modo a adaptar e atualizar os conteúdos apresentados.

#### *- Os obstáculos frequentes à manutenção de uma entidade cultural*

O panorama cultural português apresenta inúmeras fragilidades que se destacam nas trajetórias de carreira dos artistas portugueses, mal remunerados e a trabalhar consecutivamente num sistema de informalidade, como concluiu o relatório do Observatório Português das Atividades Culturais (Neves et al. 2021). Viver das artes, em Portugal, não é uma tarefa fácil. No caso em concreto do teatro, as companhias portuguesas são, na sua maioria, dependentes de apoios - públicos ou privados - para conseguirem sobreviver. O cenário ideal seria aquele onde uma companhia fazia lucro suficiente das suas bilheteiras e vendas relacionadas, para poder suportar os espetáculos seguintes. No entanto, a maior parte das companhias portuguesas



não tem público suficiente para gerar esse tipo de lucros. Grande parte dos apoios fulcrais das companhias portuguesas vêm da Direção-Geral das Artes, comumente conhecida como DGArtes.

Segundo o relatório intitulado “DGArtes em número - Relatório Estatístico 2017” foram apoiadas 245 entidades artísticas, com um valor total de 16 milhões. O teatro foi a área artística mais apoiada, com um total de 70 entidades a usufruírem dos apoios da DGArtes, que somou um total de 39,5% do apoio total das estruturas.

Ainda assim, existem inúmeras entidades que não foram apoiadas por estes programas, acabando por procurar outro tipo de apoios, sejam eles públicos, como por exemplo os apoios das autarquias, ou apoios privados de investidores ou empresas privadas, lojas e comércio local. No entanto, muitas companhias já se viram forçadas a encerrar as suas atividades por não conseguirem obter os financiamentos necessários para assegurar a sua continuidade. Por isso, quando uma organização teatral decide começar a sua atividade tem sempre de fazer uma “análise da situação” para não assumir os riscos dos obstáculos financeiros que, inevitavelmente, poderá ter de enfrentar em situação de crise.

Ir ao teatro não é uma atividade comum ou popular em Portugal, e as bilheteiras são a principal fonte de rendimento de qualquer companhia. As maiores e mais reconhecidas companhias, que existem em Portugal, ainda conseguem garantir algum tipo de público, públicos regulares, e públicos especificamente interessados em teatro como os estudantes e profissionais da área, mas chamar os outros públicos torna-se mais complicado. Estes problemas intensificam-se mais no caso das companhias teatrais descentralizadas. Tendo em conta que Portugal é um país altamente centralizado, onde a maior parte do comércio e atividade existe em abundância nos grandes centros urbanos, qualquer entidade cultural que esteja sediada fora dessas áreas irá sofrer mais com a falta de público que todas elas enfrentam.

No caso da “Paralelo 20”, a sua área de ação é Lisboa, um dos dois grandes centros urbanos do nosso país, o que, em teoria, poderia facilitar a captação de públicos. No entanto, sendo a “Paralelo 20” um projeto recente e de dimensão pequena, criar um público seu tem sido um desafio.

#### *- A junção da vertente artística com a vertente da gestão*

Não é necessário para nenhum produtor cultural ser também ele um artista em qualquer uma das áreas em que atua. No entanto, tendo em conta a literatura e a experiência do meu

estágio, penso que se torna uma enorme vantagem quando tal acontece. Poder usufruir da visão de uma atriz licenciada em Teatro, sobre o próprio Teatro e as suas funcionalidades é benéfico para uma organização teatral. Isto porque, por norma, alguém que trabalha tão dentro da área irá estar a par das suas dificuldades e obstáculos de uma forma mais próxima. É também positivo que alguém na área da produção tenha experiência noutras funções que fazem parte do todo da organização teatral, pois torna-se mais fácil unir os setores, sabendo aquilo que todos precisam. Embora, o melhor cenário fosse cada um estar na função para a qual se formou, ajudando as estruturas a profissionalizarem o seu trabalho.

Para além disso, existe uma parte importante na assistência à direção artística que passa por introduzir um olhar crítico diferente daquele que está a criar os projetos de raiz, um olhar de um profissional com conhecimentos e sensibilidade artística suficiente para poder trazer opiniões pertinentes que apoiem a criação teatral. Nesse sentido, importa que quem está por detrás da produção de um projeto teatral tenha bases de formação nessa mesma área.

#### *- A arte enquanto trabalho de colaboração entre setores*

Numa companhia de teatro não basta apenas existir um ator que interprete um texto, para se criar uma peça de teatro. São necessários vários setores em colaboração, para se poder chegar um projeto final completo. Não só das interpretações se constrói uma peça de teatro, outros setores artísticos como a luz, o som, a cenografia, os figurinos, e a dramaturgia, são igualmente importantes na construção de um espetáculo. Infelizmente, sendo a “Paralelo 20” um projeto de pequena dimensão, não tem ainda a possibilidade de exercer grandes produções que possam usufruir de altos orçamentos para cada uma dessas áreas, tendo então, até agora, criado peças com desenhos de luz, som e cenografia muito simplistas e eficazes.

