

VOL V

POR PALAVRAS E GESTOS A ARTE DA LINGUAGEM

Mauriceia Silva de Paula Vieira
Patrícia Vasconcelos Almeida
(Organizadoras)



EDITORA
ARTEMIS
2021

VOL V

POR PALAVRAS E GESTOS A ARTE DA LINGUAGEM

Mauriceia Silva de Paula Vieira
Patrícia Vasconcelos Almeida
(Organizadoras)



EDITORA
ARTEMIS
2021



O conteúdo deste livro está licenciado sob uma Licença de Atribuição Creative Commons Atribuição- Não-Comercial NãoDerivativos 4.0 Internacional (CC BY-NC-ND 4.0). Direitos para esta edição cedidos à Editora Artemis pelos autores. Permitido o download da obra e o compartilhamento, desde que sejam atribuídos créditos aos autores, e sem a possibilidade de alterá-la de nenhuma forma ou utilizá-la para fins comercial. A responsabilidade pelo conteúdo dos artigos e seus dados, em sua forma, correção e confiabilidade é exclusiva dos autores. A Editora Artemis, em seu compromisso de manter e aperfeiçoar a qualidade e confiabilidade dos trabalhos que publica, conduz a avaliação cega pelos pares de todos manuscritos publicados, com base em critérios de neutralidade e imparcialidade acadêmica.

Editora Chefe	Prof. ^a Dr. ^a Antonella Carvalho de Oliveira
Editora Executiva	M. ^a Viviane Carvalho Mocellin
Direção de Arte	M. ^a Bruna Bejarano
Diagramação	Elisângela Abreu
Organizadoras	Prof. ^a Dr. ^a Mauriceia Silva de Paula Vieira Prof. ^a Dr. ^a Patrícia Vasconcelos Almeida
Bibliotecário	Maurício Amormino Júnior – CRB6/2422

Conselho Editorial

Prof.^a Dr.^a Ada Esther Portero Ricol, *Universidad Tecnológica de La Habana “José Antonio Echeverría”, Cuba*
Prof. Dr. Adalberto de Paula Paranhos, *Universidade Federal de Uberlândia*
Prof.^a Dr.^a Amanda Ramalho de Freitas Brito, *Universidade Federal da Paraíba*
Prof.^a Dr.^a Ana Clara Monteverde, *Universidad de Buenos Aires, Argentina*
Prof. Dr. Ángel Mujica Sánchez, *Universidad Nacional del Altiplano, Peru*
Prof.^a Dr.^a Angela Ester Mallmann Centenaro, *Universidade do Estado de Mato Grosso*
Prof.^a Dr.^a Begoña Blandón González, *Universidad de Sevilla, Espanha*
Prof.^a Dr.^a Carmen Pimentel, *Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro*
Prof.^a Dr.^a Catarina Castro, *Universidade Nova de Lisboa, Portugal*
Prof.^a Dr.^a Cláudia Neves, *Universidade Aberta de Portugal*
Prof. Dr. Cleberton Correia Santos, *Universidade Federal da Grande Dourados*
Prof. Dr. David García-Martul, *Universidad Carlos III de Madrid, Espanha*
Prof.^a Dr.^a Deuzimar Costa Serra, *Universidade Estadual do Maranhão*
Prof.^a Dr.^a Eduarda Maria Rocha Teles de Castro Coelho, *Universidade de Trás-os-Montes e Alto Douro, Portugal*
Prof. Dr. Eduardo Eugênio Spers, *Universidade de São Paulo*
Prof. Dr. Eloi Martins Senhoras, *Universidade Federal de Roraima*
Prof.^a Dr.^a Elvira Laura Hernández Carballido, *Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo, México*
Prof.^a Dr.^a Emilas Darlene Carmen Lebus, *Universidad Nacional del Nordeste/ Universidad Tecnológica Nacional, Argentina*
Prof.^a Dr.^a Erla Mariela Morales Morgado, *Universidad de Salamanca, Espanha*
Prof. Dr. Ernesto Cristina, *Universidad de la República, Uruguay*
Prof. Dr. Ernesto Ramírez-Briones, *Universidad de Guadalajara, México*
Prof. Dr. Gabriel Díaz Cobos, *Universitat de Barcelona, Espanha*
Prof. Dr. Geoffroy Roger Pointer Malpass, *Universidade Federal do Triângulo Mineiro*
Prof.^a Dr.^a Gladys Esther Leoz, *Universidad Nacional de San Luis, Argentina*
Prof.^a Dr.^a Glória Beatriz Álvarez, *Universidad de Buenos Aires, Argentina*
Prof. Dr. Gonçalo Poeta Fernandes, *Instituto Politécnico da Guarda, Portugal*
Prof. Dr. Gustavo Adolfo Juarez, *Universidad Nacional de Catamarca, Argentina*
Prof.^a Dr.^a Iara Lúcia Tescarollo Dias, *Universidade São Francisco*
Prof.^a Dr.^a Isabel del Rosario Chiyon Carrasco, *Universidad de Piura, Peru*
Prof.^a Dr.^a Isabel Yohena, *Universidad de Buenos Aires, Argentina*
Prof. Dr. Ivan Amaro, *Universidade do Estado do Rio de Janeiro*
Prof. Dr. Iván Ramon Sánchez Soto, *Universidad del Bío-Bío, Chile*



