

UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO
ESCOLA DE COMUNICAÇÃO E ARTES
DEPARTAMENTO DE RELAÇÕES PÚBLICAS, PUBLICIDADE E PROPAGANDA E
TURISMO

THAIS DOS SANTOS GONÇALVES

PARTICIPAR E PERTENCER: UMA PERCEPÇÃO DA COMUNICAÇÃO SOBRE
ACESSIBILIDADE E SENSO DE PERTENCIMENTO NOS ESPAÇOS CULTURAIS

SÃO PAULO

2021

THAIS DOS SANTOS GONÇALVES

**PARTICIPAR E PERTENCER: UMA PERCEPÇÃO DA COMUNICAÇÃO SOBRE
ACESSIBILIDADE E SENSO DE PERTENCIMENTO NOS ESPAÇOS CULTURAIS**

Versão corrigida

Trabalho de conclusão de curso apresentado ao Departamento de Relações Públicas, Propaganda e Turismo da Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo (ECA-USP) para obtenção do título de bacharel em Comunicação Social com habilitação em Relações Públicas.

Orientadora: Prof^a. Dr^a. Simone Alves de Carvalho

SÃO PAULO

2021

Autorizo a reprodução e divulgação total ou parcial deste trabalho, por qualquer meio convencional ou eletrônico, para fins de estudo e pesquisa, desde que citada a fonte.

Catalogação na Publicação
Serviço de Biblioteca e Documentação
Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo
Dados inseridos pelo(a) autor(a)

Gonçalves, Thais dos Santos
PARTICIPAR E PERTENCER: UMA PERCEPÇÃO DA COMUNICAÇÃO SOBRE
ACESSIBILIDADE E SENSO DE PERTENCIMENTO NOS ESPAÇOS
CULTURAIS. / Thais dos Santos Gonçalves; orientadora, Simone
Alves de Carvalho. - São Paulo, 2021.
125 p.: il.

Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação) - Trabalho de
conclusão de curso em/ Escola de Comunicações e Artes /
Universidade de São Paulo.
Bibliografia
Versão corrigida

1. Comunicação. 2. Espaços culturais. 3. Acessibilidade. 4.
Senso de pertencimento. I. Alves de Carvalho, Simone. II.
Título.

CDD 21.ed. -

659.2

GONÇALVES, Thais dos Santos. **Participar e pertencer:** uma percepção da comunicação sobre acessibilidade e senso de pertencimento nos espaços culturais. 2021. 125 f. Monografia (Bacharelado em Comunicação Social com habilitação em Relações Públicas) - Escola de Comunicações e Artes, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2021.

Aprovada em: 27/07/2021

Banca:

Nome: Profª Dr.ª Simone Alves de Carvalho

Instituição: Universidade de São Paulo

Nome: Profª Me.ª Cláudia Vendramini Reis

Instituição: Fundação Armando Álvares Penteado

Nome: Dr.ª Viviane Panelli Sarraf

Instituição: Fundação Armando Álvares Penteado

AGRADECIMENTOS

Agradeço muito a Deus pela força, coragem e, principalmente, por iluminar cada etapa do meu caminho.

Aos meus pais, Maria e Geraldo, serei eternamente grata pelas inúmeras oportunidades e privilégios que me proporcionaram, sobretudo, pelo imenso amor que partilhamos diariamente. A incansável força de vocês me inspira e me faz acreditar em um mundo melhor. Vocês e minha irmã, Cinthia, são a minha segurança e a certeza que sempre terei um lugar para me sentir amada.

À toda minha família agradeço da forma mais genuína, por serem apoio e incentivo em todos os momentos, por se preocuparem com a minha caminhada e serem a base de quem eu sou.

Aos meus amigos, que são meu maior presente da vida, sou grata pelo amor que nos une. Gabriela Fireman, Giovanna Lotto, Leone Perzoli e Heitor Pires vocês são um porto seguro, sabemos que sempre estaremos nos apoiando e crescendo juntos. Às minhas amigas e canas - Catarina Moreto, Beatriz Barrocal, Victoria Návia e Bárbara Molina - vocês são a melhor parte que vou levar da universidade, fui muito feliz em compartilhar essa jornada com vocês e por todo o amor que também sempre nos cercou.

Um agradecimento especial aos profissionais que trabalham com cultura e aceitaram me ajudar com o desenvolvimento desta análise, sem vocês esta realização não seria possível. À Mariana Garcia, uma profissional incrível, que me atendeu da melhor forma possível, compartilhou um grande conhecimento e me fez sentir acolhida durante toda a entrevista e processos com a Sala São Paulo. Agradeço muito ao Edson Benício por realizar, com o maior amor, a melhor observação direta que eu poderia ter feito na Sala São Paulo. Também agradeço ao Kiko Azevedo por conceder uma excelente entrevista sobre o Teatro Sérgio Cardoso e compartilhar seus conhecimentos sobre as iniciativas culturais de uma política pública. Ao Marlon Bonifácio também sou grata por disponibilizar tempo durante seu trabalho para apresentar o Teatro.

À Simone Carvalho, minha orientadora, sou imensamente grata por aceitar fazer uma tutoria deste projeto. Seus apontamentos e olhar crítico foram essenciais. Em todos os momentos de ansiedade, você proporcionou leveza e consolo. Não tenho como expressar o quanto sou grata por acompanhar de perto cada página escrita.

À Universidade de São Paulo e à Escola de Comunicação e Artes sou grata e realizada pelo infinito privilégio de ter vivenciado este lugar e pessoas. Fazer parte deste espaço, de resistência e luta, é um sonho realizado do qual sempre recordarei com muito amor e saudades.

Por fim, sou grata a todos que contribuíram com minha formação, me ensinaram e criaram oportunidades para o meu desenvolvimento pessoal e profissional.

RESUMO

GONÇALVES, Thais dos Santos. **Participar e pertencer:** uma percepção da comunicação sobre acessibilidade e senso de pertencimento nos espaços culturais. 2021. 125 f. Monografia (Bacharelado em Comunicação Social com habilitação em Relações Públicas) - Escola de Comunicações e Artes, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2021.

Os espaços culturais são fundamentais para afirmar que a população tenha garantido o acesso à cultura e devem proporcionar o senso de pertencimento e a acessibilidade cultural, observando a inclusão das particularidades dos indivíduos. Este trabalho objetiva analisar quais as estratégias de comunicação para a inclusão de pessoas com deficiência e a geração de senso de pertença, por isso, esta observação será aplicada na Sala São Paulo e no Teatro Sérgio Cardoso, espaços culturais de diferentes dimensões de São Paulo. Esta análise permite compreender que mesmo no Estado com a maior quantidade de espaços culturais, a acessibilidade cultural ainda não é abrangida em sua totalidade, mas demonstra que os espaços se empenham para esta melhoria.

Palavras-chave: Comunicação. Espaços culturais. Acessibilidade. Senso de pertencimento.

ABSTRACT

GONÇALVES, Thais dos Santos. **Participate and belong:** a perception of communication about accessibility and a sense of belonging in cultural spaces. 2021. 125 f. Monografia (Bacharelado em Comunicação Social com habilitação em Relações Públicas) - Escola de Comunicações e Artes, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2021.

Cultural spaces are fundamental to affirm that the population has guaranteed access to culture and must provide a sense of belonging and cultural accessibility, observing the inclusion of individuals' particularities. This work aims to analyze the communication strategies for the inclusion of people with disabilities and the generation of a sense of belonging, therefore, this observation will be applied in Sala São Paulo and Teatro Sérgio Cardoso, cultural spaces of different dimensions in São Paulo. This analysis allows to understand that even in the State with the largest amount of cultural spaces, cultural accessibility is not yet covered in its entirety, but it demonstrates that the spaces strive for this improvement.

Keywords: Communication. Cultural spaces. Accessibility. Sense of belonging.

LISTA DE FIGURAS

| | |
|--|----|
| Figura 1 - Situação da Meta 29 do PNC, atualizada em 2019..... | 29 |
| Figura 2 - Sala São Paulo..... | 53 |
| Figura 3 - Fachada da Sala São Paulo..... | 54 |
| Figura 4 - Sala Nydia Licia..... | 56 |
| Figura 5 - Sala Paschoal Carlos Magno..... | 56 |
| Figura 6 - Impressora braille do Teatro Sérgio Cardoso..... | 71 |
| Figura 7 - Rampa do estacionamento para a Sala São Paulo..... | 72 |
| Figura 8 - Vaga para pessoas com deficiência em frente à entrada do Teatro Sérgio Cardoso..... | 72 |
| Figura 9 - Rampa de acesso para a calçada do Teatro Sérgio Cardoso..... | 73 |
| Figura 10 - Guichê para pagamento do estacionamento da Sala São Paulo..... | 73 |
| Figura 11 - Placa de identificação do guichê para pagamento do estacionamento da Sala São Paulo..... | 74 |
| Figura 12 - Rota acessível do estacionamento para a Sala São Paulo..... | 74 |
| Figura 13 - Rota acessível..... | 75 |
| Figura 14 - Porta de entrada do fim da rota acessível..... | 75 |
| Figura 15 - Entrada do teatro Sérgio Cardoso..... | 76 |
| Figura 16 - Corredor da entrada principal da Sala São Paulo..... | 76 |
| Figura 17 - <i>Deck</i> do corredor de entrada da Sala São Paulo..... | 77 |
| Figura 18 - Exemplo de catraca presente na Sala São Paulo para cadeirantes..... | 77 |
| Figura 19 - Bilheteria do Teatro Sérgio Cardoso..... | 78 |
| Figura 20 - Salão dos Arcos da Sala São Paulo..... | 79 |
| Figura 21 - Piso tátil de alerta na entrada do elevador da Sala São Paulo..... | 79 |
| Figura 22 - <i>Hall</i> do térreo do Teatro Sérgio Cardoso..... | 80 |

| | |
|--|----|
| Figura 23 - <i>Hall</i> do primeiro andar do Teatro Sérgio Cardoso..... | 80 |
| Figura 24 - Elevadores do <i>hall</i> do primeiro andar do Teatro Sérgio Cardoso..... | 80 |
| Figura 25 - Escadas do primeiro andar do Teatro Sérgio Cardoso..... | 81 |
| Figura 26 - Elevador de uso preferencial do Teatro Sérgio Cardoso..... | 81 |
| Figura 27 - Banheiro unissex para pessoas com deficiência da Sala São Paulo..... | 82 |
| Figura 28 - Banheiro adaptável da Sala São Paulo..... | 82 |
| Figura 29 - Banheiro unissex para pessoas com deficiência do Teatro Sérgio Cardoso..... | 83 |
| Figura 30 - Banheiro coletivo do Teatro Sérgio Cardoso..... | 83 |
| Figura 31 - Reserva de lugares para cadeirantes da Sala São Paulo..... | 84 |
| Figura 32 - Sinalização na porta da sala de concerto para cadeirantes..... | 84 |
| Figura 33 - Assentos para pessoas obesas na Sala São Paulo..... | 85 |
| Figura 34 - Reserva de lugares para cadeirantes no Teatro Sérgio Cardoso..... | 85 |
| Figura 35 - Assentos para pessoas obesas no Teatro Sérgio Cardoso..... | 86 |
| Figura 36 – Exemplo de comunicação na Sala São Paulo..... | 86 |
| Figura 37 – Exemplo de comunicação informativa do Teatro Sérgio Cardoso..... | 87 |

LISTA DE QUADROS

| | |
|--|----|
| Quadro 1 - Roteiro pré definido para a entrevista..... | 58 |
|--|----|

SUMÁRIO

| | | |
|----------|--|-----------|
| 1 | INTRODUÇÃO | 13 |
| 2 | ESPAÇOS CULTURAIS PARA TODOS | 15 |
| 2.1 | O QUE É CULTURA? | 15 |
| 2.2 | CULTURA POPULAR X CULTURA ERUDITA | 16 |
| 2.3 | ESPAÇOS CULTURAIS | 18 |
| 2.4 | ACESSIBILIDADE | 19 |
| 2.5 | TEATRO | 22 |
| 2.6 | SALAS DE CONCERTO | 24 |
| 2.7 | POLÍTICAS PÚBLICAS | 25 |
| 2.7.1 | Políticas Públicas em São Paulo | 30 |
| 3 | COMUNICAÇÃO E CULTURA | 33 |
| 3.1 | COMUNICAÇÃO PÚBLICA NO VIÉS INSTITUCIONAL | 33 |
| 3.2 | SENDO DE PERTENCIMENTO | 35 |
| 3.3 | COMUNICAÇÃO ACESSÍVEL | 38 |
| 3.3.1 | Comunicação Sensorial | 45 |
| 3.4 | <i>DESIGN</i> UNIVERSAL | 46 |
| 4 | ESTUDO DE CASO: COMUNICAR PARA PARTICIPAR E PERTENCER | 50 |
| 4.1 | OBJETIVO GERAL | 50 |
| 4.2 | OBJETIVOS ESPECÍFICOS | 50 |
| 4.3 | AMOSTRA | 51 |
| 4.3.1 | Sala São Paulo | 51 |
| 4.3.2 | Teatro Sérgio Cardoso | 55 |
| 4.4 | METODOLOGIA | 57 |
| 4.5 | INSTRUMENTO | 58 |
| 4.6 | DADOS OBTIDOS | 59 |
| 4.7 | ANÁLISE | 60 |
| 4.7.1 | Dados dos entrevistados | 60 |
| 4.7.2 | Comunicação: estrutura das áreas e atuações | 61 |
| 4.7.3 | Projetos para democratização | 64 |
| 4.7.4 | Relacionamento dos Espaços Culturais com os públicos | 67 |
| 4.7.5 | Âmbitos da acessibilidade | 69 |

| | | |
|-----|---|-----|
| 4.8 | AÇÕES PARA GERAR O SENSO DE PERTENCIMENTO NA SALA SÃO PAULO E TEATRO SÉRGIO CARDOSO | 88 |
| 5 | CONSIDERAÇÕES FINAIS | 90 |
| | REFERÊNCIAS | 92 |
| | APÊNDICE A - FOTOS FEITAS PELA AUTORA NA SALA SÃO PAULO | 99 |
| | APÊNDICE B - FOTOS FEITAS PELA AUTORA NO TEATRO SÉRGIO CARDOSO | 101 |
| | APÊNDICE C - TRANSCRIÇÃO DA ENTREVISTA COM A SALA SÃO PAULO | 102 |
| | APÊNDICE D - TRANSCRIÇÃO DA ENTREVISTA COM O TEATRO SÉRGIO CARDOSO | 111 |

1 INTRODUÇÃO

A comunicação e a cultura, em sua essência, são fatores intrínsecos à condição humana, posto que se apresentam na forma como os indivíduos se relacionam e constroem seu entendimento. Assim, analisar o desenvolvimento de cada indivíduo e a sua construção de experiências, torna-se primordial e, sobretudo, um direito para que cada cidadão tenha o acesso à cultura.

Alinhado a este direito, garantido constitucionalmente, os espaços culturais devem desempenhar um papel importante de promoção à cultura, objetivando que todos possam ter acesso aos espaços e que todas as formas de cultura sejam valorizadas. A comunicação, além de ser inerente às características humanas, deve ser desenvolvida nos espaços culturais de forma a criar um senso de pertencimento, uma vez que se sentir pertencente a um grupo também é um direito.

Alicerçado nestes pilares, este estudo se pautou em entender quais são as estratégias comunicacionais que os espaços culturais desenvolvem para gerar democratização, considerando que todas as particularidades dos indivíduos sejam incluídas, e senso de pertencimento. Assim, para esta observação, serão exploradas quais as iniciativas que de fato abrangem todos, com ênfase nas pessoas com deficiência.

Assim, para este estudo foi necessário realizar um recorte na cidade de São Paulo, tendo em vista que pertence ao estado com o maior número de espaços culturais. Dessa forma, aliando as possibilidades de escolha com a disponibilidade dos espaços culturais para realizar um aprofundamento, serão analisados a Sala São Paulo e o Teatro Sérgio Cardoso, viabilizando a comparação de espaços de diferentes dimensões.

No primeiro capítulo “Espaços culturais para todos”, o objetivo é construir uma base teórica sobre os espaços culturais. Assim, é necessário compreender o entendimento e definição da cultura, observando a dicotomia entre cultura popular e erudita, espaços culturais, acessibilidade e quais são as políticas públicas em execução.

O segundo capítulo, “Comunicação e Cultura” abordará novamente uma base teórica para a definição e compreensão da comunicação pública no viés institucional, visto que os espaços culturais objetivam a construção da sua imagem; o senso de pertencimento, e que para ele ocorra e considere todas as particularidades, serão

examinados quais as possibilidades e recursos para a criação de uma comunicação acessível, sendo até mesmo sensorial, que os espaços culturais podem usufruir. E para que o discurso esteja alinhado com a prática, serão observados os princípios do *Design Universal*.

Por fim, o terceiro e último capítulo “Estudo de caso: comunicar para participar e pertencer” se apoiará na construção teórica para analisar os objetos de estudo escolhidos, com base no entendimento das estratégias de comunicação e sua execução, a experiência do público e os aspectos arquitetônicos de cada espaço. Deste modo, será possível estabelecer uma comparação e ter uma amostra da percepção comunicacional de cada espaço, considerando as iniciativas promovidas.

2 ESPAÇOS CULTURAIS PARA TODOS

2.1 O QUE É CULTURA?

Ao buscar uma definição para cultura, entende-se que a sua existência é intrínseca à existência humana, acompanhando seu desenvolvimento e evolução. A etimologia da palavra aponta que sua derivação, do latim *colere*, está associada ao ato de cultivar e, posteriormente, foi relacionada ao cultivo dos valores morais, se interligando a visão abrangente da antropologia. Assim Isaura Botelho (2001), PhD com especialidade em Políticas Culturais, compreende que

na dimensão antropológica, a cultura se produz através da interação social dos indivíduos, que elaboram seus modos de pensar e sentir, constroem seus valores, manejam suas identidades e diferenças e estabelecem suas rotinas. (BOTELHO, 2001, p. 74).

No viés comunicacional, o conceito de cultura e sua interdisciplinaridade representaram a base para a corrente de pensamento dos Estudos Culturais britânicos, que compreende aprofundamentos na relação entre cultura e sociedade, do ponto de vista político e teórico. Segundo Ana Carolina Escosteguy (2001), doutora em Ciências da Comunicação, os Estudos Culturais surgem após o contexto de pós-guerra da Inglaterra por meio do *Centre for Contemporary Cultural Studies* (CCCS), interligado à Universidade de *Birmingham*, no *English Department* da Universidade. Os Estudos tiveram protagonistas teóricos, influenciados pela teoria marxista, como Raymond Williams, Richard Hoggart, E. P. Thompson e, adiante, o teórico Stuart Hall.

Escosteguy (2001) aponta em seu artigo, a partir do pensamento marxista, a importância do CCCS para ampliação do conceito de cultura, uma vez que discorre sobre a legitimação da cultura popular, enxergando-a sobre as consequências das relações políticas, econômicas e sociais. Em suma, Escosteguy (2001) resume a estrutura de pensamento dos Estudos Culturais como

a identificação explícita das culturas vividas como um projeto distinto de estudo, o reconhecimento da autonomia e complexidade das formas simbólicas em si mesmas; a crença de que as classes populares possuíam suas próprias formas culturais, dignas de nome, recusando todas as denúncias, por parte da chamada alta cultura, do barbarismo das camadas sociais mais baixas; e a insistência em que o estudo da cultura não poderia ser confinado a uma disciplina única, mas era necessariamente inter, ou mesmo anti, disciplinar. (SCHWARZ, 1994 apud ESCOSTEGUY, 2001, p. 5).

O pensador britânico Raymond Williams (1969) definiu, durante seus estudos, o histórico e a conceituação da cultura, se posicionando a favor do acesso

democrático, enfatizando que todos devem ser incluídos, uma vez que a cultura é produzida socialmente. Assim, pressupõe um ideal de cultura comum, ou seja,

Uma cultura comum sempre pressupõe a igualdade do ser, mas não pode opor restrições absolutas ao acesso a qualquer das suas atividades: este é o sentido real do princípio de igualdade de oportunidades. (WILLIAMS, 1969 apud TAVARES, 2008, p. 20).

Stuart Hall (2016), importante teórico dos Estudos Culturais, apresenta definições para a cultura que a relaciona ao “compartilhamento de significados”, processados entre os grupos sociais, que ganham sentido a partir da interpretação e significados agregados, sendo diversos. O estudo também aponta que a cultura é constituída e compreendida por “sentimentos, a emoções, a um senso de pertencimentos, bem como a conceitos e ideias” (HALL, 2016, p. 20).

Por meio do pressuposto de “compartilhamento de significados”, Hall (2016) aponta que os grupos sociais colocam significado nos acontecimentos, sendo responsáveis por ditar e organizar as práticas sociais, ou seja, para que possam permear a sociedade os valores necessitam de interpretação. Assim, para que essa interpretação ocorra de forma efetiva, “os participantes também devem ser capazes de utilizar o mesmo código linguístico - eles devem, em um sentido amplo, ‘falar a mesma língua’” (HALL, 2016, p. 23). O estudo evidencia que o código linguístico não está exclusivamente ligado à linguagem, apontando a existência de outros meios, significados, de representação para o que se deseja transmitir.

Assim, Hall (2016) compreende que a cultura aliada à linguagem possa ser percebida também como uma ponte entre o desenvolvimento e o compartilhamento de significados sociais, reforçando a importância de que a cultura não é uma prática involuntária, mas é constituída pelo conjunto de valores e significados presentes nas práticas sociais.

Dessa forma, as contribuições teóricas dos Estudos Culturais demonstram que para analisar a cultura é necessário investigar o contexto no qual está inserida, as questões comunicacionais, antropológicas, sociais, filosóficas, políticas e, principalmente, compreender que o tema está em constante transformação.

2.2 CULTURA POPULAR X CULTURA ERUDITA

A dicotomia entre a cultura popular e a cultura erudita é um conflito antigo que persiste em pauta nas críticas atuais, sobretudo, nas análises sociais do acesso à cultura e aos espaços culturais.

A doutora em sociologia Rita Ribeiro (2019) estabelece que a cultura popular deve ser compreendida como “um lugar de conexão e disputa entre a produção cultural massificada para o povo e a ideia de cultura tradicional e autêntica do povo.” (RIBEIRO, 2019, p. 109). Entretanto, por vezes ainda assume uma conotação pejorativa, segundo a socióloga Marina Jorge (2006), de “baixo nível intelectual e artístico e a atraso.” (JORGE, 2006, p. 175).

O entendimento de cultura erudita para Ribeiro (2019) pode ser atingido por meio das explicações do sociólogo francês Pierre Bourdieu (1985), que entende que a cultura também é utilizada como instrumento simbólico para o poder social, reforçando a segregação. Então, o sociólogo aponta que a cultura é ainda “o meio de expressão por excelência da busca da diferença pela diferença” (BOURDIEU, 1985 apud RIBEIRO, 2019, p. 109).

Na análise dos Estudos Culturais, essa dualidade é abordada e registrada por Hall (1981), uma vez que seus apontamentos enfatizam que os significados atribuídos às práticas sociais formam a cultura, assim a cultura popular pode ser interpretada pelas relações de poder, mas não é apenas um espaço de dominação, é lugar de resistência e luta social.

Raymond Williams (1969), a partir do conceito de cultura comum, tem uma posição arbitrária ao analisar a dualidade da cultura, pois identifica que não há um valor destinado para cada classe, conseqüentemente, não existe cultura superior ou inferior. Segundo Williams (1969), a cultura popular

Não é a arte proletária, nem um particular uso da língua, nem conselhos deliberativos; é, em vez disso, a básica ideia coletiva, e as instituições, costumes, hábitos de pensamento e intenções que dela procedem. Cultura burguesa, por sua vez, é a básica ideia individualista e as instituições, costumes, hábitos de pensamento e intenções que daí procedem. Em nossa cultura, como um todo, há ao mesmo tempo uma interação constante entre esses sistemas de vida e uma área que pode ser adequadamente descrita como comum ou como pressuposta a ambos. (WILLIAMS, 1969 apud TAVARES, 2008, p. 22).

Assim, reforça que dentro do sistema de cultura comum, a cultura erudita e popular se partilham e a sua construção é conjunta, implicando a democratização do acesso.

No entanto, ainda hoje, a visão de uma cultura comum não é habitualmente exercida e conforme a conceituação de Bourdieu (1985) a dualidade que representa

o poder social persiste, criando falta de identificação e reconhecimento dos grupos sociais na considerada cultura erudita.

2.3 ESPAÇOS CULTURAIS

Segundo Viviane Sarraf (2013), doutora em comunicação e fundadora do projeto “Museus acessíveis”, ao abordar o tema em seu doutorado, os espaços culturais objetivam “proporcionar pertencimento cultural e promover acesso à cultura, seja ela erudita ou popular” (SARRAF, 2013, p. 11), e podem ser constituídos em diferentes espaços físicos, de ordem pública ou privada.

A partir deste ponto, Sarraf (2013) também define que os “espaços de cultura apresentam um arcabouço diversificado de funções, sendo ao mesmo tempo canais de circulação, de fruição, de lazer e de produção de conteúdos pelo mundo das artes, da cultura e da ciência” (REIS; MARCO, 2011 apud SARRAF, 2013, p. 11), pode-se considerar que diferentes modalidades de espaços estão englobados nesta categoria.

O Governo Federal, por meio do Plano Nacional de Cultura (PNC), desenvolvido no ano de 2010, responsável pela criação de diretrizes e metas que visam guiar o poder público na criação de políticas culturais, define

Espaços culturais – como museus, teatros, salas de espetáculos, arquivos públicos, centros de documentação, cinemas e centros culturais – são locais de trocas e de disseminação da cultura. Eles contribuem para democratizar a cultura e para integrar populações, tanto de áreas periféricas como centrais, pois oferecem aos cidadãos acesso a bens e serviços culturais. (PNC, 2019 *online*).

No Brasil, a quantidade e a distribuição dos espaços culturais demonstram que a desigualdade social ecoa no país. Segundo dados do IPEA (2009), Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada, duas análises podem ser feitas em relação ao número de habitantes, a média para cada 100 mil habitantes ou o número absoluto. Embora os dados sejam de 2009, haja vista que a pesquisa não foi atualizada e esta relação de dados não foi executada por outro instituto de pesquisa, é possível vislumbrar a situação nacional.

Em 2009, a região Norte contava com o menor número absoluto, 1.080 de espaços culturais, enquanto a região Sudeste apresentava 65.033, sendo o estado de São Paulo o responsável por sediar o maior número (2.212) de espaços. No exploratório de média para cada 100 mil habitantes, o estado do Tocantins apresentava apresentou a maior média, sendo 24, e o Piauí expos uma média de 14,3,

nessa perspectiva a região Sudeste está com a menor média, 6,3, situação explicada pela densidade populacional da região.

Dados divulgados em 2019 pelo Instituto Brasileiro de Pesquisa (IBGE), com informações coletadas entre 2014 a 2018, apontam que o acesso da população aos espaços culturais e aos meios de comunicação também refletem desigualdades sociais. “Em 2018, 32,2% da população morava em municípios sem museu, 30,9%, sem teatro ou sala de espetáculo, 39,9%, sem cinema, 18,8% sem rádio AM ou FM local, 14,8%, sem provedor de internet” (IBGE, 2019, *online*).

Ainda, é importante ressaltar que os dados apresentados não englobam todas as instâncias que são pertinentes para democratizar o acesso à cultura para todos os públicos, ressaltando que diferentes públicos e suas particularidades devem ser inseridos nesse contexto, para que de fato ocorra uma inclusão social efetiva.

Deste modo, a partir de uma definição do conceito de espaços culturais e um panorama do acesso e presença no país, os próximos tópicos irão abordar a acessibilidade nesses espaços e, em específico, nos teatros e salas de concertos, objetos de análise selecionados para esta pesquisa, tendo em vista que possuem um histórico de espaços relacionados com a presença da elite e por serem marcados predominantemente pelo uso da visão e audição, necessitando de uma observação para a acessibilidade e inclusão social.

2.4 ACESSIBILIDADE

De acordo com Sarraf (2012), em seu artigo para o livro "Acessibilidade em ambientes culturais", a acessibilidade é

uma forma de concepção de ambientes que considera o uso de todos os indivíduos independente de suas limitações físicas e sensoriais, desenvolvida a partir dos conceitos do movimento de Inclusão Social. Os benefícios da acessibilidade possibilitam a melhoria da qualidade de vida da população com e sem deficiência, proporcionando liberdade de escolhas e abertura de horizontes pessoais, profissionais e acadêmicos. (SARRAF, 2012, p. 62).

A partir desta definição, entende-se que estabelecer medidas que proporcionem a acessibilidade permite uma abrangência para as pessoas com ou sem deficiência, uma vez que também é crucial mitigar barreiras para as pessoas que possam ter mobilidade reduzida temporária ou não, ou com o decorrer da idade precisarão de adaptações para promover a liberdade.

Segundo Romeu Kazumi Sassaki (2009), consultor em Inclusão Social das pessoas com deficiência, a acessibilidade e o avanço do tema nas discussões sociais podem ser observados a partir das décadas, se iniciando nos anos 1950, quando houve a denúncia de barreiras físicas e de locomoção por meio de profissionais de reabilitação; anos 1960, ocorreu o início de eliminações de barreiras urbanas em universidades americanas; anos 1970, a ONU declarou os Direitos das Pessoas Deficientes, termo que foi posteriormente alterado; anos 1980, houve campanhas mundiais para conscientização da população a respeito das barreiras arquitetônicas, assim como para as eliminações e não inserções de barreiras arquitetônicas; anos 1990, marcado pelo surgimento do *Design Universal*, pela visão de diversidade humana e ampliação do termo acessibilidade; e o século 21, com a continuação da luta pelos direitos humanos.

É relevante citar que em julho de 2015 foi instituída a Lei Brasileira de Inclusão da Pessoa com Deficiência (Estatuto da Pessoa com Deficiência), visando assegurar os direitos para as pessoas com deficiência, entendidas como

aquela que tem impedimento de longo prazo de natureza física, mental, intelectual ou sensorial, o qual, em interação com uma ou mais barreiras, pode obstruir sua participação plena e efetiva na sociedade em igualdade de condições com as demais pessoas. (BRASIL, 2015, *online*)

E para a definição de acessibilidade, o Estatuto adota a

possibilidade e condição de alcance para utilização, com segurança e autonomia, de espaços, mobiliários, equipamentos urbanos, edificações, transportes, informação e comunicação, inclusive seus sistemas e tecnologias, bem como de outros serviços e instalações abertos ao público, de uso público ou privados de uso coletivo, tanto na zona urbana como na rural, por pessoa com deficiência ou com mobilidade reduzida. (BRASIL, 2015, *online*).

A partir da definição feita pelo Governo Federal, é possível compreender que sua complexidade inclui a quebra de inúmeros obstáculos sociais, categorizados como barreiras urbanísticas, arquitetônicas, nos transportes, nas comunicações e na informação, atitudinais e tecnológicas.

Não obstante, Sassaki (2009) apresenta as dimensões de acessibilidade, sendo:

arquitetônica (sem barreiras físicas), comunicacional (sem barreiras na comunicação entre pessoas), metodológica (sem barreiras nos métodos e técnicas de lazer, trabalho, educação etc.), instrumental (sem barreiras instrumentos, ferramentas, utensílios etc.), programática (sem barreiras embutidas em políticas públicas, legislações, normas etc.) e atitudinal (sem preconceitos, estereótipos, estigmas e discriminações nos comportamentos da sociedade para pessoas que têm deficiência). (SASSAKI, 2009, p. 1).

Valdéria Fernandes (2019), comunicadora social, pontua que no Brasil “a dimensão arquitetônica é a mais difundida” (FERNANDES, 2019, p. 23), regulamentada pela Norma Brasileira (NBR) 9050/2004¹, estabelecida pela Associação Brasileira de Normas Técnicas (ABNT), determina os critérios e parâmetros para a “construção, instalação e adaptação de edificações, mobiliário, espaços e equipamentos urbanos às condições de acessibilidade” (NBR 9050/2020, p. 1).

Compete ressaltar também, conforme Sarraf (2012), que a barreira atitudinal é o principal desafio para os espaços culturais, uma vez que é manifestada pelas relações sociais, tendenciosa a ter uma postura assistencialista com as pessoas com deficiência, que “podem representar discriminação para indivíduos que lutam diariamente por direitos e oportunidades equitativas.” (SARRAF, 2012, p. 73). A fim de eliminar as barreiras desta dimensão, Sarraf (idem) propõe que os espaços devem ter estratégias para treinamento de recursos humanos e avaliação com o público alvo, que visam o interesse e retenção dos públicos por meio do acolhimento.

Embora os conceitos estabelecidos para o termo acessibilidade, suas barreiras e dimensões englobam os espaços culturais, cabe ressaltar e analisar a acessibilidade cultural, uma vez que a Lei apresenta com clareza que as pessoas com deficiência têm “direito à cultura, ao esporte, ao turismo e ao lazer em igualdade de oportunidades com as demais pessoas.” (BRASIL, 2015). Dessa forma, não convém pensar na acessibilidade nos espaços culturais apenas no âmbito arquitetônico, o direito está associado às experiências que serão propostas para as pessoas com deficiência, ao senso de pertencimento, participação e acolhimento. As medidas podem ser oportunizadas pela comunicação, experiência e percepção.

Stuart Hall (2016) ao analisar a cultura e a sociedade, demonstra a necessidade da linguagem para representar os significados que se deseja transmitir. Portanto, “é desta maneira que você é capaz de expressar um pensamento complexo sobre coisas para outras pessoas, ou de se comunicar a respeito delas pela linguagem de modo que outros seres humanos são capazes de entender”, a acessibilidade cultural pressupõe o encontro de caminhos, linguagens, para que as mensagens sejam transmitidas e, sobretudo, entendidas e experienciadas.

¹ O estudo considerou a NBR de 2004, porém a norma mais recente disponível é a NBR 9050/2015.

Os espaços culturais e o campo artístico são marcados pela experiência do indivíduo com a arte, contemplando sua particularidade a partir da própria percepção e interpretação de significados. Tendo em vista a diversidade dos indivíduos, faz-se necessário “o desenvolvimento de novas estratégias de mediações” (SARRAF, 2013, p. 24) objetivando que a experiência dos públicos seja completa.

Ainda, Sarraf (2015) ressalta que os espaços culturais exploram majoritariamente o sentido da visão, reforçados pelo aumento das tecnologias comunicacionais, e deixam de instigar os outros sentidos, o que não garante a acessibilidade dos espaços. Dessa forma, “precisam mudar sua linguagem em todas as formas de relacionamento com o público para se tornarem acessíveis.” (SARRAF, 2013, p. 59).

Assim, segundo Fernanda Silva (2015), especialista em Gestão de Projetos Culturais pela Escola de Comunicação e Artes, “devemos pensar o espaço inclusivo como sendo aquele que permite a opção de experienciar os espaços” (DUARTE; COHEN, 2004 apud SILVA, 2015, p. 10), isto é, analisar a acessibilidade considerando o âmbito arquitetônico e a subjetividade de cada indivíduo.

Izabel Cristina da Silveira (2016), coordenadora do Departamento de Artes Cênicas da Fundarc em Gravataí, conclui a acessibilidade cultural como “uma das condições básicas para que pessoas com algum tipo de deficiência possam ter acesso aos instrumentos e mecanismos de cultura, usufruindo de suas manifestações artísticas.” (SILVEIRA, 2016, p. 149), para que assim seja garantido o direito de se sentir parte do todo.

2.5 TEATRO

O teatro surge na Grécia Antiga, o *Theatrón*, que significa lugar para contemplar. De acordo com Silveira (2016), foi na Grécia Antiga que o teatro teve início, a partir das primeiras manifestações artísticas e, conseqüentemente, criou-se uma forma de comunicação.

Apesar de ser enquadrado como um espaço cultural, o teatro apresenta uma maneira única de se relacionar com os públicos, uma vez que, segundo Patrícia Fagundes (2009), doutora em Humanidades e produtora teatral, é “um fenômeno que só acontece em um espaço-tempo compartilhado *entre* atores e espectadores, que depende da presença física no *aqui-e-agora*” (FAGUNDES, 2009, p. 33), definição

pautada dentro de uma perspectiva que observa o teatro como um estado de encontro, na dimensão relacional.