A colaboração dos profissionais dos diversos setores (Becker, 1982) que compõem a criação teatral é altamente benéfica para chegar a um produto final mais coeso e rico. No caso do teatro, o artista pode até criar sozinho, não seria a primeira vez, no entanto, a junção de todos os setores, pode impulsar uma peça de teatro mais completa, que mais facilmente poderá ir ao encontro daquilo que o espetador espera, e que o os próprios criadores esperam também, como o encenador, dramaturgo ou diretor artístico. O teatro usa as ferramentas dos outros setores ao seu dispor, e vice-versa, de uma forma sinérgica. A arte não vive de produtos físicos e dos seus lucros, mas sim das suas interpretações.



## Capítulo IV

### Um caso prático: o projeto “Geração Amílcar”

A peça intitulada “Geração Amílcar” é um monólogo sobre o histórico líder do PAIGC, Amílcar Cabral. Aspetos da biografia de Cabral são misturados com aspetos do pensamento político daquele período e enquadrados no contexto histórico das lutas independentistas. Na sua forma, ou género de espetáculo teatral, esta aproxima-se da performance no sentido em que é dada igual importância ao acontecimento real no palco e à representação teatral. O ator interpela Amílcar Cabral como se os dois ocupassem o mesmo tempo e o mesmo espaço. O espetáculo procura conjugar o ecletismo das formas da teatralidade contemporânea com a força expressiva dos contadores de histórias africanos, os *griots*. Os temas são tratados de forma não cronológica e não narrativa, privilegiando-se a ideia de que devem ser os temas e o seu potencial espetacular a guiar a ordenação do texto. O efeito pretendido pela equipa artística é o de “evocação mágica de uma vida e de um pensamento” e não o de uma biografia, como se pode ler no programa do espetáculo.

Para além dos aspetos criativos implicados na criação deste monólogo, como a construção do texto dramático, a investigação histórica, as escolhas cénicas e de encenação, foi importante a observação e participação nas restantes partes de produção dentro da companhia, como as candidaturas a projetos de financiamento, os registos e licenças legais de apresentação ou estratégias de marketing associadas.

#### *- A importância do tema abordado na peça*

Como referido anteriormente, a “Paralelo 20” tem interesse em abordar temas que sejam relevantes num contexto atual social. A escolha de abordar histórias e personalidade reais, surge como necessidade de trazer esses temas “à conversa”. Temas como o colonialismo e pós-colonialismo, não são retratados no entretenimento atual com frequência suficiente, e a desinformação é um problema gravíssimo na nossa realidade. Na oferta de entretenimento nacional que temos à nossa volta, é difícil encontrar uma peça de teatro, uma série ou um filme que aborde estes temas com frequência e rigor. Até porque é sempre um desafio retratar histórias reais, de forma a não fugir da realidade, mas também sem deixar de introduzir a vertente da criação e liberdade artística.

Em Portugal, existe um bom exemplo de uma companhia de teatro cujas criações são maioritariamente baseadas em histórias reais que retratam estes períodos da história,

nomeadamente a temática do 25 de abril em Portugal. A companhia “Teatro do Vestido” funciona apenas com criações originais, baseadas em intensos trabalhos de pesquisa que fornecem uma base real de histórias, a partir das quais se criam narrativas fictícias, que servem para veicular acontecimentos reais. A natureza do trabalho deste coletivo teatral é assim descrita numa obra sobre o teatro português contemporâneo:

“O Teatro do Vestido, de Lisboa, fundado por uma equipa com valências pluridisciplinares, que pretendia construir os seus próprios textos dramáticos bem como todos os elementos da cena, ainda que faça da inscrição no território uma prática recorrente, tem como vocação, mais claramente, uma relação eletiva com a memória e com os documentos de arquivo. (...) o recurso a uma composição feita de fragmentos, histórias de vida (ficcionalizadas e reais), utilizando fotografias, cadernos, objetos domésticos e outra *memorabilia* privada” (Coelho, 2017, p.62)

Esta forma de criar um objeto artístico, particularmente teatral, carece de intensos trabalhos de pesquisa, não só para serem usados na criação do texto dramático, como também para serem utilizados cenicamente, enriquecendo a peça com elementos reais, que ajudam a transportar os espetadores (e os atores) para as situações descritas. Passam um pouco pelo *storytelling*, que o encenador Guilherme Mendonça, quis também inserir nesta peça, uma quebra frequente daquela que é chamada a quarta parede, de forma a construir uma ligação direta entre a peça e o espetador.