Prof.ª Dr.ª Ivânia Maria Carneiro Vieira, Universidade Federal do Amazonas
 Prof. Me. Javier Antonio Albornoz, *University of Miami and Miami Dade College*, USA
 Prof. Dr. Jesús Montero Martínez, *Universidad de Castilla - La Mancha*, Espanha
 Prof. Dr. Joaquim Júlio Almeida Júnior, UniFIMES - Centro Universitário de Mineiros
 Prof. Dr. Juan Carlos Mosquera Feijoo, *Universidad Politécnica de Madrid*, Espanha
 Prof. Dr. Juan Diego Parra Valencia, *Instituto Tecnológico Metropolitano de Medellín*, Colômbia
 Prof. Dr. Júlio César Ribeiro, Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro
 Prof. Dr. Leinig Antonio Perazolli, Universidade Estadual Paulista
 Prof.ª Dr.ª Livia do Carmo, Universidade Federal de Goiás
 Prof.ª Dr.ª Luciane Spanhol Bordignon, Universidade de Passo Fundo
 Prof. Dr. Luis Vicente Amador Muñoz, *Universidad Pablo de Olavide*, Espanha
 Prof.ª Dr.ª Macarena Esteban Ibáñez, *Universidad Pablo de Olavide*, Espanha
 Prof. Dr. Manuel Ramiro Rodriguez, *Universidad Santiago de Compostela*, Espanha
 Prof. Dr. Marcos Augusto de Lima Nobre, Universidade Estadual Paulista
 Prof. Dr. Marcos Vinicius Meiado, Universidade Federal de Sergipe
 Prof.ª Dr.ª Mar Garrido Román, *Universidad de Granada*, Espanha
 Prof.ª Dr.ª Margarida Márcia Fernandes Lima, Universidade Federal de Ouro Preto
 Prof.ª Dr.ª Maria Aparecida José de Oliveira, Universidade Federal da Bahia
 Prof.ª Dr.ª Maria do Céu Caetano, Universidade Nova de Lisboa, Portugal
 Prof.ª Dr.ª Maria do Socorro Saraiva Pinheiro, Universidade Federal do Maranhão
 Prof.ª Dr.ª Maria Lúcia Pato, Instituto Politécnico de Viseu, Portugal
 Prof.ª Dr.ª Maritza González Moreno, *Universidad Tecnológica de La Habana "José Antonio Echeverría"*, Cuba
 Prof.ª Dr.ª Mauriceia Silva de Paula Vieira, Universidade Federal de Lavras
 Prof.ª Dr.ª Odara Horta Boscolo, Universidade Federal Fluminense
 Prof.ª Dr.ª Patrícia Vasconcelos Almeida, Universidade Federal de Lavras
 Prof.ª Dr.ª Paula Arcoverde Cavalcanti, Universidade do Estado da Bahia
 Prof. Dr. Rodrigo Marques de Almeida Guerra, Universidade Federal do Pará
 Prof. Dr. Saulo Cerqueira de Aguiar Soares, Universidade Federal do Piauí
 Prof. Dr. Sergio Bitencourt Araújo Barros, Universidade Federal do Piauí
 Prof. Dr. Sérgio Luiz do Amaral Moretti, Universidade Federal de Uberlândia
 Prof.ª Dr.ª Silvia Inés del Valle Navarro, *Universidad Nacional de Catamarca*, Argentina
 Prof.ª Dr.ª Teresa Cardoso, Universidade Aberta de Portugal
 Prof.ª Dr.ª Teresa Monteiro Seixas, Universidade do Porto, Portugal
 Prof. Dr. Turpo Gebera Osbaldo Washington, *Universidad Nacional de San Agustín de Arequipa*, Peru
 Prof. Dr. Valter Machado da Fonseca, Universidade Federal de Viçosa
 Prof.ª Dr.ª Vanessa Bordin Viera, Universidade Federal de Campina Grande
 Prof.ª Dr.ª Vera Lúcia Vasilévski dos Santos Araújo, Universidade Tecnológica Federal do Paraná
 Prof. Dr. Wilson Noé Garcés Aguilar, *Corporación Universitaria Autónoma del Cauca*, Colômbia