Embora o teatro aconteça por meio do compartilhamento entre atores e espectadores, Silveira (2016) aponta que para a experiência ser efetiva o

espetáculo teatral precisa ser entendido, sentido, internalizado, para, somente então, desempenhar seu papel significador de instrumento social e cultural. Para tanto, o seu ato de comunicar deve ser abrangente, não seletivo ou excludente. (SILVEIRA, 2016, p. 145).

A autora e audiodescritora Mimi Aragón (2020) corrobora com o pensamento ao apontar a acessibilidade como princípio para abrangência do teatro, sendo “a arte do encontro, uma arte viva, potente, pulsante, física. E a acessibilidade é a ponte que a gente constrói para ampliar as possibilidades desse encontro.” (ARAGÓN, 2020, p. 132).

Os espetáculos teatrais são constituídos por diferentes fatores que estimulam a experiência do público, com destaque para o sentido da escuta e visão, e para serem acessíveis apresentam-se alguns recursos como fundamentais:

Audiodescrição; Libras (Língua Brasileira de Sinais); Estenotipia (legenda em tempo real); Braile; Qr Code (código bidimensional); Caixa alta, texto simples e contraste; reconhecimento de palco; rampas de acesso.” (SILVEIRA, 2016, p. 150).

Entretanto, Silveira (2016) reforça que não é uma medida simples, dado que todas as alternativas implicam diretamente na experiência das pessoas. Ademais, ressalta-se a importância de analisar essas medidas como princípio para a estrutura do teatro, não como uma adição de ferramenta para acessibilidade, visando a quebra de barreiras atitudinais.

A ativista em direitos humanos e idealizadora da Organização Não-Governamental Escola de Gente, Cláudia Werneck, criou a campanha *Teatro Acessível: Arte, prazer e Direitos* em 19 de setembro de 2017, data que se tornou um marco para a criação do dia comemorativo com o mesmo nome, que objetiva dar suporte para as “atividades cênicas que ofereçam práticas de acessibilidade física e comunicativa a pessoas com deficiência” (WERNECK, 2017, *online*). Esta data é comemorada desde 19 de setembro de 2017.

À vista disso, Werneck (2017) salienta a visibilidade do dia para a criação da liberdade da circulação de pessoas com ou sem deficiência, o “teatro acessível é livre, porque pratica inclusão, e porque não exclui pessoas por seus modos de ouvir ou não ouvir, enxergar ou não enxergar, andar ou não andar, ter um intelecto que se

movimento mais vagarosamente.” (WERNECK, 2017, *online*), ou seja, sem a restrição da vivência de seus direitos.

2.6 SALAS DE CONCERTO

Ainda que os teatros e outros espaços culturais sejam sede para a realização de apresentações musicais, as salas de concerto são fundamentalmente criadas para exercer tal função. De acordo com o professor da UnB, Aluizio Arcela (2017), as salas de concerto requerem

dar aos músicos condições acústicas de executarem a música com clareza e precisão. Por outro, deverá propiciar ao público condições de perceber a música em todos os seus detalhes (rítmicos, melódicos e harmônicos), conforme o estabelecido em partitura pelo compositor. (ARCELA, 2017, *online*)

Segundo o PhD em Composição Musical, Jorge Luiz de Lima Santos (2013), a construção do ideal de um lugar destinado apenas para a música teve início no século XVIII, sendo que a música clássica era executada em igrejas ou em ambientes privados. Entretanto, cada vez mais os músicos precisavam complementar sua renda, tornando-se dependente do apoio do público e, com isso, cresceu a apreciação pela música.

No século XIX, a definição de um concerto se consolidou com base no modelo de conduta para frequentar o espaço, sendo

um evento social tanto quanto uma oportunidade para se ouvir música. Os ouvintes podiam passear à vontade e conversar, prestando atenção apenas à música que os interessava, sem serem considerados rudes; a plateia silenciosa, imóvel, foi uma invenção do século XIX. (GROUT; PALISCA; BURKHOLDER, 2006 apud SANTOS, 2013, p. 258).

Santos (2013) também aponta que as salas de concerto sofreram alterações, pois antes estavam inseridas em um contexto com normatizações de barulhos e no século XIX o público se tornou silencioso e atento, considerando a música uma expressão culta, destinado às classes sociais mais altas. Ao mesmo passo, o conceito de música clássica foi se expandindo “com o advento da educação musical (entre outras coisas, graças à fundação dos primeiros conservatórios públicos), com o surgimento de uma imprensa musical e das sociedades de concerto” (SANTOS, 2013, p. 259) e, juntamente, se afastou de outros conceitos sociais, “emergindo a ideia de música como algo ‘puro’” (idem, p. 259).

Assim, a preferência pela música clássica ganhou um espaço de *status* e posição social, sendo o “espetáculo cuja possibilidade de fruição é vista como possível apenas quando se ‘conhece’ aquele tipo de música a priori, gerando uma função social bastante restritiva” (idem, p. 260), afastando-a de ser inclusiva e democrática.

No âmbito performático e relacional com o público, a sala de concerto e a música clássica apresentam “a divisão concreta e simbólica entre artistas/palco e público/ plateia” (idem, p. 262), uma vez que o público contempla de forma silenciosa, “como se os indivíduos, fora de sua contemporaneidade, que inclui um imaginário essencialmente audiovisual, pudessem entrar num vácuo e assim ouvir aquelas peças musicais despidos de si mesmos” (idem, p. 263).

Similar ao processo de acessibilidade que acontece nos teatros, as salas de concerto carecem de ter ações voltadas para a inserção de medidas que gerem a experiência efetiva do público com o palco/ músicos, uma vez que a experiência também é pautada no audiovisual.

2.7 POLÍTICAS PÚBLICAS

Segundo a historiadora Lia Calabre (2013), as políticas públicas podem ser sintetizadas como as

decisões ordenadoras da ação do Estado sobre uma determinada área, que normatizam procedimentos, envolvem diferentes agentes em todo seu processo de elaboração e implementação e que para sua efetivação envolvem alocação de recursos humanos e financeiros. (CALABRE, 2013, p. 324).

Assemelhando-se a definição de Calabre (2013), a PHD em Ciência Política, Celine Souza (2006), aponta que a descrição de Harold Laswell para o tema permanece sendo a mais conhecida, pois considera que as “decisões e análises sobre política pública implicam responder às seguintes questões: quem ganha o quê, por quê e que diferença faz.” (SOUZA, 2006, p. 24).

No plano cultural, para entender uma política pública, segundo Calabre (2013), é essencial analisar o modelo de política aplicado e a definição de cultura. Dado que na vertente cultural a política pública é regida de forma específica, tem-se o termo política cultural, definida pelo antropólogo Néstor García Canclini (1987) como

O conjunto de intervenções realizadas pelo Estado, pelas instituições civis e grupos comunitários organizados a fim de orientar o desenvolvimento simbólico, satisfazer as necessidades culturais da população e obter

consenso para um tipo de ordem ou de transformação social. (CANCLINI, 1987 apud CALABRE 2013, p. 325).

Ainda, Botelho (2001) enfatiza a importância de verificar a estratégia da política pública de acordo com a dimensão da cultura, antropológica, pautada nas interações sociais, ou sociológica, que busca atingir de forma explícita os públicos. Para que a primeira dimensão seja impactada por uma política pública é necessário “uma reorganização das estruturas sociais e uma distribuição de recursos econômicos.” (BOTELHO, 2001, p. 74), no entanto, para a segunda dimensão entende-se que sua aplicação é mais plausível, pois “é mais ‘fácil’ planejar uma interferência e buscar resultados relativamente previsíveis. Trata-se de expressão artística em sentido estrito.” (idem).

Embora uma dimensão de cultura sobressaia à outra, Botelho (2001) enfatiza que é “preciso evitar que elas sejam associadas à dicotomia cultura popular versus cultura erudita, como se estas fossem pólos excludentes e representassem, em si mesmas, opções ideológicas.” (BOTELHO, 2001, p. 76). Outros fatores e atores sociais devem ser considerados para a execução das políticas culturais, posto que objetivam combater as barreiras sociais e promover um acesso democrático à cultura.

No âmbito nacional, as intervenções políticas na cultura tiveram início na gestão de Getúlio Vargas, com destaque para a preservação do patrimônio material. Em 1985, o presidente José Sarney tirou as atribuições da cultura do Ministério da Educação e Cultura (MEC), iniciado em 1930, e criou o Ministério da Cultura (MinC), que objetivava realizar incentivos fiscais para amenizar as dificuldades financeiras da área cultural. O governo seguinte, de Fernando Collor, extinguiu o MinC e diversos projetos culturais, tornando os municípios e estados responsáveis por manter as dinâmicas. Entretanto, Collor criou em 1991 o Programa Nacional de Apoio à Cultura (PRONAC).

Na sequência do *impeachment* do presidente Collor, seu vice, Itamar Franco assumiu o governo e instituiu a Lei do Audiovisual, em 1993, e, durante seu governo, segundo o Sistema Nacional de Cultura (*online*), a Secretaria de Cultura retornou ao título de Ministério.

No governo seguinte, de Fernando Henrique Cardoso (1995-2003), o Ministério da Cultura ficou sob gestão de cientista político Francisco Weffort, que foi responsável por diversas iniciativas, incluindo:

modernização de equipamentos culturais, criação de programas de preservação do patrimônio em suas múltiplas interfaces, o surgimento da

política atrelada ao patrimônio imaterial e a notável política para o cinema, inovações até então não verificadas em governos anteriores. (COSTA; SILVA; RIBEIRO, 2018, p. 5).

Porém, durante sua gestão houve foco no “mercado cultural impulsionado pelo marketing cultural no Brasil, a partir da utilização da Lei Rouanet.” (IGNÁCIO, 2019, p. 7), além da valorização de produtores maiores e a concentração de projetos no eixo Rio de Janeiro-São Paulo.

Entre 2003 a 2010, no governo de Luiz Inácio Lula da Silva, o MinC teve dois ministros, o cantor Gilberto Gil (2003- 2008) e o sociólogo Juca Ferreira (2008-2010). A gestão de Gil foi marcada pela democracia, contando com a

a participação popular na elaboração de políticas públicas; a ampliação da atuação dos conselhos de cultura, os quais passam a assumir função deliberativa e não somente consultiva, como outrora; a criação de instrumentos de participação, como os orçamentos participativos (OPs) e instituições participativas; e a implementação da ideia de cidadania cultural são marcas que impactam diretamente no modo de pensar e fazer cultura no país. COSTA; SILVA; RIBEIRO, 2018, p. 6-7).

Convidado por Gil, Juca assumiu o Ministério e foi responsável pela criação do Fundo Nacional de Cultura (FNC) e por uma reforma na Lei Rouanet, que também garantiu maior orçamento para o MinC.

Cabe o destaque para a Secretaria Especial de Cultura, inserida no PRONAC, responsável pela gestão de ações e programas culturais, que são categorizados em Audiovisual, Direitos Autorais e Propriedade Intelectual, Diversidade Cultural, Economia Criativa, Incentivo à Cultura e Infraestrutura Cultural. Ademais, a Secretaria foi transferida, em 2019, do Ministério da Cultura para o Ministério da Cidadania e, posteriormente, para o Ministério do Turismo.

Dentre os principais ações e programas disponíveis nas categorias listadas, tem-se, no *site* da Secretária Especial da Cultural, (BRASIL, c. 2020 *online*):

- Sistema Nacional de Cultura, que objetiva “promover o desenvolvimento humano, social e econômico com pleno exercício dos direitos culturais”, por meio do gerenciamento e promoção de políticas públicas de cultura, de forma democrática.
- Plano Nacional de Cultura (PNC), que orienta o poder público no desenvolvimento de políticas públicas, visando promover e preservar a diversidade cultural.
- Conselho Nacional de Política Cultural (CNPC) é responsável por incentivar a criação de políticas públicas, que anseiam “promover a articulação e o debate

dos diferentes níveis de governo e a sociedade civil organizada, para o desenvolvimento e o fomento das atividades culturais.”.

- Política Nacional de Cultura Viva é destinada para grupos em vulnerabilidade social com acesso restrito para as ações culturais, o programa visa informar e divulgar para os grupos os direitos humanos, sociais e culturais. Além de “estimular o protagonismo social na elaboração e na gestão das políticas da cultura.”
- Política de Cultura e Educação, que tem como finalidade impulsionar o campo cultural e artístico, promovendo a inclusão social e a valorização da diversidade cultural entre a comunidade acadêmica.
- Programa de Cultura do Trabalhador (Vale-Cultura), possibilita que organizações incentivem seus colaboradores a frequentar espaços culturais por meio de um incentivo financeiro.
- Programa Nacional de Apoio à Cultura (PRONAC), é responsável por

ampliar o acesso à cultura e a produção cultural em todas as regiões; apoiar, valorizar e difundir as manifestações artísticas brasileiras; proteger nossas expressões culturais e preservar o patrimônio; além de estimular a produção cultural como geradora de renda, emprego e desenvolvimento para o país.

Ademais, o PRONAC abarca o Fundo Nacional de Cultura (FNC), os Fundos de Investimento Cultural e Artístico (Ficart) e o Incentivo à Cultura, conhecida como Lei Rouanet.

É importante observar a participação dos incentivos fiscais para a área cultural, e os efeitos que geram. O abatimento fiscal pode ser realizado por pessoas físicas e jurídicas, sendo majoritariamente exercido por instituições privadas que em troca do aporte financeiro recebem a associação da empresa com o projeto cultural, por meio da exposição de marca.

Todavia, para a captação de recursos financeiros os produtos culturais precisam concorrer entre si para viabilizarem o recurso para seus projetos, podendo causar, segundo Botelho (2001),

um aspecto mais grave e que incide sobre a qualidade do trabalho artístico: projetos que são concebidos, desde seu início, de acordo com o que se crê que irá interessar a uma ou mais empresas, ou seja, o mérito de um determinado trabalho é medido pelo talento do produtor cultural em captar recursos – o que na maioria das vezes significa se adequar aos objetivos da empresa para levar a cabo o seu projeto – e não pelas qualidades intrínsecas de sua criação. (BOTELHO, 2001, p. 78).

Somado a esses fatores e tendo em vista que a escolha de projetos para patrocínios incentivados é feita pelo setor privado sem a interferência do Ministério do Turismo, a Lei de Incentivo à Cultura concentra-se na região Sudeste, com ênfase para o estado do Rio de Janeiro e São Paulo, ocasionando uma redução dos recursos financeiros nas outras regiões do país e, conseqüentemente, uma menor oferta de atividades culturais para a população.

Dada a importância da Lei de Incentivo à Cultura para o país, a acessibilidade está inserida nas diretrizes da Lei, assim como está inserido na meta 29 do PNC, que aspira “100% de bibliotecas públicas, museus, cinemas, teatros, arquivos públicos e centros culturais atendendo aos requisitos legais de acessibilidade e desenvolvendo ações de promoção da fruição cultural por parte das pessoas com deficiência.” (BRASIL, *online*), por meio da adaptação dos espaços e criação de atividades culturais em formatos acessíveis. Porém, a meta 29 do PNC ainda não conseguiu apontar a quantidade de espaços culturais que cumprem as diretrizes de acessibilidade, uma vez que a última atualização foi realizada em 2019, e apontou que apenas 40% dos museus, 9% das bibliotecas públicas e 13% dos centros culturais que atendem os requisitos de acessibilidade (adaptação do espaço e ações em formatos acessíveis), além de constar avanço apenas no indicador “Centros culturais” com relação ao ano de 2018.

Figura 1 - Situação da Meta 29 do PNC, atualizada em 2019

| Indicador | 2010 | 2011 | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 | Ponto da meta 2020 |
|---|--------------|--------------|--------------|--------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|--------------------|
| Quantidade de museus atendendo requisitos legais de acessibilidade | 20% (761) | 22% (837) | 23% (878) | 23% (878) | 28% (1.064) | 33% (1.259) | 40% (1.520) | 40% (1.520) | 40% (1.520) | 40% (1.520) | 3.769 |
| Quantidade de cinemas atendendo requisitos legais de acessibilidade | * | * | * | * | * | * | * | * | * | * | 3.356 |
| Quantidade de arquivos públicos atendendo requisitos legais de acessibilidade** | * | * | * | * | * | * | * | * | * | * | 1.013 |
| Quantidade de teatros atendendo requisitos legais de acessibilidade** | * | * | * | * | * | * | * | * | * | * | 1.094 |
| Quantidade de bibliotecas públicas atendendo requisitos legais de acessibilidade | 7% (428) | 7% (445) | 7% (451) | 7% (452) | 8% (462) | 84% (515) | 9% (525) | 9% (525) | 9% (525) | 9% (525) | 6.057 |
| Quantidade de centros culturais atendendo requisitos legais de acessibilidade** | 0% (0) | 0% (0) | 0% (2) | 0% (11) | 2% (53) | 4% (92) | 6% (139) | 6% (149) | 8% (189) | 13% (227) | 1.738 |

Fonte: Meta 29, Plano Nacional de Cultura

Assim como a oficina “Nada Sobre Nós Sem Nós” apontou que o governo e a sociedade devem, juntos, buscar “incluir a produção cultural de pessoas com deficiência na programação artística dos eventos culturais das diferentes esferas do Estado” (NADA SOBRE NÓS SEM NÓS, 2009 apud FERNANDES, 2019, p. 39), evidencia-se a importância de refletir as políticas públicas para além da gratuidade ou redução de preços nos ingressos, devendo instigar o desenvolvimento de políticas

culturais inclusivas que promovam, valorizem as atividades culturais, sejam antropológicas ou sociológicas e, sobretudo, declarem para a sociedade o direito de pertencimento aos espaços culturais.

Por fim, cabe enfatizar que devido ao atual cenário do novo coronavírus (Covid-19), foi criada a Lei Federal Aldir Blanc (LAB), visando:

- I - renda emergencial mensal aos trabalhadores e trabalhadoras da cultura;
- II - subsídio mensal para manutenção de espaços artísticos e culturais, microempresas e pequenas empresas culturais, cooperativas, instituições e organizações culturais comunitárias que tiveram as suas atividades interrompidas por força das medidas de isolamento social; e
- III - editais, chamadas públicas, prêmios, aquisição de bens e serviços vinculados ao setor cultural e outros instrumentos destinados à manutenção de agentes, de espaços, de iniciativas, de cursos, de produções, de desenvolvimento de atividades de economia criativa e de economia solidária, de produções audiovisuais, de manifestações culturais, bem como à realização de atividades artísticas e culturais que possam ser transmitidas pela internet ou disponibilizadas por meio de redes sociais e outras plataformas digitais. (BRASIL, 2020, *online*).

Essa lei ainda responsabiliza os estados a realizarem o pagamento do auxílio e os Municípios a subsidiarem os espaços e entidades culturais.

2.7.1 Políticas Públicas em São Paulo

Em virtude dos objetos de pesquisa estarem localizados na cidade de São Paulo e, ainda, ser o espaço com maior número de espaços culturais, torna-se crucial analisar o recorte da aplicação de políticas públicas, de ordem cultural e acessibilidade cultural, no estado e cidade de São Paulo.

Na esfera estadual, pode-se apontar o projeto desenvolvido em 2015, denominado como *Plano Estadual de Cultura de São Paulo*, cuja finalidade era elaborar estrategicamente as políticas culturais para os 10 anos seguintes, porém a política não foi atualizada, não sendo possível encontrar dados que comprovem quais foram as medidas desenvolvidas.

A Secretaria de Cultura e Economia Criativa do estado de São Paulo instituiu em 2006 o Programa de Ação Cultural (ProAC), que busca apoio e patrocínio para os projetos. O programa é dividido em duas categorias: ProAC Editais, um incentivo diretamente do estado, que ocorre por meio de editais direcionados a temas específicos, e ProAC ICMS, no qual os recursos para os projetos são obtidos pela renúncia fiscal e financiamento privado, destaca-se um item dentro do *site* do ProAC, no item ICMS que declara a obrigatoriedade dos projetos adotarem como

contrapartida medidas que promovam a acessibilidade comunicacional, para idosos e pessoas com deficiência ou mobilidade reduzida, enquanto na categoria Edital a acessibilidade comunicacional é uma contrapartida adicional.

Embora as políticas culturais compreendam medidas destinadas à promoção da acessibilidade cultural, ao procurar no *site* dos Direitos das Pessoas com Deficiência, do Governo de São Paulo, no campo da Cultura, encontram-se apenas dois programas, o Museu da Inclusão e a Virada Inclusiva, ambos para valorizar a diversidade e o protagonismo da pessoa com deficiência.

Sob a perspectiva da esfera municipal, a Secretaria Municipal de Cultura de São Paulo é responsável pelo Programa de Valorização de Iniciativas Culturais (VAI), criado em 2003, que apresenta como funções:

estimular a criação, o acesso, a formação e a participação do pequeno produtor e criador no desenvolvimento cultural da cidade, promover a inclusão cultural e estimular dinâmicas culturais locais e a criação artística em geral. (BRASIL, 2003, *online*).

Dessa forma, o programa tem como intenção apoiar “jovens de baixa renda e de regiões do Município desprovidas de recursos e equipamentos culturais.” (BRASIL, 2003, *online*).

O município regulamentou em 2013 o Programa Municipal de Apoio a Projetos Culturais (Pro-Mac), que também incentiva a renúncia fiscal, de pessoa física ou jurídica, para o incentivo de projetos culturais. O regulamento do Pro-Mac não adota nenhuma cláusula que promova o incentivo à acessibilidade nos projetos culturais.

Além disso, a Secretaria também aderiu em 2016, por meio do Decreto nº 57.484, o segmento municipal do Sistema Nacional de Cultura, o qual conta com um anexo que contempla as metas do Plano Municipal de Cultura de São Paulo. O Plano conta com 50 metas, que devem ser realizadas em 10 anos pelas políticas públicas, que pontuam a importância dos espaços culturais serem acessíveis arquitetônica e comunicacionalmente, com ênfase para a “Meta 8 Acessibilidade Arquitetônica e Segurança”.

O decreto também criou o Sistema Municipal de Financiamento à Cultura, contemplando os financiamentos de cultura no município para a execução do Plano, e o Sistema Municipal de Informações e Indicadores Culturais, que visa “um sistema integrado de gestão e acesso à informação que contribua para o planejamento das políticas de cultura e para o fomento à participação cidadã” (CIDADE DE SÃO PAULO, 2016, *online*), essencial para monitorar o Plano Municipal de Cultura.

No campo da acessibilidade, tem-se o “*Plano Municipal de Ações Articuladas para as pessoas com deficiência da Cidade de São Paulo*”, que executa ações para tornar a cidade mais inclusiva. No recorte cultural, o Plano conta com as ações abaixo.

Em responsabilidade da Secretaria Municipal de Cultura (SMC):

1. “Requalificar 16 Equipamentos Culturais garantindo acessibilidade”;
2. “Assegurar que materiais de divulgação da programação dos Equipamentos Culturais da Cidade sejam produzidos em meios e modos acessíveis, garantindo ampliação dos eventos culturais com acessibilidade”;
3. “Realizar anualmente evento cultural Setembro Acessível com a produção de documentários”;
4. “Incluir a provisão de meios e modos que garantam a acessibilidade a atividades culturais como critério de pontuação na avaliação nos editais de programas e projetos de fomento”.

Ao encargo da Secretaria Municipal da Pessoa com Deficiência (SMPD) e Mobilidade Reduzida e Secretaria Municipal de Planejamento, Orçamento e Gestão (SEMPLA):

1. “Realizar formação permanente de 1500 profissionais nas áreas de Esporte, Cultura, Verde e Meio Ambiente para possibilitar a participação compartilhada de pessoas sem e com deficiência”.

A partir dos destaques de políticas públicas observa-se que há diversas aplicações que visam à garantia do acesso e financiamento à cultura. Porém, a acessibilidade cultural está inserida como ação nas políticas públicas, sem ocupar um lugar de destaque. Por outro lado, está garantida na constituição federal, que abrange e regulamenta o direito das pessoas com deficiência em todo o território nacional. Porém, não foram encontrados dados ou atualizações que assegurem que as medidas para ampliação da acessibilidade cultural estão em andamento ou foram executadas, o que não permite um acompanhamento da evolução das medidas.

3 COMUNICAÇÃO E CULTURA

3.1 COMUNICAÇÃO PÚBLICA NO VIÉS INSTITUCIONAL

Dentre as vertentes do estudo da comunicação social, a comunicação pública ocupa uma diversidade de conceitos, tornando o tema abrangente e com desafios de implementação. Segundo Jorge Duarte (2009), doutor em comunicação, a “comunicação pública diz respeito à interação e ao fluxo de informação relacionados a temas de interesse coletivo”. (DUARTE, 2009, p. 3).

Elizabeth Brandão (2006), Relações Públicas e pesquisadora sobre o tema, aponta que a comunicação pública se define em “encontrar um ponto comum de entendimento que é aquele que diz respeito a um processo comunicativo que se instaura entre o Estado, o governo e a sociedade com o objetivo de informar para construir a cidadania” (BRANDÃO, 2006, p. 10), e aponta que o tema ainda permanece em construção no país.

A comunicação pública no Brasil, segundo Brandão (2007), se expande a partir do alinhamento do conceito à informação para cidadania, com base nas mudanças políticas, restauração da democracia e novas vivências da população com os setores sociais. Inclusive, a pesquisadora reforça

A própria noção de cidadania sofre mudança e começa a ser entendida de forma menos passiva e mais participativa, apreendida como o livre exercício de direitos e deveres, situação para a qual só se está preparado quando existem condições de informação e comunicação. (BRANDÃO, 2007, p. 10).

Duarte (2009), por sua vez, complementa que a busca por interesses sociais coletivos faz parte da comunicação pública, posto que não deve ter o papel apenas de informar, mas construir uma comunicação de mão dupla com a população, buscando a interação e mostrando que o entendimento está intrínseco ao ideal de democratização e cidadania, ou seja,

A ideia-chave talvez seja a de espírito público, o compromisso de colocar o interesse da sociedade antes da conveniência da empresa, da entidade, do governante, do ator político. O objetivo central é fazer com que a sociedade ajude a melhorar a própria sociedade. (DUARTE, 2009, p. 3).

Ainda, o doutor (2009) aponta que para a construção de uma comunicação pública, são necessários quatro eixos que permeiam a relação das instituições com a sociedade, sendo a: *transparência*, que visa a construção de um relacionamento pautado na “oferta de informações, estímulo ao acesso, facilitação da fiscalização e a

prestação de contas” (idem) e a inserção de valores éticos; o segundo eixo compreende o acesso, que oferece as informações, incentiva que a sociedade as busque e interprete, no qual é importante criar um

atendimento adequado às necessidades de cada segmento de público, uma organização pedagógica que inclui desde linguagem adaptada, até o uso de artifícios de layout, diversidade de formatos, mídias, fluxos, horários e processos que permitam a interação adequada. (idem, p. 7).

O terceiro eixo é a *interação*, a busca por meio de instrumento e fluxos que todos tenham acesso para se informar e ser ouvido, estimulando o acesso; e, por fim, a *ouvidoria social*, a qual consiste em entender a opinião pública e suas motivações para a geração de novas ações.

Os estudos sustentam que a comunicação pública pode ser categorizada em diferentes dimensões. Para Duarte (2009), são divididas em: institucional, de gestão, de utilidade pública, de prestação de contas, de interesse privado, mercadológicos e dados públicos; enquanto para Brandão (2006) as categorias podem ser identificadas como: Comunicação Organizacional, Comunicação Científica, Comunicação Política e Estratégias de comunicação da sociedade civil organizada. Assim como, para a doutora no tema Mariângela Haswani (2010), a comunicação pública está dividida em três categorias,

o da comunicação da instituição pública – que abrange a comunicação institucional para promoção da imagem, a publicidade e a comunicação normativa; o da comunicação política – que se ocupa do sistema político, particularmente dos partidos políticos e da composição eleitoral; o da comunicação social – caracterizado pela presença de atores estatais ou privados “envolvidos em questões de interesse recíproco, quer na obtenção de vantagens particulares e organizacionais, quer na consecução de ações afeitas fundamentalmente à sociedade como ente coletivo” (HASWANI, 2010 apud KUNSCH, 2013, p. 7).

Em consequência da pesquisa ser destinada aos espaços culturais, que apresentam identidades específicas, gestões mais independentes, podendo até sofrer alterações por instituições privadas mediante incentivos fiscais, promoção da própria imagem, o conceito explorado será a Comunicação Pública como Institucional/Organizacional. Ademais, os espaços culturais têm como ponto central a cultura, são de interesse público e devem colaborar para a democratização do acesso, aumentando o entendimento e busca por cidadania.

A comunicação pública na esfera institucional, para Duarte (2009), pode ser entendida como

referentes ao papel, responsabilidades e funcionamento das organizações – o aparato relativo à estrutura, políticas, serviços, responsabilidades e funções

dos agentes públicos, poderes, esferas governamentais, entes federativos, entidades, além dos direitos e deveres do cidadão. O que esperar, onde buscar e reclamar. (DUARTE, 2009, p. 3).

Enquanto para Brandão (2006), o entendimento de comunicação pública como Comunicação Organizacional é fundamentado na comunicação estratégica, objetivando a construção de relações com o público interno e externo da instituição para a geração de uma identidade institucional.

Margarida Kunsch (2013), doutora em comunicação, enfatiza que a comunicação organizacional é sempre pertinente à comunicação pública, tendo o conceito de comunicação organizacional integrada, que engloba a comunicação interna, institucional e mercadológica. No campo institucional, seu pensamento ratifica as ideias postas pelos autores citados, apontando

A comunicação institucional está ligada exatamente com a instituição propriamente dita, com a sua personalidade, com a sua maneira de ser. E ela valoriza muito mais os aspectos corporativos ou institucionais que explicitam o lado público das organizações. (KUNSCH, 2013, p. 9).

Dentro do campo da comunicação institucional, Kunsch (2013) reforça o papel das Relações Públicas, posto que “abrangem formas de relacionamento da instituição como usos de procedimentos, instrumentos e canais que permitem o diálogo personalizado entre um cidadão (ou um grupo restrito de cidadãos) e o agente público” (WEBER, 2011 apud KUNSCH, 2013, p.10), gerando aproximação com os públicos e auxiliando na garantia de informações que promovam a cidadania.

Portanto, a partir dos parâmetros apresentados, é evidente a importância da comunicação pública no viés institucional para a promoção e construção de um diálogo democrático com a sociedade, tendo em vista o escopo de funcionamento dos espaços culturais e sua relação com os atores sociais.

3.2 SENSO DE PERTENCIMENTO

Para o estudo do senso de pertencimento é primordial compreender o sentimento como uma necessidade humana, tanto no viés social quanto nos estudos da psicologia. Além de ser uma necessidade, é um direito de cada cidadão se sentir pertencente na sociedade e em suas atividades.

Freitas (2008), aponta que “o sentimento de pertencer a um grupo e lugar mantém a coesão comunitária, de tal modo que entrelaça o lugar, a população e o

pertencer.” (FREITAS, 2008 apud CARDOSO *et al.*, 2017, p. 89), e complementa que o pressuposto para a existência da pertença “implica em olhar e reconhecer-se. Provoca ainda pensar em si mesmo como integrante de uma sociedade que atribui símbolos e valores éticos e morais, o que destaca características culturais.” (idem).

Segundo o estudo da pesquisadora Rosane Tavares (2014), embasado na psicologia social crítica e nos estudos de Doyal e Gough (1994), a psicologia social crítica é pautada no entendimento do indivíduo no âmbito da “constituição sócio-histórica, com os sujeitos sendo determinados e, ao mesmo tempo, determinantes da sua história.” (TAVARES, 2014, p. 180). Nesta esfera, o senso de pertencimento e a inclusão de um grupo é um direito essencial, que ultrapassa o pilar básico das necessidades humanas, ou seja, “necessidades elementares e universais não são apenas o alimento e o abrigo, mas, principalmente, a necessidade de participar de alguma forma da vida na sociedade.” (TAVARES, 2014, p. 181).

Esta perspectiva da psicologia também afirma que para o indivíduo as experiências são fundamentais

para desenvolver as suas potencialidades, para ampliar a sua compreensão de mundo e a possibilidade de harmonizar os sentimentos, o afeto, os desejos, a cognição e a ação, de forma a dar um sentido para a própria vivência e a decidir fazer escolhas. (TAVARES, 2014, p. 186).

A união da perspectiva de Doyal e Gough (1994) com a psicologia social crítica apontam que além do pertencimento social como necessidade, o direito do cidadão precisa ser garantido pelo Estado,

sabendo que, para esse pertencimento, estão implícitas condições fundamentais como saúde física e mental, autonomia, direito à informação, conhecimento de si e da sua cultura, auto-aceitação, oportunidade de conhecimento de outras culturas, enfim, uma gama de condições que são requisitos para que o indivíduo se sinta sujeito e capaz de participar voluntariamente dos processos de interação social. (TAVARES, 2014, p. 198).

Ressalta-se que os estudos de Doyal e Gough (1994) estão inseridos no campo de políticas sociais, e que as condições podem ser oferecidas por meio das políticas públicas, conforme explorado no capítulo anterior.

Dessa forma, Tavares (2014) indica que para a construção do pertencimento social é imprescindível “a democracia, o reconhecimento dos direitos sociais e da cidadania, e a oportunidade de reflexão e ação, que devem ser providos pelo Estado.” (idem).

Por outro lado, o estudo da psicologia ambiental é crucial para compreender a relação do indivíduo com o espaço que ocupa e, sobretudo, no qual cria vínculos. Conforme as doutoras em psicologia Ada Mourão e Sylvia Cavalcante (2011) pontuam, a psicologia ambiental estuda o conceito de identidade de lugar, definida como a “subestrutura da identidade pessoal construída a partir da interação do indivíduo com o seu entorno físico e social.” (MOURÃO; CAVALCANTE, 2011, p. 208).

Segundo as doutoras (2011), o entendimento de identidade é caracterizado por ser

um processo dinâmico e mutável que ocorre ao longo da vida dos sujeitos, a partir de suas vivências, envolvendo comportamentos cognitivos, materiais e atos de investimento emocional, tendo em vista a satisfação de suas necessidades e desejos. (idem).

Assim, a criação da identidade é pautada nas vivências do indivíduo, modificadas ao longo do tempo, e em sua relação com o lugar no qual está atrelado.

A partir disto, é possível compreender qual a função da identidade do lugar, segundo Mourão e Cavalcante (2011), é na conexão com o espaço que o indivíduo tem base para a sua autoidentidade, ou seja, “somo capazes de criar e sustentar um senso coerente de nós mesmos e revelar aos outros nosso eu” (idem, p. 211). Desta forma, as autoras identificam que em torno deste entendimento configura-se o senso de pertencimento com um lugar e pontuam “para que um ambiente seja significativo é necessário que de alguma forma, ele satisfaça às necessidades, exigências e desejos do indivíduo.” (idem).

Em adição, para a construção da identidade de lugar, Mourão e Cavalcante (2011) salientam o pensamento do geógrafo Yi Fu Tuan (1983) para apresentar as diferenças entre o termo lugar e espaço. Segundo Tuan (1983), o espaço pode se tornar um lugar, uma vez que o sujeito deposita valores afetivos por meio de uma vivência intensa, sendo que, “a função primária do lugar é a de gerar um senso de pertencimento e conexão.” (MOURÃO; CAVALCANTE, 2011, p. 212).

Em complemento, e tendo em vista o entendimento do senso de pertencimento nos espaços culturais, Sarraf (2013) aponta a capacidade dos espaços para afirmarem o senso de pertença, definido como a busca em “fazer com que as pessoas se sintam parte de uma nação, reconheçam suas origens, afirmem sua identidade, se reconhecem em determinada obra de arte” (SARRAF, 2013, p. 9), entretanto ainda permanece um grande desafio para atrair o público e, então, gerar este sentimento.

Paulo Ross e Paulo Silva (2013), pesquisadores da área de Educação, contribuem para o estudo do senso de pertencimento, declarando que,

O sentimento de pertença de uma pessoa é construído pelas relações de afeto, pelas ações de identificação, pelas trocas estabelecidas com o lugar e com outras pessoas. O Sentimento de pertença relaciona-se com as condições que favorecem o exercício da liberdade de cada pessoa, as possibilidades de diálogo, a manifestação das escolhas, a produção e o usufruto das interações sociais. (ROSS; SILVA, 2013, p. 168).