#### *- Os obstáculos de escrever sobre uma personalidade real*

Ao escrever uma narrativa fictícia, o dramaturgo pode basear-se só e apenas nas suas ideias e criar com liberdade a partir daí. Quando se tratar de escrever sobre uma personalidade real, ou sobre uma história verídica, é necessário compreender onde é que colocam os limites entre o real e o fictício, porque ao produzir uma obra de entretenimento, nunca poderá ser 100% fiel à realidade, haverá sempre a necessidade de construir uma narrativa ou uma perspetiva artística que ajudam a passar a história para o espetador. A linha entre a liberdade artística e a fidelidade com o real, é muito ténue e precisa de ser constantemente lembrada.

No caso da “Geração Amílcar”, a personalidade que protagoniza a criação, faleceu em 1973. Desta forma, não existe a possibilidade de criar o texto com a sua ajuda, como foi feito numa produção anterior da “Paralelo 20”, a peça “Um Pássaro é Mais do Que a Sua Jaula”, onde o dramaturgo Guilherme Mendonça e o ator Paulo Pinto trabalharam lado a lado com

Adolfo Maria, a personalidade sobre a qual a peça foi escrita. Este processo é trabalhoso de qualquer das formas, mas poder usufruir da ajuda e perspectiva da pessoa sobre a qual se trabalha, facilita imenso a criação. Neste projeto não teremos essa sorte, no entanto, Amílcar Cabral é uma personalidade sobre a qual já fizeram estudos e existem vários livros que ajudam no trabalho de pesquisa necessário à criação.

### - A construção do texto dramático

Os dois caminhos mais comuns para a construção de um espetáculo teatral, passam pela seleção de um texto dramático já existente, que é posteriormente adaptado às diretrizes de cada companhia, ou a introdução de um texto original, nunca antes colocado em cena. Existem outras alternativas como o recurso à improvisação, ou a adaptação de textos não dramáticos.

A opção da “Paralelo 20” foi sempre optar por textos originais, aproveitando a vantagem de ter um diretor artístico que também atua enquanto autor e dramaturgo, dando assim plataforma aos seus textos, podendo controlar desta forma o teor de cada peça apresentada. Guilherme Mendonça escreve os seus textos, lado a lado com os valores morais e artísticos da “Paralelo 20”, facilitando um trabalho de seleção de texto, que seria extenso.

No entanto, esta opção não carece de obstáculos, do ponto de vista de marketing, é mais difícil promover um espetáculo com texto original, do que um que utilize um texto que já seja, pelo espetador, conhecido. Existem vários fatores que podem influenciar o interesse do público (ou falta dele), seja no teatro, ou no consumo de outros conteúdos culturais. No seu livro “The Cultural Industries”, David Hesmondhalgh (2019) apresentou várias soluções que as indústrias culturais usam para combater as suas maiores fragilidades. Uma dessas soluções é a formatação que usam no seu conteúdo, como por exemplo, a indústria cinematográfica, opta por produzir prequelas, sequelas ou *spin-offs*, de conteúdos que já foram anteriormente lançadas e dos quais já podem garantir que existe público e interesse. “Another way for cultural industry companies to cope with the high levels of risk in the sector is to minimise the danger of misses by formatting their cultural products” (Hesmondhalgh, 2019).

Apesar de numa escala muito menor, este exemplo pode ser aplicado ao teatro, sendo que uma companhia teatral pode escolher apresentar um texto já popularizado entre o seu público, ou apresentar continuações de peças que já foram colocadas em cena com grande sucesso, de modo a tentar diminuir o dos maiores riscos destas indústrias: a imprevisibilidade dos resultados. No teatro, é primeiro feito o investimento na criação e produção do produto artístico, sem ter qualquer garantia do sucesso do mesmo, o teatro não é um bem-essencial, não

podemos garantir uma oferta e procura nos consumidores, e por isso, é sempre um risco levar a palco um conteúdo artístico.

No caso da “Geração Amílcar” importa realçar que o texto dramático começou com uma base real, sob factos biográficos de Amílcar Cabral, e após um extenso trabalho de pesquisa e improvisação com o ator Ângelo Torres, foi-se criando uma narrativa que cruza os factos reais e biográficos de Amílcar Cabral, com factos biográficos do ator, e com alguns elementos fictícios, criados pelo autor. Assim sendo, é um texto que surge do 0, não se pode fiar na sua formatação para garantir a alocação de público, precisa de encontrar outras soluções que colmatem esta lacuna.

#### *- Candidaturas a financiamentos para o projeto*

Para poder produzir a peça “Geração Amílcar”, a Paralelo 20 recorreu ao apoio a “Projetos - Criação” da Direção-Geral das Artes, o que foi aceite e serve agora como principal financiamento do projeto.