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)
(eDOC BRASIL, Belo Horizonte/MG)

P832 Por palavras e gestos [livro eletrônico] : a arte da linguagem vol V / Organizadoras Patricia Vasconcelos Almeida, Mauriceia Silva de Paula Vieira. – Curitiba, PR: Artemis, 2021.

Formato: PDF

Requisitos de sistema: Adobe Acrobat Reader

Modo de acesso: World Wide Web

Inclui bibliografia

Edição bilingue

ISBN 978-65-87396-43-9

DOI 10.37572/EdArt_160821439

1. Linguística. 2. Letras. 3. Artes. I. Vieira, Mauriceia Silva de Paula.

II. Almeida, Patricia

CDD 469

Elaborado por Maurício Amormino Júnior – CRB6/2422



APRESENTAÇÃO

O volume V do livro *“Por Palavras e Gestos: A arte da Linguagem”* se organiza a partir da seleção de textos que trilham diferentes vertentes teóricas e que apresentam como ponto de convergência a linguagem em suas múltiplas formas e dimensões. Em sua constituição, os trabalhos versam sobre a música, a dança, o cinema, a escultura, entre outros temas, lastreados em diferentes manifestações culturais. Os textos apresentam ainda, análise de obras clássicas e/ou consagradas, trazendo reflexões que contribuem sobre a arte da palavra. Em uma obra cujo foco são as diferentes manifestações da linguagem, as investigações sobre o discurso têm seu lugar e estão circunscritas à metáfora, à sátira e aos discursos presentes nas redes sociais.

Este volume também concede espaço a discussões sobre a língua e sobre o ensino, não só em uma perspectiva teórica, mas levando em consideração um panorama de formação de professores e de pesquisadores. Com a publicação deste volume, esperamos contribuir para que estudiosos e interessados pelas múltiplas nuances da linguagem possam refletir sobre as temáticas abordadas.