No âmbito da acessibilidade e para além do direito da pessoa com deficiência frequentar os espaços culturais e ter garantia das experiências, o senso de pertencimento é fator fundamental para que os espaços se tornem atrativos para que frequentem e se sintam acolhidos, considerando as particularidades de todos os públicos. Assim, cabe analisar também como gerar senso de pertencimento nesta perspectiva.

Relacionado com o conceito de acessibilidade, Silveira (2016) menciona que, aliando o espaço acessível com a comunicação e a relação com os indivíduos, a

pessoa com deficiência deve ter atendido seu desejo de se sentir parte integrante do todo, de entender e reconhecer seu direito de pertencimento, de ser ouvido, de olhar para o mundo, de sentir, se relacionar, e, acima de tudo, de ter autonomia e liberdade. (SILVEIRA, 2016, p. 149).

De acordo com Ross e Silva (2013), nos lugares as pessoas vivem e se relacionam com o meio, por isso são essenciais para o “papel fundamental na construção afetiva homem-lugar, pois além de viverem no/o lugar, são capazes de tornar o sentimento de pertença do outro mais forte.” (ROSS; SILVA, 2013, p. 169).

Ainda, conforme o Seminário Internacional “*Acessibilidade em Museus e Espaços Culturais: desafios e inspirações*”, o Sesc São Paulo (2018) alega que as pessoas com deficiência ao estarem envolvidas “nos processos curatoriais e de criação desses espaços, passam a ter um sentimento de pertencimento em relação a eles, o que faz com que experiências culturais passem a ter mais sentido no cotidiano dessas pessoas.” (SESC, 2018).

Por isso, em conformidade com Ross e Silva (2013), pode-se entender que nos espaços culturais, mesmo que o sentimento de pertencimento seja individual, confirmando a identidade de cada indivíduo, é neste ambiente que o senso de pertencimento é desenvolvido de forma coletiva.

3.3 COMUNICAÇÃO ACESSÍVEL

A partir do entendimento que o senso de pertencimento considera as particularidades de cada indivíduo, a comunicação exercida nos espaços culturais tem papel fundamental na geração de pertença e democratização do acesso à cultura, pois precisa ser constituída de forma a quebrar a barreira comunicacional e estabelecer um relacionamento efetivo com os públicos.

Percebe-se, segundo Sarraf (2013), que o senso de pertencimento aliado à acessibilidade nos espaços culturais não está associado apenas a liberdade para frequentar o espaço, mas encontra na comunicação acessível o objetivo de “colaborar para que os indivíduos se sintam acolhidos, tenham o desejo de permanecer, participar e considerar os espaços culturais opções de lazer e cultura indispensáveis em sua agenda.” (SARRAF, 2013, p. 58).

A comunicação acessível, segundo a comunicadora Simone Costa (2014), precisa considerar a

disseminação de informação por formatos acessíveis. A informação tem função fundamental na vida de todo cidadão, onde este se na medida em que esclarece esse universo, abrangendo desde temas triviais até informações de maior relevância como seus próprios direitos. (COSTA, 2014, p. 27).

Ainda, a comunicação, de acordo com a Lei Brasileira de Inclusão (LBI), é a

Forma de interação dos cidadãos que abrange, entre outras opções, as línguas, inclusive a Língua Brasileira de Sinais (Libras), a visualização de textos, o Braille, o sistema de sinalização ou de comunicação tátil, os caracteres ampliados, os dispositivos multimídia, assim como a linguagem simples, escrita e oral, os sistemas auditivos e os meios de voz digitalizados e os modos, meios e formatos aumentativos e alternativos de comunicação, incluindo as tecnologias da informação e das comunicações. (BRASIL, 2015, *online*)

A conceituação da barreira comunicacional feita por Sassaki (2009) vai ao encontro da definição feita pela LBI, pois tem como centro a interação e inclusão de todos os indivíduos. Conforme Sassaki (2009), a quebra da barreira comunicacional no campo do lazer engloba uma sinalização adequada nos espaços e intérprete da língua de sinais; no campo do trabalho a comunicação deve ser acessível nas seguintes categorias,

face-a-face, língua de sinais, linguagem corporal, linguagem gestual etc.), na comunicação escrita (jornal, revista, livro, carta, apostila etc., incluindo textos em braile, textos com letras ampliadas para quem tem baixa visão, notebook e outras tecnologias assistivas para comunicar) e na comunicação virtual (acessibilidade digital) (SASSAKI, 2009, p. 3);

e no campo da educação, os alunos devem ter o direito de consumir os conteúdos cotidianos de forma acessível, como

Ensino de noções básicas da língua de sinais brasileira (Libras) para se comunicar com alunos surdos; ensino do braile e do sorobã para facilitar o aprendizado de alunos cegos; uso de letras em tamanho ampliado para facilitar a leitura para alunos com baixa visão; permissão para o uso de computadores de mesa e/ou notebooks para alunos com restrições motoras nas mãos; utilização de desenhos, fotos e figuras para facilitar a comunicação para alunos que tenham estilo visual de aprendizagem etc. (SASSAKI, 2009, p. 3).

Além de instrumentos e ferramentas que visam facilitar a interação, na esfera educacional também são necessárias pessoas para orientar os alunos e auxiliar no processo de ensino da língua.

Aliando a quebra de barreiras comunicacionais no campo de lazer e de trabalho, dado que muitas referências são aplicadas no esfera institucional dos espaços culturais, destaca-se alguns recursos que podem ser utilizados nas apresentações culturais, como teatros e salas de concerto, e no viés institucional da comunicação pública que impacta diferentes grupos sociais.

A. Audiodescrição (AD)

A busca pela promoção de acessibilidade nos espaços culturais tem como fator fundamental a audiodescrição, segundo a especialista em Patrimônio Cultural e Identidade Márcia Bamberg (2014), o instrumento

amplia o entendimento das pessoas com deficiência visual em eventos culturais, gravados ou ao vivo, por meio de informação sonora. É uma atividade de mediação linguística, uma modalidade de tradução intersemiótica que transforma o visual em verbal. (BAMBERG, 2014, p. 77)

Entretanto, conforme a audiodescritora Letícia Schwartz (2012), a audiodescrição não é apenas a tradução da imagem, dado que requer "o cuidado de não interferir na interpretação da imagem, sem omitir nenhum dos elementos que conduzem à sua percepção." (SCHWARTZ, 2012, p. 136). Em concordância, a mestre em comunicação acessível Marilaine Costa (2020) embasada no conceito de Neves (2011) indica que a audiodescrição é "A arte de descrever imagens, objetos, realidades com valor comunicativo essencialmente visualista" (NEVES, 2011 apud Marilaine, 2020, p.30).

Werneck (online), colabora com o entendimento da AD ao destacar que

A audiodescrição permite que o usuário receba a informação contida na imagem ao mesmo tempo em que esta aparece, possibilitando que a pessoa desfrute integralmente da obra, seguindo a trama e captando a subjetividade da narrativa, da mesma forma que alguém que enxerga. As descrições acontecem nos espaços entre os diálogos e nas pausas entre as informações

sonoras do filme ou espetáculo, nunca se sobrepondo ao conteúdo sonoro relevante. (AUDIODESCRIÇÃO, *online* apud WERNECK, *online*).

Por fim, Schwartz (2012) também salienta que para a construção do recurso, existem dois momentos nos quais a colaboração de pessoas com deficiência é imprescindível, sendo a verificação da “qualidade de consultor durante o acompanhamento da criação do produto” (SCHWARTZ, 2012, p. 140) e a participação no resultado final do projeto, por meio de um *feedback*.

B. Língua de Sinais Brasileira (LIBRAS)

Uma vez que o estudo refere-se aos espaços culturais que estão inseridos no território brasileiro, adota-se, especificamente, a Língua de Sinais Brasileira (LIBRAS), respeitando a variação da linguagem segundo o local no qual está sendo relatada.

Costa (2020) define que a língua de sinais “é uma língua de modalidade gestual-visual, pois a informação é produzida pelas mãos e pelo rosto e recebida pelos olhos.” (COSTA, 2020, p. 32), tanto os movimentos do corpo quanto das mãos são necessários para a realização e interpretação da linguagem, por isso é considerada gestual-visual. Além disso, conforme Costa (2020) apresenta, em recursos audiovisuais a inserção da tradução em libras ocupa o espaço inferior direito e é realizada por um Tradutor e Intérprete de Língua de Sinais (TILS).

Dada a importância da língua de sinais para comunicação, foi sancionada em 24 de abril de 2002, a Lei Nº 10.436, que reconhece e determina providências. Nesta Lei, pode-se destacar que,

Art. 1º É reconhecida como meio legal de comunicação e expressão a Língua Brasileira de Sinais - Libras e outros recursos de expressão a ela associados. Parágrafo único. Entende-se como Língua Brasileira de Sinais - Libras a forma de comunicação e expressão, em que o sistema lingüístico de natureza visual-motora, com estrutura gramatical própria, constituem um sistema lingüístico de transmissão de idéias e fatos, oriundos de comunidades de pessoas surdas do Brasil.

Art. 2º Deve ser garantido, por parte do poder público em geral e empresas concessionárias de serviços públicos, formas institucionalizadas de apoiar o uso e difusão da Língua Brasileira de Sinais - Libras como meio de comunicação objetiva e de utilização corrente das comunidades surdas do Brasil.

Art. 3º As instituições públicas e empresas concessionárias de serviços públicos de assistência à saúde devem garantir atendimento e tratamento adequado aos portadores de deficiência auditiva, de acordo com as normas legais em vigor. (BRASIL, *online*).

Desta forma, é possível compreender que o Estado garante a aplicação de Libras nos espaços públicos, objetivando a comunicação adequada.

Werneck (*online*) ao definir a língua dos sinais no *site* “Escola de Gente” também manifesta o recurso Libras Tátil, sendo “a Libras realizada na palma de uma das mãos de pessoas surdocegas por meio de um profissional identificado como guia-intérprete”, podendo as acompanhar em situações cotidianas.

C. Legenda para Surdos e Ensurdidos (LSE)

A legenda para Surdos e Ensurdidos, de acordo com a doutora em Linguística Élda Chaves (2012), é realizada por meio da tradução “em texto escrito os efeitos sonoros e identifica os falantes para que os surdos e ensurdidos possam construir a narrativa da obra audiovisual através dos elementos sonoros e da identificação de quem está falando.” (CHAVES, 2012 apud Costa, 2020, p. 32), o processo é semelhante às legendas dos ouvintes.

D. Braile/Braille

O braile, segundo Werneck (*online*), é um “Sistema de leitura por meio do tato que reproduz o alfabeto em caracteres impressos em relevo no papel.” (WERNECK, *online*). Em conformidade com o comunicador Felipe Marcelino (2013), que fundamenta o pensamento em Lemos e Cerqueira (1999), o braile pode ser empregado em diferentes idiomas, sendo abrangente em diversas áreas de estudo.

Ademais, Marcelino (2013) indica que o braile é um sistema de comunicação que integra as pessoas na sociedade, sendo,

O sistema de Braile permite uma forma de escrita eminentemente prática. A pessoa cega pode satisfazer o seu desejo de comunicação. Abre-lhe os caminhos do conhecimento literário, científico e musical, permitindo-lhe, ainda a possibilidade de manter uma correspondência pessoal e a ampliação de suas atividades profissionais. (CERQUEIRA *et al.* 1999 apud MARCELINO, 2013, p. 39).

E. Linguagem simples

É primordial que os espaços culturais tenham a consciência de que adotar em suas comunicações uma linguagem simples amplia o entendimento dos públicos e os conecta com a cultura e o espaço. Segundo a especialista em Cultura do Consumo Heloisa Fischer (2020), ao se referir aos textos de exposições, o tema precisa ser

tratado com urgência, tendo em vista que é feito para o coletivo, pois “os textos podem assumir um caráter segregador e provocar exclusão social pela linguagem.” (FISCHER, 2020, p. 246).

De acordo com Fischer (2020) “a Linguagem Simples tem o propósito de elaborar textos e documentos que sejam fáceis de ler. O objetivo é a pessoa localizar rápido a informação, entendê-la e usá-la a seu favor.” (FISCHER, 2020, p. 246). Ainda, segundo a Associação Internacional de Linguagem Simples (Plain Language Association International – PLAIN), “Um comunicação está em Linguagem Clara quando o texto, a estrutura e o design são tão claros que o público-alvo consegue encontrar facilmente o que procura, compreender o que encontrou e usar essa informação.” (PLAIN, s/d apud FISCHER, 2020, p. 249).

A especialista coloca um exemplo de como a comunicação destinada a música clássica pode afastar a diversidade de públicos, uma vez

que costuma preferir um linguajar mais apropriado a conversas entre músicos profissionais do que a informes para públicos heterogêneos. Privilegiam-se termos técnicos, palavras em outros idiomas e expressões específicas do universo dos concertos. É comum esquecer que o público não é formado apenas por especialistas. (FISCHER, 2020, p. 245).

Logo, a linguagem simples se torna uma ferramenta para a democratização dos espaços, mostrando ao público que é possível compreender as comunicações referentes à cultura e que não estão restritas apenas para o entendimento de especialistas em determinado assunto.

F. Comunicação virtual

A comunicação feita na *Web* pode contar com programas e *softwares* para que a comunicação virtual seja acessível para as pessoas com deficiência. Marcelino (2013) ressalta que o World Wide Web (W3C), consórcio internacional, desenvolveu as “Recomendações de Acessibilidade para Conteúdo Web (WCAG) 2.0, que tem como pilares

a percepção clara da informação e dos componentes da interface para o usuário; a fácil operacionalização dos componentes de interface para o usuário; a compreensão das informações e da operação de interface e de navegação; e interpretação concisa do conteúdo por diversos agentes do usuário, incluindo Tecnologia Assistivas. (MARCELINO, 2013, p. 44).

G. Tecnologia assistiva (TA)

Consoante à visão do *site* Assistida (*online*), a tecnologia assistiva é

um termo ainda novo, utilizado para identificar todo o arsenal de Recursos e Serviços que contribuem para proporcionar ou ampliar habilidades funcionais de pessoas com deficiência e consequentemente promover Vida Independente e Inclusão. (ASSISTIDA, *online*).

O PHD em Ciências Humanas, Teófilo Galvão Filho (2009), complementa a definição ao apontar que a TA pode se apresentar de forma simples no cotidiano, ou seja,

Os recursos de tecnologia assistiva estão muito próximos do nosso dia-a-dia. Ora eles nos causam impacto devido à tecnologia que apresentam, ora passam quase despercebidos. Para exemplificar, podemos chamar de tecnologia assistiva uma bengala, utilizada por nossos avós para proporcionar conforto e segurança no momento de caminhar, bem como um aparelho de amplificação utilizado por uma pessoa com surdez moderada ou mesmo veículo adaptado para uma pessoa com deficiência. (MANZINI, 2005, apud FILHO, 2009, p. 1).

Assim, Filho (2009) reforça que muitos instrumentos podem ser feitos de forma artesanal, com inúmeras alternativas, sendo aliadas da área educacional.

a. Comunicação Alternativa (CA)

A comunicação alternativa é uma categoria da tecnologia assistiva, também conhecida, conforme aponta Marcelino (2013), como “Comunicação Aumentativa e Alternativa (CAA) ou Comunicação Suplementar e Alternativa (CSA)” (MARCELINO, 2013, p. 42), e pode-se definir, segundo o *site* Assistida (*online*), que a comunicação alternativa é

A área da tecnologia assistiva que se destina especificamente à ampliação de habilidades de comunicação é denominada de Comunicação Alternativa (CA). A comunicação alternativa destina-se a pessoas sem fala ou sem escrita funcional ou em defasagem entre sua necessidade comunicativa e sua habilidade de falar e/ou escrever. (ASSISTIVA, *online*).

Em complemento, Marcelino (2013) destaca recursos que são usados na CA, sendo

as pranchas de comunicação, produzidas através de simbologia gráfica (desenhos representativos de ideias) fotografias, imagens confeccionadas, com ou sem legendas, números, letras ou palavras escritas e quaisquer outros elementos necessários para efetivar a comunicação. (MARCELINO, 2013, p. 42).

Logo, o autor permite compreender que diversos recursos podem ser utilizados para a construção de uma comunicação alternativa, que ajudarão os indivíduos a compartilharem sentimentos e se comunicarem.

H. Piso tátil

Embora não seja caracterizado como um recurso de comunicação, o piso tátil é um importante recurso da Tecnologia Assistiva e da quebra de barreiras arquitetônicas. Ross e Silva (2013), relatam que é por meio do piso tátil que “a pessoa com deficiência visual realiza seu deslocamento de modo mais rápido, mais seguro e melhor referenciado.” (ROSS; SILVA, 2013, p. 162).

Desta forma, os pesquisadores (2013) demonstram que o piso tátil “busca proporcionar poder de autonomia às pessoas com deficiência visual” (ROSS; SILVA, 2013, p. 161), sendo um recurso que reafirma o direito de participação nos espaços.

Por meio dos instrumentos apresentados torna-se possível ampliar o acesso das pessoas com deficiência, assim como também beneficia outros públicos que por meio de uma linguagem acessível pode ter entendimento efetivo sobre as comunicações e obras, expandir a conscientização sobre a participação de pessoas com deficiência nos espaços culturais e outros espaços coletivos.

3.3.1 Comunicação Sensorial

Considerando que os espaços públicos, com ênfase para o teatro e salas de concerto, exploram a comunicação visual e a audição do público, é importante, além do recursos que possibilitam uma comunicação acessível, direcionar uma visão para a comunicação sensorial, sendo uma aliada na experiência e senso de pertencimento.

Segundo Sarraf (2018), ao abordar âmbitos museais, que podem ser expandidos para os espaços culturais, a comunicação sensorial explora os recursos dos cinco sentidos, sendo: o olfato, paladar, tato, audição e visão. Ainda,

A percepção sensorial não pressupõe conhecimentos intelectuais, domínio de linguagem ou idioma e familiaridade com ofertas culturais; ela é livre das barreiras inerentes à origem elitizada e acadêmica dos espaços culturais e tem o poder de envolver e cativar toda a diversidade de públicos. (SARRAF, 2018, p. 70).

Os espaços culturais adotam, majoritariamente, uma experiência visual e auditiva, não explorando os outros recursos sensoriais disponíveis. Segundo a autora (2013), o tato é um recurso, que pelas exposições, não é bem visto, pois apresenta riscos na preservação do material, porém é um importante instrumento tendo em vista que “Toda comunicação começa e termina no corpo. É no corpo do indivíduo que

ocorre a primeira comunicação, natural e inerente à condição humana” (SARRAF, 2013, p. 25).

Já os recursos como o olfato e o paladar são poucos explorados, Sarraf (2018) aponta que podem acontecer, respectivamente, “em estratégias de comunicação ligadas a acervos olfativos como museus de perfumes e parques botânicos” e na “cafeterias que raras vezes oferecem cardápios ligados aos temas dos espaços que as abrigam” (SARRAF, 2018, p. 71).

Ao observar o campo musical, a comunicação sensorial pode ser desenvolvida por meio de alguns parâmetros, o comunicador Fábio Ferreira (2019) cita seis práticas para a inclusão da pessoa com deficiência nos concertos, das quais duas fazem referência os sentidos, sendo: “Reservar a primeira fileira para o(s) estudante(s) surdo(s) e intérpretes da escola” e “Possibilitar que o estudante surdo encoste nos instrumentos enquanto os músicos tocam” (FERREIRA, 2019, *online*).

Portanto, a comunicação sensorial pode ser uma aliada dos espaços culturais, pois é entendida como “um sentido fundamental à condição humana, pois é por meio desse que temos consciência de nossa corporeidade, que somos compostos de uma parte física e não somente da intelectual, imagética e imaginativa.” (SARRAF, 2018, p. 72), e para a quebra de barreiras comunicacionais e atitudinais.

3.4 *DESIGN* UNIVERSAL

O *Design* Universal, também nomeado como Desenho Universal, se tornou conhecido, conforme os autores do artigo “*Design* Universal sob a ótica dos estudantes e profissionais brasileiros”, após discussões sobre os direitos humanos. Em 1963, houve uma conferência realizada na Suécia, pelos Estados Unidos, Japão e nações europeias, que gerou, em 1963, “a *Barrier - Free Design* ou Projeto Livre de Barreiras.” (PINTO *et al.*, 2018, p. 611), designada como “uma comissão com o objetivo de discutir desenhos de equipamentos, edifícios e áreas urbanas adequados à utilização por pessoas com deficiência, ou com mobilidade reduzida”. (CARLETTO; CAMBIAGHI, 2008, apud PINTO *et. al*, 2018, p. 611).

Sarraf (2013) enfatiza que Ron Mace, arquiteto tetraplégico, foi responsável por evoluir o conceito para *Design* Universal, assim

O conceito de desenho livre de barreiras acabou evoluindo para o de desenho universal, adotado inicialmente nos Estados Unidos. Universal por se destinar a qualquer pessoa e por ser fundamental para tornar possível a realização

das ações essenciais praticadas na vida cotidiana, o que na verdade é uma consolidação dos pressupostos dos direitos humanos. (CAMBIAGHI, 2007 apud PINTO *et. al*, 2018, p. 611).

Dessa forma, Mace aponta que os projetos e produtos devem ser inclusivos para todos os públicos, sendo que o “Desenho Universal é a concepção de produtos e ambientes para serem utilizados por todas as pessoas, na maior medida do possível, sem a necessidade de adaptação ou desenho especializado”. (MACE, 2010 apud PINTO *et al.*, 2018, p. 610).

Em 1980 o debate em relação ao tema teve início no Brasil, segundo Sarraf (2013), somente em 1981, devido a Assembleia das Nações Unidas declarar o Ano Internacional de Atenção às Pessoas com Deficiência, as leis foram decretadas no país, declarando o “início de intercâmbios de conceitos, teorias e boas práticas, que influenciaram diretamente na criação da Norma Brasileira de Acessibilidade NBR 9050, em 1985.” (SARRAF, 2013, p. 64).

Com o avanço do tema, e buscando atender o maior número de públicos nos espaços, serviços e produtos, Mace estabeleceu na década de 90 sete princípios para o Desenho Universal, detalhados pelas autoras Ana Claudia Carletto e Silvana Cambiaghi (2008, p. 12 - 16), em “Desenho Universal: um conceito para todos”, como:

- A. Igualitário: “equiparável”, de uso igual para todos, ou seja, ambientes, serviços e produtos que possibilitam que públicos com diferentes capacidades possam utilizá-los. Tem-se como exemplo, as portas automáticas que não necessitam de força ou alcance para gerar o movimento de abrir ou fechar.
- B. Adaptável: “uso flexível”, no qual produtos e espaços que possam se adaptar a diferentes preferências e, principalmente, habilidades dos públicos. A tesoura que atende destros e canhotos é um exemplo citado pelas autoras.
- C. Óbvio: “uso simples e intuitivo”, possibilita que públicos com diferentes habilidades, conhecimentos, experiência ou concentração sejam capazes de entender a mensagem ou orientação de um espaço ou serviço.
- D. Conhecido: “informação de fácil percepção”, sendo a transmissão de uma informação de forma que o todos os receptores tenham suas necessidades atendidas, englobando pessoas estrangeiras, com dificuldade de visão ou audição. A tecnologia assistiva pode ser uma ferramenta para auxiliar a execução desta premissa, como mapas com informações em alto relevo ou maquetes táteis.

- E. Seguro: “tolerante ao erro”, possibilita a minimização de riscos em ações acidentais ou não intencionais. Como exemplo, pode-se citar os sensores nos elevadores e corrimão em escadas e rampas.
- F. Sem espaço: “baixo esforço físico”, objetos e serviços que evitam o esforço de todos os públicos, sendo utilizado de forma eficiente, como torneiras com sensor ou maçanetas tipo alavanca, no qual simplificam o uso e diminuem o esforço.
- G. Abrangente: “dimensão e espaço para aproximação e uso”, objetiva que os espaços sejam apropriados para o acesso e uso, independente do tamanho do corpo, mobilidade ou postura. O exemplo das autoras, e que vai ao encontro deste estudo, são as poltronas de teatros para pessoas obesas, assim como banheiros que sejam adequados para pessoas em cadeiras de roda ou públicos que necessitem de espaço.

Em defesa da aplicação do desenho universal, Pinto *et al.* (2018) complementa que para o Desenho Universal

os demais aspectos considerados no desenvolvimento de produtos devem continuar a ser considerados. Para Ferrés (2005), o DU “não entra em conflito com nenhum outro princípio de *good Design*, como por exemplo, fazer com que o produto seja desejável.”

Segundo Carletto e Cambiaghi (2008), e conforme citado no capítulo de acessibilidade, a NBR passou por uma atualização em 1994 e, posteriormente, em 2004. Porém, cabe citar que a última atualização se refere ao ano de 2015, sendo nominada como NBR 9050/2015.

Sarraf (2013), ao direcionar a aplicação do desenho universal para os espaços culturais, observa que no Brasil poucos são os espaços que utilizam o conceito para promover a democratização da participação dos públicos,

esse atendimento é considerado na maior parte dos casos “especial” por ser destinado exclusivamente às pessoas com deficiência e ocorrer em ocasiões especiais ou sob demanda, tornando as ofertas invisíveis aos demais visitantes dos espaços culturais que poderiam se beneficiar das formas diferenciadas de uso e compreensão da linguagem cultural. (SARRAF, 2013, p. 66-67).

Dessa forma, compreende-se a importância da aplicação do conceito de desenho universal para os espaços públicos, uma vez que “as adequações oferecidas se limitam à acessibilidade física, compreendidas como eliminação de barreiras arquitetônicas.” (idem, p. 67), assim os espaços devem considerar a quebra das

demais barreiras para garantir o acesso, serem protagonistas na inclusão de diversos públicos e, principalmente, serem coerentes com o posicionamento de acessibilidade que desejam manter nos espaços, alinhando a prática ao discurso.

4 ESTUDO DE CASO: COMUNICAR PARA PARTICIPAR E PERTENCER

Os capítulos anteriores foram a base para a compreensão dos conceitos teóricos que abarcam os espaços culturais, com ênfase no senso de pertencimento e na acessibilidade das pessoas com deficiência. Assim, o objetivo deste estudo é analisar como funciona empiricamente os conceitos abordados nos estudos de casos, sobretudo, interpretar quais são as preocupações desses espaços culturais e pontos a serem desenvolvidos.

Para a aplicação deste estudo de caso serão considerados dois espaços culturais públicos de São Paulo que, idealmente, são destinados para a ocupação da população, visto que é um direito garantido constitucionalmente. Ainda, a fim de apresentar as diferenças entre os espaços culturais, serão exploradas a comunicação de uma sala de concerto, a Sala São Paulo, e um teatro, o Teatro Sérgio Cardoso, para a realização de uma pesquisa qualitativa e uma visita técnica no espaço.

4.1 OBJETIVO GERAL

O objetivo geral deste estudo será analisar e compreender a aplicação estratégica da comunicação para ampliar a democratização do acesso, especialmente para gerar senso de pertencimento e inclusão das pessoas com deficiência, e caso não haja ações destinadas para este tema, o objetivo será entender quais são os empecilhos e quais as medidas futuras que poderão ser aplicadas.

4.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

Como objetivos específicos desta pesquisa, tem-se:

- A. Analisar quais os pilares comunicacionais adotados no espaço;
- B. Verificar como o senso de pertencimento e a acessibilidade de pessoas com deficiência é trabalhada na comunicação;
- C. Entender como os canais de comunicação trabalham com os públicos;
- D. Analisar como é a participação dos visitantes no espaço;
- E. Entender como é a experiência das pessoas com deficiência no espaço cultural;

- F. Verificar se o discurso comunicacional está alinhado com a estrutura física do espaço.

4.3 AMOSTRA

Dado que o recorte deste estudo se pautou em espaços culturais com foco em teatros e salas de concertos, assim como foi realizado um recorte de políticas públicas do estado de São Paulo, os objetos de estudo buscados seguiram a mesma tratativa. Dessa forma, foram selecionados para este estudo a Sala São Paulo e o Theatro Municipal de São Paulo. Ambos locais são os mais conceituados no estado, sendo geridos pelo Governo de São Paulo e, conseqüentemente, devem apresentar iniciativas para a ocupação da população, além de terem um histórico de espaços destinados para a elite de São Paulo.

Após a seleção dos locais, as tentativas de contato foram realizadas, tendo sucesso com o agendamento de uma conversa com a responsável pela comunicação na Sala São Paulo. No entanto, foi realizada uma tentativa de contato com o Theatro Municipal em abril, porém o espaço estava realizando uma troca de gestão da empresa responsável pela comunicação, assim o espaço não estava disponível para a realização de uma entrevista.

Ainda assim, para que esta pesquisa pudesse cumprir seu objetivo primário de realizar um estudo comparativo entre os dois espaços culturais, foi realizada uma tentativa de contato com o Teatro Sérgio Cardoso, Theatro São Pedro, e Teatro Arthur Azevedo, assim como uma tentativa de contato com a Secretária da Cultura para que pudessem compartilhar as ações destinadas para algum dos teatros que realizam a gestão.

Em junho, tentou-se novamente a concretização de uma entrevista com o Teatro Sérgio Cardoso, no qual obteve-se êxito e, então, foi realizada uma entrevista com o responsável pela comunicação do teatro, gerente da Organização Social Amigos da Arte, que faz a gestão do espaço.

4.3.1 Sala São Paulo

Inaugurada em 9 de julho de 1999, a Sala São Paulo, espaço destinado para a apresentação de concertos musicais, está localizada no centro da cidade de São

Paulo, na praça Júlio Prestes, ao lado da estação Júlio Prestes e próxima à estação Luz.

A Sala São Paulo faz parte do projeto Fundação Osesp, uma instituição sem fins lucrativos fundada em 22 de junho de 2005, que é responsável por “apoiar, incentivar, assistir, desenvolver e promover a cultura, a educação e a assistência social, com ênfase à música de concerto, instrumental e vocal.” (OSES, *online*), sendo também responsável pela

Orquestra Sinfônica do Estado de São Paulo - Osesp o Coro da Osesp, os coros Infantil e Juvenil da Osesp, a Academia da Osesp, a Editora da Osesp, o Centro de Documentação Musical 'Maestro Eleazar de Carvalho' e o Festival Internacional de Inverno de Campos do Jordão. (idem),

no qual a Orquestra Sinfônica do estado possui sede na Sala São Paulo.

Entender o contexto no qual a Sala São Paulo foi restaurada é importante para a compreensão da sua representação na sociedade e quais os desafios ainda enfrentados. O cultivo do café permeia o início da idealização da Sala São Paulo, tendo em vista que era o cultivo mais importante no século XIX, consequentemente, o transporte era fator fundamental. Dessa forma, segundo a história da Sala São Paulo (*online*), os barões do café e os produtores de algodão se uniram para a construção de uma estrada ferroviária, porém as divergências os levaram para a construção das estradas Sorocabana e Itauna.

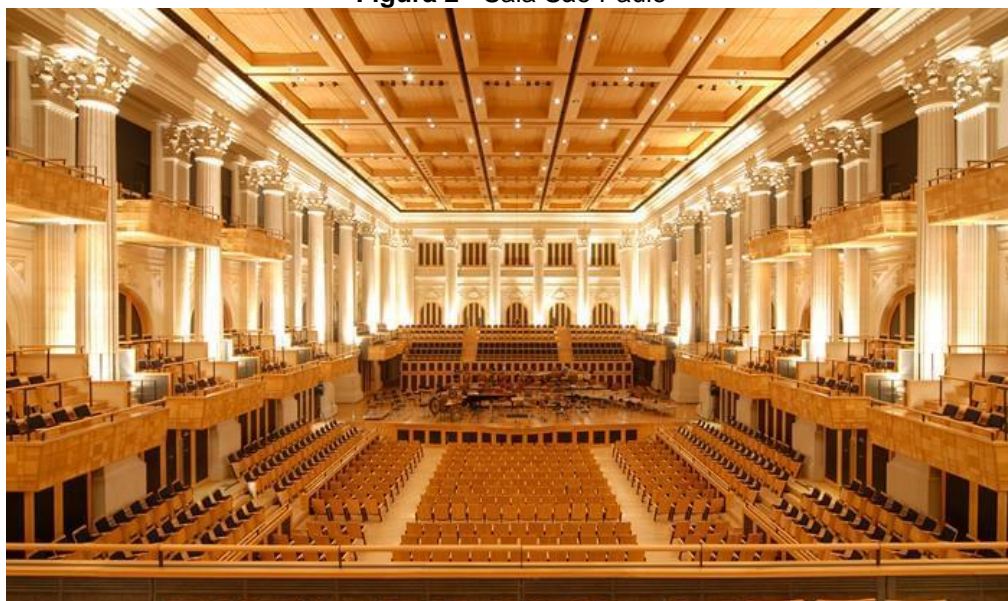
A estrada de ferro Sorocabana, que originou a Estação Júlio Prestes, segundo o artigo escrito para a revista de pós-graduação da FAU “Notas sobre a sala São Paulo e a nova fronteira urbana da cultura”, utilizava o Grande Hall para os passageiros de primeira classe dos trens, no qual era estritamente rigoroso o tratamento entre pessoas de diferentes classes.

Com a falta de verba para concluir a construção da estrada e o enfrentamento de crises econômicas, a estação Júlio Prestes foi inaugurada apenas em 1938, sendo que “a estação, pensada para simbolizar uma certa cidade, surgia, paradoxalmente, em outra.” (WISNIK *et al.*, 2000, p. 197). Porém, devido às crises mundiais a estrada Sorocaba apresentou resultados negativos e, posteriormente, para a quitação de dívidas, em 1998, o Governo do estado de São Paulo entregou a Ferrovia Paulista (Fepasa), até então responsável pela conclusão de obras inacabadas, à União. Assim, “deu uso da estação à Secretaria de Estado da Cultura, teve início o processo de restauro da Sala São Paulo e a consequente convivência de um complexo cultural e uma estação de trens.” (SALA SÃO PAULO, *online*).

O projeto de restauro da Sala São Paulo (Fig. 2), segundo o arquiteto responsável pela readequação Nelson Dupré (*online*), foi marcado por inúmeros desafios, como isolamento acústico, tendo em vista uma estação de trem em constante movimentação, nova arquitetura e restauração. Após a realização de consultorias norte-americanas, o forro móvel foi sugerido. Porém, segundo o consultor de acústica José Augusto Nepomuceno (*online*), mesmo que o forro móvel proporcione maior versatilidade nas apresentações, não é o único recurso responsável por garantir a acústica,

A geometria da Sala, a disposição dos balcões, o desenho das frentes dos balcões, o posicionamento do palco, a inexistência de carpetes ou cortinas, a espessura da madeira do palco, o desenho das poltronas, paredes pesadas, as irregularidades da arquitetura eclética do edifício existente compõem na Sala São Paulo um importante elenco de pequenas contribuições absolutamente fundamentais para a qualidade do seu clima acústico. (NEPOMUCENO, *online*).

Figura 2 - Sala São Paulo



Fonte: Galeria da Arquitetura, por Dario de Freitas

O espaço que obriga a Sala São Paulo (Fig. 3) também compreende um estacionamento com capacidade para 600 veículos, doca para a descarga e carga de materiais, um ambulatório, camarins, espaços de apoio para *buffet*, espaço para café, restaurante e uma loja.

Figura 3 - Fachada da Sala São Paulo



Fonte: Sala São Paulo, por Tuca Vieira

Em 1999 a Sala São Paulo foi tombada como patrimônio histórico pelo Conselho de Defesa do Patrimônio Histórico Arqueológico, Artístico e Turístico (CONDEPHAAT), e, além da grandiosidade do espaço e seu histórico de divisões de classes sociais na estação, em 9 de julho do mesmo ano, ocorreu a sua inauguração, um importante marco para a construção da imagem da Sala. A inauguração contou com a com a sinfonia “A Ressurreição” de Gustav Mahler, à frente pelo maestro John Neschling, “absorvendo corações e mentes de uma plateia onde estavam, entre inúmeros convidados, o presidente Fernando Henrique Cardoso, o governador Mário Covas e o prefeito Celso Pitta.” (URBS, 1999 apud WISNIK *et. al*, 2000, p. 200).

Segundo o artigo escrito por Wisnik *et al.* (2000), durante a realização da inauguração também aconteceu uma manifestação no qual vaiaram o presidente Fernando Cardoso e o FMI (Fundo Monetário Internacional). Assim, os autores apontam que a Sala é vista como uma ilha,

para quem está do lado de dentro, a sala produz um pacto de intimidade com os frequentadores. Quando a cidade parece ter se tornado inabitável, somente os espaços privados, nossos lares protegidos, podem proporcionar algum abrigo ao espírito das classes dominantes. (WISNIK *et al.*, 2000, p. 200).