Uma particularidade deste apoio, é que se exige como exclusivo, ou seja, as produções que o procurem este financiamento em específico, não podem usufruir de mais financiamentos para além deste. É necessário apresentar um orçamento total do projeto, que declare como receita único o valor alocado pela DGArtes. O que significa que uma produção precisa de apresentar um orçamento do valor total que irá utilizar para produzir o evento, não podendo depender de mais apoios financeiros. Esta particularidade não é extensível a todos os apoios da DGArtes, sendo que a maioria das vezes as companhias teatrais procuram também outros apoios como em autarquias locais ou apoios de empresas privadas.

Se não tivesse conseguido obter este apoio, a “Paralelo 20” teria de recorrer a outros meios de financiamento que permitissem alocar as verbas necessárias para produzir o espetáculo. A DGArtes possui mais do que só um tipo de apoio, por isso, poderia candidatar-se a outros apoios das mesmas, aos quais fosse elegível, mas poderia também procurar financiamento noutras entidades como a Fundação GDA, a Fundação Calouste Gulbenkian, Europa Criativa, câmaras municipais, ou mesmo até festivais de teatro que abrem este tipo de apoios.

### - *Scouting de localizações e datas de apresentação*

Inicialmente, este espetáculo tinha a sua estreia marcada para o teatro “A Barraca”, em Lisboa, e estaria previsto estrear muito mais cedo que se concretizou na verdade. Devido aos adiamentos causados pelas restrições da pandemia covid-19, o teatro “A Barraca” deixou de poder receber este projeto na sua casa, e foi necessário à produção da “Paralelo 20”, encontrar outros locais para a sua estreia.

Foi então alterada a estreia deste espetáculo para dia 11 de setembro de 2021, no Auditório UCCLA - União das Cidades Capitais de Língua Portuguesa – pelas 22 horas. Após essa apresentação, o projeto iria seguir em digressão, por locais como a B.O.T.A. - Base Organizada da Toca das Artes, nos Anjos – de 15 a 18 de setembro; o Centro Cultural do Município do Cartaxo a 22 de Janeiro de 2022; o Teatro da Rainha, em Caldas da Rainha, ainda com datas a definir e, mais tarde, o espetáculo fará depois uma digressão internacional pelos dois países da esfera próxima de influência de Cabral: Cabo Verde, na Cidade da Praia, no Palácio da Cultura Ildo Lobo; no Centro Cultural do Mindelo, no Mindelo; e Guiné-Bissau.

Infelizmente, devido mais uma vez a complicações diretamente relacionadas com a pandemia Covid-19, estas datas encontram-se adiadas com previsão de serem repostas antes do final do ano de 2021. É necessário procurar manter os locais que foram previamente agendados, não só porque facilita a logística como também para não distorcer ainda mais as informações comunicadas aos espetadores. Nem sempre é possível manter as mesmas localizações, depois de adiamentos, visto que os teatros tendem a ter as suas programações definidas, e podem não existir mais datas compatíveis.

É relativamente simples fazer *scouting* de localizações em Portugal, porque é fácil identificar aquelas que são as salas que mais se adaptam ao projeto, em termos de localização, capacidade e recursos. É necessário também que as próprias salas (e os programadores) estejam interessados em receber os projetos, mas sendo este um projeto subsidiado pela Direção Geral das Artes, não existe o risco de não haver capacidade financeira de colocar o projeto em cena. No entanto, pode não existir lucro para ajudar a companhia a produzir mais projetos no futuro.

Contudo, encontrar localizações fora da área de atuação da companhia é um desafio um pouco maior. Não conhecendo o mercado internacional de teatro, não é tarefa fácil descobrir e escolher quais as casas às quais proporemos acolherem o projeto. Era claro que a relevância do teor da peça poderia interessar nos países que fazem parte da história do protagonista do enredo



- Amílcar Cabral- e a vontade da direção artística da “Paralelo 20” era mesmo poder chegar com esta criação ao público desses países. Com a ajuda de contactos de pessoas ligadas ao Amílcar Cabral e outros contactos de pessoas envolvidas em teatro, nos PALOP, foram definidas duas casas para acolher o espetáculo, que gentilmente aceitaram a proposta e estarão prontas para receber a peça.

#### *- Produção de iniciativas/eventos de marketing*

Tendo em conta que um dos principais problemas que o teatro em Portugal enfrenta é a falta de público, as estratégias de marketing que cada organização teatral utiliza são extremamente relevantes para o *outcome* de cada projeto. Numa companhia que possua várias equipas de trabalho, cada uma em setores diferentes, facilmente poderá usufruir de uma equipa de marketing cujo único propósito seja criar e implementar estratégias de captação de públicos. Infelizmente, sendo a “Paralelo 20” uma companhia de pequena dimensão e bastante recente na sua criação, não existe uma equipa que possa focar-se exclusivamente na propagação de marketing de cada espetáculo. Assim sendo, cabe aos responsáveis pela produção do mesmo, que descubram e veiculem as estratégias de marketing possíveis.