Mauriceia Silva de Paula Vieira

Patricia Vasconcelos Almeida

SUMÁRIO

A ARTE E SUAS DIFERENTES MANIFESTAÇÕES

CAPÍTULO 1.....1

LA OBRA DE MILO LOCKETT EN LA PRODUCCIÓN DE OBJETOS COMERCIALES Y EL DISEÑO INDUSTRIAL (2013-2016)

[María Melania Ojeda Snaider](#)

DOI 10.37572/EdArt_1608214391

CAPÍTULO 2..... 19

OS DESENHOS DE JORGE MARTINS: UM DESAFIO INCONSCIENTE E UMA AVENTURA DA CONSCIÊNCIA

[Luís Filipe Salgado Pereira Rodrigues](#)

DOI 10.37572/EdArt_1608214392

CAPÍTULO 3.....28

NUDAC: SIMBOLISMO, MAGIA, HISTORICIDADE, MESTIÇAGEM E SUA RELAÇÃO SOCIAL NOS PASSOS DE UMA PAIXÃO

[Maria do Céu de Souza Sampaio](#)

DOI 10.37572/EdArt_1608214393

CAPÍTULO 4.....42

DE LA LÍNEA A LAS ESCULTURAS HABITABLES. LUIS CASABLANCA

[Mar Garrido Román](#)

DOI 10.37572/EdArt_1608214394

CAPÍTULO 5.....52

(SIMULACROS) LOS IMPOSIBLES DEL VOCABULARIO EXPOSITIVO A TRAVÉS DE JAGNA CIUCHTA

[Gonzalo José Rey Villaronga](#)

DOI 10.37572/EdArt_1608214395

CAPÍTULO 6.....	59
DIMENSÕES INOVADORAS DO TEATRO-EMPRESA NA COMUNICAÇÃO ORGANIZACIONAL	
Luiz Fernando Milani	
DOI 10.37572/EdArt_1608214396	
CAPÍTULO 7.....	72
ADAPTACIÓN DE LA PRENSA ESPECIALIZADA EN MÚSICA CLÁSICA A INTERNET	
Esther Martín Sánchez-Ballesteros	
DOI 10.37572/EdArt_1608214397	
CAPÍTULO 8.....	97
LUZ, CÂMERA, TRADUÇÃO: OS PROCESSOS TRADUTÓRIOS NA LEGENDAGEM E NA DUBLAGEM DE UM FILME ANIMADO EXIBIDO NO BRASIL	
Ana Vitória Silva dos Santos	
Silvia Malena Modesto Monteiro	
DOI 10.37572/EdArt_1608214398	
CAPÍTULO 9.....	109
REFLEXÕES HISTÓRICAS E RELIGIOSAS DE LITERATURA E CELIBATO A PARTIR DE “O CRIME DO PADRE AMARO” DE EÇA DE QUEIRÓS	
Diego Lopes dos Santos	
DOI 10.37572/EdArt_1608214399	
CAPÍTULO 10.....	123
JUAN L. ORTIZ Y EL CANTO DEL GRILLO: DERIVAS, DEMARCACIONES, CARTOGRAFÍAS	
Fabián Humberto Zampini	
DOI 10.37572/EdArt_16082143910	
CAPÍTULO 11.....	131
<i>THE LORD OF THE RINGS</i> Y SU LUGAR EN PEGASUS LOS AVATARES DE UNA POÉTICA	
María Inés Arrizabalaga	
DOI 10.37572/EdArt_16082143911	

LINGUA E DISCURSO: DO ENSINO À PESQUISA

CAPÍTULO 12139

LOS MEMES: EL DISCURSO SATÍRICO DE NUESTROS TIEMPOS

[Citlaly Aguilar Campos](#)

DOI 10.37572/EdArt_16082143912

CAPÍTULO 13155

AS MÃOS COMO METÁFORA NA ANÁLISE DE DISCURSO

[Francisco Antonio Romanelli](#)

DOI 10.37572/EdArt_16082143913

CAPÍTULO 14172

REDES SOCIAIS E EFEITO NAS RELAÇÕES INTERPESSOAIS

[Enrique Agustín Ruiz Flores](#)