No ano de 2015, o jornal britânico, *The Guardian*, elaborou um ranking com as 10 melhores salas de concerto no mundo, e entre os nomes da lista, a Sala São Paulo

garantiu um reconhecimento, que testifica seu excelente potencial e estrutura, se destacando por ter um teto móvel e por estar localizada perto de estação de trem e uma de metrô.

4.3.2 Teatro Sérgio Cardoso

Finalizado em outubro de 1980, o Teatro Sérgio Cardoso está localizado na cidade de São Paulo no bairro Bela Vista, sendo também um espaço público importante para o bairro vizinho, o Bixiga. Apesar do término da obra ter acontecido apenas em 1980, a história do Teatro teve início em 1954.

Segundo o *síte* do Teatro, o espaço cultural foi idealizado, em 1954, pelo casal Sérgio Cardoso e Nydia Licia que visualizaram no espaço abandonado, antigo Cine Teatro Espéria, a oportunidade de criar um teatro próprio. Após alugarem o espaço, o casal precisou realizar uma reforma e encontrar parceiros para auxiliarem o processo, além de buscarem sócios. A idealização do casal também contemplou a criação de uma Companhia de teatro.

Em 1956 as reformas foram finalizadas e o teatro, nomeado como Teatro Bela Vista, teve “Hamlet, Príncipe da Dinamarca” como espetáculo de inauguração, tendo o marco histórico de ter Sérgio Cardoso como o “primeiro diretor brasileiro a dirigir e interpretar um texto de Shakespeare em São Paulo.” (TEATRO SÉRGIO CARDOSO, *online*).

Após a separação do casal, em 1960, Nydia realizou diversas produções para manter o teatro, porém em 1970 os donos do terreno retomaram a posse do espaço e, em 1971, ocorreu a desapropriação. Assim, o teatro obteve reformas, durante o governo de Mário Covas, para tornar as instalações modernas e aderentes para as produções cênicas, sendo finalizado em 1980. Devido à morte do ator Sérgio Cardoso, o teatro e a maior sala receberam seu nome. Em 2020, para celebrar os 40 anos de atividades do Teatro Sérgio Cardoso e homenagear Nydia Licia por suas colaborações às artes, a maior sala de espetáculo do espaço (Fig. 4) foi renomeada com seu nome.

Figura 4 - Sala Nydia Licia



Fonte: Teatro Sérgio Cardoso

A segunda sala (Fig. 5) foi nomeada como “Sala Paschoal Carlos Magno”, um importante ao “animador, produtor, crítico, autor e diretor teatral carioca. Paschoal foi uma personalidade fundamental na dinamização e renovação da cena teatral brasileira, tendo sido o fundador do Teatro do Estudante do Brasil e do Teatro Duse.” (TEATRO SÉRGIO CARDOSO, *online*).

Figura 5 - Sala Paschoal Carlos Magno



Fonte: Teatro Sérgio Cardoso

Em 2004, o espaço com realização do Governo do estado de São Paulo por meio da Secretaria de Cultura e Economia Criativa, passou a ter a administração da

Organização Social de Cultura Amigos da Arte, responsável por difundir a arte e a cultura em São Paulo.

4.4 METODOLOGIA

Posto que os objetivos deste estudo permeiam questões que indagam “como” os processos relacionados à comunicação acontecem dentro de um espaço cultural, o estudo de caso se enquadra como a melhor metodologia para dar seguimento ao estudo. O cientista social Robert K. Yin (2001) aponta que “É provável que questões “como” e “por que” estimulassem o uso de estudos de caso, experimentos ou pesquisas históricas.” (YIN, 2001, p. 26).

A definição mais conhecida para um estudo de caso, também é manifestada por Yin (2001) como “uma investigação empírica que investiga um fenômeno contemporâneo dentro de seu contexto da vida real, especialmente quando os limites entre o fenômeno e o contexto não estão claramente definidos.” (idem, p. 32).

Ainda, o cientista social demonstra que existem muitas técnicas para a aplicação de um estudo de caso que são utilizadas por pesquisas históricas, porém há duas técnicas que “não são incluídas no repertório de um historiador: observação direta e série sistemática de entrevistas.” (idem, p. 27), são estas inclusões que traçam a diferença entre os estudos.

Dessa forma, objetivando seguir com o estudo de caso, as coletas de evidências escolhidas foram justamente as técnicas que separam este estudo de uma pesquisa histórica: a entrevista e observação direta do espaço cultural, além da possibilidade de contar com a consulta de documentos referentes ao objeto de estudo.

Tendo em vista que o objetivo do estudo é conhecer em detalhes o funcionamento dos fatores comunicacionais do espaço cultural, a abordagem seguida será a entrevista em profundidade, dado que segundo Jorge Duarte (2006), seu propósito “está relacionado ao fornecimento de elementos para compreensão de uma situação ou estrutura de um problema” (DUARTE, 2006, p. 63), ou seja, são destinadas para análises exploratórias e descritivas.

Incluso na construção de uma entrevista em profundidade, Duarte (2006) descreve que elas são, usualmente, realizadas de forma individual, e podem ser categorizadas como abertas ou semi-abertas, de questionário não-estruturado ou

semi-estruturado, sendo que o primeiro modelo de questões é construído a partir de um tema central e o segundo com base em um roteiro.

Como complemento da análise realizada na entrevista em profundidade, a visita técnica ao espaço poderá, segundo a mestre em comunicação Márcia Yukiko Duarte (2006), incluir dados sobre “as condições físicas de um edifício e a distribuição de espaços de trabalho que podem revelar algo sobre problemas financeiros de uma instituição ou sobre a posição ocupada pelo respondente em sua estrutura” (DUARTE, 2006, p. 230), além de observar, considerando o objetivo de compreender as medidas utilizadas para gerar democratização, se o espaço é acessível para pessoas com deficiência.

4.5 INSTRUMENTO

Com base nos modelos de entrevista em profundidade apresentados, a realização deste estudo de caso considerou uma entrevista semi-aberta, seguindo o conceito definido por Jorge Duarte (2006), um

Modelo de entrevista que tem origem em uma matriz, um roteiro de questões-guia que dão cobertura ao interesse de pesquisa. Ela “parte de certos questionamentos básicos, apoiados em teorias e hipóteses que interessam à pesquisa, e que, em seguida, oferecem amplo campo de interrogativas, frutos de novas hipóteses que vão surgindo à medida que se recebem as respostas dos informantes.” (TRIVIÑOS, 1990 apud DUARTE, 2006, p. 66).

Assim, construiu-se um questionário semi-estruturado pautado em um roteiro-guia, permitindo a inserção de questões durante a condução da entrevista para ter-se um aprofundamento no tema. Portanto, o questionário abaixo foi elaborado para atender os objetivos do estudo, considerando a base teórica apresentada e abordando os principais tópicos.

Quadro 1 - Roteiro pré definido para a entrevista

| Roteiro-guia pré definido para a entrevista |
|--|
| Entrevistado |
| 1. Informações sobre a entrevistado (a) e sobre a área responsável pela comunicação. |
| Comunicação |
| 2. Como o espaço enxerga o papel da comunicação? |

| |
|---|
| 3. Quais são os pilares da comunicação para o espaço? Como a comunicação institucional é trabalhada? |
| 4. A comunicação é usada como instrumento para reafirmar o direito das pessoas de frequentarem o espaço? Quais as medidas adotadas? |
| 5. Alguma medida comunicacional é adotada para gerar senso de pertencimento na população? |
| 6. Como a comunicação trabalha o tema da inclusão de pessoas com deficiência? |
| 7. Existe um canal de comunicação destinado a ouvir os participantes sobre como os processos podem ser melhorados? |
| 8. Os canais de comunicação externos (<i>sites</i> e redes sociais) utilizam algum mecanismo para serem inclusivos? |
| Experiência |
| 9. Como ocorre a participação da sociedade no espaço? Apenas como visitante ou participante? |
| 10. Quais os programas adotados para gerar democratização no acesso? |
| 11. A acessibilidade é um pilar fundamental para o espaço? |
| 12. Como se dá a experiência na pessoa com deficiência no espaço? |
| 13. Quais são os instrumentos utilizados para gerar acessibilidade no espaço? |
| 14. Quais os conceitos para uma comunicação acessível e uma experiência sensorial que são promovidos pelo espaço? |
| 15. Existem dados que comprovem a frequência de pessoas com deficiência? |
| Estrutura física |
| 16. O espaço possui uma estrutura acessível? Quais são as estruturas? |
| 17. O espaço conhece o conceito de <i>design</i> universal? É utilizado? |
| 18. Existem pessoas para auxiliarem na acessibilidade, como intérpretes da língua dos Sinais e guias disponíveis diariamente no espaço? |

Fonte: elaborado pela autora

4.6 DADOS OBTIDOS

Efetua-se uma entrevista em profundidade com a responsável pela comunicação da Sala São Paulo e o responsável pela comunicação do Teatro Sérgio

Cardoso, devido ao cenário da pandemia da COVID-19, as entrevistas foram realizadas por meio de uma chamada de vídeo. As observações diretas nos espaços aconteceram por meio de uma visita agendada realizada com um orientador da Sala São Paulo e um integrante da equipe de produção técnica e artística do Teatro Sérgio Cardoso, seguindo todos os protocolos de segurança.

Os profissionais da Sala São Paulo foram excepcionais e demonstraram disponibilidade para a entrevista e visita desde o primeiro contato e permaneceram abertos para quaisquer esclarecimentos que surgissem durante a construção da análise do caso. Assim, como os profissionais do Teatro Sérgio Cardoso se mostraram muito abertos para a realização da entrevista e visita. Dessa forma, as entrevistas completas e as fotos das observações diretas encontram-se no anexo desta monografia.

4.7 ANÁLISE

4.7.1 Dados dos entrevistados

Duarte (2006) menciona que “uma boa pesquisa exige fontes que sejam capazes de ajudar a responder sobre o problema proposto. Eles deverão ter envolvimento com o assunto, disponibilidade e disposição em falar.” (DUARTE, 2006, p. 68). Fundamentado neste conceito, a pesquisa foi realizada com a gerente de comunicação da Fundação Osesp e o gerente de comunicação da organização social Amigos da Arte.

Mariana Garcia é formada em Jornalismo pela Universidade Federal de Minas Gerais, pós-graduanda em *latu sensu* na Escola de Comunicação e Artes da USP, além de ser gerente de comunicação da Fundação Osesp desde abril de 2021, fazendo parte do time desde 2018. Ainda, a gerente é especialista em planejamento estratégico e possui vasta experiência no setor cultural, envolvida com o setor desde 2009.

Para a observação direta, o indicador Edson Benicio de Lima foi responsável por conduzir a visita técnica ao espaço, com ênfase para os espaços dentro da Sala São Paulo que o público frequenta, observando quais são as quebras de barreiras arquitetônicas e comunicacionais que o espaço apresenta, além de contextualizar como funciona o trabalho do indicador na recepção do público.

O gerente de comunicação da organização Amigos da Arte, Francisco Azevedo, conhecido como Kiko, trabalha com *design* gráfico e eventos há mais de 20 anos. No final do ano de 2019, Kiko integrou a equipe da organização Amigos da Arte como gerente de comunicação, para conduzir a comunicação dos equipamentos culturais que estão sob gestão da instituição, como o Teatro Sérgio Cardoso, Teatro Estadual de Araras e Museu da Diversidade Sexual, além dos programas de difusão de cultura.

A realização da observação direta no Teatro Sérgio Cardoso foi conduzida por Marlon Bonifácio Mendes, integrante da equipe de Produção Técnica e Artística. Marlon foi designado para mostrar os caminhos e espaços que o público interage ao frequentar o Teatro, assim como também mostrar quais são as orientações e assistências que os funcionários oferecem aos públicos.

4.7.2 Comunicação: estrutura das áreas e atuações

A Fundação Osesp é responsável pela gestão da Sala São Paulo, dessa forma a área de comunicação atende a comunicação institucional dos três equipamentos, a Sala São Paulo, o Festival de Inverno de Campos do Jordão e a Osesp. Ainda, dentro da Osesp, a área é responsável pela comunicação dos projetos de cunho educacional, como os coros.

Segundo a gerente, a área de comunicação compreende quatro frentes de atuação: o *Design*, no qual dois colaboradores são encarregados de cuidar de toda a identidade visual, o *Digital* e Conteúdo, com três colaboradores; a Publicidade e Publicações, em que três colaboradores são responsáveis pela produção gráfica dos materiais impressos, como os programas de concerto, revistas e anúncios, e materiais virtuais; e a área de Assessoria de Imprensa, que também compreende a comunicação interna da Fundação Osesp. A depender da demanda dos projetos, a equipe de comunicação também pode realizar a contratação temporária de agências para a produção de vídeos e consultorias de publicidade.

Consoante ao funcionamento da Sala São Paulo, o Teatro Sérgio Cardoso é gerido por uma organização social, a Amigos da Arte, no qual também são responsáveis pela gestão do Teatro Estadual de Araras e Museu da Diversidade

Sexual, em adição aos programas de difusão de cultura, sendo²: Circuito Sp, Cultura Negra e Artes Urbanas, #CulturaEmCasa, Festival Circo SP, #JuntosPelaCultura, +Orgulho, Semana Guiomar Novaes, SP Gastronomia, Revelando SP, Tradição SP e Virada SP.

Para realizar a gerência da comunicação dos espaços e programas culturais, a equipe de comunicação é composta por cinco colaboradores: o gerente, um analista sênior de *marketing*, uma jornalista, um *designer* e uma assistente de comunicação. Junto a este trabalho, a equipe conta com duas agências para administrar as redes sociais e a assessoria de imprensa.

Em relação a comunicação institucional, a Sala São Paulo tem o desafio de se sustentar e ganhar força com sua própria atuação, hoje sua visibilidade está intrínseca à Osesp e seus projetos, dado que, segundo a entrevistada, o público que conhece a Osesp tem conhecimento sobre a existência da Sala São Paulo, porém o contrário nem sempre acontece. Por isso, a gerente aponta que estão analisando um reposicionamento da marca Sala São Paulo, porém é importante pontuar que a comunicação institucional estará ligada aos projetos com viés artístico.

Conforme Brandão (2006) explicita, a comunicação institucional deve “tratar a comunicação de forma estratégica e planejada, visando criar relacionamentos com os diversos públicos, bem como construir uma identidade e uma imagem dessas instituições, sejam elas públicas e/ou privadas.” (BRANDÃO, 2006, p. 1-2), a construção dos projetos para o desenvolvimento da marca Sala São Paulo está alinhada com a criação deste relacionamento.

Em 2019, houve a produção de conteúdos de cunho educacional para contar ao público quais são as especificidades da sala de concerto, como o projeto “Descubra a orquestra na Sala São Paulo”, alinhados aos projetos que geram democratização de acesso.

Tendo em vista que a entrevista foi realizada dentro do período da pandemia da COVID-19 e que muitas ações da Sala São Paulo acontecem de forma presencial, houve alguns impactos. Um projeto desenvolvido pela área de comunicação, chamado “Encontros Históricos na Sala São Paulo”, teve implicações, mas “foi o primeiro esforço da gente trabalhar marcas da Sala São Paulo para além do âmbito da Osesp, tanto que é uma outra orquestra” (Apêndice C). Já para o segundo semestre de 2021,

² Informações obtidas no *site* da Organização Amigos da Arte

existe um desejo de criar um conteúdo sobre a relação dos vizinhos com a Sala São Paulo, demonstrando sua representatividade na construção e repositório de histórias.

Por fim, um ponto de atenção crucial que a área de comunicação exerce é a forma de se comunicar com os públicos e o cuidado para que não os diminuam ou constriam frente aos temas abordados no espaço. Dessa forma, adotam uma comunicação sem o uso de “Você sabia?” ou construções de conteúdos complexos, como exemplos de composições musicais técnicas e, para isso, fazem uso de impressões dos músicos ou histórias para contextualizar e informar o público.

Assim, conforme aponta Duarte (2009), precisa “que os públicos tenham respeitada sua heterogeneidade; e que não seja subestimada a capacidade de interesse e participação.” (DUARTE, 2009, p. 5), também alinhado ao pensamento de Fischer (2020), no qual os espaços precisam lembrar que o público não é especialista no assunto. Assim, a comunicação da Sala São Paulo tenta desmistificar que o público não possa compreender o tema, e, cabe ressaltar que não adotam uma escrita informal, comum nas redes sociais, utilizam do português formal.

Da mesma forma que Brandão (2015) salienta como objetivo da comunicação institucional a criação de relacionamentos com os públicos, esse pilar é intensificado ao analisar uma Organização Social de Cultura no estado de São Paulo, Amigos da Arte, responsável pela execução de políticas públicas para a difusão de cultura no estado, pois conforme abordado no tópico de “Políticas Públicas”, Canclini (1987) afirma que as políticas culturais devem atender os anseios culturais da sociedade.

Tendo esses parâmetros em vista, durante a entrevista com o gerente de comunicação do Teatro Sérgio Cardoso ficou evidente que a instituição tem consciência sobre o papel fundamental que desempenham como política pública cultural para o estado, pois Azevedo reforçou que “a difusão cultural é...nosso objetivo é esse: atingir o maior número de pessoas e permitir que todas tenham acesso” (Apêndice D). Ademais, a organização tem como princípio a transparência e a responsabilidade da economicidade da verba pública.

Dessa forma, Azevedo destacou que o papel primordial da comunicação institucional do Teatro Sérgio Cardoso, intensificado por ser um teatro Estadual, é realizar o gerenciamento das informações, como comunicar o público sobre as ações desenvolvidas no espaço, e efetivar a consciência de que o Teatro Sérgio Cardoso é público e que a população tem acesso, ratificando o pensamento de Silveira (2016) ao enfatizar que,

Um equipamento cultural, independentemente do segmento – museu, galeria, teatro, biblioteca – deve a priori comunicar. Estabelecer essa via de comunicação de forma efetiva diante do heterogêneo e oportunizar a qualquer pessoa o acesso e o contato com a arte e suas manifestações. (SILVEIRA, 2016, p. 149).

Por meio da entrevista, o gerente também reforçou que o time de comunicação, junto às agências, detém a necessidade de impactar as pessoas através da comunicação, o processo também foi intensificado a partir da pandemia da COVID-19, uma vez que as apresentações se tornaram *online* e o espaço começou a trabalhar no audiovisual, para permanecer com a difusão da cultura. Aliado a este trabalho, Azevedo ressaltou que o audiovisual representa um papel importante para o público compreender o teatro além do espaço físico, porém ainda não existe uma estratégia comunicacional para esta demanda.

Por fim, é essencial acentuar que os processos de comunicação geridos pela Amigos da Arte podem se misturar entre os espaços culturais e as iniciativas de difusão, tendo em vista que são feitos por uma única organização. Ainda, Azevedo reforçou que a comunicação interna trabalha para que os colaboradores tenham ciência dos projetos que estão em execução na organização.

4.7.3 Projetos para democratização

Posto que a Sala São Paulo é um espaço cultural da Fundação Osesp, que é gerida pelo estado de São Paulo, e o Teatro Sérgio Cardoso também é uma realização do Governo do estado de São Paulo, entende-se que os espaços devem promover a democratização do acesso e o incentivo à frequência da população, seja por meio das políticas públicas que o Estado promove ou iniciativas próprias.

Durante as entrevistas, foram apresentadas as iniciativas que os espaços promovem para a democratização do acesso à cultura. Dentro das ações da Fundação Osesp, para os projetos estruturados no viés educacional e de difusão que se relacionam com a Sala São Paulo, tem-se:

- A. Visita Monitorada³: acontecem todos os dias da semana, sendo que de segunda a sexta, das 13h00 às 16h30, tendo valor de R\$5,00 por pessoa, também seguindo a política da meia-entrada, com 50% de desconto para os estudantes, aposentados e maiores de 60 anos. No sábado acontece às 13h30

³ Informações obtidas no *site* da Sala São Paulo.

e no domingo às 13h00, sendo gratuita para todos. As escolas públicas e instituições beneficentes também são isentas do pagamento, desde que enviem o ofício.

- B. Descubra a Orquestra na Sala São Paulo⁴: um projeto destinado para a formação musical de professores e alunos, fazendo parte do plano de difusão da OSESP, e os concertos didáticos, que se referem à Sala São Paulo.
- a. Concertos didáticos: acontecem apresentações para os alunos dos professores que participam da Formação de Professores, o espaço para que os alunos e professores possam conhecer os instrumentos da orquestra e escutar “um repertório adequado para sua faixa etária”, são oferecidos para estudantes e professores.
 - b. Ensaios Gerais Abertos: podem ser realizados para que os alunos conheçam os processos rotineiros dos músicos ou abertos para o público às quintas-feiras pelo valor de R\$10,00. Porém, segundo a gerente, devido a pandemia encontram-se paralisados.
- C. Concertos matinais e a preços populares: os concertos matinais são gratuitos e acontecem aos domingos, às 11h, realizados pela OSESP ou orquestras parceiras. Os concertos a preços populares acontecem eventualmente.
- D. Concertos acessíveis: concertos com recursos para as pessoas com deficiência, por meio da audiodescrição e em eventuais datas com intérprete de libras. A organização “Ver com Palavras” é parceira na realização deste projeto.
- E. Concertos digitais: para aqueles que não podem frequentar a Sala São Paulo ou até mesmo para manter uma programação maior durante o isolamento social, existe a opção de conferir alguns concertos de forma *online*, dessa forma alguns concertos são compartilhados ao vivo e gratuitamente nos canais do *YouTube* e *Facebook* da Sala São Paulo, incluindo as movimentações do público da sala, entrevistas e outros conteúdos.
- F. Falando de música: no modelo tradicional, sem as restrições geradas com a pandemia da COVID-19, antes dos concertos o público poderia ouvir uma aula sobre o concerto que iria assistir. Atualmente, os comentários estão sendo gravados semanalmente e publicados no *YouTube*.

⁴ Informações obtidas no *site* da Fundação OSESP.

G. Passe Livre Universitário: projeto existente de acordo com a demanda do público, os universitários cadastrados no sistema podem assistir gratuitamente as apresentações na Sala São Paulo, no qual são destinados uma cota de ingressos semanais para esta categoria.

É importante apontar que nem todas as informações sobre os programas para democratização do acesso são apresentados de forma clara no *site* do espaço, sendo que alguns projetos constam apenas no *site* da Fundação Osesp, o que não garante que os públicos verifiquem todas as informações de uma única vez ou até mesmo que as encontrem.

Entretanto, para além das medidas obrigatórias definidas pelo Estado e presentes nas leis de Incentivo à Cultura, como a destinação de 10% da cota de ingressos para instituições e pessoas de baixa renda, a Fundação Osesp realizada na Sala São Paulo projetos importantes de capacitação de profissionais e democratização do acesso à cultura no viés de gratuidade, que foram impactados pela pandemia.

Em relação às iniciativas para gerar a democratização do acesso à cultura no Teatro Sérgio Cardoso, observa-se, por meio da entrevista e consulta ao *site*, que o espaço cultural realiza as ações definidas pelo Governo Federal, como a aplicação da meia-entrada, entretanto, em adição, viabilizam o mesmo desconto para os moradores do bairro Bixiga e Bela Vista, mediante comprovante de residência, para incentivar que os bairros vizinhos ocupem o espaço.

O espaço também oferece diversas apresentações de forma gratuita, no qual o público podia resgatar os ingressos de forma *online* em plataformas de vendas de ingresso, como as apresentações realizadas neste ano com a São Paulo Companhia de Dança, que dentre a temporada de exposições, realizou duas apresentações gratuitas para estudantes e idosos.

Assim como na Sala São Paulo, o Teatro Sérgio Cardoso realiza apresentações acessíveis, sem periodicidade definida, utilizando-se dos recursos como a audiodescrição e libras. Porém, ao realizarem as apresentações de forma *online*, como a celebração dos 40 anos do Teatro em 2020, as libras passaram a ser um recurso presente em todas as gravações, visto que, de acordo com a entrevista, o intervalo após a gravação do conteúdo e disponibilização na plataforma permite que a equipe tenha mais tempo para realizar esta tradução.

Outra ação praticada pelo Teatro é a execução de “Aulas de Dança de Salão”, realizadas presencialmente e de forma gratuita nos espaços alternativos do Teatro Sérgio Cardoso, como o saguão. Atualmente, devido ao cenário pandêmico as aulas estão sendo ofertadas de forma *online* e permanecem com gratuidade.

E, conforme mencionado anteriormente, a organização Amigos da Arte atua com programas de difusão de cultura, e também devido às ações de isolamento social, a organização criou a plataforma #CulturaEmCasa, que “vai ao encontro das novas formas prioritárias de produção e consumo da cultura, com o objetivo de democratizar o acesso da população a conteúdos culturais e criativos de alta qualidade.” (AMIGOS DA ARTE, Relatório Anual de 2020, p. 3).

Assim, por meio da plataforma, as ações desenvolvidas no Teatro podem ser disponibilizadas neste *site*, de forma gratuita, contando com doações voluntárias, como todas as apresentações realizadas na comemoração dos 40 anos do espaço. Contudo, Azevedo mencionou que poderá chegar um momento que estes conteúdos não serão feitos de forma gratuita, devido a companhia artística e a parceria com o teatro.

4.7.4 Relacionamento dos Espaços Culturais com os públicos

Dado que a construção de uma relacionamento estratégico em espaços culturais necessita da participação dos públicos, Sarraf (2013) aponta que “o processo de comunicação não é unidirecional, mas um processo interativo, um diálogo permanente entre emissores e receptores, que contribui para o desenvolvimento e enriquecimento mútuo.” (ARAÚJO; BRUNO, 1995 apud SARRAF, 2013, p. 46).

Assim, cabe analisar o relacionamento da Sala São Paulo e do Teatro Sérgio Cardoso com os públicos, observando quais são os processos que geram diálogo com os receptores da comunicação. Conforme visto nos projetos do tópico anterior, Garcia aponta que as iniciativas educacionais da Sala São Paulo são uma forte vertente para criar o relacionamento com os públicos e são usados como uma “porta de entrada” para a democratização.

Porém, além de promoverem a democratização, as medidas educacionais permitem a quebra da barreira simbólica entre plateia e palco, apresentada por Santos (2013) no item “Salas de Concerto”, pois promovem dentro do espaço a participação de forma efetiva nos programas, como o projeto “Falando de música”, que proporciona

um contato direto do público com os responsáveis artísticos, de modo que possam perguntar e debaterem as informações. O mesmo também pode acontecer nas visitas monitoradas, sendo que ao conhecer a história do patrimônio cultural, cria-se uma identificação com o local, além de ser possível a criação de um diálogo durante a ação.

No Teatro Sérgio Cardoso, o relacionamento com os públicos acontece por meio das ações gratuitas no espaço e pela promoção de eventos *online*. E, para estreitar o relacionamento com a comunidade vizinha e alcançar mais públicos, o Teatro tem uma parceria com o *site* “Portal do Bixiga”, no qual realizam uma divulgação das atividades realizadas no espaço, e que segundo a entrevista com o Azevedo este portal supera os limites territoriais da vizinhança, uma vez que o conteúdo digital pode impactar públicos de diferentes localidades.

Arelado à participação do público, a liberdade para a sugestão de melhorias é um canal importante para fortalecer este relacionamento. Azevedo citou que o Teatro Sérgio Cardoso está disponível para receber o contato do público, o espaço também conta com contatos para a administração e Ouvidoria. Já na entrevista com a Sala São Paulo, Garcia apontou que a área de comunicação também tem a premissa de responder todas as interações, seja por meio de uma reação ao comentário ou uma mensagem de texto, inclusive destacou que há uma nova pessoa na equipe para realizar a gestão de todos os canais, “Fale conosco”, redes sociais e Ouvidoria, assim, objetivam criar o senso de comunidade.

Em conjunto à promoção do senso de comunidade, as *lives* realizadas pela Sala São Paulo contemplam o *chat* para a interação dos usuários. A gerente relata que as pessoas se conectam à *live* antes do horário determinado para que possam conversar e, por meio desta reprodução *online*, tem-se usuários de diversas regiões, como o caso de um usuário do interior do Pará e um assíduo de Melbourne, na Austrália.

O mesmo processo se repete com o Teatro Sérgio Cardoso, de acordo com o gerente, durante as *lives* existe uma forte interação com o público, que também está presente em diversas regiões, e impactaram 130 países por meio da plataforma #CulturaEmCasa.

O relacionamento com os patrocinadores também é um pilar importante para análise, visto que podem impactar diretamente o relacionamento do espaço cultural com a população. Durante as entrevistas, a pauta sobre os patrocinadores foi

abordada ao questionar se os entrevistados notam uma preocupação dos patrocinadores para o viés da acessibilidade.

O entrevistado Azevedo citou que esta questão é intrínseca ao posicionamento do Teatro ao apresentar uma proposta para os possíveis patrocinadores, pois reforçam a acessibilidade física do local e as iniciativas de apresentações acessíveis, porém não pode afirmar que é um ponto crucial para a decisão de um patrocinador.

Ao realizar a pergunta para a Sala São Paulo, a gerente indicou que a maior preocupação dos patrocinadores está relacionada ao viés de democratização do acesso à cultura, relacionado ao discurso que a arte transforma a sociedade, além do orgulho de se associarem à Osesp. Todavia, a entrevistada ressaltou que a iniciativa do concerto acessível é apresentada e a preocupação com a acessibilidade seria bem recebida pelo espaço.

4.7.5 Âmbitos da acessibilidade

A elaboração do roteiro pré-definido contemplou questões para abordar a acessibilidade das pessoas com deficiência em diversos âmbitos, visando a quebra de barreiras expostas por Sassaki (2009) e os itens expostos no capítulo “Acessibilidade”. Assim, durante as entrevistas foi possível compreender as ações contempladas no Teatro Sérgio Cardoso e na Sala São Paulo, importante apontar que durante a conversa com a gerente de comunicação da Sala, o termo acessibilidade foi percebido como sinônimo para democratização do acesso, tendo em vista as diversas vertentes que a palavra engloba, fez-se, quando necessário, o apontamento de ser direcionado para pessoas com deficiência.

A acessibilidade comunicacional ainda é uma barreira dentro da Sala São Paulo, visto que nem todas as produções de conteúdos abarcam recursos que promovem a acessibilidade. A gerente aponta que devido aos recursos financeiros limitados e os altos valores das produções, os vídeos não contam com a audiodescrição e libras. No Teatro Sérgio Cardoso também existem barreiras comunicacionais, os vídeos das apresentações contam apenas com as libras, não utilizando o recurso da audiodescrição e legenda.

Em relação aos canais de comunicação digitais, as redes sociais de ambos os espaços culturais analisados também não oferecem o recurso “Para todos verem” ou “Pra cego ver”. O *site* do Teatro Sérgio Cardoso e da Amigos da Arte contempla alguns

recursos de acessibilidade digital, como a alteração do tamanho das fontes e contraste de cores, porém ao testar os recursos no *site* na versão para celular, a plataforma não foi responsiva. Por outro lado, os *sites* da Sala São Paulo e a Fundação Osesp não possuem recursos para a acessibilidade digital, além de não serem responsivos nem garantirem uma boa navegação ao usuário, ou seja, não contemplam recursos como o contraste, aumento das letras, acesso pelo teclado ou libras, sendo importantes visto que

Com um site acessível será possível a ampliação de acesso à informação para um número maior de pessoas. Se refletirmos acerca da porcentagem de pessoas com deficiência no Brasil (mais de 45 milhões) e que muitas destas pessoas têm dificuldade no acesso web, tornar um site acessível acarretará em um aumento considerável de novos acessos.

Isto, sem contar as pessoas idosas, pessoas com baixo letramento, imigrantes digitais, que são públicos que também se beneficiam da acessibilidade web. (DAMACENO, 2020, p. 224-225).

Porém, Garcia apontou que o *site* está em reconstrução e o desenvolvimento contará com recursos de acessibilidade pensados desde sua concepção. Na mesma linha, Azevedo também afirmou que o teatro terá um *site* novo com melhores ferramentas e navegação.

Além dos canais, a Sala São Paulo realiza, devido a pandemia da COVID-19, concertos digitais para que o público continue participando das ações desenvolvidas pelo espaço, a medida é uma excelente iniciativa para disseminar a democratização da cultura, pois permite que públicos de diferentes localidades e condições econômicas assistam aos concertos. Por outro lado, mesmo que amplie a divulgação dos conteúdos, a falta de recursos de acessibilidade neste projeto não permite que todos os públicos possam contemplar o concerto digital da mesma forma, gerando diferentes experiências. Ainda que o Teatro Sérgio Cardoso utilize as libras nos conteúdos disponibilizados na plataforma #CulturaEmCasa, a ausência da audiodescrição também impossibilita que diferentes públicos usufruam da ação cultural.

Durante a entrevista também foram realizados questionamentos sobre a disponibilização dos materiais impressos de forma acessível, como revistas e programa de mão, e, ainda dentro dos desafios de recurso financeiro, a Sala São Paulo não realiza a adaptação dos materiais impressos para braille ou áudio.

Em contrapartida, o Teatro Sérgio Cardoso possui uma impressora braille (fig. 6) para a impressão de materiais como o programa de mão em espetáculos que são

acessíveis, ou seja, não são todas as apresentações e eventos que contemplam a ação. Além disso, o gerente relatou que para as outras iniciativas da Amigos da Arte eles podem realizar a impressão no espaço.

Figura 6 - Impressora braille do Teatro Sérgio Cardoso



Fonte: autora

Na perspectiva experiencial das pessoas com deficiência, a Sala São Paulo promove os concertos acessíveis, como visto no tópico anterior, e para esses concertos é importante apontar que a Sala São Paulo possui uma lista de contatos específica no qual disponibiliza um convite por áudio, sem o envio de materiais escritos. A instituição “Ver com palavras” foi responsável por auxiliar na implementação e execução dos concertos e visita monitorada acessível, garantindo que esses projetos tenham um desenvolvimento adequado.

Alinhado à experiência, quando abordado a comunicação sensorial, a gerente de comunicação relatou que ainda não é aplicada no espaço, tendo em vista que os processos de comunicação sensorial para concertos são feitos em poucos eventos e apenas pontualmente. Mas, para que o público possa ter uma experiência mais profunda com o espaço, a entrevistada informou que alguns participantes preferem os assentos próximos ao palco, para que sintam as vibrações e ondas dos instrumentos musicais.

Semelhantemente, a comunicação sensorial também não é aplicada no Teatro Sérgio Cardoso, ao abordar esta pauta na entrevista e as medidas que podem ser executadas para melhorar a experiência relacional da pessoa com deficiência com o teatro, o gerente afirma que acredita que existem ações que devem ser incluídas em uma perspectiva de melhoria, e o melhor caminho seria ter uma consultoria para orientar o planejamento e realização dos novos procedimentos.

Conforme apontado no capítulo de "Acessibilidade", o âmbito arquitetônico é o mais fácil de ser executado nos espaços culturais e, durante as entrevistas foi exemplificado que a Sala São Paulo e o Teatro Sérgio Cardoso possuem adaptações para as pessoas com deficiência, além disso, por meio das observações diretas tornou-se possível analisar as instalações dos espaços.

Dessa forma, as observações diretas da Sala São Paulo e do Teatro Sérgio Cardoso contaram com uma visita desde o estacionamento até os espaços internos. Assim, iniciando a análise pelo estacionamento, a Sala São Paulo possui rampas de acesso (Fig. 7), que conectam o estacionamento ao térreo da Sala São Paulo.

Figura 7 - Rampa do estacionamento para a Sala São Paulo



Fonte: autora

Enquanto o Teatro Sérgio Cardoso não possui um estacionamento próprio, contando apenas com vagas em frente à entrada principal, sendo uma vaga reservada para o uso de pessoas com deficiência (Fig. 8).

Figura 8 - Vaga para pessoas com deficiência em frente à entrada do Teatro Sérgio Cardoso



Fonte: autora

Nesta mesma entrada, o acesso também pode ser feito por meio de rampas de acesso (Fig. 9) até a calçada da entrada do espaço.