O primeiro passo neste trabalho de marketing é contactar o coletivo de designers que trabalham com a equipa artística, de modo a discutir e planear um cartaz para a peça. Um cartaz é o mais comum meio de propagação de uma peça de teatro, sendo que é visto como uma capa de apresentação daquilo que será posto em cena. Por norma, um cartaz apresenta uma imagem alusiva ao conteúdo da peça; a ficha artística mais relevante como o nome dos intérpretes, a companhia que produz o projeto, e os logótipos dos apoios mais importantes; as informações mais pertinentes como local de apresentação e hora de exibição.

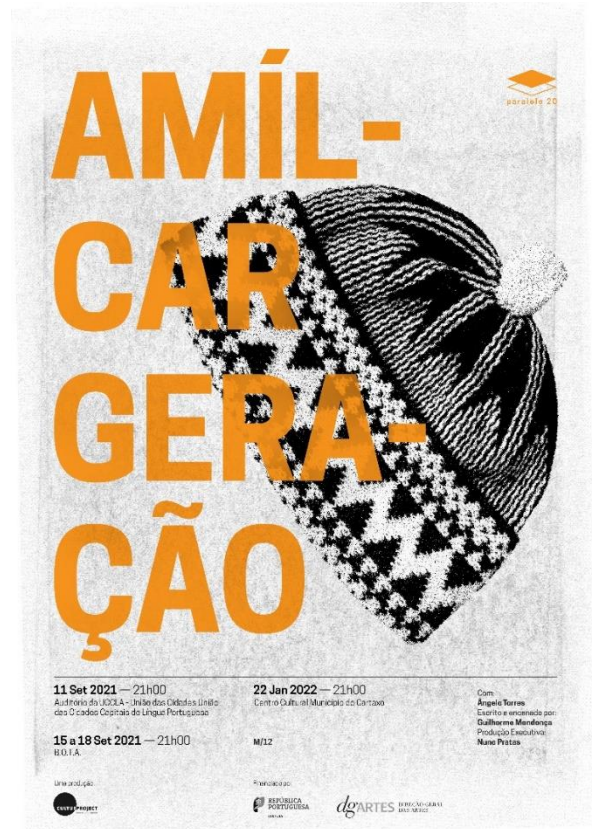


Fig. 3 Cartaz da peça “Geração Amílcar”

Neste cartaz estão as informações mais importantes para o espetador, as datas e locais por onde o espetáculo irá estar, os nomes do intérprete, encenador e produtor, e os apoios e financiamentos possíveis para a concretização do mesmo. Em termos de requisitos legais, são estes os parâmetros que um cartaz tem de cumprir, tendo também de incluir a faixa etária do espetáculo, mas numa visão de marketing estratégico, aquilo que mais interessa num cartaz é a mancha visual do mesmo. Aquilo que verdadeiramente chama à atenção do público num cartaz, é o seu design estético, é essa a primeira impressão que um espetador regista ao olhar para ele e é essa que tem de ser suficientemente forte para levar o espetador a querer procurar ler o resto das informações presentes no cartaz, e criar interesse pela peça.

Até então, a “Paralelo 20” tem vindo a tentar criar, lado a lado com o “Naif Studio”, uma linguagem estética corrente em todos os seus cartazes. Deixo, como exemplo, o cartaz da primeira criação “Uma Pássaro É mais do Que Sua Jaula”:



Fig.4 Cartaz da peça “Um Pássaro é mais do que a sua Jaula”

A linha estética dos dois cartazes é bastante similar, a ideia foi criar uma identidade estética que o espetador acabe por associar à marca “Paralelo 20”. Se os cartazes de todas as criações da “Paralelo 20” seguirem sempre a mesma linha, será possível criar uma ligação com o nosso público, que passa desde logo através do primeiro contacto que têm com a peça, através do seu cartaz.

No caso do cartaz da peça “Geração Amílcar”, o elemento gráfico que foi escolhido para ser destacado foi a *sumbia*, um tradicional gorro africano muitas vezes utilizado por Amílcar Cabral, e que será utilizado pelo ator Ângelo Torres, durante a peça. É importante a escolha de um elemento chamativo, mas relevante dentro do enredo da narrativa, para se tornar o destaque do cartaz. Muitos cartazes colocam fotografias dos intérpretes ou fotografias de cena da peça em si, onde mostram o cenário e os figurinos, esperando com isso atrair o seu público. A escolha da “Paralelo 20” foi seguir uma linha estética mais simplista e menos óbvia, por achar que é coerente com o seu restante modo de trabalho.