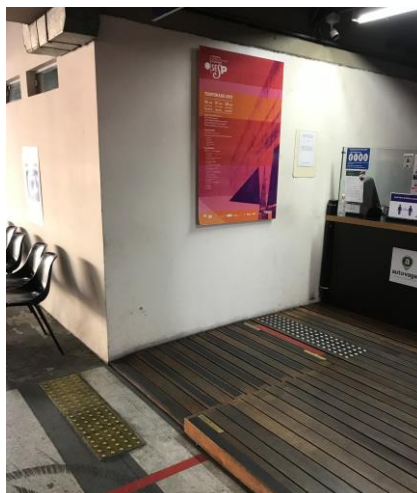
Figura 9 - Rampa de acesso para a calçada do Teatro Sérgio Cardoso



Fonte: autora

No estacionamento da Sala São Paulo há vagas para “600 veículos, sendo 20 exclusivas para portadores de necessidades especiais” (SALA SÃO PAULO, online), estando dentro do estipulado pelo Artigo 7º da Lei n. 10.098/00, que prevê 2% das vagas de um espaço público com as normas de acessibilidade. O estacionamento também possui um guichê de pagamento (Fig. 10) e placas de identificação (Fig. 11), com rampa de acesso e apenas piso tátil de alerta.

Figura 10 - Guichê para pagamento do estacionamento da Sala São Paulo



Fonte: autora

Figura 11 - Placa de identificação do guichê para pagamento do estacionamento da Sala São Paulo



Fonte: autora

Ainda, o estacionamento possui placas que deixam as informações mais visuais, seguindo o parâmetro “conhecido” do *design* universal, conforme apresentado no capítulo anterior, que possibilita a transmissão da informação de forma clara para os frequentadores do espaço.

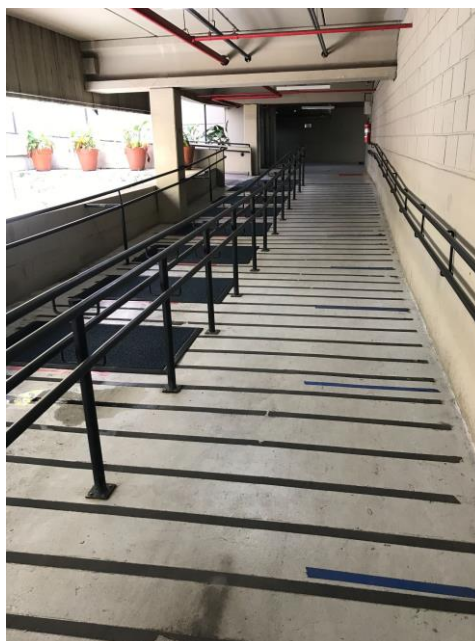
A indicação da rota acessível (Fig. 12) permite que o público percorra o estacionamento até uma das portas de entrada da Sala São Paulo por meio de um corredor acessível (Fig. 13).

Figura 12 - Rota acessível do estacionamento para a Sala São Paulo



Fonte: autora

Figura 13 - Rota acessível



Fonte: autora

A porta de entrada (Fig. 14), destino final da rota, possui medidas que permitem uma boa locomoção para pessoas com mobilidade reduzida que fazem o uso de cadeiras de rodas, andadores ou muletas.

Figura 14 - Porta de entrada do fim da rota acessível

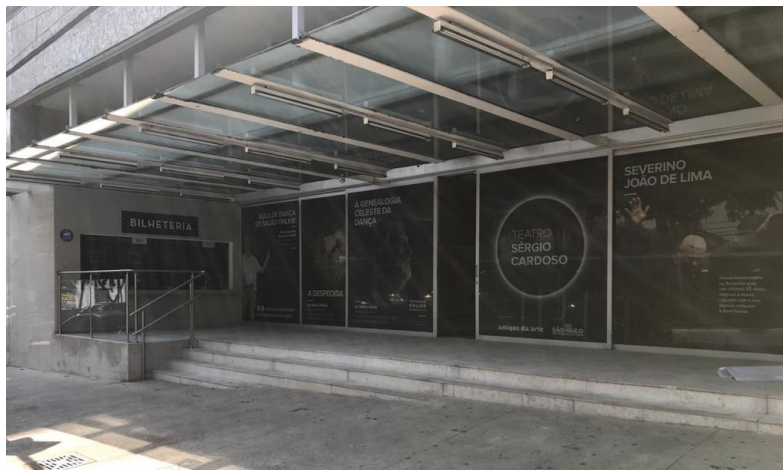


Fonte: autora

As demais portas de entrada da Sala São Paulo também apresentam medidas que facilitam a acessibilidade das pessoas. Assim como ocorre no Teatro Sérgio

Cardoso, pois tanto a entrada principal (Fig. 15) quanto as entradas internas são acessíveis.

Figura 15 - Entrada do teatro Sérgio Cardoso



Fonte: autora

Esta medida é importante pois permite que todos os públicos possam usufruir das entradas da mesma forma e sem distinções, colaborando com a quebra da barreira atitudinal, que segundo Sassaki (2009) é composta por preconceitos e discriminações da sociedade.

Para quem acessa a Sala São Paulo por meio de transporte público, a pé ou aplicativos de transporte, o acesso central é feito por meio de uma entrada na rua principal. Esta entrada possui um corredor com piso tátil direcional (Fig. 16).

Figura 16 - Corredor da entrada principal da Sala São Paulo



Fonte: autora

Porém, é importante apontar que ao se transformar em um *deck* de madeira, o caminho tem apenas o piso tátil de alerta (Fig. 17), que não permite uma locomoção

facilitada das pessoas com deficiência visual, e para as pessoas que fazem o uso de guias podem ter dificuldades com as frestas do *deck*.

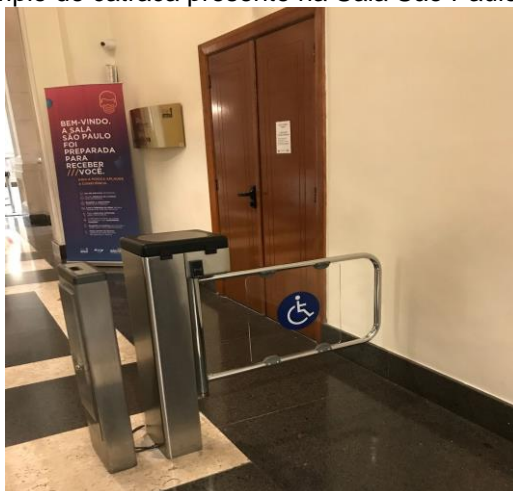
Figura 17 - Deck do corredor de entrada da Sala São Paulo



Fonte: autora

Após percorrer este caminho, o público entra na Sala São Paulo e precisa passar por uma bilheteria, que conta com atendimento preferencial e prioritário (Apêndice A, Fig. 1) para pessoas com deficiências, idosos, pessoas com crianças de colo e gestantes, e uma catraca para cadeirantes (Fig. 18). Atualmente, devido aos protocolos de segurança da COVI-19, a bilheteria de entrada está desativada e a checagem dos ingressos está sendo realizada após as catracas, além de ter a checagem de temperatura e álcool em gel.

Figura 18 - Exemplo de catraca presente na Sala São Paulo para cadeirantes



Fonte: autora

Por ter um tamanho menor, quando comparada à Sala São Paulo, notou-se que o Teatro Sérgio Cardoso não faz uso de catracas em seu espaço contando apenas com uma bilheteria (Fig. 19) no lado externo do espaço, que não possui atendimento preferencial. Além disso, as informações disponibilizadas no vidro da bilheteria podem não ser de fácil compreensão do público, posto que as letras são pequenas, dificultando a leitura.

Figura 19 - Bilheteria do Teatro Sérgio Cardoso



Fonte: autora

O *Hall* principal, o *Foyer*, a Estação das Artes e o Salão dos Arcos, principais espaços de transição do público na Sala São Paulo não adotam o piso tátil, segundo a entrevista este recurso não é utilizado devido ao espaço ser um patrimônio tombado, do qual não podem realizar modificações. Como alternativa, os espaços contemplam indicação por cores nos pisos (Fig. 20).

Figura 20 - Salão dos Arcos da Sala São Paulo



Fonte: autora

Ainda nesses espaços de circulação, o piso tátil está aplicado somente próximo aos elevadores e banheiros, na modalidade alerta (Fig. 21).

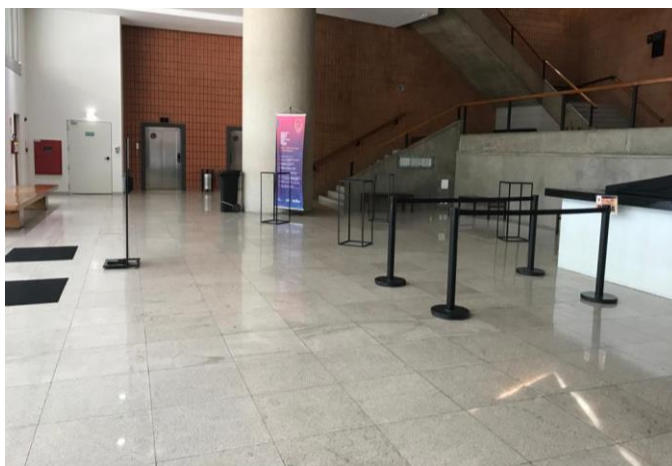
Figura 21 - Piso tátil de alerta na entrada do elevador da Sala São Paulo



Fonte: autora

Esta aplicação de piso tátil persiste no mesmo modelo no Teatro Sérgio Cardoso, os *halls*, do térreo (Fig. 22) e primeiro andar (Fig. 23), e o espaço de circulação do público não possuem piso tátil direcional.

Figura 22 - *Hall* do térreo do Teatro Sérgio Cardoso



Fonte: autora

Figura 23 - *Hall* do primeiro andar do Teatro Sérgio Cardoso



Fonte: autora

Os espaços empregam apenas o piso tátil de alerta próximo aos elevadores (Fig. 24) e escadas (Fig. 25).

Figura 24 - Elevadores do *hall* do primeiro andar do Teatro Sérgio Cardoso



Fonte: autora

Figura 25 - Escadas do primeiro andar do Teatro Sérgio Cardoso



Fonte: autora

Em relação aos elevadores e banheiros da Sala São Paulo, existem placas informativas sobre o uso preferencial, além de constar imagens que facilitam a interpretação do público. Porém, a aplicação do braille nestas mensagens está presente somente no número do andar do elevador e, no caso dos banheiros, na referência de gênero. No Teatro Sérgio Cardoso, os banheiros possuem identificação sobre o uso preferencial e apenas um elevador, destinado ao público, possui essa sinalização (Fig. 26).

Figura 26 - Elevador de uso preferencial do Teatro Sérgio Cardoso



Fonte: autora

Os banheiros da Sala São Paulo contam com os recursos de acessibilidade, cabines específicas e pias com corrimão. O espaço também tem banheiros específicos, unissex, para pessoas com deficiência (Fig. 27). As pias dos banheiros femininos e masculinos fazem o uso do princípio “baixo esforço” do *design* universal, pois funcionam mediante sensores (Fig. 28). Porém, o porta sabonete e o porta papel toalha estão em uma altura que podem não contemplar o cadeirante.

Figura 27 - Banheiro unissex para pessoas com deficiência da Sala São Paulo



Fonte: autora

Figura 28 - Banheiro adaptável da Sala São Paulo



Fonte: autora

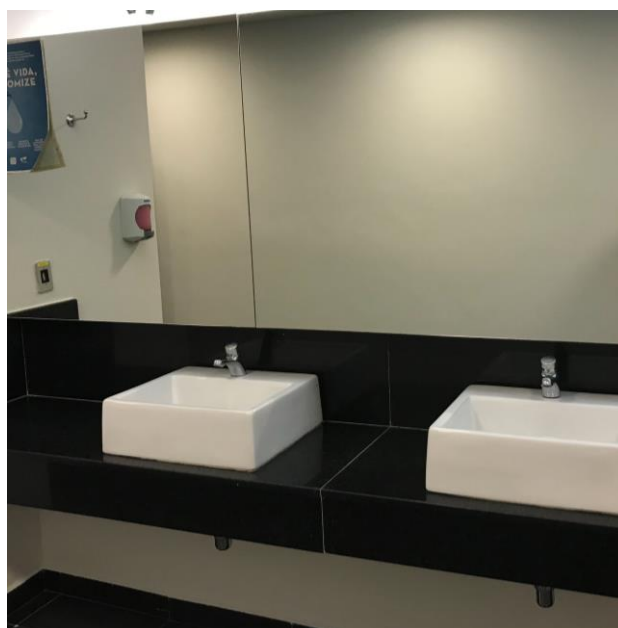
O Teatro Sérgio Cardoso contempla também banheiros acessíveis (Fig. 29), sejam eles específicos para cadeirantes ou de uso coletivo, porém as torneiras e porta sabonetes dos banheiros coletivos (Fig. 30) não aplicam o princípio do “baixo esforço” do *design* universal, uma vez que podem causar dificuldades de uso para o público.

Figura 29 - Banheiro unissex para pessoas com deficiência do Teatro Sérgio Cardoso



Fonte: autora

Figura 30 - Banheiro coletivo do Teatro Sérgio Cardoso



Fonte: autora

E para que todos os públicos usufruam dos espaços de socialização da Sala São Paulo, como a loja e lanchonete, os ambientes contam, respectivamente, com um elevador (Apêndice A, Fig. 2) e balcão de pagamento com altura proporcional para cadeirantes (Apêndice A, Fig. 3), e mesas destinadas para os cadeirantes. Na cafeteria do Teatro Sérgio Cardoso, também é possível que os cadeirantes possam fazer o uso das mesas.

Ao adentrar para a sala de concertos da Sala São Paulo, é possível perceber que a reserva de lugar para cadeirantes (Fig. 31) fica disposta em alguns pontos da sala e próximos às portas de entrada, com sinalização para pessoas cadeirantes (Fig. 32), para facilitar a locomoção e saída em casos de emergência.

Figura 31 - Reserva de lugares para cadeirantes da Sala São Paulo



Fonte: autora

Figura 32 - Sinalização na porta da sala de concerto para cadeirantes



Fonte: autora

De acordo com o *site* da Sala São Paulo (*online*), a sala de concertos tem 14 assentos destinados a pessoas obesas (Fig. 33), localizados no térreo, mezanino e piso superior, e 15 lugares reservados para cadeirantes, dentro do total de 1.484 lugares.

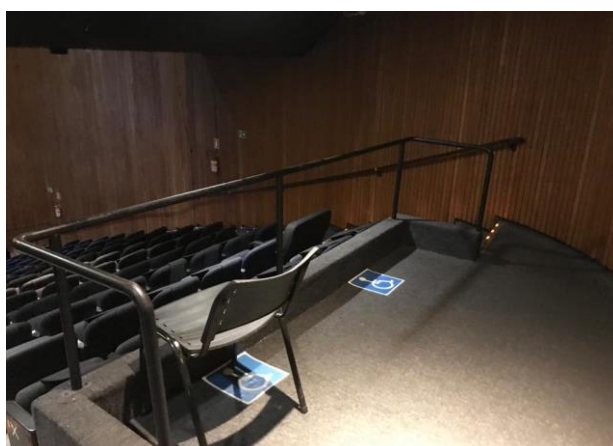
Figura 33 - Assentos para pessoas obesas na Sala São Paulo



Fonte: autora

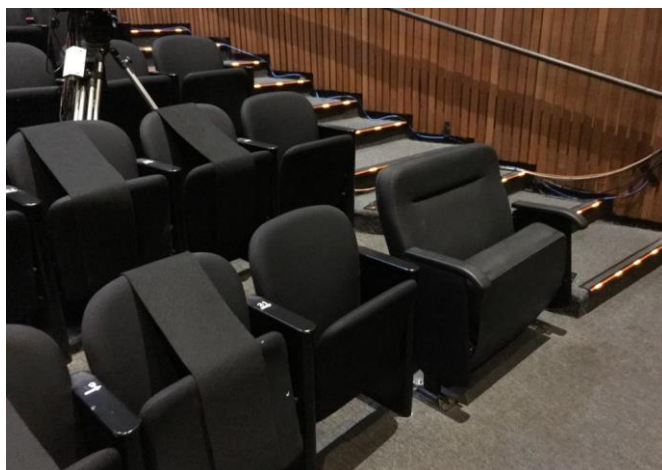
Com base no *site* do Teatro Sérgio Cardoso, a sala Nydia Licia tem capacidade para 819 pessoas, 8 espaços reservados para cadeirantes (Fig. 34) e 5 assentos para obesos (Fig. 35), a Sala Paschoal Carlos Magno possui 143 lugares e 6 espaços são destinados para cadeirantes. Em ambas as salas os espaços reservados para cadeirantes ficam apenas próximos à entrada principal, pois as salas são projetadas no modelo “arquibancada” e possuem apenas a entrada principal e uma entrada na lateral, assim o acesso para os demais assentos é possível apenas por meio da escada ou entrada lateral, sendo que esta entrada permite a circulação de cadeirantes apenas no mesmo patamar.

Figura 34 - Reserva de lugares para cadeirantes no Teatro Sérgio Cardoso



Fonte: autora

Figura 35 - Assentos para pessoas obesas no Teatro Sérgio Cardoso

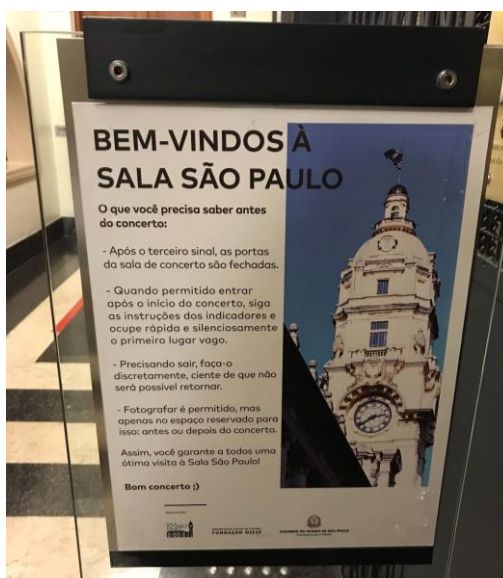


Fonte: autora

Além dos espaços mencionados, é importante ressaltar que a Sala São Paulo conta com bebedouros e telefones públicos acessíveis (Apêndice A, Fig. 4 e 5), saída de emergência acessível e cadeiras de rodas disponíveis no espaço. Além da sala para explicação dos concertos também ser acessível (Apêndice A, Fig. 6). O Teatro Sérgio Cardoso conta apenas com bebedouros em um nível mais baixo (Apêndice B, Fig. 1), para que todos possam fazer o mesmo uso.

Conforme informado pela gerente de comunicação da Sala São Paulo, os materiais impressos não são disponibilizados em braille ou libras, o que também se repete com os materiais informativos, de sinalização ou de comunicação, dispostos nos ambientes da Sala (Fig. 36).

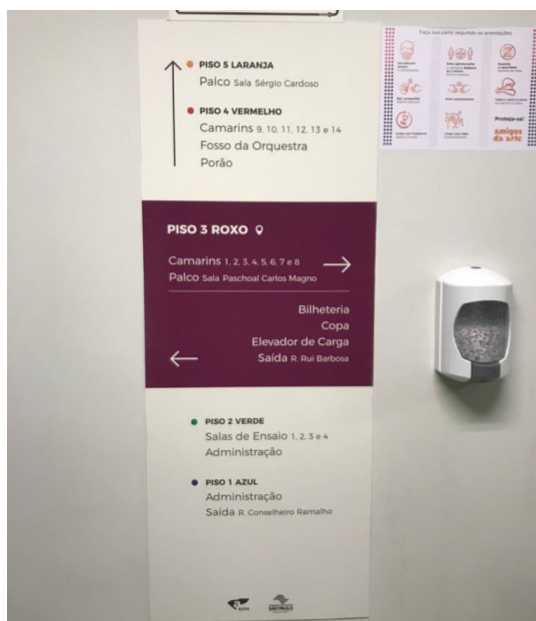
Figura 36 - Exemplo de comunicação na Sala São Paulo



Fonte: autora

As comunicações informativas (Fig. 37 e Apêndice B, Fig. 2) presentes na estrutura do espaço do Teatro Sérgio Cardoso também não contemplam recursos acessíveis. Em ambos os espaços os materiais de comunicação são impressos em letras pequenas, o que dificulta a leitura de grande parte do público.

Figura 37 - Exemplo de comunicação informativa do Teatro Sérgio Cardoso



Fonte: autora

É importante que os espaços culturais tenham a consciência de que, conforme Duarte (2006) afirma, "a simples existência de informação não necessariamente significa comunicação eficiente." (DUARTE, 2006, p. 4), pois é necessário seja "um processo circular, permanente, de troca de informações e de mútua influência." (idem).

Dessa forma, por meio da observação direta da Sala São Paulo foi possível compreender que o trabalho realizado pelos indicadores visa suprir as necessidades das pessoas com deficiência, visto que são responsáveis por fazer os direcionamentos e acompanhamentos no espaço, que não possui piso tátil, contribuindo até mesmo para aplicação do princípio do baixo esforço do *Design Universal*, uma vez que realizam a abertura e fechamento de todas as portas que permitem acesso à sala de concertos, possibilitando que o público não precise realizar muito esforço.

Diferente da Sala São Paulo, o Teatro Sérgio Cardoso não possui uma equipe de indicadores, porém os profissionais presentes no espaço também realizam o auxílio para que as pessoas com deficiência possam ocupar o espaço e se direcionar para o local que desejam.

Mesmo que o trabalho não tenha foco na relação dos espaços com os artistas, é importante pontuar que ambos os espaços culturais apresentam camarins acessíveis e entradas acessíveis para os espaços internos, o que possibilita não apenas a presença de pessoas com deficiência como público receptor, mas também artistas sendo o foco nas apresentações, colaborando para a quebra de barreiras atitudinais.

4.8 AÇÕES PARA GERAR O SENSO DE PERTENCIMENTO NA SALA SÃO PAULO E TEATRO SÉRGIO CARDOSO

O senso de pertencimento, conforme explicado por Freitas (2008), e previamente apontado no capítulo “Senso de pertencimento”, “implica em olhar e reconhecer-se” (FREITAS, 2008 apud CARDOSO *et al.*, 2017, p. 89), assim torna-se ainda mais importante que espaços culturais públicos implementem ações estratégias de comunicação para que a população se identifique e, sobretudo, tenha a possibilidade de frequentar os espaços.

Em relação à Sala São Paulo, ao conversar com a gerente foi constatado que as estratégias de comunicação ainda não contemplam ações diretas para desenvolver o senso de pertencimento no público. Entretanto, a gerente explicou que existe um projeto em criação para contar as histórias dos frequentadores do espaço, pois acreditam na importância de criar ações por meio do protagonismo do público e suas histórias.

Além das ações que são pautadas no âmbito comunicacional, a Sala São Paulo cria uma narrativa sobre os concertos dominicais matinais, uma vez que são gratuitos, para reafirmar o direito das pessoas de frequentarem o espaço e, assim, se sentirem pertencentes e quebrarem as fronteiras entre o público e o espaço cultural.

Da mesma forma, a equipe de comunicação do Teatro Sérgio Cardoso não realiza ações ou campanhas de comunicação destinadas ao senso de pertencimento, durante a entrevista o gerente relacionou as ações de comunicação feitas com o Portal do bairro Bixiga, ou seja, uma aproximação do espaço com a comunidade do entorno.

As aulas de dança no espaço também permitem que a população possa frequentar o espaço. Em 2019 o Teatro realizou o evento “Hip-Hop SP 2019: História, Diversidade & Economia Criativa”, no qual abriu as portas do espaço para o encontro de artistas e grupos, ocupando os palcos e até mesmo o hall do espaço.

As ações digitais se configuram como um importante instrumento para gerar o relacionamento com os públicos e abranger diferentes localidades, pois os eventos *online* também realizam interações com o público. Dessa forma, as iniciativas que promovem a interação do público com o espaço vão ao encontro do pensamento de Ross e Silva (2013), “em espaços públicos a afetividade é aprimorada coletivamente por fatores como propagandas que exprimem o quanto determinado lugar é importante para a cidade ou revitalizações que contemplem aspectos culturais do lugar.” (ROSS; SILVA, 2013, p. 170).

Ainda, para além das ações de comunicação e iniciativas de democratização do acesso à cultura, o senso de pertencimento está intimamente ligado à quebra de barreiras arquitetônicas e atitudinais. Por isso, se pontua a seriedade dos espaços promoverem a autonomia das pessoas nos espaços, pois conforme já apontado por Ross e Silva (2013, p.168), o senso de pertencimento está relacionado à liberdade dos indivíduos.

Assim, conforme foi possível perceber ao longo deste trabalho, o senso de pertencimento não está relacionado apenas às ações de comunicação, segundo Ross e Silva (2013) deve ser a soma entre a promoção de acessibilidade nos espaços culturais com a comunicação desenvolvida, podendo abranger a comunicação sensorial. Assim, considerando todas as particularidades de cada indivíduo, é possível criar espaços e ações que despertem o senso de pertença na sociedade.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Por meio da construção deste trabalho, percebe-se que a democratização do acesso inclui e, deve, considerar todas as particularidades de cada indivíduo para permitir que sejam capazes de construir sua própria experiência, podendo ser realizada por meio de uma comunicação acessível que gere o senso de pertencimento.

A amostra analisada considerou espaços de diferentes dimensões, culturais e organizacionais, Sala São Paulo e Teatro Sérgio Cardoso, que podem repercutir em diferentes atividades e no conhecimento da população sobre os espaços. Nota-se que para ambos espaços a comunicação é um fator fundamental, para garantir que as pessoas tenham consciência das ações que estão presentes, porém ainda carecem de iniciativas que promovam efetivamente o senso de pertencimento, especialmente para as pessoas com deficiência.

Ainda na perspectiva comunicacional, ao utilizar as mídias sociais para divulgar as iniciativas, processo intensificado na pandemia da COVID-19 por meio de eventos *online*, falta que os espaços estimulem a acessibilidade dos ambientes das redes sociais, utilizando recursos como a legenda de vídeos, audiodescrição e descrição de imagens em suas publicações.

Ao aprofundar questões sobre as medidas comunicacionais para pessoas com deficiência, percebe-se que em ambos os espaços existem ações que podem ser desenvolvidas. Como medidas implementadas, a Sala São Paulo conta com concertos acessíveis esporádicos, possui o trabalho realizado pelos indicadores na promoção de acessibilidade no espaço e uma visita guiada acessível, que permeia sua história e arquitetura. Enquanto o Teatro Sérgio Cardoso possui apenas os concertos acessíveis esporadicamente e, devido à pandemia da COVID -19, a divulgação de apresentações *online* com o uso das libras.

Além disso, as medidas comunicacionais desenvolvidas nos espaços de estudo, e que podem representar parte de outros espaços culturais, demonstram que mesmo que haja o emprego de recursos que promovam a acessibilidade cultural, esses recursos são voltados para pessoas com deficiência física, o que pode excluir as pessoas com deficiências cognitivas e não promover a quebra das barreiras atitudinais. A comunicação sensorial pode ser uma grande aliada nesta quebra da barreira atitudinal, visto que está associada ao íntimo da natureza humana, pois não

requer conhecimentos específicos. Logo, garantir que todos tenham acesso a todos os recursos de um espaço cultural compreende ações para a criação de um vínculo relacional com o espaço em si e no experimental do público com o palco.

Mesmo que os espaços culturais estudados não executem todas as ações para promover o senso de pertencimento, considerando a acessibilidade cultural, é perceptível no discurso dos gerentes de comunicação que consideram o tema pertinente e, acima de tudo, importante. Ambos conseguem identificar quais medidas em execução têm potencial para melhoria, com algumas ações em desenvolvimento e em processo de implementação, e quais as ações que ainda não contemplam. Ressaltando que para a promoção efetiva do senso de pertencimento da sociedade, faz-se necessário a aplicação do conjuntos de conceitos abordados, como a eliminação das barreiras arquitetônicas, comunicacionais e atitudinais, promovendo um espaço de acolhimento e participação.

Sabe-se também que não é simples que todos os espaços culturais tenham estratégias comunicacionais e a implementação de recursos acessíveis, considerando até mesmo questões financeiras, mas visto que o Governo garante, por lei, que todos tenham acesso à cultura, e criam diversas políticas públicas para fortalecer essa execução, torna-se fundamental que essas medidas sejam efetivamente aplicadas, verificadas e reportadas para a sociedade.

Deste modo, ainda que se observe espaços culturais analisados presentes no estado com o maior número de equipamentos, a acessibilidade cultural e o senso de pertencimento necessitam de uma percepção voltada para o tema, que para ser construído efetivamente deve considerar a observação de pessoas com deficiência, garantindo o lugar de fala. Porém, é importante reforçar que os espaços culturais estudados realizam um grande esforço para promover iniciativas que democratizam o acesso, se preocupam com o tema e têm consciência que devem desdobrar novas ações.

REFERÊNCIAS

ABNT - Associação Brasileira de Normas Técnicas. **NBR 9050: Acessibilidade a edificações, mobiliário, espaços e equipamentos urbanos**. Rio de Janeiro, 2004. Disponível em: https://www.prefeitura.sp.gov.br/cidade/secretarias/upload/nbr_%2009050_acessibilidade%20-%202004%20-%20acessibilidade_a_edificacoes_mobiliario_1259175853.pdf. Acesso em: 20 mar. 2021

AGÊNCIA DE NOTÍCIAS IBGE. **SIIC 2007-2018: Setor cultural ocupa 5,2 milhões de pessoas em 2018, tendo movimentado R\$ 226 bilhões no ano anterior, 05 DEZ. 2019.** Estatísticas Sociais. Disponível em: <https://agenciadenoticias.ibge.gov.br/agencia-sala-de-imprensa/2013-agencia-de-noticias/releases/26235-siic-2007-2018-setor-cultural-ocupa-5-2-milhoes-de-pessoas-em-2018-tendo-movimentado-r-226-bilhoes-no-ano-anterior>. Acesso em: 25 de fev. 2021.

AMIGOS DA ARTE. **[online]**. Disponível em: <http://www.amigosdaarte.org.br/>. Acesso em: 10 de jun. 2021.

ARÁGON, Mimi; BRAZ, Rafael. Audiodescrição no teatro. *In*: SALASAR, Desirée Nobre; MICHELON, Francisca Ferreira (Orgs.). **Acessibilidade cultural: atravessando fronteiras** [recurso eletrônico]. Pelotas: Ed. da UFPel, 2020.

BAMBERG, Márcia. **EXPERIÊNCIAS DE ACESSIBILIDADE NO MUSEU DE PORTO ALEGRE JOAQUIM FELIZARDO**. Expressa Extensão. Pelotas, v.19, n.2, p. 77-89, 2014. Disponível em: <https://periodicos.ufpel.edu.br/ojs2/index.php/expressaextensao/article/view/4953/3704>. Acesso em: 23 mai. 2021.

BOTELHO, Isaura. As dimensões da cultura e o lugar das políticas públicas. **São Paulo em Perspectiva**. São Paulo, v. 15, n. 2, p. 73 – 83, 2001. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/spp/a/cf96yZJdTvZbrz8pbDQnDqk/?lang=pt>. Acesso em: 15 de jan. 2021.

BRANDÃO, Elizabeth Pazito. Conceito de Comunicação Pública. *IN*: DUARTE, Jorge (org.). **Comunicação Pública: estado, mercado, sociedade e interesse público**. São Paulo: Atlas, 2007.

BRANDÃO, Elizabeth Pazito. Usos e significados do conceito comunicação pública. *In*: **Núcleo de Pesquisa Relações Públicas e Comunicação Organizacional do Encontro dos Núcleos de Pesquisa da Intercom**, Brasília, 6, 2006. Disponível em:

BRASIL. **DECRETO Nº 43.823, DE 18 DE SETEMBRO DE 2003**. Decreto - Programa para a Valorização de Iniciativas Culturais. Disponível em: <https://www.prefeitura.sp.gov.br/cidade/secretarias/fazenda/pesquisa/?p=7299>. Acesso em 21 abr. 2021.

BRASIL. **LEI Nº 10.436**, DE 24 DE ABRIL DE 2002. Dispõe sobre a Língua Brasileira de Sinais - Libras e dá outras providências. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/2002/l10436.htm. Acesso em: 30 abr. 2021.

BRASIL. **Lei Nº 13.146, de 6 de Julho de 2015**. Institui a Lei Brasileira de Inclusão da Pessoa com Deficiência (Estatuto da Pessoa com Deficiência). Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2015-2018/2015/lei/l13146.htm. Acesso em: 05 mar. 2021.

BRASIL. **LEI Nº 14.017**, de 29 de junho de 2020. Dispõe sobre ações emergenciais destinadas ao setor cultural a serem adotadas durante o estado de calamidade pública reconhecido pelo Decreto Legislativo nº 6, de 20 de março de 2020. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2019-2022/2020/lei/L14017.htm. Acesso em: 20 de abr. 2021.

BRASIL, Sistema Nacional de Cultura. **Histórico**. Disponível em: <http://portalsnc.cultura.gov.br/historico-2/>. Acesso em: 02 ago. 2021.

CALABRE, Lia. **História das políticas culturais na América Latina**: um estudo comparativo de Brasil, Argentina, México e Colômbia. Rio de Janeiro: Revista Escritos, Ano 7, n. 7, p. 323-345, 2013.

CARDOSO, Diogo et al. (2017). Espacialidades e ressonâncias do patrimônio cultural: reflexões sobre identidade e pertencimento. **Revista de Geografia e Ordenamento do Território (GOT)**, n.º 11 (junho). Centro de Estudos de Geografia e Ordenamento do Território, p. 83-98. Disponível em: <http://dx.doi.org/10.17127/got/2017.11.004>. Acesso em: 16 mai. 2021.

CARLETTO, Ana Cláudia; CAMBIAGHI, Silvana. **Desenho universal**: um conceito para todos. São Paulo, Instituto Mara Gabrilli. 2008.

COSTA, Gilmar; SILVA, Aristóteles; RIBEIRO, Cleilson. **A POLÍTICA CULTURAL NOS GOVERNOS DE FERNANDO HENRIQUE CARDOSO E DE LULA**: entre limites e possibilidades, pontos e contrapontos. II Simpósio Internacional de sobre Estado, Sociedade e Políticas Públicas. Piauí, 2018. Disponível em: <https://sinespp.ufpi.br/2018/upload/anais/Mzgx.pdf?013520>. Acesso em: 02 ago. 2021.

COSTA, Marilaine Castro. AUDIOVISUAL COM ACESSIBILIDADE: A IMPORTÂNCIA DE INCLUIR E AMPLIAR PÚBLICO. In: SALASAR, Desirée Nobre; MICHELON, Francisca Ferreira (Orgs.). **Acessibilidade cultural**: atravessando fronteiras [recurso eletrônico]. Pelotas: Ed. da UFPel, 2020.

COSTA, Simone. **ACESSIBILIDADE CULTURAL E A CULTURA DO ACESSO NA CIDADE DE SÃO PAULO**: UMA TRAJETÓRIA EM CONSTRUÇÃO. Pós graduação, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2014.

DAMACENO, Suzeli. Acessibilidade na web: Por que devo me preocupar com isso? In: SALASAR, Desirée Nobre; MICHELON, Francisca Ferreira (Orgs.).

Acessibilidade cultural: atravessando fronteiras [recurso eletrônico]. Pelotas: Ed. da UFPel, 2020.

DUARTE, Jorge. **Comunicação pública:** estado, mercado, sociedade e interesse público. São Paulo: Atlas, 2009.

DUARTE, Jorge. Entrevista em profundidade. In: BARROS, Antônio; DUARTE, Jorge. (Orgs.). **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação.** 2a ed. São Paulo: Atlas, 2006. p. 62-83.

DUARTE, Marcia. Estudo de caso. In: BARROS, A.; DUARTE, J. (Orgs.). **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação.** 2a ed. São Paulo: Atlas, 2006. p. 62-83.

DUPRÉ, Nelson. **O projeto arquitetônico.** Sala São Paulo, São Paulo. Disponível em: <http://www.salasaopaulo.art.br/paginadinamica.aspx?pagina=acustica>. Acesso em: 01 jun. 2021.

ESCOLA DE GENTE. Terminologia, **Audiodescrição.** Disponível em: <https://www.escoladegente.org.br/terminologia>. Acesso em: 30 abri. 2021.

ESCOLA DE GENTE. Terminologia, **Braile.** Disponível em: <https://www.escoladegente.org.br/terminologia/B>. Acesso em: 30 abri. 2021.