Antigamente a distribuição dos cartazes era uma tarefa muito baseada em cartazes físicos distribuídos por pontos estratégicos, locais de grande afluência, locais em redor das

salas de apresentação, locais com grande frequência do público-alvo, entre outros. Hoje em dia, com a gigantesca dominância das plataformas digitais no dia-a-dia de toda a gente, a propagação de um cartaz é muito mais facilitada e rápida. Não será substituto total, apenas partilhar o cartaz via online, no entanto, facilita de alguma forma o processo de comunicação, não só por chegar a mais pessoas e a sítios mais longe, como tem um custo de produção muito mais barato do que a afixação de cartazes nas ruas. Ainda assim, o projeto tem como público-alvo, o público em geral, e não podemos assumir que todo o público tenha acesso às plataformas digitais por onde o cartaz será partilhado, por isso, isso só não chega. Os pontos de distribuição dos cartazes físicos serão os mais óbvios, como as casas que irão acolher o projeto e os comércios e lojas locais à sua volta, universidades, escolas e locais de acesso a transportes públicos. Tudo isto dentro da zona de atuação da “Paralelo 20”, que inicialmente será Lisboa. No que toca às apresentações que irão sair da AML, nessas a estrutura dependerá muito mais da propagação online para chegar aos públicos dessas localidades.

#### *- Produção de conteúdos digitais relacionados com o projeto*

A principal plataforma digital da “Paralelo 20” é o seu site, onde está disponível todo o seu conteúdo de programas, eventos passados, galeria de fotos e vídeos e apresentação da equipa constituinte. Para a “Geração Amílcar” foi criado um setor próprio, dentro do site, que leva o utilizador a receber todo o tipo de informações relevantes sobre a peça, não só sobre a sua exibição, mas principalmente sobre a sua criação e possibilidade de venda do próprio espetáculo.

Foram feitas fotos promocionais ao espetáculo, com o ator Ângelo Torres, que se apresentam agora disponíveis no site. Servem, lado a lado com os cartazes, como forma de publicidade à peça, mas num registo um pouco diferente, visto que é um ensaio fotográfico, e não uma exposição daquilo que será o espetáculo em si.



Fig.5 Ensaio fotográfico com Ângelo Torres como Amílcar Cabral

É também possível encontrar no site da “Paralelo 20” os requisitos de produção de cada peça apresentada até hoje, para que a venda dos espetáculos seja dinamizada. Esta lista apresenta elementos relevantes como os requisitos necessários de luz, som, cenário e sala, e informações pertinentes como duração, necessidade de ensaios, e elenco.

## Requisitos de Produção

**Tipologia:** monólogo

**Elenco:** 1 actor entre os 35 e os 50 anos

**Duração:** 1 hora, aprox.

**Sala:** idealmente num espaço intimista

**Cenário:** minimalista e constituído por objectos existentes no espólio da maioria das companhias.

**Luzes:** desenho de luzes disponível a pedido

**Som:** exige uma saída de som gravado, em palco

**Ensaios:** reposições com o actor Ângelo Torres: 2 semanas de ensaio + 2 ensaios gerais

Fig. 6 Requisitos de produção “Geração Amílcar”

### *- O registo da peça em formato videográfico e em livro*

O registo videográfico dos espetáculos é bastante relevante para mais tarde poder ser utilizado como forma de divulgação dos mesmos. A “Arquipélago Filmes” será responsável pela captação e pós-produção videográfica do espetáculo. Esse registo poderá ainda ser utilizado como ferramenta para criar teasers ou trailers da peça, que podem ser utilizados como forma de propaganda ou para criar dossiês de apresentações do projeto a terceiras partes interessadas. Para além disso, a peça será também publicada enquanto livro, ou seja, o texto dramático será editado e publicado ao abrigo da editora “Edições Colibri”. Anteriormente, em projetos como, por exemplo, “Um Pássaro É Mais do que a sua Jaula”, o texto foi também editado e publicado, algo que serve não só como registo futuro da peça, como também é uma forma de divulgar a peça em si, por outro meio que não o de colocação em cena. A existência de um livro possibilita à peça chegar a outros públicos que podem ser captados para o teatro.