ESCOLA DE GENTE. Terminologia, **Libras tátil.** Disponível em: <https://www.escoladegente.org.br/terminologia/L>. Acesso em: 30 abri. 2021.

ESCOSTEGUY, Ana Carolina. Os Estudos Culturais. In: HOHLFELDT, Antônio et al. (orgs.). **Teorias da comunicação:** conceitos, escolas e tendências. Rio de Janeiro: Vozes, 2001, p.151 – 170.

ESPORTE, Cultura. **Viva o Dia Nacional do Teatro Acessível:** Arte, Prazer e Direitos!, 19 set. 2017. Portal Mato Grosso. Disponível em: <https://portalmatogrosso.com.br/viva-o-dia-nacional-do-teatro-acessivel-arte-prazer-e-direitos/>. Acesso em: 30 de mar. 2021.

FAGUNDES, Patrícia. **O TEATRO COMO UM ESTADO DE ENCONTRO.** Porto Alegre: Revista Cena, v. 7, p. 31-41, 2009. Disponível em: <https://seer.ufrgs.br/cena/article/view/11156/7150>. Acesso em: 25 de fev. 2021.

FERNANDES, Valdéria Santos de Souza. **Acessibilidade no teatro para pessoas com deficiência auditiva e visual:** um estudo sobre a Lei Rouanet. Trabalho de Conclusão de Curso. Universidade Federal da Bahia, Bahia, 2019.

FERREIRA, Fábio. Existe espaço para a pessoa surda na música? In: LIMA, Amanda (org.). Existe espaço para a pessoa surda na música? TCC propõe práticas de acessibilidade em concertos. **ECA USP:** São Paulo, 06 dez. 2019. Disponível em: <http://www3.eca.usp.br/node/24286>. Acesso em: 07 mai. 2021.

FISCHER, Heloisa. **SÓ É ACESSÍVEL SE DER PARA ENTENDER.** In: SALASAR, Desirée Nobre; MICHELON, Francisca Ferreira (Orgs.). **Acessibilidade cultural: atravessando fronteiras** [recurso eletrônico]. Pelotas: Ed. da UFPel, 2020.

FUNDAÇÃO OSESP. Organização Social de Cultura Fundação Osesp. **[Online]**. Disponível em: <http://www.fundacao-osesp.art.br/PaginaDinamica.aspx?Pagina=fundacaoosesp>. Acesso em: 15 fev. 2021.

GALERIA DA ARQUITETURA. Sala São Paulo. Disponível em: https://www.galeriadaarquitetura.com.br/projeto/dupre-arquitetura-coordenacao/_sala-sao-paulo/1357. Acesso em: 02 de jun. 2021

GALVÃO FILHO, Teófilo. A Tecnologia Assistiva: de que se trata? In: MACHADO, G. J. C.; SOBRAL, M. N. (Orgs.). **Conexões: educação, comunicação, inclusão e interculturalidade.** 1 ed. Porto Alegre: Redes Editora, p. 207-235, 2009.

HALL, Stuart. **Cultura e Representação.** Rio de Janeiro: Editora PUC-Rio, Apicuri, 2016.
<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2006/resumos/R1037-1.pdf>. Acesso em: 15 mai. 2021.

IGNÁCIO, Marcela. **O MINISTÉRIO DA CULTURA AO LONGO DOS ANOS: UMA TRAJETÓRIA DE CONQUISTAS E REVESES.** FESPSP. Disponível em: https://www.fesp.org.br/store/file_source/FESPSP/Documentos/Manuais/FESPSP%20GT%203%20-%20Marcela%20Ign%C3%A1cio.pdf. Acesso em: 02 ago. 2021.

IPEA - INSTITUTO DE PESQUISA ECONÔMICA APLICADA. **Cultura,** 2009. Disponível em: https://www.ipea.gov.br/presenca/index.php?option=com_content&view=article&id=30&Itemid=22. Acesso em 20 de fev. 2021.

JORGE, Marina. **Cultura popular, cultura erudita e cultura de massas no cinema brasileiro.** Natal: Revista Cronos, v. 7, n. 1, p. 173-182, jan./jun. 2006.

JÚNIOR, Aluízio Arcela. **Salas de Concerto.** Disponível em: <https://cic.unb.br/~lcmm/mus/am1/a41/a41.html#topo>. Acesso em: 10 de abr. 2021.

KUNSCH, Margarida. Comunicação pública: direitos de cidadania, fundamentos e práticas. In: MATOS, Heloiza (Org.) **COMUNICAÇÃO PÚBLICA: interlocuções, interlocutores e perspectivas.** São Paulo: ECA/USP, 2013.

MARCELINO, Felipe Beltram. **ACESSIBILIDADE COMUNICACIONAL EM AMBIENTES CULTURAIS: uma barreira a ser superada.** Monografia, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, 2013.

MOURÃO, Ada; CAVALCANTE, Sylvia. Identidade de lugar. In: CAVALCANTE, Sylvia; ELALI, Gleice (Orgs.). **Temas básicos em Psicologia Ambiental.** Rio de Janeiro: Vozes, 2011.

NEPOMUCENO, José. **O projeto acústico**. Sala São Paulo, São Paulo. Disponível em: <http://www.salasaopaulo.art.br/paginadinamica.aspx?pagina=acustica>. Acesso em: 01 jun. 2021.

PINTO, T. de C. L.; DOLZAN, J. E.; GOMEZ, L. S. R. Design universal sob a ótica dos estudantes e profissionais brasileiros. **DAPesquisa**, Florianópolis, v. 6, n. 8, p. 608-625, 2018. Disponível em: <https://www.revistas.udesc.br/index.php/dapesquisa/article/view/14038/9143>. Acesso em: 10 mai. 2021.

PLANO NACIONAL DE CULTURA. **Meta 29**. Disponível em: <http://pnc.cultura.gov.br/category/metas/29/>. Acesso em: 20 de mar. 2021

PLANO NACIONAL DE CULTURA. **Meta 31**. Disponível em: <http://pnc.cultura.gov.br/category/metas/31/>. Acesso em: 15 de fev. 2021

PROAC – Programa de ação cultural. **Editais**: perguntas e respostas. Disponível em: http://www.proac.sp.gov.br/faq_editais/. Acesso em: 02 de mai. 2021.

PROAC – Programa de ação cultural. **ICMS**: perguntas e respostas. Disponível em: http://www.proac.sp.gov.br/faq_icms/, Acesso em: 02 de mai. 2021.

REIS, Ana Carla Fonseca; MARCO, Kátia de (Orgs.). **Economia da Cultura**: ideias e vivências. Rio de Janeiro: Publit, 2009.

RELATÓRIO ANUAL. **Relatório anual de 2020**, Amigos da Arte. São Paulo, 2020. Disponível em: <http://www.amigosdaarte.org.br/relatorios-anuais/>. Acesso em: 20 de jun. 2021.

RIBEIRO, Rita. Cultura popular: uma revisitação conceptual. *In*: M. L. Martins & I. Macedo (Orgs.). **Políticas da língua, da comunicação e da cultura no espaço lusófono**. Braga: Húmus, 2019.

ROSS, Paulo; SILVA, Paulo. O senso de pertencimento de deficientes visuais em relação aos pisos táteis. **Revista Ibero-Americana de Estudos em Educação**, Araraquara, v. 8, n. 1, p. 161-179, dez. 2013. Disponível em: <https://periodicos.fclar.unesp.br/iberoamericana/article/view/6481>. Acesso em: 08 de mai. 2021.

SALA SÃO PAULO. **[online]**. Disponível em: <http://www.salasaopaulo.art.br/home.aspx>, Acesso em: 15 fev. 2021.

SANTOS, Jorge Luis de Lima. **Considerações sobre a Sala de Concerto na Atualidade**. Revista Música Hodie, Goiânia, V.13 - n.1, 2013, p. 257-265.

SÃO PAULO, Cidade. **Decreto institui Sistema e Plano Municipal de Cultura**. Notícias, 01 jan. 2016. Disponível em: <http://www.capital.sp.gov.br/noticia/decreto-institui-sistema-e-plano-municipal-de-cultura>. Acesso em: 30 abr. 2021.

SÃO PAULO, Cidade. **Plano Municipal de Ações Articuladas para as pessoas com deficiência da Cidade de São Paulo**, 2013. Disponível em:

https://www.prefeitura.sp.gov.br/cidade/secretarias/upload/pessoa_com_deficiencia/SP_Mais_Inclusiva_70_acoes_final.pdf. Acesso em: 30 de abr. 2021.

SÃO PAULO, Cidade. **Sistema Municipal de Cultura e Plano Municipal de Cultura são instituídos na cidade.** Disponível em: <https://www.prefeitura.sp.gov.br/cidade/secretarias/cultura/noticias/?p=20759>. Acesso em: 30 de abr. 2021

SÃO PAULO, Prefeitura. **Decreto nº 57.484 de 29 de novembro de 2016.** Disponível em: <http://legislacao.prefeitura.sp.gov.br/leis/decreto-57484-de-29-de-novembro-de-2016>. Acesso em: 30 de abr. 2021.

SÃO PAULO, Prefeitura. **Pro-Mac - Programa Municipal de Apoio a Projetos Culturais.** Disponível em: <http://smcsistemas.prefeitura.sp.gov.br/promac/>. Acesso em: 03 de mai. 2021.

SÃO PAULO, Secretária Municipal de Cultura. **Plano Municipal De Cultura, 2016.** Disponível em: https://issuu.com/smcspp/docs/pmc_final. Acesso em: 30 de abr. 2021.

SÃO PAULO, SESC. **Acessibilidade em Museus e Espaços Culturais: desafios e inspirações.** São Paulo: SESC, 2018. Disponível em: <https://centrodepesquisaeformacao.sescsp.org.br/uploads/BibliotecaTable/9c7154528b820891e2a3c20a3a49bca9/338/1593182157368300471.pdf>. Acesso em: 28 abri. 2021.

SARRAF, Viviane Panelli. **A comunicação dos sentidos nos espaços culturais brasileiros: estratégias de mediações e acessibilidade para as pessoas com suas diferenças.** Tese de doutorado, Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, São Paulo, 2013.

SARRAF, Viviane Panelli. **Acessibilidade cultural para pessoas com deficiência – benefícios para todos.** In: SESC (Org.). **Revista do centro de pesquisa e formação.** São Paulo: SESC, 2018. Disponível em: https://centrodepesquisaeformacao.sescsp.org.br/revista/Revista_CPFn06.pdf. Acesso em: 02 de jun. 2021.

SARRAF, Viviane Panelli. **Acessibilidade em Espaços Culturais: mediação e comunicação sensorial.** São Paulo: EDUC: FAPESP, 2015.

SARTORETTO, Mara Lúcia; BERSCH, Rita. **Tecnologia assistiva.** Assistiva tecnologia e educação, 2021. Disponível em: <https://www.assistiva.com.br/tassistiva.html>. Acesso em: 30 abri. 2021.

SASSAKI, R. K. **Inclusão: Construindo uma sociedade para todos.** Romeu Kazumi Sassaki. - Rio de Janeiro: WVA, 1997.

SASSAKI, Romeu Kazumi. **Inclusão: acessibilidade no lazer, trabalho e educação.** In: **Revista Nacional de Reabilitação (Reação).** São Paulo: Reação, XII, mar./abr. 2009, p. 10-16.

SCHWARTZ, Letícia. Audiodescrição: para uma nova profissão, um novo profissional. In: CARDOSO, Eduardo; CUTY, Jeniffer (Orgs.). **Acessibilidade em ambientes culturais**. Porto Alegre, Marca Visual, 2012.

SECRETÁRIA ESPECIAL DA CULTURA. **Editais e apoios**. Disponível em: <https://www.gov.br/turismo/pt-br/secretaria-especial-da-cultura/assuntos/editais-e-apoios>. Acesso em: 20 de abri. 2021.

SILVA, Fernanda Caroline Jennen. **Acessibilidade Cultural**: Uma leitura sobre experiência e plenitude. Trabalho de Conclusão de Curso. Universidade de São Paulo, São Paulo, 2015.

SILVEIRA, Izabel Cristina da. **Teatro para quem?! A arte de teatrar para todos**. Montenegro: Revista da Fundarte, ano 16, n. 32, p. 142-162, jul/dez. 2016. Disponível em: <http://seer.fundarte.rs.gov.br/index.php/RevistadaFundarte/index>. Acessível em: 25 de fev. 2021.

SOUZA, Celine. **Políticas Públicas**: uma revisão da literatura. Porto Alegre: Sociologias, ano 8, no 16, jul/dez 2006, p. 20-45.

TAVARES, H. M. Raymond Williams: pensador da cultura. **Revista Ágora**, [S. l.], n. 8, 2008. Disponível em: <https://periodicos.ufes.br/agora/article/view/1927>. Acesso em: 15 de jan. 2021.

TAVARES, Rosana Carneiro. O sentimento de pertencimento social como um direito universal. In: Cadernos de pesquisa interdisciplinar em Ciências Humanas. v. 15 n. 106, 2014. Disponível em: https://periodicos.ufsc.br/index.php/cadernosdepesquisa/article/view/1984-8951.2014v15n106p179/pdf_7. Acesso em: 16 de mai. 2021.

TEATRO SÉRGIO CARDOSO. **[online]**. Disponível em: <http://www.teatrosergiocardoso.org.br/#>. Acesso em: 16 abri. 2021.

WISNIK, G.; FIX, M.; LEITE, J. G. P.; ANDRADE, J. P.; ARANTES, P. Notas sobre a sala São Paulo e a nova fronteira urbana da cultura. **Revista Pós FAUUSP**, [S. l.], n. 9, p. 192-209, 2000. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/posfau/article/view/137406>. Acesso em: 05 jun. 2021.

YIN, Robert K. **Estudo de caso**: planejamento e métodos. Robert K. Yin; trad. Daniel Grassi, 2.ed. Porto Alegre: Bookman, 2001.

APÊNDICE A - FOTOS FEITAS PELA AUTORA NA SALA SÃO PAULO

Figura 1 - Bilheteria com atendimento preferencial



Figura 2 - Elevador da loja de livros



Figura 3 - Balcão de pagamento da loja de livros



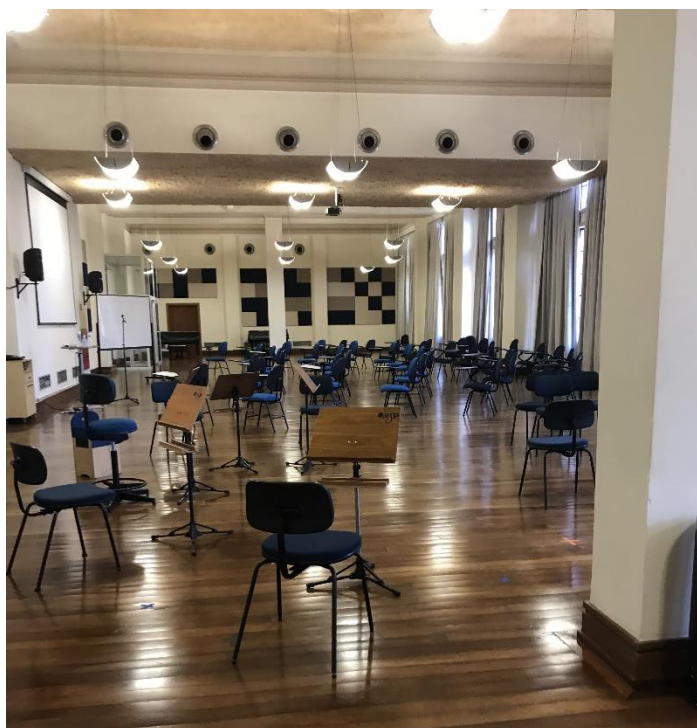
Figura 4 - Bebedouros



Figura 5 - Telefone público



Figura 6 - Sala onde realizam a ação de explicação dos concertos

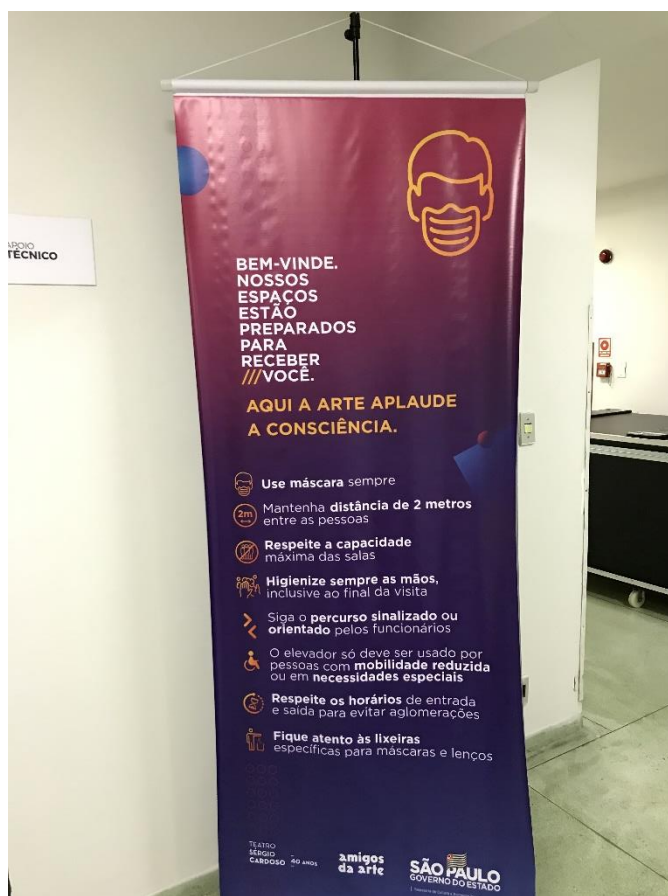


APÊNDICE B - FOTOS FEITAS PELA AUTORA NO TEATRO SÉRGIO CARDOSO

Figura 1 - Bebedouros



Figura 2 – Exemplo de comunicação do espaço



APÊNDICE C - TRANSCRIÇÃO DA ENTREVISTA COM A SALA SÃO PAULO

Entrevista realizada com a gerente de comunicação, Mariana Garcia.

[Thais]: Então, como eu já tinha te falado, eu sou estudante de Relações Públicas, eu to fazendo o TCC agora. Então estou abordando um pouquinho da cultura, já trabalhei com patrocínio cultural e esportivo, daí que eu já peguei esse gostinho pela cultura. E junto com a cultura eu quis trazer um pouquinho do senso de pertencimento, a população antes de saber que pode frequentar o espaço ela precisa se sentir parte e disponibilizar um tempo para ela vá a esse espaço. E não teria como eu não falar de acessibilidade, tendo em vista que o senso de pertencimento aborda todas as particularidades do indivíduo, né. Então, a acessibilidade está super linkada com esse tema.

Essa foi mais ou menos a abordagem que eu fiz e, como te falei, estudei um pouquinho sobre é cultura, cultura erudita e cultura popular, os espaços culturais com foco em concertos e teatro, também vou fazer uma entrevista voltada para teatros, um pouquinho da acessibilidade, do senso de pertencimento, da comunicação pública no viés institucional, a comunicação acessível e quais os recursos que a gente pode utilizar dela e, por fim, o design universal. Basicamente isso, o que eu queria entender com você quais são os pilares que vocês abordam, como que a comunicação é trabalhada na Sala São Paulo, baseada naquelas perguntas que eu te mandei, não sei se você prefere que eu vá passando as perguntas.

[Mariana Garcia]: Pode ser! E se você quiser ir perguntando durante as minhas respostas, pode ficar à vontade também!

[Thais]: Ta certo! Então, pra começar eu queria saber um pouquinho mais sobre você, sobre como a área funciona na sala São Paulo, a área de comunicação especificamente.

[Mariana Garcia]: Hoje, aqui na Sala São Paulo eu sou a gerente de comunicação. Dentro da equipe que eu gerencio, nós temos a área de Publicidade e Publicações, que cuida de todos os materiais impressos e também a produção virtual, então peças gráficas de toda natureza, desde um livreto para programa de concerto, revista, anúncio, etc., tem notas de programa, está dentro dessa área de Publicidade e Publicações. Muito em diálogo com essa área, a gente tem também a área de *Design*, são dois *designers* que trabalham conosco, cuidando da nossa identidade e como a gente se relaciona visualmente com o mundo, paralelo a gente tem a área de Comunicação Digital e Conteúdo e a área de Assessoria de Imprensa, que também condensa a área de Comunicação Interna, então são quatro focos hoje, a gente se divide em quatro focos. Ocasionalmente, a gente tem prestadores de serviços externos, depende muito de como a demanda se configura, pode ser uma produtora de vídeo, pode ser uma consultoria para um projeto específico que vai envolver publicidade, enfim, é um gama ogra assim, depende de cada época. Essa equipe ela é responsável pela comunicação institucional dos três equipamentos que a Fundação OSESP cuida, que é a Sala São Paulo, o Festival de Inverno de Campos do Jordão e a OSESP, a OSESP aí ela precisa ser não só entendida como uma orquestra, mas também todo o microcosmos OSESP né, que são os projetos educacionais, o coro da OSESP, o coro infantil, coro juvenil, o coro profissional obviamente, né, todo esse campo que eu geralmente gosto de chamar de Cosmos OSESP.

[Thais]: Nossa, é bem grande então a área de atuação de vocês.

[Mariana Garcia]: É bem grande! É concentrada em alguns períodos, mais ou menos ênfase, mas, enfim, a gente abarca esses três grupos de atuação, são os nossos três equipamentos.

[Thais]: Que legal! Muito interessante! E focado assim na Sala São Paulo, como que vocês enxergam de fato o papel da comunicação?

[Mariana Garcia]: Hoje, a gente tem passado até por algumas discussões internas que envolve um reposicionamento de marca em relação a Sala São Paulo. A OSESP existe há 64 anos e a Sala São Paulo existe muito em função da OSESP, o que nos acontece muitas vezes é que a OSESP tem sido o foco de trabalho da comunicação institucional por anos e anos, e a marca Sala São Paulo, ela começa sempre a existir a reboque da OSESP, o que a gente tem percebido hoje é que precisa investir em um trabalho de comunicação focado na Sala São Paulo, que muitas vezes quem conhece a OSESP, necessariamente conhece a Sala São Paulo, mas quem conhece a Sala São Paulo não necessariamente conhece a OSESP, são focos em simbiose, um existe sem o outro, mas a Sala São

Paulo precisa ser trabalhada como uma marca forte por si só. Isso começou a ser delineado com alguns projetos, a comunicação nunca vai trabalhar sozinha essa marca, ela tem que trabalhar a partir dos projetos artísticos, então isso começou ano passado, mas foi completamente assolado pela pandemia, que foi pela primeira vez um projeto focado, única e exclusivamente, na Sala São Paulo, que não tinha um contexto educativo, já explico assim que a gente tem as ações tipo visita monitorada, Descubra a orquestra na Sala São Paulo, que são projetos intimamente ligados à Sala São Paulo, mas de cunho educacional, dentro do núcleo de Educação Patrimonial e dentro do nosso núcleo de Formação de novos públicos. Mas aí pela primeira vez, a gente teve um projeto artístico focado, produzido pela fundação OSESP, que chamava Encontros Históricos, vai ter ainda, que era com a Jazz Sinfônica e trazendo artistas do mundo pop assim, de Mart'nália à Erasmos Carlos. Então, foi a primeira vez que a gente pensou em um projeto para dar visibilidade, tanto que este projeto chamava "Encontros Históricos na Sala São Paulo", foi o primeiro esforço da gente trabalhar marcas da Sala São Paulo para além do âmbito da OSESP, tanto que é uma outra orquestra. Então, hoje a gente tem percebido que a comunicação necessita fazer uma migração, a marca OSESP está sendo trabalhada continuamente, precisa criar plataformas para trabalhar a marca Sala São Paulo, mas sempre conjugado com o artístico. Ainda, a gente não sabe muito bem como porque foi um espaço que mais impactou com a pandemia, né!? As pessoas não podem ir até a Sala, é diferente da orquestra, chega até você né.

[Thais]: Sim, vocês conseguem fazer até virtualmente nesse caso.

[Mariana Garcia]: exato, exatamente. A gente hoje produz, basicamente, alguns conteúdos focados na Sala. Em 2019 a gente fez uma série de conteúdos, que era um por trás da Sala São Paulo, a gente contava das especificidades da Sala São Paulo e tratava também esse projetos educacionais, então a comunicação dava visibilidade para esses projetos, o "Descubra a orquestra na Sala São Paulo", que envolve a formação de professores e concertos didáticos e também a visita monitorada e os matinais na Sala São Paulo, os matinais, são os nossos concertos dominicais gratuitos. Então, esses quatro projetos pertencem, estão debaixo da Sala São Paulo, a gente tratava de dar visibilidade para esses quatro projetos. Para 2021, segundo semestre, a gente tem pensado em criar conteúdos sobre o nosso entorno, tratar os vizinhos da Sala São Paulo, como que os vizinhos nos enxergam né, que afinal a gente está em diálogo com vários outros equipamentos e também tratar de histórias, a gente quer tratar a Sala São Paulo como em repositório de histórias.

[Thais]: que legal!

[Mariana Garcia]: Você vive milhares de coisas ali dentro, de pedido de casamento, que já aconteceu muitas vezes, à uma celebração de um aniversário ou um dia banal, que geralmente é incrível, ou um vizinho nosso da estrada de ferro Sorocabana, que agora é a Júlio Prestes, como eu não sou de São Paulo às vezes os nomes ficam pra mim, mas a Júlio Prestes que vai lá tomar um café ou almoçar, sabe? Ou um funcionário da fundação OSESP que está lá desde o concerto inaugural, então a nossa ideia, o plano é trabalhar as histórias, e isto está junto com os "Encontros Históricos" que a gente vai ter a partir de agosto, então essa é a ideia de conteúdo. É tentar desmembrar um pouco do discurso ensimesmado em cima da OSESP, sabe!?

[Thais]: Entendi, nossa muito legal mesmo essa parte da história, eu até vi algumas divulgações, acho que tinha o Gil, estava tocando, muito legal mesmo.

[Mariana Garcia]: O Gil vai tocar ainda.

[Thais]: Ah, não foi ainda. Foi adiado, né?

[Mariana Garcia]: Sim, infelizmente.

[Thais]: Mas tomara que volte logo!

[Mariana Garcia]: Tomara, há de dar certo!

[Thais]: Vai dar sim! Então baseado nesses pilares, a comunicação institucional é trabalhada nesses quatro pilares que você apontou, educacional quanto institucional. E vocês usam algum recurso da comunicação para reafirmar o direito das pessoas frequentarem o espaço? Tem alguma medida?

[Mariana Garcia]: Essa questão da democratização do acesso ela é muito trabalhada dentro dos matinais da Sala São Paulo, pois os matinais são todos eles gratuitos. Então, a gente usa a programação do matinal como uma porta de entrada para a gente poder falar sobre a acessibilidade, acessibilidade no sentido de gratuidade, porque essa questão de acessibilidade tem várias...a semântica dela é complexa né. Então, em termos de “este lugar pertence a todos” a gente fala a partir dos matinais na Sala São Paulo. O que a gente tem usado nos nossos canais, pra dizer de democratização do acesso também são os didáticos, só que são todos projetos que estão um pouco em suspenso, por conta da pandemia. Mas, os didáticos como um lugar de o acesso gratuito das escolas, aí tratando de acessibilidade nessa matriz.

[Thais]: Entendi, perfeito. E.. aqui vocês afirmam o direito das pessoas frequentarem o espaço, mas e voltado para o senso de pertencimento, tem alguma medida que é *linkada* com isso?

[Mariana Garcia]: A ideia do pertencimento está justamente nessa ação que eu comentei sobre as histórias, é uma questão que a gente está tentando trabalhar, recente, mas com a ideia do protagonismo do público, a gente tem tratado isso tanto da OSESP quanto da Sala São Paulo, a ideia é a gente começar a trazer essas histórias para trabalhar o senso de pertencimento. Mas ainda, hoje, não é feito nada específico que a gente trabalhe isso, seja no lugar Sala São Paulo, seja nos produtos de comunicação para além do lugar Sala São Paulo.

[Thais]: E voltado para a inclusão de pessoas com deficiência, vocês na comunicação trabalham/ adotam alguma medida para isso?

[Mariana Garcia]: A gente repercute as ações de acessibilidade, no caso a nossa plataforma também está suspensa, mas é um projeto super pioneiro, a gente tem concerto acessíveis, com libras ou audiodescrição, e a gente também tem a visita monitorada acessível, ela foi toda pensada nos aspectos táteis e no sonoro, como que a gente descreve o entorno e por aí vai assim, então a gente tenta dar visibilidade para esses projetos. Onde que a comunicação precisa atuar e ainda não atua é em relação ao *sites*, a gente está passando também por reformulação de *site*, é sempre tudo é um processo novo. Eu cheguei meio que dando uma sacudida aqui na poeira e tentando colocar os projetos para funcionar, mas a gente está reformulando o *site*, e a premissa da acessibilidade é incluir todos aqueles *links*, que a gente tem todas as peças de *widgets*, acrescentá-los para melhorar a acessibilidade do site e já construir na base do próprio *php* dele, de nascer na acessibilidade, de estar na gênese desse novo site. O atual é um projeto muito calcado em uma linguagem antiga assim, é um sistema que não diz mais para o nosso tempo, com vários motivos, desde de não ser responsivo até a acessibilidade, mas no âmbito da comunicação é isso. A gente não coloca legenda “Pra todos verem” ou “Pra cego ver”, a gente não tem esse hábito, acho que é isso, e a gente não faz vídeos com audiodescrição, por questões de orçamento mesmo. Quando existem concertos de audiodescrição, até por questões de orçamento mesmo. Quando existe os concertos com audiodescrição, existe uma divulgação feita por áudio ara um *mailing* específico, que é feita por convite por áudio, a gente não manda nada escrito, a gente manda com se fosse uma pílula radiofônica

[Thais]: Que legal!

[Mariana Garcia]: Mas aí esse projeto também está parado por conta da pandemia.

[Thais]: E aqui quando você fala que não tem essa parte de acessibilidade, mas existe algum jeito de simplificar a comunicação que é passada, por exemplo, a gente sabe que a música clássica é voltada muito para uma cultura mais elitista, vocês adotam alguma coisa que possa simplificar ela?

[Mariana Garcia]: Sim, inclusive há um tempo eu estava falando muito sobre isso, sobre que... eu vou dar uma palavra que eu já falei aqui, democratizar a música clássica passa também por uma questão de semântica, palavra é poder, então quanto mais a gente usa termos difíceis ou construções difíceis, isso afeta muito! Mas para além disso, da construção de texto, tem uma questão que é cultura do brasileiro, é diferente de tratar a música clássica na Europa, é diferente de tratar a música clássica nos Estados Unidos, para o público brasileiro, a gente tem sempre que pensar que é um público em eterna formação. Então, a nossa premissa é nunca imbecilizar o público, isso é uma premissa da equipe que produz conteúdo, você não vai encontrar, te garanto isso, nos últimos dois anos, você não vai encontrar nenhum “Você sabia?”, tinha uma ideia do tipo desmistificar que é difícil imbecilizando o público, que a gente sempre tenta é embutir em todo o conteúdo que a gente faz, uma história. A gente acredita muito que quando você narra, quando você... a gente não vai falar jamais se a gente for falar, por exemplo,

de “Uma vida de herói” do Richard STRAUSS, a gente nunca vai falar do uso das quintas paralelas pra construir a figura do inimigo, sabe? Porque imagina com quem a gente vai comunicar se a gente dizer quintas paralelas? Então a gente tenta sempre trazer essa história da música como um contexto para chamar atenção, ou trazer algo da vivência do cotidiano, uma impressão do músico, uma impressão do maestro, impressões do público como premissa dos nossos textos. Além de tudo isso, a gente tem a missão de português correto, então você também... no nossa manual está lá, você não usa a segunda pessoa do singular, você nunca vai ver o te esperamos, a gente sabe que é um uso da internet, mas não combina com a Osesp ou com a Sala, a gente sempre tenta encontrar o calor humano que o outro se reconhece, mas sem imbecilizar o público, sem diminuir o peso que a língua tem ou sem diminuir o conteúdo.

[Thais]: Muito legal mesmo essa abordagem que vocês fazem. Aqui acho que você já me respondeu sobre as redes sociais, vocês não adotam o “pra cego ver”

[Mariana Garcia]: Não, nem as descrições de imagem também, que hoje já tem um recurso. Mas isso diz muito também sobre uma equipe pequenina que a gente tem pra produzir isso e acaba que é muito difícil focar nesse tipo de produção quando o nosso material é tão visual em alguns momentos, mas se a gente se apoia no sonoro, a gente se apoia no fato de que boa parte do nosso material também é sonoro. A gente tem uma pessoa super frequente nossa, que é cego, e que frequenta muito nosso *Twitter*, que é a mídia social de preferência dele, que é texto.

[Thais]: Que legal! E quando você fala dos materiais impressos, tem alguma forma de adaptar esses materiais?

[Mariana Garcia]: Não, a gente não tem braille, a gente não tem nada nesse sentido, é também uma produção muita cara, é curioso, né? Porque a gente fala de acessibilidade a todo momento como democratizar e ampliar o acesso, a gente fala de pessoas com deficiência e é tudo caro.

[Thais]: Deveria ser ao contrário, né?

[Mariana Garcia]: Exatamente! Não existe nada pensando nesse público em termos de materiais impressos.

[Thais]: Sem problemas. E a comunicação, existe algum canal que os participantes/frequentadores possam dar sugestões de melhorias?

[Mariana Garcia]: Sim, outra premissa da nossa equipe é nunca deixar ninguém sem resposta, seja uma interação com um *like* pode fato uma respostas textual, a gente tem trabalhado muito nessa questão de comunidade. Tanto que hoje, faz uma mês, que chegou uma pessoa só pra cuidar de *communicate manager*, que é um carro novo em muitos lugares, mas ele está focado em nossos canais de sac digital, que são todos os *inbox* que a gente e mensagem públicas nas redes sociais, mas também o e-mail do “Fale conosco” e o canal de ouvidoria. Então, a gente tem todas as redes sociais abertas ao diálogo, mais o “Fale conosco”, mais a ouvidoria. A Ouvidoria, geralmente, chegam aquelas questões que são muito complexas assim, que não foram solucionadas em nenhum dos outros lugares.

[Thais]: Uhum, ai vai pra esse canal.

[Mariana Garcia]: Isso.

[Thais]: Então, aqui responde que vocês conseguem ter o visitante não só como um visitante, mas ele consegue de fato participar da Sala São Paulo por meio dessas interações.

[Mariana Garcia]: Isso, exato! E eles se sentem realmente parte de uma comunidade sabe, é muito legal acompanhar uma transmissão ao vivo, por exemplo, e ver o que suscita nas pessoas mesmo, sabe? Muita gente nunca foi à Sala São Paulo, sei lá, alguém do interior do Pará, já aconteceu. A gente tem uma pessoa super assídua que é de Melbourne, na Austrália. E a gente tem conseguido fazer que essas pessoas se sintam dentro da Sala em muitos aspetos.

[Thais]: Uhum, a participação ocorre de diversas formas, né!? Isso é muito legal!

[Mariana Garcia]: Toda a transmissão ao vivo que a gente faz tem chat.

[Thais]: Vocês deixam aberto? Isso promove uma interação muito boa!

[Mariana Garcia]: Tem gente que chega antes só pra bater papo!

[Thais]: Aqui você também me respondeu os programas adotados para gerar democratização do acesso, a questão que falamos no começo, os concertos matinais são muito utilizados para essa parte.

[Mariana Garcia]: Isso! Se você quiser eu até listo pra você, que às vezes fica algo pendente assim, mas pra além da visita monitorada, os concertos matinais, que são eixos importantes, mas dentro da OSESP a gente tem outros que estão também *on hold*, por conta da pandemia, a gente tem uma maratona, que são vários concertos gratuitos, a gente tem concertos a preço popular, a gente tem o curso para jovens solistas, tem várias iniciativas que são de acesso gratuito dentro da Sala, mas de fato todas elas foram prejudicadas por conta da pandemia. Os nossos corpos educacionais têm a prática de fazer concertos gratuitos também, o nosso coro faz concertos também em congressos a preço popular, então tem essa missão dentro da sala de ter isso. E tem os ensaios abertos, também parados por conta da pandemia, mas os ensaios gerais da orquestra nas quintas-feiras custam dez reais e são feitos para que as pessoas possam ver o processo da música, mas também pela gratuidade. Tem um outro projeto, que ele existe ainda e ele vai e volta de acordo com a oferta de demanda que chama “passe livre universitário”, o PLU, que é este projeto, ele tem o intuito de oferecer ingressos gratuitos para os jovens universitários, então qualquer pessoas de qualquer universidade, desde que matriculados, podem se inscrever e existe uma cota de ingressos semanal que ele pode acessar a Sala São Paulo de forma gratuita.