### *- O processo de ensaios*

A pandemia mundial de Covid-19 veio obrigar a novos hábitos em todos os setores de trabalho, por todo o mundo. No caso do teatro, para além de ter cancelado e adiado inúmeras apresentações, a crise pandémica dificultou as logísticas de ensaios presenciais. Nesse sentido, alguns dos ensaios tiveram de ser efetuados através de plataformas online, o que apesar de ser melhor que interromper por completo o processo de ensaios, é sempre um desafio para qualquer ator. Ainda assim, o processo de ensaios mais intensivo decorreu durante uma altura onde as restrições relacionadas com a pandemia, não estariam tão apertadas como outrora, e foi possível realizar ensaios presenciais. Um dos pontos positivos desta peça é ser um monólogo, por isso, conta apenas com um ator, o que faz com que os ensaios possam estar limitados à presença desse mesmo ator e do encenador. Essa limitação é benéfica no sentido em que é possível para o encenador e para o ator criarem uma ligação de proximidade que com elencos grandes não seria concebível. Sendo que esta peça é altamente simplista naquilo que toca aos desenhos de luz e som, e baseia-se muito na interpretação do ator daquilo que é o texto dramático, foi também possível que muito daquilo que foram os ensaios fosse um trabalho individual do ator Ângelo Torres, que nem sempre necessitou de grandes recursos para o fazer.

### *- Montagens técnicas*

As montagens técnicas de um espetáculo desta dimensão são efetuadas muito em cima daquilo que é a data dos espetáculos, isto porque, não tendo a “Paralelo 20” uma casa de espetáculos que a abrigue, apresentará sempre os seus projetos em localizações que aceitem receber as apresentações durante determinado tempo. O que significa que, existindo outros projetos a funcionar dentro desses espaços, não é possível uma só companhia albergar o espaço durante largos períodos de tempo. Assim sendo, a “Paralelo 20” pode chegar a montagens no espaço apenas uns dias antes da sua estreia, no dia anterior à estreia pode fazer as suas montagens de cenário, e o ensaio técnico necessário. Por último, faz-se um ensaio geral com todos os elementos a funcionarem ao mesmo tempo, luzes, som, cenografia, interpretação.

Visto que este projeto tem um plano técnico bastante simples é fácil adaptá-lo a qualquer sala. Isso facilita bastante o trabalho dos técnicos que vão operar o espetáculo, sendo que em cada localização que acolhe o projeto, são pessoas diferentes a ocupar essa função.

### *- Logística de equipas participantes no projeto*

O projeto “Geração Amílcar” é um projeto relativamente pequeno e, assim sendo, as equipas que o constituem também. Nesta peça temos um ator - Ângelo Torres -; o encenador - Guilherme Mendonça; o produtor - Nuno Pratas; os designers - Naif Studio; e a assistência à direção artística - Matilde Anjos.

Os designers e o produtor, foram partes importantes para a pré-produção do espetáculo, mas durante a sua realização, os intervenientes mais importantes são o ator e o encenador. O trabalho entre os dois é muito próximo e pessoal, e no final, será o que leva ao sucesso ou insucesso da peça em si. Ambos trabalharam em dupla muito intensamente, nas semanas anteriores à estreia da peça.

Aquando das apresentações da peça é necessário trabalhar com as equipas que nos recebem nos seus espaços, principalmente, as equipas técnicas. A “Paralelo 20” não possui técnicos residentes, visto que não possui um espaço fixo, e por isso, trabalha com os técnicos das casas que acolhem os projetos. Assim sendo, é necessário ao chegar a um espaço de trabalho, comunicar com os técnicos presentes e apresentar-lhes os desenhos de luz e de som do espetáculo. Dependendo do *raider* técnico de cada sala, o espetáculo é adaptado e posteriormente ensaiado com os técnicos, de modo que o espetáculo fique operacional. Felizmente esta é uma etapa de trabalho facilitada à “Geração Amílcar” por ter já sido criada a pensar na necessidade de agilidade nesta parte do processo teatral.

Todas as equipas esperam agora ansiosamente a oportunidade de dar início à fase de produção, com as montagens e acertos finais das apresentações, e mais tarde concluir o projeto com a sua pós-produção.



## Conclusão

Chegando ao final da minha experiência enquanto observadora participante ativa dentro de uma companhia teatral, posso refletir sobre as funções exercidas e as competências adquiridas, no contexto deste trabalho.

A observação das ações dentro da “Paralelo 20”, e das equipas que a constituem, foi benéfica no sentido em que me possibilitou testemunhar a prática dos conceitos adquiridos academicamente, durante o decorrer do Mestrado em Estudos e Gestão da Cultura, do Iscte-IUL. Tendo este Mestrado quatro especializações diferentes, o meu propósito foi, desde o início, concentrar-me na especialização em Gestão Cultural, com o objetivo de atuar enquanto gestora ou produtora cultural, especificamente nas entidades teatrais.

Este projeto abriu-me as portas para esse percurso profissional, colocando-me numa posição em que me foi possível acompanhar e documentar os processos de produção de um espetáculo teatral. Permitiu-me, ainda, mais tarde, ter a possibilidade de intervenção e participação diretas nas atividades desta estrutura. Essa chance de introduzir as minhas opiniões pessoais sobre os conteúdos, que foram sendo produzidos, permitiu-me criar e desenvolver um sentido de análise crítica e artística, e, ainda, a conquista de competências profissionais que certamente serão úteis no futuro.

Testemunhar ao vivo os obstáculos que as companhias de teatro em Portugal têm de enfrentar e ver as soluções que uma entidade e as suas equipas conseguem encontrar, trabalhando em conjunto, de modo a alcançarem os seus objetivos, foi muito benéfico enquanto profissional de teatro. No caso da “Paralelo 20”, os objetivos principais passaram por garantir o trabalho e a manutenção da entidade e, ainda, pela produção do espetáculo “Geração Amílcar”. Este espetáculo, infelizmente, ainda não foi apresentado ao público, tendo sido as datas de apresentação adiadas para após o término deste projeto.

Ainda assim, foi possível participar em todas as atividades de pré-produção do espetáculo: da pesquisa histórica, à criação de texto dramático, alocação de financiamentos, criação de conteúdos digitais, elaboração de planos de marketing, conceção de materiais de divulgação, pesquisa de locais de apresentação, comunicação com terceiros e acompanhamento de ensaios.

Em suma, este projeto proporcionou uma visão mais crítica e abrangente do mercado de trabalho teatral, e criou competências individuais importantes dentro das áreas integrantes do Mestrado, finalizando assim o percurso acadêmico.

## Referências bibliográficas

- Augusto, F. (2017). "A Cornucópia acabou" e foi dado destino a todas as coisas. Obtido de Público: <https://www.publico.pt/2017/11/27/culturaipsilon/noticia/-a-cornucopia-acabou-e-foi-dado-destino-a-todas-as-coisas-1794106>.
- Becker, H. (1982). *Art Worlds*. London: University of California Press, Ltd.
- Bonet, L., & Schargorodsky, H. (2018). *Theater Management: models and strategies for cultural venues*. Kunnskapsverket.
- Borges, V. (2007). *O mundo do teatro em Portugal: Profissão de actor, organizações e mercado de trabalho*. Lisboa: Instituto de Ciências.
- Borges, V., & Caeiro, C. (2020). "O Teatro Aberto em Lisboa: Notas de pesquisa sobre uma experiência de encontro cultural". *Forum Sociológico*, 37: 27-37.
- Bryman, A. (2021). *Social Research Methods* (4th Edition ed.). Oxford University Press.
- Coelho, R. P. (2017). *Teatro Português Contemporâneo Experimentalismo, Política e Utopia*. Lisboa: TNDM II & Bicho do Mato.
- DGArtes. (2017). *DGArtes em números. Relatório Estatístico*. Obtido de [https://www.dgartes.gov.pt/sites/default/files/dgartesemnumeros\\_relatorioestatistico2017.pdf](https://www.dgartes.gov.pt/sites/default/files/dgartesemnumeros_relatorioestatistico2017.pdf).
- DGArtes. (s.d.). *Apoio às artes*. Obtido de DGArtes: [https://www.dgartes.gov.pt/pt/atividades/apoio\\_as\\_artes](https://www.dgartes.gov.pt/pt/atividades/apoio_as_artes).
- Hesmondhalgh, D. (2019). *The Cultural Industries* (4th Edition ed.). London: Sage.
- Lapassade, G. (2001). "L'observation participante". *Revista Europeia de Etnografia de Educação*, 1: 9-26.
- Leão, T. (org., 2020). "Em Suspenso. Reflexões Sobre o Trabalho Artístico, Cultural e Criativo na Era Covid-19". *Cadernos da Pandemia*, vol. 5. Porto: FL-UP.
- McCarthy, J. (1960). *Basic Marketing. A managerial approach*. Illinois: University of Notre Dame.
- Neves, J. S., Gomes, R. T., Lima, M. J., & Azevedo, J. (2021). *Inquérito aos Profissionais das Artes e da Cultura: Report#4 Representações sobre o trabalho independente nas*

*artes e na cultura*. Observatório Português das Atividades Culturais, CIES-Iscte.  
Lisboa: CIES-Iscte.

Orçamento do Estado para 2021. (2020). Obtido de Direção Geral do Orçamento:

<https://www.dgo.gov.pt/politicaorcamental/Paginas/OEpagina.aspx?Ano=2021&TipoOE=Or%20a7amento%20Estado%20Aprovado&TipoDocumentos=Lei%20M%20Relat%20b3rio>.

Paralelo 20. (2021). *Geração Amílcar*. Obtido de Paralelo 20:

<https://www.paralelo20teatro.com/>.

Quivy, R., & Campenhoudt, L. V. (1992). *Manual de Investigação em Ciências Sociais*.

Lisboa: Gradiva.