[Thais]: Que legal, bom saber disso também!

[Mariana Garcia]: Tá tudo no *site*, inclusive, o PLU inclusive tem uma parte específica de programação dele, a gente está esperando ele voltar.

[Thais]: Muito legal mesmo! E a acessibilidade, ela é tratada como um pilar fundamental?

[Mariana Garcia]: Acessibilidade no sentido..?

[Thais]: De pessoas com deficiência mesmo.

[Mariana Garcia]: Não, como um pilar vital não.

[Thais]: Certo! E quais instrumentos que vocês utilizam no espaço pra gerar acessibilidade?

[Mariana Garcia]: Ai sim, a Sala é toda adaptada pra pessoas com deficiência, vai desde rampa de acesso, o estacionamento é dentro da sala, então o carro pode parar já na rampa e desce, tem as vagas super bem colocadas, tudo tem rampa, todos os espaços têm banheiros também para pessoas com deficiência, voltadas principalmente para cadeirantes, dentro da Sala também existem os lugares para cadeirantes, elevador com espaço amplo, para que a cadeira de fato entre, porque às vezes a gente vê um espaço que tem elevador, mas que não cabe. Então, a Sala enquanto equipamento ela está muito preparada, o chão tem as marcas, o complicado disso tudo é a gente está tratando de um equipamento dentro do patrimônio histórico. então, você tem que saber até onde o chão com a guia pode ser usado e onde não pode ser usado, mas nas nossas equipes de indicadores, por exemplo, são super treinadas para ajudar o acesso das pessoas com deficiência e por aí vai, tem as limitações de um espaço histórico, que eu acho que não podem ser desconsideradas né, a gente não pode mexer em tudo, é diferente de hoje você construir um lugar do zero e já pensar na acessibilidade, mas tudo que foi possível ser feito, de fato foi empregado sabe.

[Thais]: E quando a gente fala de experiência, você até me disse que tem alguns concertos que tem audiodescrição. Mas existe algum voltado para pessoas surdas? A gente sabe que é muito mais difícil quando a gente fala de concerto, até vi que alguns eles colocam as pessoas para encostarem nos instrumentos e sentirem a vibração.

[Mariana Garcia]: é lindo né! O que a gente tem para pessoas surdas são os concertos corais com tradução em libras, de fato, para música experimental a gente não adquiriu essa expertise e mesmo o que eu tenho visto ao redor do mundo é feito muito em caráter instrumental sabe, mas a música com tradução em libras a gente tem colocado sim. Tem algumas pessoas que, são poucos surdos que nos assistem, mas falam muito de um efeito físico, da onda sonora batendo, que sente no corpo a onda sonora batendo, mas de fato não existe nada feito para este tipo de público.

[Thais]: E vocês tem outras medidas também, que você já apontou.

[Mariana Garcia]: A música é muito difícil neste aspecto.

[Thais]: É a parte mais complicada mesmo.

E, a gente entende um pouco como é a experiência das pessoas com deficiência, mas as pessoas chegam a entrar em contato com vocês pra avisar isso antes, “Vou ao espaço, o recurso é acessível” ou isso não chega a acontecer?

[Mariana Garcia]: É bem raro, eu acho que eles já entendem que isso é obrigatório. O que a gente recebe muito são perguntas sobre como comprar o lugar do cadeirante, a gente não libera esse lugar de imediato, pois as vezes quando o concerto é muito procurado, algumas pessoas de má fé compram achando que vai ter uma cadeira e tal, a gente também recebe especificamente sobre lugares para obeso, isso é algo que acontece que alguma frequência, quais são os lugares indicados para obesos, mas em geral as pessoas entendem que já é um espaço acessível. A menos quando a gente gera esse interesse por parte dos projetos de acessibilidade, aí sim tem uma procura específica, mas também tem uma assessoria específica também.

[Thais]: Legal, então tem uma agência que auxilia vocês nesse processo?

[Mariana Garcia]: Exato, se chama “Ver com palavras”, a Ver com palavras que inclusive nos ajudou na implementação desse projeto de acessibilidade, dos concertos acessíveis, da visita e também nos ajuda na divulgação. Ai sim, tem uma convocatória e uma resposta específica para pessoas com deficiência.

[Thais]: Tem que agendar a visita específica, certo?

[Mariana Garcia]: Exato.

[Thais]: Entendi, vocês utilizam mais algum conceito que envolve a comunicação acessível, além desses que a gente listou?

[Mariana Garcia]: Ai, pensando em comunicação acessível para pessoas com deficiência e não democratização. Não, vasculhei a cabeça aqui e não.

[Thais]: E pra democratização, fora esses?

[Mariana Garcia]: A gente tenta produzir muito material de vídeo de formação, então a gente tem, por exemplo, um centro de cultura coral, a gente produz tutoriais, a série de instrumentos de orquestra que nos conta sobre o instrumento dentro do nosso programa Descubra a orquestra, a gente tá produzindo uma série de vídeos tutoriais sobre escalas e outras coisas da linguagem musical também. Passa muito por uma produção de conteúdo de insumo mesmo didático, nesse aspecto né. O Centro de cultura coral tá pra ter agora que vai poder voltar aos pouquinhos, tá pra poder voltar, a gente tem alguns projetos nesse sentido, a leitura pública, qualquer pessoa pode subir no palco e cantar com o coro, basta chegar com a partitura e cantar, a gente já teve leitura pública com 500 pessoas no palco sabe, cantando, a premissa é que todo mundo que tenha a partitura pode cantar, a gente também tem uma master classes, muitas master classes pra pessoas em formação e por aí vai, mas o conteúdo de tornar acessível passa muito por isso, passa muito pelo viés artístico.

[Thais]: Nossa, que legal! Tem muito mais coisa do que eu imaginava!

[Mariana Garcia]: Sinal de que a gente está divulgando mal.

[risos]

[Thais]: Não, ou que eu não atrás de tudo [risos]
E voltado pra experiência sensorial das pessoas com deficiência, têm alguma medida?

[Mariana Garcia]: Uma coisa sinestésica, assim?

[Thais]: Isso, que envolva os 5 sentidos.

[Mariana Garcia]: É que a música sempre falta o tato né, e o paladar, mas enfim, de fato não, nesse aspecto holístico do concerto, a gente não tem nada.

[Thais]: Vocês usam muito o visual né.
E existe algum dado que vocês consigam comprovar a frequência das pessoas com deficiência? Um mapeamento?

[Mariana Garcia]: Só nesses projetos de acessibilidade mesmo né, só na visita monitorada com audiodescrição e nos concertos acessíveis, esses são os únicos projetos. Se eu não me engano, os relatórios estão até na nossa transparência.

[Thais]: Esse concerto acessível só acontece fisicamente, mas ele tem alguma periodicidade?

[Mariana Garcia]: Antigamente tinha, é que às vezes ele se concentrava de acordo com a oferta, eram 6, se eu não me engano, eu posso confirmar isso pra você depois, mas não dá pra dizer toda semana, porque depende muito do repertório, tem semana que tem coral, por exemplo, e a gente sempre tentava priorizar os concertos de sábado e domingo, por ser a luz do dia, a gente não acha que é correto fazer isso em uma quinta ou sexta-feira à noite.

[Thais]: Até torna mais democrático ser ao final de semana, né?

[Mariana Garcia]: Exato! E dependia muito da oferta de produtos artísticos mesmo.

[Thais]: Uhum, e quando a gente fala da estrutura do espaço, você já explicou que ele é todo acessível e um pouco da limitação de ser um patrimônio histórico, mas vocês usam algum conceito do *design* universal? Acredito que talvez o espaço não tenha sido projetado pensando nisso.

[Mariana Garcia]: Eu posso checar, quando eu vi essa pergunta do *design* universal eu achei melhor checar com o arquiteto responsável, por sorte ele ainda está vivo, então eu vou checar.

[Thais]: Certo, fico te aguardando. E existem pessoas que auxiliam no espaço, por exemplo, diariamente, algum intérprete ou guia?

[Mariana Garcia]: Também não.

[Thais]: Eles ficam mais quando tem essas pautas acessíveis?

[Mariana Garcia]: Exato! Pode acontecer de ter alguma pessoa na nossa equipe de indicadores que tenha essa habilidade, mas não é um pré-requisito, é um diferencial, é uma oferta.

[Thais]: Outra coisa que eu queria te perguntar, a gente sabe que existe muito patrocínio, que a Sala São Paulo recebe muito patrocínio de empresa, existe algum reporte dessas ações para o Estado?

[Mariana Garcia]: Tipo, um relatório? Prestação de contas?

[Thais]: Isso, de quantas pessoas foram impactadas.

Mariana: Tudo, tudo, tudo. Hoje o orçamento da Fundação OSESP para manter esses equipamentos, a gente recebe repasses do Governo Estadual, e a gente via Lei de Incentivo do Governo Federal, a gente também recebe repasses, além de tudo a gente tem a geração própria de renda, que é a locação pras eventos, doadores, a gente tem um programa de doação que chama "Programa Sua OSESP", a

própria bilheteria. Então, é um sistema de sustentabilidade muito grande, o Estado contribui hoje com metade do nosso orçamento diretamente, o Estado de São Paulo, a outra metade vem de diversas fontes de receita, desde patrocínio via Lei Federal até a outras fontes de renda como ingresso e locação de espaço, a gente passa por diversas auditorias durante o ano e a gente produz relatórios mensais, que são menores, a gente faz reportes trimestrais que são maiores. E por fim, a gente tem um relatório consolidado.

[Thais]: E quando você fala da Lei de Incentivo, vocês usam só a Lei de Incentivo à Cultura, a Rouanet, ou a Pro-Mac entra também?

[Mariana Garcia]: Pro-Mac também.

[Thais]: E nessa questão de acessibilidade, vocês sentem que os patrocinadores eles são preocupados com isso? De questionarem se a Sala é ou não chegam a passar por essa questão?

[Mariana Garcia]: A maior parte do nosso patrocínio está focada na temporada OSESP, como eu te disse a questão de trabalhar a marca Sala São Paulo é algo muito recente pra gente sabe, a Sala sempre se vendeu muito bem, e em 2015, se não me falha a memória, veio o The Guardian e fez uma reportagem incrível, que elencou a Sala São Paulo como um das 10 melhores sala de concerto do mundo, a Sala tem esse potencial de venda, que eu ainda acho que está tímido, mas ela se auto promove muito bem, então isso também diz respeito aos patrocínios, hoje boa parte da captação é feita focada nos patrocínios. O único patrocínio focado na Sala São Paulo é dos Encontros históricos, o “Descubra a orquestra na Sala São Paulo” e Visita Monitorada, são poucos projetos comparado ao que existe na temporada OSESP sabe, a preocupação deles passa pela acessibilidade do ponto de vista da democratização de acesso, eu não te digo que existe uma preocupação com acessibilidade para pessoas com deficiência latente, ela seria muito bem-vinda, tanto que quando a gente fala dos concertos acessíveis é muito bem-vindo, mas o motivo que pra eles patrocinarem maior é a questão educacional, cultura transforma, arte transforma, arte ferramenta de emancipação social, essa seria a maior moti, acho que pra além da questão do orgulho de ter uma orquestra como a OSESP, a excelência da OSESP, a ideia de que a arte transforma, arte emancipadora eu sinto que é a maior motivação.

[Thais]: Perfeito! Acho que de perguntas era isso, Mari. Foi tudo super bem respondido, adorei, me surpreendi com o tanto de coisas que vocês fazem.

[Mariana Garcia]: Se precisar de ajuda, sigo por aqui! Eu vou perguntar do conceito de design universal e já falo com você! Mas falando com você eu percebo o quando a gente ainda faz pouco.

[Thais]: Vocês fazem bastante coisa, é uma construção como você mesma falou, estão tentando reconstruir uma coisa antiga e refazendo.

[Mariana Garcia]: Isso, isso aí.

[Thais]: Queria te perguntar outra coisinha, eu queria visitar o espaço para fazer uma visita técnica, para tirar algumas fotos da questão da acessibilidade. Eu consigo ir mesmo que não tenha um concerto, eu vi que domingo só tem um às 21h.

[Mariana Garcia]: A gente pode, a gente está com redução de jornada. Manda um e-mail pra mim, de novo, falando sobre esse desejo, que eu vou pedir pra alguém da equipe de produção te acompanhar. Mas coloca lá também uma previsão de duração, quanto tempo você imagina.

[Thais]: Acho que meia hora mesmo, eu conheço o espaço, mas não tenho fotos para usar.

[Mariana Garcia]: Meio da semana você trabalha né?

[Thais]: Trabalho. Teria que ser aos sábados ou domingo, de preferência no domingo, se tiver como.

[Mariana Garcia]: Qual é o seu prazo? Os concertos aos domingos vão voltar só no final do mês.

[Thais]: Precisava ir antes. Se eu for no horário das 21h, eu consigo entrar pra fazer essa fotografia?

[Mariana Garcia]: É um concerto de terceiros, não é nosso. Mas a gente pode tentar! Que dia que é esse concerto?

[Thais]: Eu acho que tem no dia 9.

[Mariana Garcia]: Tem 16h30 e 19h. 16h30, antes assim, a nossa equipe está lá às 15h. Às 15h de um domingo seria possível?

[Thais]: Por mim sim, por conta do dia das mães, eles estarão lá?

[Mariana Garcia]: Sim, a equipe de indicadores nunca para. Me manda um e-mail falando preferencialmente do domingo.

[Thais]: Fechado! Te mando sim! É isso, Mari! Muito obrigada mesmo, vai me ajudar muito na construção do TCC!

[Mariana Garcia]: Imagina, boa sorte! Eu sei como é fazer TCC, tá num passado remoto da minha vida, mas a memória ainda está fresca de tão doloroso que foi.

[Thais]: É um processo doloroso mesmo, mas gostoso! Agora também estou na busca de um teatro pra fazer uma entrevista, tentei o Municipal, mas eles estão trocando de gestão e não foi possível.

[Mariana Garcia]: Você queria teatro, espaço físico, artes cênicas ou qualquer tipo de arte?

[Thais]: De artes cênicas, estou tentando o Sérgio Cardoso ou o São Pedro.

[Mariana Garcia]: Alguém te respondeu do São Pedro?

[Thais]: Não.

[Mariana Garcia]: Eu vou escrever pra uma amiga que é da Santa Marcelina e tento ajudar nessa ponte.

[Thais]: Ah, perfeito! Muito obrigada mesmo! É isso, Mari! Obrigada pelo seu tempo e disponibilidade, de verdade.

[Mariana Garcia]: Boa sorte no TCC! A gente segue se falando então!

[Thais]: Fechado, muito obrigada! Beijos!

APÊNDICE D - TRANSCRIÇÃO DA ENTREVISTA COM O TEATRO SÉRGIO CARDOSO

Entrevista realizada com o gerente de comunicação, Kiko Azevedo

[Thais]: Começou. Então eu vou explicar um pouquinho pra você do que eu tô fazendo pra te contextualizar, eu sou estudante de Relações Públicas né, eu tô no último semestre, agora eu vou me formar. E durante a minha jornada, tanto na graduação quanto profissionalmente, eu comecei a trabalhar com patrocínios, então eu tive um pouquinho de contato com cultura. E no decorrer disso, eu quis direcionar o projeto pra essa área, mas com uma visão de abordar um pouquinho do senso de pertencimento né. Que é um ponto importante quando a gente fala de espaços culturais, né? São voltados para a sociedade, mas ela precisa ter ciência que ela pode frequentar aquele espaço, que é possível que ela vá, e que ela tem direito de fazer isso sob lei e se sinta pertencente realmente àquilo né. E quando a gente fala em senso de pertencimento, a gente envolve as particularidades de cada indivíduo né. Por isso ele sempre tá um pouquinho aliado também com a acessibilidade de pessoas com deficiência... e todas as acessibilidades né, o âmbito todo da palavra.

Então foi mais ou menos isso que eu quis abordar um pouquinho no TCC, e na construção do trabalho eu explorei um pouquinho o que é cultura; a diferença de cultura erudita, cultura popular; as políticas públicas; os espaços culturais -- destacando a sala de concerto --, eu fiz uma entrevista com a Sala São Paulo também e aqui com o teatro né; a acessibilidade nesses dois âmbitos, como que funciona em cada um dos espaços; e a comunicação pública no viés institucional; e o próprio senso de pertencimento né; e a comunicação acessível -- quais as ferramentas que a gente pode se usar dela né --; e por fim, quando a gente fala de comunicação acessível, tem o âmbito arquitetônico né, e aí o design universal tá alinhado com essa característica né.

Então em linhas gerais foi mais ou menos isso que eu tô estruturando o trabalho. E aí eu queria entender um pouquinho de vocês: como que funciona a comunicação né, baseada nesses pilares de acessibilidade, e acho que pra começar eu queria escutar um pouquinho sobre vocês, sobre a estrutura da área que você faz a gerência hoje.

[Kiko Azevedo]: Tá. É, eu... trabalho com eventos já, com design gráfico há uns 20 anos e com eventos também mais ou menos por aí. Acabei vindo trabalhar na Amigos da Arte no fim de 2019, também pra conduzir um evento que a gente fez no parque da Água Branca. Vale citar primeiro porque é um evento muito bacana, chama Revelando SP, que é um evento que a gente traz pra uma grande feira mais de 800 pessoas do estado inteiro, trazendo essa cultura popular pro núcleo de São Paulo, e aí a gente vai ter: gastronomia, apresentações artísticas, artesanato. E tudo isso é estruturado pelo estado né, pelo nosso programa, pra gente manter viva e valorizada toda essa tradição e a essa cultura.

Como a gente veio pra Água Branca, a nossa intenção também foi fazer um evento acessível. Então além de ter um programa em braile -- logicamente ele não tinha as 500 apresentações ali, mas ele tinha toda uma apresentação do que ia acontecer na festa né -- a gente tinha também... Você conhece o parque da Água Branca?

[Thais]: Não, nunca fui.

[Kiko Azevedo]: O parque da Água Branca tem um centro todo em areia. E os cavalos fazem os exercícios e tudo o mais. Então nós montamos ali algumas tendas, um palco... e a gente botou piso acessível em toda a arena, foi mais, sei lá, 5.000 m² acho que de... acho que bem mais, digamos que uns 5.000 m² de piso pra acessibilidade. E nós fizemos uma parceria com a Secretaria de Inclusão que fez um trabalho que ajudou muito a gente nessa divulgação porque, o que que acontece, eu falo pra você: "Ah, vamo ali no parque da Água Branca?" e você fala "Ah, vamo", você vai e vai. A pessoa que tem uma dificuldade de locomoção, por exemplo, muitas vezes ela vai depender de uma outra pessoa pra chegar lá, então existe um planejamento pra você poder ir a um evento que tá preparado pra receber.

Então com esse trabalho com eles, foi muito bacana. A gente tinha muita gente. Muito cadeirante. Muito idoso. Então foi assim, a gente viu acontecer e pode também ficar feliz com as escolhas de ter investido

e falar: "Não, vamos fazer esse evento assim". E realmente deu um... e é impressionante como quando você cria a possibilidade, as pessoas vão. Então isso foi muito legal mesmo.

O que a gente tem feito hoje, por exemplo, no teatro, o Museu da Diversidade Sexual que é dentro da estação República do metrô, ele é acessível porque o metrô é acessível. Então ele também tá, no mesmo piso.

O teatro Sérgio Cardoso é todo acessível. Eu não tenho de cabeça, mas eu posso te passar quantos lugares na plateia nós temos pra cadeirante. A gente tem elevador de ascensão pra chegar nos níveis de todas as salas, a parte de banheiro e tudo o mais. E a gente também tem tecnologia pra fazer audiodescrição, libras. A gente teve esse ano uma peça que foi muito bacana também, que ela aconteceu em audiodescrição e depois ela aconteceu em libras. Foi super legal. Então dentro da nossa política, a gente tá sempre buscando implementar o máximo que a gente consegue né.

Toda a nossa programação que nós transformamos do presencial pro online, com a pandemia e tudo o mais, a gente só fazia evento presencial né. 15 anos de história é de difusão cultural e festa e show e... né? E aí a gente se viu no famoso mato sem cachorro, e aí nós tivemos que fazer todo uma transposição dos eventos pro universo virtual, pro audiovisual -- que não era a nossa especialidade -- e junto com isso, veio pra gente, dentro dessa perspectiva da difusão cultural, a montagem da plataforma Cultura em Casa, que foi onde nós colocamos todos os conteúdos que nós produzimos e mais todos os conteúdos que as outras OSs produziram também. Então a gente tem esse trabalho.

Nos nossos conteúdos que a gente gravou dentro do teatro e eventos, a gente sempre procura ter libras. Se entrar lá na Virada Cultural de Votuporanga ou qualquer uma das 20 que nós fizemos, a gente sempre tem libras. No início não -- lá, logo no começo a gente começou a fazer as lives; com um mês de pandemia a gente já tava fazendo 2 lives por dia --, a gente ainda não tinha isso. Foi nos eventos que a gente produz, a gente sempre consegue pôr libras, já é uma coisa que a gente conseguiu implementar como... já não é aquele "vai ter ou não vai ter" né, já é "tem tem". As viradas presenciais a gente também tinha libras. Todo o palco... a gente não tinha em todos os palcos, a gente tinha 10, 20 lugares né. Então a gente no palco principal, onde acontece os maiores shows, lá a gente sempre tinha libras. Então eu acho que dentro da política da empresa, no ponto de vista de acesso mesmo, eu acho que a difusão cultural é... nosso objetivo é esse: atingir o maior número de pessoas e permitir que todas tenham acesso a isso. Tem norteado a gente sempre.

A gente tá agora com uma, pra esse ano, a gente acabou de ter a inscrição do Juntos pela Cultura, que são todos os programas de difusão que a gente faz. E aí a gente tava conversando também, pras viradas que a gente já fazia libras, pra gente ver se a gente consegue esse ano implementar a audiodescrição também. Então tudo... eu acho que num primeiro momento é uma decisão, uma vontade, uma política de você assumir aquilo, e também tem a curva de aprendizado de implantar isso né. A gente tá descobrindo as coisas, a gente vai entendendo como que acontece, como não acontece... a plataforma Cultura em Casa, a gente também tá ali estudando como que a gente vai implementar as acessibilidades. Então questão de contraste, tamanho de fonte, tudo são meio automáticos, é uma coisa relativamente simples, mas a gente tá vendo, estudando a possibilidade de alguns programas -- que já existe, ainda bem -- que a gente anexa ali. Então a gente vai poder ter libras permanente pra todos os conteúdos, você só apertou o botãozinho e tudo lá, fazendo a linguagem de sinais.

Então assim... pra gente é um ponto básico muito porque a gente acredita e muito porque também é o nosso trabalho né. O nosso trabalho tá, é diretamente ligado à difusão.

No museu também tem essa questão da acessibilidade muito forte nas ações do museu. Então isso também não partindo do "olha, temos que fazer", é "então tá, então tem aqui a pessoa que vai se apresentar, esse outro, o pessoal de libras tá aqui..." já é..né, não é uma questão. Isso é muito legal. Mas a gente começou a trabalhar isso mais forte no final de 2019, e com essa questão toda do *online*, a gente conseguiu implantar também super bem.

A gente fez uma série logo que começou a pandemia, a gente começou a filmar os artistas bem naquele começo -- que o negócio tava, em maio, muita coisa tava parado, com artista trabalhando e tudo o mais. A gente fez uma série, a gente levava um artista (era uma equipe minúscula, teatro Sérgio Cardoso é enorme né), a gente tinha lá um câmara, um cara de som, era super pequenininho, e tinha

um cara que sozinho lá, a gente até fazia o cenário era a plateia vazia né. Que é o teatro Sérgio Cardoso 40 anos, fez 40 anos ano passado, o teatro fechado. E nessa série a gente já conseguiu fazer toda ela com libras.

Então assim... eu vejo que hoje as coisas vão acontecendo e você vai se adaptando, resolvendo, e aí não para. Mas hoje você me perguntando, me fez fazer essa retrospectiva né. Eu vejo que no começo tinha essa coisa de "a gente vai fazer ou não vai fazer nesse evento ou nesse", hoje ele já tá no processo, e é muito bacana.

[Thais]: Não, muito legal que a instituição de vocês aborda muitas frentes né da cultura aqui. Vocês estão preocupados com isso, é excelente, vocês terem essas iniciativas.

[Kiko Azevedo]: Mas a gente tem plena consciência que a gente só deu aquele primeiro passado, né? Ainda falta o segundo, terceiro, quarto, quinto, sexto... a gente tá longe de falar: "pô, a gente já faz o suficiente". Tenho certeza que não, né?

Mas uma outra coisa. A gente fez uma série no ano passado, a gente adaptou um programa que se chama Mais Orgulho, é um programa de apoio às iniciativas LGBTQIA+ que acontece no interior do estado. Então normalmente as paradas no interior, a gente tem um recurso de apoio a elas né. Quando entrou a pandemia, não tem parada. Não tem parada, a gente faz o que? Então pra gente movimentar e aproveitar esse tempo, a gente fez uma série de entrevistas, de depoimentos das pessoas importantes nessas cidades para o movimento. Então fomos pra lá, produzimos, filmamos todas as entrevistas... quando voltou esse material, a gente falou "bom, agora é a hora de fazer libras" e aí fizemos legendagem. Em libras e legendagem, porque é isso que eu tô falando: a gente sempre tem como fazer mais um passo pra atender mais um grupo de pessoas.

E aí a gente esbarra em vários fatores para além da vontade, né? Você tem o recurso, você tem a questão até do tempo, de entender, de descobrir que aquilo também dá pra fazer. Então isso tá... o que eu quis dizer quando eu disse que a gente faz só um pouquinho ainda.

Thais:

Não, mas já é ótimo ter esse pensamento que vocês podem fazer mais né. E como vocês fazem a gestão do teatro Sérgio Cardoso, eu queria entender como que vocês enxergam o papel da Comunicação para o teatro. O Sérgio Cardoso em específico.

[Kiko Azevedo]: Olha, a gente... a comunicação é... o Sérgio Cardoso é um teatro estadual né. A gente tem dois compromissos: um é com o próprio espaço, com o gerenciamento dessa informação, a divulgação dos espetáculos e tudo; e o outro é institucionalmente colocar o teatro Sérgio Cardoso como um teatro público, que você tem o acesso a ele né.

Agora a gente tem um trabalho, por exemplo, junto à comunidade do Bixiga de incentivo a eles participarem da vida do teatro. A gente tem um trabalho de divulgação dentro dessa comunidade, a gente tem uma parceria com o portal do Bixiga, que ele logicamente é um portal da internet ele transborda o espaço dele, mas é focado nas atividades, ações da comunidade. Então a gente tem ali uma janela do teatro Sérgio Cardoso muito bacana dentro do portal, exatamente por essa importância do entorno do território tá pertencendo àquele lugar né, saber que aquilo é deles também né. Então... eu não to dizendo nessa área do território, mas pra toda a programação eu acho que a comunicação faz com que, realmente, todo o esforço da instituição chegue aonde tem que chegar.

Teatro Sérgio Cardoso a gente fez um trabalho, que começou recentemente, onde nós, com tudo parado... tudo parado né gente? Tudo parado. Não tem teatro, não tem mais nada, o cara do teatro tá lá parado, não tem o que fazer. Falou olha, então como a gente já tava produzindo, por exemplo, as viradas, nós fizemos essa série do Sérgio Cardoso 40 anos... a gente falou "cara, vamos fazer o teatro Sérgio Cardoso digital". E esse andamento, meio que um pouco a gente tocou pela comunicação. A gente falou: "cara, a gente já tem isso, já tem isso, já tem isso, vamo pegar o que a gente tinha já planejado -- que não vai acontecer, não vai ter presencial, o cara vai ficar em casa... - então vamos trazer ele aqui, ele ensaia, aí tem todos os protocolos de Covid, tem todos os testes... é um negócio bem complexo, mais é um baita de um custo porque você tem que fazer teste em todo o mundo e blablabla. E essas companhias tavam sem condições de produzir, de pagar produção de filmagem, transmissão e tudo o mais; então a gente acabou assumindo isso por conta do teatro, e passamos a fazer o que? A gente vai à peça, a gente filma a peça, a gente edita essa peça... e aí a gente transmite

essa peça no teatro. Todo esse trabalho, pelo menos até agora, todas as peças são gratuitas. Então a gente tem um investimento, tem um entendimento de que pra além do dinheiro, do ingresso, e as companhias também viram isso como uma oportunidade, quer dizer, para além da grana, tem a questão de fazer né. Então a gente fez e aí eles também não tinham, logicamente, como custear isso. Então a gente fez essa parceria entre as companhias e o teatro pra gente produzir esse material e transmitir.

Então eu acho que... você passar daquele costume que o cara tem de ir lá no teatro pra assistir da TV, quer dizer, à gente não sobrou muita alternativa né: você quer ir no teatro, você vai ter que ver na TV, não tem conversa. Acho que a gente ganhou um impulso pra isso, pela situação, mas a gente, a parte de divulgação, a gente tem uma empresa que atende a gente na parte de mídia social e assessoria de imprensa, eu acho que a gente consegue, com a comunicação, fazer com que essas ações cheguem realmente nas pessoas. Porque sem a comunicação realmente você fica limitado a um universo muito pequeno. E o esforço é grande né. Grande não no sentido ruim não, grande no sentido: envolve um monte de gente, envolve uma vontade, envolve uma decisão, e aí você tem toda uma força pra implementar aquilo, pra fazer acontecer, de verdade de um monte de gente... e se você não tem o lado da comunicação, toda essa energia você acaba deixando o resultado estreito né.

Porque com a comunicação você consegue pegar toda essa energia desse monte de gente que tá trabalhando e fazer com que ela chegue aonde tem que chegar.

Um paralelo... a gente viu, nas peças que a gente transmitiu, gente de Manaus, de Recife, de Miami, Washington, Londres... gente que estava assistindo à peça. E a gente viu um paralelo desse trabalho, lá na plataforma Cultura em Casa também, a gente chegou em mais de 130 países. Então parte disso, é lógico que sem a comunicação você não chega nem na esquina né.

Então esse trabalho tanto da assessoria de imprensa, como do nosso trabalho de mídias sociais e divulgação e impulsionamentos e campanhas que a gente faz, pra além do *feed* dos *stories*, dão um resultado muito bacana.

[Thais]: Que legal. E vocês usam esses instrumentos pra reafirmar o direito das pessoas frequentarem os espaços ou tem outra medida também que vocês incluem?

[Kiko Azevedo]: Não, a gente... no trabalho dos eventos, a gente tem esse trabalho de divulgação mesmo né. Então os eventos gratuitos a gente tem divulgação que é gratuita, a pessoa tem que ir lá na sala e tudo o mais. Os eventos presenciais nossos são todos gratuitos. A plataforma Cultura em Casa tem mais de 3.500 conteúdos 100% gratuitos. Então, do ponto de vista de oferta, é sempre gratuito.

Por causa do teatro, a gente tem as peças de teatro. Aí você tem a companhia, você tem ingresso, você tem essa questão.

A gente fez uma ação no fim de 2019 interessante. O teatro é muito bacana né, e a gente tinha um café no teatro que abria só quando tinha espetáculo. O que a gente fez? A gente conseguiu um outro fornecedor, vamos chamar assim, uma outra empresa que assumiu o café e a gente passou a abrir o teatro durante o dia. Então isso foi muito, muito bacana. Porque o teatro, ele passou a ter uma vida independente do espetáculo. E ela servia almoço, tinha uma comida super gostosa e um bolo de chocolate incrível. E aí você via que o pessoal do entorno, na frente a gente tem uma empresa, do lado... uma pessoa que passa... o teatro é muito presente ali no Bixiga, mas as pessoas passaram a ir lá pra almoçar. Então gerou um movimento no teatro que foi muito legal, então a gente ficou muito empolgado pra também ampliar esse uso do teatro.

No caso, a gente tem uma ação gratuita que agora tá na internet, mas é presencial, que é a dança de salão, a dança de salão aberta. A gente também divulga pra todo mundo, pra que as pessoas possam ir lá e participar dessa aula de... deixa eu só dar uma... você sabe que agora a coisa é assim. Então a dança de salão é uma ação que a gente tem um professor que vai dar aula lá e é uma aula aberta. E tem um pessoal que vai. É muito legal. E aí a gente ficou um tempo, acho que um bom tempo sem fazer, até a gente se organizar pra fazer a transmissão pra voltar a dança de salão, porque as pessoas também queriam... muitas pessoas que iam lá toda segunda, que ficaram órfãos durante a pandemia, a gente voltou a fazer.

E aí foi uma coisa super interessante que esses dias eu fui no teatro, a gente tá de *home office* né. Eu fui no teatro e eu cheguei lá e eles tavam fazendo transmissão da dança de salão. E foi tão legal, porque, como eu te disse no começo, o audiovisual não fazia parte do teatro. Nem dos eventos -- que

não tem nada a ver com o teatro, que são os eventos de difusão né. E aí eu cheguei lá agora, faz o que? Sei lá, 3 semanas. Tava o pessoal do teatro, técnico de som. Tem tudo: técnico de som, tem câmera... eles montaram lá no saguão um *setup* de computador, câmera, som, microfone e um cara fazendo a transmissão do pessoal ali do teatro. Não era uma equipe de transmissão... e veio a que a gente usou durante as viradas, porque a gente contrata uma equipe de transmissão, câmeras e tudo o mais... mas o que eu achei legal é isso, que esse momento criou uma oportunidade pra que, realmente, o espaço físico ficasse em segundo plano. Então esse novo universo permite que esse acesso não dependa mais efetivamente de você ir até lá.

E acho que a gente dentro desse universo, ganhamos esse espaço, né? Hoje é aquilo: "ah, todo o mundo vacinado, todo o mundo vida normal". A gente nunca vai deixar de fazer isso mais.

[Thais]: Sim. E amplia o acesso, né?

[Kiko Azevedo]: Amplia o acesso e é isso que você falou: como você faz pra divulgar esse acesso? Só de existir essa possibilidade, o cara de Manaus assiste a peça de teatro do Sérgio Cardoso. Quando que ele vai poder ir no Sérgio Cardoso? Muitas vezes nunca. Mesmo quando ele vier pra São Paulo, ele... então pra gente isso virou uma coisa tão forte, tão... e eu acho que esse processo que a gente tá vivendo, que é muito longo né, ele também enraíza as coisas. Então se faz dois meses, três meses fazendo um... ele é um anexo né. "Ah, vamo fazer agora, a gente adapta aqui", mas a gente tá há um ano e meio e a gente vai ficar dois anos nessa situação. Então essa condição também deu tempo dessa mentalidade grudar na gente né.

A gente agora também tá num projeto da gente transformar o teatro Sérgio Cardoso num teatro digital. Então não sai mais da gente isso, então agora a gente tá se preparando institucionalmente pra que... isso que hoje a gente faz com certo esforço, no sentido de "vamos fazer né", um esforço nesse sentido de "ok, achamos importante, então vamos todos juntos realizar isso" tá entrando cada vez mais na essência do teatro. E aí a gente ganha toda essa questão de acesso né. E de gravidade, e de amplificar a arte. Então eu falo que quando eu vim, eu vim pra fazer outra coisa né, mas agora a gente mudou tanto que hoje eu faço outra coisa. E esse novo é muito rico. Não só de aprendizado, mas de resultado.

[Thais]: Uhum, verdade. E vocês têm, além dessas medidas, alguma específica assim, algum projeto, alguma campanha que é destinada pra mostrar o senso de pertencimento pras pessoas?

[Kiko Azevedo]: Não. Não, a gente tem uma ação difusa né... nas nossas ações, mas a gente não tem uma campanha específica. O que a gente tem de específico é justamente essa parceria com o portal do Bixiga para a comunidade do Bixiga. Esse a gente tem. Tem um trabalho específico pra eles né, é isso que você tá querendo dizer. Então a gente... essa aproximação do teatro com o entorno é uma ação específica.

[Thais]: Certo. E vocês visam, de alguma forma, ampliar essa divulgação pra mais pessoas de São Paulo?

[Kiko Azevedo]: Então, atualmente a gente faz... como eu te falei, como a gente hoje não tá mais no físico, hoje a gente faz isso... no estado inteiro né, de campanha de divulgação, a gente faz pro estado de São Paulo. Mas quando você faz uma campanha que atinge 645 municípios, ela obviamente vai transbordar né. A internet não reconhece limite de município, então... a gente se surpreendeu muito logo no começo. No primeiro mês a gente viu que tinha, pô, 50 países e aí você fala "Hã? Tipo, hã? Como assim gente?" e aí quase eu ia falar "Nem inglês a gente fala" né, assim, a gente não faz divulgação em inglês, nada, mas a gente também descobriu que tem uma comunidade de brasileiros muito grande.

Hoje a gente tem na plataforma publicações em horários alternativos pra que outras comunidades de brasileiros em outros países... que a gente fala 8, 9 horas da noite super bom. Super bom se você tá aqui. Se você tá em Londres, é 1h da manhã né e não vai ter horário pra você assistir. Então a gente começou a ter horários alternativos pra chegar nessas comunidades.

Então eu acho que só o fato da nossa produção hoje tá dentro dessa plataforma, ela já é uma... toda a divulgação que a gente faz de qualquer conteúdo já é essa abrangência maior de divulgação do acesso né.

[Thais]: Legal. E como que vocês trabalham dentro do Sérgio Cardoso o tema de inclusão de pessoas com deficiência?

[Kiko Azevedo]: Olha, a gente... eu, sendo bem sincero, a gente não tem uma política -- como é que eu vou dizer? -- proativa. A gente tem um trabalho grande. Como a gente tem... porque o Sérgio Cardoso ele tá além do teatro né, do equipamento que a gente faz a gestão, é lá que a gente funciona né, o nosso escritório todo é lá, então a gente vive dentro do Sérgio Cardoso. E o Museu da Diversidade também, toda a parte, tirando o museu que é muito pequenininho ali na República. Então toda a parte, não só administrativa, mas de produção de tudo também é nesse escritório nosso do Sérgio Cardoso. Não tem acho que um... pela nossa aproximação né com o tema e as pessoas, a gente tem a questão da diversidade muito presente em todas frentes, mas efetivamente com a pessoa com deficiência nós não temos uma política clara para a instituição né, como partindo da instituição. Como eu te disse, cada degrau é um degrau que a gente sabe que tem muito o que fazer né. Que é isso, a gente sempre tem que encarar as coisas de uma forma mais ampla do que só o que a gente faz. E se fizer, ainda vai ser pouco.

[Thais]: É verdade. E os canais de comunicação do teatro Cardoso, o *site*, as redes sociais... vocês utilizam algum mecanismo pra ser inclusivo?

[Kiko Azevedo]: A gente tem, nas redes sociais, a gente sempre tem a descrição "para cego ver" né. No *site* a gente tem aqueles sisteminhas de acessibilidade. A gente inclusive tá fazendo um *site* novo que vai ser bem melhor esses canais, essas ferramentas. É, e nas nossas programações é quando a gente consegue incluir, mas dentro das redes sociais a gente sempre tem o "para cego ver", é o que a gente usa mesmo.

Quando a gente consegue, tem algum vídeo que tem legenda, a gente consegue colocar. Mas a gente não usa, por exemplo, libras dentro da comunicação. A gente usa libras dentro dos programas, mas não na comunicação. Por exemplo, libras citei como uma ferramenta. Realmente a gente não tem pra além, nas redes, pra além do "para cego ver" a gente não tem.

[Thais]: Certo, e quando você fala de materiais impressos no Sérgio Cardoso, eles são acessíveis de alguma forma?

[Kiko Azevedo]: A gente tem uma impressora braile. Então a gente faz. Quando a gente tem os programas, ou tinha os programas -- que agora a gente não tem mais -- a gente sempre tem um programa em braile pra entregar.

Aquele que eu te comentei do evento lá, nós imprimimos todos no Sérgio Cardoso. Muito, muito legal.

[Thais]: E existe um canal dentro do Sérgio Cardoso que as pessoas podem indicar alguma melhoria? Falar sobre algum processo, assim?

[Kiko Azevedo]: A gente tem os canais de contato. A gente é bem aberto e atento, eu acho... como eu te contei um pouco dessa trajetória nossa com acessibilidade, tem uma coisa legal que é muito empolgante né. Porque quando você dá um passo, você abre uma porta nova, que não existia né. Na verdade... você tá super bem aqui. Aí você abre e de repente você tem uma porta, e você tem um outro salão né, e isso é muito empolgante. Então é aquilo que eu falei, a gente pôs um libras lá atrás, fizemos um piso lá no evento e hoje você não consegue mais pensar sem. Quer dizer, não tem cabimento fazer um negócio que tem tudo isso, porque no fim um evento envolve o palco, o artista, o som, a luz, a sinalização... custa aquele monte de dinheiro, não faz sentido você falar "ah não, não posso gastar nisso aqui". Então hoje pra gente é meio evento se você não cria algum tipo de possibilidade.

Essa coisa da audiodescrição e de libras, dentro desse aprendizado, a gente não tem ninguém na instituição. A gente só contrata até porque você não tem evento todo dia né, você tem outra dinâmica, mas como a gente sempre faz é tudo por chamada pública né, é tudo tomada de preço, tudo. Então a gente sempre coloca. E até interessante. A gente tem uma equipe que atende a gente na virada e o pessoal é muito empolgado. Então você assiste uma virada, que eles tão lá fazendo libras, o *chat* bomba com eles. O *chat* bomba, não tem uma virada que a galera que tá assistindo, não vai lá no chat e fala "pô galera, demais, não sei o que, lalala" então a gente ganha pra além de quem realmente tá usando libras. Então ama, adora. E hoje acho que a gente também tem essa sensação, enquanto sociedade, que fez pouco e faz pouco. Então sempre que tem uma coisa que atende as pessoas -- que não é você que precisa, mas você sabe que aquilo é importante né. Então isso também traz uma satisfação pra gente, mas eu acho que pra quem assiste também. De saber que tá sendo acessível pra outras pessoas né. *inaudível* E esses caras são realmente, se você entrar na plataforma Cultura em

Casa e dar uma assistida numa virada, você vai ver a comédia que é esse pessoal, porque eles realmente vivem. E isso é legal também, porque a gente tá escutando a música, tá vendo o artista né, e você vê o cara ali... música instrumental e o cara tá lá na libra, fazendo música instrumental. Você fala "gente, os caras são demais", é muito bacana passar essa emoção né.

[Thais]: Nossa, dá pra ver que isso tá bem enraizado nos pilares de vocês né. E tem algum outro pilar que vocês trabalham na comunicação do Sérgio Cardoso? Na comunicação institucional.

[Kiko Azevedo]: Cara, a gente tem uma coisa que é importante, eu acho, o nosso trabalho é aquilo: nós somos parceiros da Secretaria de Cultura Economia Criativa do Governo do Estado. Então o que a gente executa é uma política pública, né? Então eu acho que assim: a gente uma responsabilidade que vai pra além do próprio evento que a gente faz. A gente tem toda uma responsabilidade de transparência, uma responsabilidade de economicidade -- quer dizer, a gente tem que fazer aquele dinheiro que chega pra gente realizar, ele se multiplicar, né? Então eu acho que isso é uma coisa que a gente tem trabalhado mais na comunicação interna até, e de que as pessoas também tenham essa... porque tá todo mundo lá no dia a dia né. A gente trabalha, a gente tem esse privilégio de trabalhar com cultura, que é apaixonante. A gente tem uma equipe que tem esse amor pelo que faz, e você contar esse amor, esse esforço, esse trabalho é feito com responsabilidade, com transparência... trabalhando pra que aquilo seja bem feito, chegue lá na ponta do melhor jeito possível pra quem tá lá assistindo, isso é onde a gente tenta, na comunicação interna, trazer esses pilares que norteiam nosso trabalho pra todos os colaboradores né. Pra além do amor deles pela arte, né? Mas assim, a responsabilidade como a gente faz gestão do recurso, e como que a gente entrega.

Aí é muito legal porque essa responsabilidade na entrega do que depende exatamente dessa equipe né, o resultado final... aí não vai depender da gestão, ele vai depender de quem tava na ponta fazendo a coisa acontecer. Esse resultado final, ele é muito bom, porque as pessoas fazem com muito amor, com muita entrega né. Então a gente é muito feliz da parte... e aí, dando uma desviada, pra Comunicação, é muito confortável. A gente tem prato cheio, entendeu? Quando você apertar o botão, tem coisa pra falar. Então a gente tem desde uma equipe técnica incrível, e eles são muito bons, a gente fez agora uma virada com Toquinho -- o Toquinho é um cara assim absurdo, é o Toquinho né gente? Não é o cara do Toca Raul, é o Toquinho. Pô, o cara ao vivo elogiou 3 vezes a equipe de som. Então a gente vê que a gente tem na ponta o mesmo senso de responsabilidade da gestão. A Comunicação fica entre essa gestão e a ponta, então quando a gente olha, a gente tem como trabalhar, com muito conteúdo.

[Thais]: Uhum. E aí vocês refletem isso na Institucional né?

[Kiko Azevedo]: Na institucional.

[Thais]: Entendi.

[Kiko Azevedo]: Então a gente tem a newsletter, a gente tem a participação dos setores contando o que estão fazendo... pra que as outras pessoas fiquem sabendo também o que está sendo feito, porque, como eu te falei, a gente tem lá: o Museu da Diversidade Sexual, o teatro Sérgio Cardoso, a gente tem o teatro de Araras, com todo o programa de difusão.

Então às vezes a gente tem 15 pessoas trabalhando numa difusão. O cara do teatro não tá sabendo o que tá acontecendo. E os caras tão maluco lá, trabalhando, então fazer essa ponte pra que todo mundo entenda que aquele dia que ele foi lá botar uma luz, não sei o que, tem um reflexo pra muito além do dia de trabalho dele né. Então eu acho que essa ideia geral de tudo o que acontece, da pessoa que às vezes ela não tá -- ainda mais nesse tempo de pandemia -- nós temos os técnicos em casa mesmo né, pra ele também saber que a gente também tava trabalhando enquanto... ainda bem que ele tava em casa se cuidando né, a gente também não parou. Então isso é um esforço, porque você tem que colocar na ordem do dia pra além daquilo que você tem que entregar, que é muita coisa. O trabalho é muito grande de entrega, de produtos que a gente faz, de eventos, e a gente tem que parar e falar: "pô, isso aqui é importante que a gente conte pra todo mundo" né, ainda que isso ande a *pari passu* né, como que eles fazem. É bacana.

[Thais]: Que legal *risos*. E partindo um pouco pro âmbito de experiência, assim, como que vocês enxergam que ocorre a participação da sociedade no teatro Sérgio Cardoso? Como visitante, como participante?

[Kiko Azevedo]: Então, a gente tem... é que, como a gente faz, como eu te disse, a gestão de vários equipamentos e programas, a gente... quando você fala Sérgio Cardoso, pra mim ele tá no meio de uma sopa, né? A gente trabalha dentro de uma coisa que é múltipla e o legal é que a gente também cruza os nossos canais, mas eu... deixa eu pegar aqui uma coisa, tá me tirando a atenção. Só um segundo.

[Thais]: Claro, não se preocupa.

[Kiko Azevedo]: Repete a pergunta pra mim, por gentileza.

[Thais]: Como que vocês enxergam, dentro do Sérgio Cardoso, que ocorre a participação das pessoas? Como visitante, como participante?

[Kiko Azevedo]: O Sérgio Cardoso é um dos últimos teatros de rua né, e acho que o público dá força e importância, e sabe, o último bastião dos teatros de rua. Então eu acho que as pessoas gostam de ir no Sérgio Cardoso porque ele é esse teatro que você tá ali, depois você vai no Chico comer um negócio e tal.

A gente tem um canal de receber também as demandas, a gente tem duas salas no Sérgio Cardoso. A gente tem a sala Nydia Licia que é uma sala enorme, com quase 1.000 lugares, e tem a sala Pascoal que tem 140 lugares. Então a gente também tem uma demanda de peças menores no Sérgio Cardoso, com essa equipe técnica fantástica, então a gente também consegue ofertar pro universo artístico. A gente tem sala de ensaio, a gente tem uma estrutura muito boa que chega pros artistas e pra essas companhias menores, e a gente até costuma dizer que a sala Pascoal tem uma rotatividade muito maior. Tem muito mais ação do que a gente às vezes tem um número muito maior de companhias.

Quando você vai pra uma capital enorme, você já depende de uma produção maior... isso acontece em outro ritmo. Então a gente tem um acesso das pessoas, tanto de artistas... o público é o público do teatro... antigamente né, agora atualizou tudo. Mas eu acho que a gente também tem... é um local onde o mundo artístico procura o Sérgio Cardoso pra realizar os espetáculos, né? A gente tem uma demanda contínua de... e enquanto teatro público, a gente também tem as parcerias que a gente consegue fazer pra que essas produções aconteçam né.

[Thais]: Uhum. Legal. E vocês adotam alguma medida no Sérgio Cardoso pra gerar democratização?

[Kiko Azevedo]: É, a gente tem essa política do entorno que qualquer espetáculo, qualquer coisa tem... eu não vou lembrar agora. Vou até procurar aqui. A gente tem um desconto, eu acho que é mais de 50% de desconto pra quem é do Bixiga. E isso a gente faz uma divulgação constante pra eles a respeito desse desconto pro pessoal do Bixiga. Mas é mais ação focada no entorno mesmo, mas a gente tem, qualquer ação lá acho que tem uns 60% de desconto acho que pra qualquer morador.

[Thais]: Ah, legal. E aí fora as regras de meia entrada, né?

[Kiko Azevedo]: Sim sim, fora. É morador do Bexiga e tem 60% de desconto em qualquer produção.

[Thais]: E a acessibilidade é um pilar fundamental pro Sérgio Cardoso?

[Kiko Azevedo]: Sim, sim. A gente tem 8.000 m² de área construída acessível. Todos os lugares são acessíveis.

[Thais]: E como que dá essa experiência da pessoa com deficiência pro teatro, assim?

[Kiko Azevedo]: Então, a gente tem aquela coisa que eu falei lá atrás. Quando você cria oportunidade, e você faz, e aí acho que entra a comunicação. E você faz uma divulgação, você faz chegar, você tem antecedência adequada... você tem um resultado muito grande. Porque você realmente disponibiliza a possibilidade da pessoa ir, de participar, né? Então a gente... esse ponto eu acho que é um ponto bem importante, porque as pessoas não vão porque não tem como, porque não tem o porquê, porque não

tem o acesso, porque é difícil. É mais difícil. Igual aquilo: "vamo ali?", a gente vai. Então vamo ali andar 10km... puts tem que pensar como vai, tem que pensar se precisa alguém acompanhar ou não né, dependendo do nível de dificuldade que você tem de acessibilidade, por exemplo, você vai encarar mais e mais pra aquilo acontecer, então... e quem falou isso foi o pessoal lá da outra Secretaria. Então falou: "cara, precisa se organizar mais pra ir no evento, né?", então você tem que ter a certeza que você vai conseguir aproveitar e ter o que você precisa pra curtir.

Então eu acho que assim, o resultado sempre é melhor do que a gente espera. E aí ele passa muito além do número, né? Eu acho que o resultado com o trabalho com acessibilidade não interessa pra quantas pessoas você tá fazendo. Isso é uma coisa bem importante, quer dizer, se você tem lá um palco em Mongaguá com show e você tem libras, por exemplo, e você tem 1 pessoa que tá aproveitando libras... isso já é um máximo. Você não precisa ter 100 pessoas, nem 10, não interessa. E se não tiver ninguém, beleza, na próxima alguém vai comentar "olha Tha, tinha lá, você podia ter ido", por exemplo, né?

Então eu acho que o exemplo do parque da Água Branca foi muito... aí isso já foi em números também. Foi assim, foi surpreendente né. Que você, de repente, num evento, foram 5 dias de evento, todos os dias muita gente. E usufruindo tudo aquilo que a gente fez como uma estrutura básica só pra ele poder ir. Gente, não foi nada demais né. É um piso, que pra você poder ir em um negócio que é areia. Só areia você não ia. Tem um piso: tem um piso vai um monte de gente. Então assim, é muito pouco. No fim, no fim, no fim, é muito pouco pra que a mesma coisa que você tá fazendo pra um sirva pro outro né.

E isso também vai mudando. Eu acho que a acessibilidade também tem um outro componente que você vai mudando a sociedade. Eu lembro que quando eu era pequeno... eu tenho um filho Down, a gente não via. Quer dizer, eu mesmo não via. Isso foi entrando na sociedade, hoje é o mundo do Joaquim. Pra ele, vixe, tá beleza onde vai... antes tinha aquela coisa de você nunca vê. Quando você nunca vê, ele não tá inserido, é aquele constrangimento de que você não sabe como se comportar às vezes né, é um sentimento de insegurança porque você não sabe conviver. Quando você normaliza, é maravilha, né? Não tem problema se o cara não anda, se o cara é cego, se o cara é Down. A sociedade passa a entender que é só mais o outro, só o outro, né?

Então eu acho que a importância da acessibilidade se dá nos dois caminhos: no caminho da possibilidade do acesso do deficiente, da possibilidade do acesso da sociedade a essas pessoas. E aí passar que isso seja absolutamente o que é. Normal.

[Thais]: Uhum, muito legal. Isso ajudou na quebra de preconceitos né, muito forte isso.

[Kiko Azevedo]: Total. Acho que muito, muito assim. Você vai deixando aquilo que é, né? "Ah, o cara fica sentado, tudo bem" e é só isso, não tem... e tira esse, não diria medo ou receio, não é essa palavra... esse estranhamento. Então acho que tem esse ganho pra sociedade como um todo.

[Thais]: Com certeza. E quando você fala dos instrumentos que vocês usam pra gerar acessibilidade no espaço, tem algum outro além da acessibilidade física e das libras?

[Kiko Azevedo]: A gente tem audiodescrição né, e a gente tem legenda também, digital. Isso não... falo que a gente tem em termos de ferramentas. Não é que a gente use todas elas em todos os espetáculos. Não é assim como *default* né, padrão. "Então no espetáculo a gente tem libras, legendas..."; não, não é. Mas a gente tem as ferramentas e a gente tem programas onde a gente faz uso das tecnologias né.

[Thais]: Certo. E como que ocorre essa periodicidade? Vocês informam as pessoas que determinado espetáculo vai ser acessível...?

[Kiko Azevedo]: Sim. Quando o espetáculo é acessível a gente tem todo um trabalho, não só de divulgação em mídia social, mas de assessoria de imprensa, de *release*, de fazer chegar essa informação pra quem foi feita né. Então sim.

[Thais]: Mas não existe um tempo definido assim? Uma certa frequência.

[Kiko Azevedo]: Não, não tem. Não tem. A gente tem... por também ser um contrato público, a gente tem meta né, de acessibilidade, então... o que é muito legal. Se a gente for parar pra pensar, do ponto

de vista institucional, mas do ponto de vista de uma política pública, a política pública exige que nós, quando executamos, a gente tem que ter política de acessibilidade.

E aí vem o que eu acabei de falar do público em geral, dessa coisa da sociedade, você institucionalmente também se apropria disso. "Ah, você tem que fazer", aí você vai fazer, e aí aprende a fazer... e aí a gente volta lá atrás né? Aí você se empolga, aí você chega num resultado, aí você aprende, aí você descobre que você não sabe nada mas que foi muito legal, e aí você faz melhor... e aí de repente aquilo que era uma exigência passa a ser o mínimo que a gente faz. A gente já nem tem mais que olhar pra meta, porque a gente faz mais do que é exigido, porque já tá dentro da instituição.

[Thais]: Aham, muito legal. E falando da...

[Kiko Azevedo]: Desculpa. E isso mostra a importância da política pública, né? É a política pública que exige a demanda e aí você implementa e aí você passa a inserir isso naturalmente no seu processo né.

[Thais]: Fundamental né.

[Kiko Azevedo]: É fundamental, é fundamental.

[Thais]: E pensando assim, no espetáculo no modo físico assim, se chegasse por exemplo, alguém com deficiência em determinado espetáculo, vocês teriam como atender essa pessoa no Sérgio Cardoso?

[Kiko Azevedo]: Tem. Depende da deficiência, sim. Como eu te falei: a gente tem tanto elevador e lugar pra cadeirante em todas as salas, acho que são 8 lugares na sala grande e 3 na pequena.

[Thais]: Certo. Mas aí se não fosse um espetáculo exclusivo pra libras e audiodescrição, não teria esse recurso?

[Kiko Azevedo]: Não, a gente não tem recurso pra fazer um atendimento pontual né. Até por isso que quando a gente foi pro universo do audiovisual, a gente tem conseguido implementar isso de forma mais eficiente e contínua né. Porque daí você tem um tempo, você tem uma coisa. Aí você manda esse vídeo, os caras faz as libras, a gente insere no vídeo... é um tempo que dá mais funções da gente executar.

Então quando a gente vai fazer uma coisa no presencial, a gente não tem isso como partido de: "Ó, se você vai fazer a tua peça aqui, eu vou fazer aqui o meu..." ainda não temos; pode ser que a gente um dia crie e vai tá sempre ali disponível um desses recursos. Mas não temos isso não. Agora quando tem um espetáculo que tem esse recurso, aí a gente tem todo um trabalho pra divulgar.

[Thais]: Uhum, certo. E vocês usam algum conceito pra comunicação acessível, alguma experiência sensorial... é promovido algo nesse sentido?

[Kiko Azevedo]: Não. A gente até usa os ícones pra sempre marcar, né, na nossa comunicação... é muito mais por aí do que ir lá o recurso pra cego ver, pra leitura do computador, mas é... não temos uma coisa voltada assim pra isso, mais do que isso, não tem.

[Thais]: Uhum, sem problemas. E você até comentou das políticas públicas... vocês reportam esses dados de quantidade de pessoas por estado, tudo?

[Kiko Azevedo]: Todos. Principalmente quadrimestralmente, anualmente.

[Thais]: Ah, é completo então *risos*.

[Kiko Azevedo]: Não, muito. É muito completo. É muito completo, são relatórios extensos e muito detalhados de tudo. Todas as ações que a gente faz.

Ano passado a gente fez 3.000 ações, tivemos que fazer relatório das 3.000 ações.

[Thais]: Nossa, é bem complexo *risos*.

[Kiko Azevedo]: É, é... bastante trabalho. Mas é fundamental também né? Eu acho que é a hora, lá na política pública, que você vai mensurar o resultado real do esforço do que se propõe pro que se tem né. Então é super importante esse acompanhamento bem de perto. Dá trabalho, mas faz parte do trabalho. Não é um trabalho a mais, ele só faz parte.

[Thais]: Aham. E vocês adotam no teatro Sérgio Cardoso alguma lei de incentivo? Existe isso?

[Kiko Azevedo]: Existe, existe. No caso a gente é uma organização social de cultura né, a gente tem o departamento de desenvolvimento institucional também faz a parte de captação de recursos com patrocínios e etc.

[Thais]: Uhum. E vocês sentem, por exemplo, dos patrocinadores o interesse em saber se o espaço é acessível, quais são as medidas promovidas de acessibilidade quando eles vão se interessar pela proposta?

[Kiko Azevedo]: Na verdade ela já tá na proposta né. Então é um pouco daquilo do... quando você vai falar do Sérgio Cardoso, você vai falar da acessibilidade dele.

Eu não vou saber se dizer se isso vai ser um ponto de tomada de decisão do patrocinador. Mas... tá sempre na proposta.

[Thais]: Aham, legal. E pensando nessa experiência da pessoa com deficiência assistir o espetáculo, toda essa questão relacional da plateia com o palco... você enxerga alguma medida que pode ser melhorada nesse processo? De experiência mesmo, de sentir o espetáculo... pra pessoa com deficiência.

[Kiko Azevedo]: Então.. eu acho que assim, a gente tem...

[Thais]: Vou até te dar um exemplo assim. Eu tava conversando com a Sala São Paulo e aí, por exemplo, as pessoas surdas é um problema mais complexo em uma sala só de concertos né, e aí uma medida que eles adotam... não que a Sala São Paulo adota, mas que alguns concertos já estão promovendo, é as pessoas sentirem as vibrações dos instrumentos né, e até na Sala São Paulo o pessoal prefere sentar na frente pra sentir essa vibração das caixas de som e tudo.

No teatro, você enxerga alguma medida que pode ser feita nesse sentido de experiência mesmo?

[Kiko Azevedo]: Tô aqui pensando né... eu acho que a gente, não to querendo fugir da pergunta não, só tô tentando pontuar, porque eu acho que esse é um caminho que você sempre vai ter um passo adentro. Então eu acho que essas possibilidades e essas ferramentas, e esses... a gente sempre vai precisar de ajuda pra chegar no próximo passo né.

Então a gente faz muita coisa e você tem o compromisso da entrega, o dia a dia nosso é muito cheio. O que isso quer dizer? Que a gente sempre precisa realmente de ajuda pra ver o outro caminho. Mas eu acho que, como eu te disse, depois que você segue por esse caminho, você nunca recua, você sempre vai adiante. Do ponto de vista que a gente já tem as ferramentas, algumas ferramentas, eu acho que a gente também já está apto a... mas eu acho super interessante, quando a gente para pra falar disso né, essa... ter um olhar específico pra isso né, um paralelo a tudo, porque se não você fica pontual aqui, pontual ali. A gente já ampliar não é mais pontual, libras já é uma coisa mais forte assim, no audiovisual nosso, então a gente realmente cobriu esse lado. Mas eu tô pensando no caso do teatro, no caso do presencial, o que mais a gente poderia implementar né.

Eu não tenho conhecimento técnico pra poder colocar. Eu acho que sim: o caminho seria a gente ter alguma consultoria que pudesse orientar a gente pra um planejamento né, um planejamento de implantação de ações e de ferramentas e de possibilidades. Eu acho super interessante, a gente ter isso como... eu tô até anotando no caderninho de boas ideias viu, que eu parei uma hora pra falar de acessibilidade, é uma coisa que a gente não consegue... então eu tô aqui ó: anotando, porque eu acho que é uma coisa bem importante da gente vislumbrar pro futuro né? Quer dizer, você pensar em 5 anos, o que a gente pode melhorar nesse aspecto em 5 anos? Acho que hoje em dia ainda, a gente tem muitas ferramentas disponíveis né.

Fiquei procurando aqui e pensei: não sei. Mas eu tenho certeza que tem e tenho certeza que tem gente que sabe né, então eu acho que isso é uma coisa bem importante pra gente colocar em uma perspectiva de futuro, no planejamento e uma busca de implementar e ampliar esse acesso.

[Thais]: Legal. E a gente sabe que, por exemplo, alguns espaços culturais, como teatros, museus e até os concertos, eles são vistos muitas vezes pelas pessoas como um espaço meio elitista assim né. Vocês adotam alguma coisa pra simplificar essa comunicação com as pessoas pra que elas não enxerguem o espaço como algo elitista?

[Kiko Azevedo]: Eu acho que a gente não tem nenhuma ação desenhada pra tirar o elitismo do teatro e do... a gente vai ter, são essas possibilidades do ingresso mais barato, e o teatro Sérgio Cardoso digital é absolutamente gratuito, então... né.

A gente consegue, por exemplo, uma coisa que a gente tem feito, as produções. Por enquanto a gente tá com produções e transmissões gratuitas. Tem aquele valor se você quiser doar pra companhia e tudo, mas dentro da parceria do hoje, elas são gratuitas. Vai chegar um momento onde isso não vai ser gratuito, porque vai ter a companhia artística e tem lá a parceria com o teatro, enfim...

Mas a gente tem feito uma coisa interessante, que é: os produtos que a gente leva pro teatro e faz a transmissão no teatro Sérgio Cardoso digital, na plataforma lá da Sympla, que é a ticketeira que atende a gente, e a gente tem todos os procedimentos do teatro, como a gente tem a plataforma Cultura em Casa, a gente muitas vezes fecha a transmissão lá e depois a gente fecha as transmissões gratuitas que são abertas. Então eu acho que o audiovisual vem muito fazer esse papel, entender uma parte dessa demanda, dessa questão né. Acho que não é totalmente: acho que as pessoas tem que acessar esses espaços, tem que quebrar isso, mas não posso dizer que a gente tem um trabalho pra quebrar essa barreira das pessoas com o espaço físico.

O que a gente tem, pra além do teatro, é que eu falo pra você: pra mim é dentro de uma sopa né, o teatro é ali. E o teatro, como tem toda a parte técnica, então os nossos eventos acontecem no teatro. E as coisas do teatro a gente põe na plataforma, então cruza tudo.

Mas os nossos eventos que a gente faz de difusão são todos gratuitos, e isso é legal. A gente busca... vou dar o exemplo da Virada Cultural. Quando a gente vai fazer uma virada numa cidade, a gente vai lá e a parceria é feita com o município, então a gente sempre busca os espaços do município, que é o teatro municipal, o coreto, a escola de teatro... a gente sempre busca ter ações dentro desses espaços pra que as pessoas vão até esses espaços. A gente não só põe o palco na rua e põe as pessoas na rua: a gente sempre explora tudo o que a cidade tem em termos de espaço cultural, com programações gratuitas.

Então eu sei que você tá focada no teatro, mas eu não consigo ser... só teatro. Mas isso foi muito legal. A gente tem um outro programa chamado Circuito SP que são espetáculos que acontecem em 150 cidades, 300 espetáculos por exemplo. Quando a gente foi transportar pro *online*, a gente incentivou muito... não podia ter público. A gente incentivou que essas filmagens fossem feitas dentro do equipamento público, que é um jeito da gente usar o que tá ali disponível, mas também de promover né. Eu acho que vai um pouco nessa linha que você tá falando, de você quebrar, deixar mais acessível esse espaço. Então assim, eu acho que é um caminho...

Outra coisa, a gente tem ações onde a gente usa o teatro Sérgio Cardoso, e ele é aberto. A gente teve um evento de hip hop... no presencial ainda né, sabe que... parece há mil anos atrás. Mas a gente teve já em 2020 um evento de hip hop que usou as duas salas, o saguão, a rua: a gente fechou rua. Então a gente tem eventos onde a gente também abre o teatro pra rua mesmo. Abre, abre mesmo. Existe dentro do teatro essa possibilidade. Sessões gratuitas, isso a gente tem.

Não diria que a gente tem um cronograma disso com uma coisa: "ó, então a gente tem esse mês"... acho que não é assim, mas a gente tem sim uma... tanto que a gente tem lá naquelas metas que eu te falei, a gente tem de uso do teatro aberto. A dança de salão faz parte de atividades na área fora das salas, atividades que acontecem no teatro Sérgio Cardoso fora das salas de espetáculo. Então isso é para além da ação, também é política pública de "ó, vocês tem que usar o espaço do teatro pra fazer ações abertas", e a gente faz.

[Thais]: Que legal. Onde eu encontro essas ações? Você poderia compartilhar comigo?

[Kiko Azevedo]: Posso, posso sim. Vai ter um... quer ver, ó. A gente tem aqui no *site* você vai ter a dança de salão, que ela acontece no presencial e... peraí, deu errado aqui. Então a gente tem... Hoje

a ação que a gente tem, e essa ela tem sempre, tá? A ação da dança de salão que é aberta, é gratuita e o teatro fica ali. Hoje ela é online, mas ela acontece presencialmente toda segunda-feira. Então toda segunda-feira tem uma ação dessa de teatro aberto. Depois eu vou procurar aqui... essa ação do hip hop que eu falei pra você.

[Thais]: Ah, perfeito. Muito legal mesmo. E indo um pouquinho pra estrutura física do teatro, você sabe se ele foi construído com base no *design* universal, se o espaço utiliza um dos princípios do *design* universal?

[Kiko Azevedo]: Hã? Desculpa.

[Thais]: Tá escutando agora?

[Kiko Azevedo]: Agora eu tô.

[Thais]: Tá, desculpa. Você sabe se o teatro foi construído pensando no *design* universal, ou se hoje vocês aplicam algum dos princípios do *design* universal?

[Kiko Azevedo]: Olha, o teatro tem 40 anos, então ele foi inaugurado em 1980 onde a gente ainda tava longe desse momento atual, mas o teatro é como eu te falei, ele é todo acessível. Então foram feitas intervenções pra... hoje por exemplo nós temos 9 elevadores. A gente tem elevadores principais, que eram aqueles que sempre tivemos, mas foram implementados elevadores... porque antes era só pra você subir, não subir de escada né? Então hoje não. Hoje a gente tem elevadores de acessibilidade, rampas de acesso, etc. Então hoje a gente chega no teatro inteiro, então foram feitas adaptações né.

[Thais]: Uhum, perfeito. Acho que de perguntas referentes era isso. Eu tenho um roteirinho, algumas você já foi me respondendo no meio. E eu queria verificar com você, Kiko, existe a possibilidade de eu fazer uma visita no teatro? Pra tirar foto de observação.

[Kiko Azevedo]: Existe, claro, claro.

[Thais]: Existe? No final de semana ele é aberto?

[Kiko Azevedo]: Final de semana? Então, depende se a gente... hoje tá tudo fechado né, a gente tá com o teatro fechado. A gente tá agora com um ensaio da São Paulo Companhia de Dança, a gente vai ter um espetáculo presencial no fim do mês -- com presencial e online também. Mas a gente teria que combinar.

Normalmente no fim de semana, quando não tem atividade, o teatro fica, não tem ninguém lá. Durante a semana é mais fácil de eu ter produtora. Agora, nada impede de ter no fim de semana também da gente combinar, e de repente quando tiver uma ação você chega lá: vai ter produtor, a gente combina pra alguém te receber também. Todo dia a gente tem uma escala de produtores, é uma questão da gente combinar, mas não tem problema nenhum.

[Thais]: Eles ficam o dia todo? Como que funciona?

[Kiko Azevedo]: O dia todo. Tem que combinar, porque nesse período a gente tende a ter... quem tá lá, não ficar muito. Mas nada que a gente não possa marcar.

[Thais]: Tá. Se você pudesse me ajudar pra eu ir, acho que o dia que eu posso ir durante a semana é no dia 18, na sexta-feira que vem, porque eu preciso entregar o trabalho no final do mês, e aí a visita técnica seria muito importante pra considerar as fotos e tudo no desenvolver da análise.

[Kiko Azevedo]: Não, não tem problema. Você me manda um e-mail? Só pra eu marcar aqui e não esquecer.

[Thais]: Tá, e aí o horário que vocês tiverem, puderem, tá? Eu tô disponível.

[Kiko Azevedo]: Tá. Não, tudo bem, vamos combinar sim. Não tem problema nenhum, a gente organiza. Acho que dia 18... é que dia?

[Thais]: Dia 18 é uma sexta-feira.

[Kiko Azevedo]: Dia 18 a gente tem filmagem lá. Então... de junho, agora né? Deixa eu ver. Deixa eu ver só na minha agenda aqui. Depois eu vejo com o pessoal do teatro, mas não tem problema não. Em princípio tá tudo... não é dia de gravação aqui, mas não tem problema não. Isso aí é uma boa pra mim.

[Thais]: Ah, perfeito. Eu te mando e-mail então pra gente combinar.

[Kiko Azevedo]: Combinado, Thais. Espero ter te ajudado.

[Thais]: Muito, muito. Acho que de perguntas era isso, Kiko. Muito obrigada pela disponibilidade do seu tempo, eu achei que a gente faria em meia hora, mas você tem muita coisa pra passar e foi muito legal isso.

[Kiko Azevedo]: Falei muito? *risos*

[Thais]: Não, foi muito rico, de verdade.

Muito obrigada mesmo pela disponibilidade.

[Kiko Azevedo]: Que isso, imagina. Tamo aqui pra isso também.

[Thais]: Ai, super obrigada. Quando eu terminar o trabalho eu compartilho com você também tá, e aí posso citar seu nome no trabalho? Fazer um resuminho sobre você?

[Kiko Azevedo]: Pode, fica a vontade tá bom?

[Thais]: Se você quiser me passar um resuminho de você, ou se tiver no LinkedIn...

[Kiko Azevedo]: Passo, claro. Não sou do LinkedIn, mas eu te passo.

[Thais]: Aguardo o seu.

[Kiko Azevedo]: Tchau Thaís.

[Thais]: Muito obrigada viu, bom final de semana.

[Kiko Azevedo]: Pra você também.

[Thais]: Tchau tchau.