DOI 10.37572/EdArt_16082143914

CAPÍTULO 15195

ENUNCIACÃO E GRAMÁTICA: O VERBO COMO SUPORTE PARA O ESTUDO DA TOPE

[Andreana Carvalho de Barros Araújo](#)

[Deislandia de Sousa Silva](#)

DOI 10.37572/EdArt_16082143915

CAPÍTULO 16207

EN TORNO A ALGUNOS DEBATES DEL LATINOAMERICANISMO ENTRE LOS AÑOS '80 Y '90. UNA POLÍTICA DE LA LENGUA CRÍTICA

[María José Sabo](#)

DOI 10.37572/EdArt_16082143916

CAPÍTULO 17217

PREPARANDO NOVOS PROFESSORES PARA O ENSINO DE PORTUGUÊS LÍNGUA ESTRANGEIRA (PLE): ALGUMAS PERCEPÇÕES DE UM CURSO ESPECÍFICO

[Gutyerlle de Sousa Araújo](#)

DOI 10.37572/EdArt_16082143917

CAPÍTULO 18	231
FORMAÇÃO DOCENTE: PARÂMETROS E DESAFIOS NO CONTEXTO DA SOCIEDADE ATUAL	
Heliud Luis Maia Moura	
DOI 10.37572/EdArt_16082143918	
CAPÍTULO 19	244
MULTILETRAMENTOS E ENSINO: ANÁLISE DE ESTRATÉGIAS LINGUÍSTICO-DISCURSIVAS PRESENTES NAS CANÇÕES DE RAP	
Nathan Fernandes Silva	
Mauriceia Silva de Paula Vieira	
DOI 10.37572/EdArt_16082143919	
CAPÍTULO 20	260
O ESPAÇO VAZIO E O TEATRO NO CONTEXTO ESCOLAR	
Fernando Freitas dos Santos	
DOI 10.37572/EdArt_16082143920	
CAPÍTULO 21	273
SETE ANOS DE INVESTIGAÇÃO EM RELAÇÕES PÚBLICAS PERCURSOS DO PRIMEIRO MESTRADO EM GESTÃO ESTRATÉGICA DAS RELAÇÕES PÚBLICAS EM PORTUGAL	
Mafalda Eiró-Gomes	
Ana Raposo	
César Neto	
DOI 10.37572/EdArt_16082143921	
SOBRE AS ORGANIZADORAS	288
ÍNDICE REMISSIVO	289

CAPÍTULO 6

DIMENSÕES INOVADORAS DO TEATRO-EMPRESA NA COMUNICAÇÃO ORGANIZACIONAL

Data de submissão: 16/06/2021

Data de aceite: 02/07/2021

Luiz Fernando Milani

USCS – Universidade Municipal de São
Caetano do Sul

São Caetano do Sul – São Paulo

<http://lattes.cnpq.br/7254484673861447>

RESUMO: O presente artigo discute a utilização das manifestações teatrais conhecidas por teatro-empresa no contexto organizacional sob o aspecto de inovação comunicativa. Ao acompanhar o processo de comunicação dessas manifestações nas empresas, examinam-se estratégias, arte, modernidade e tecnologia, verificando as características dessa modalidade particular de teatro e seus efeitos, responsáveis por atrair as organizações e convencê-las da eficácia de seu uso. O estudo demonstra que essa comunicação inovadora do teatro valoriza as relações humanas, reinterpretando-as, reservando ao funcionário/espectador o papel até então inédito de sujeito da ação. A metodologia recorreu a entrevistas semiestruturadas tanto com os profissionais das organizações que encomendam o trabalho cênico quanto com os dramaturgos que escrevem os roteiros

para atender a tais encomendas e, pelo testemunho de uns e outros, constata-se que o teatro-empresa influencia poderosamente o comportamento dos funcionários, constituindo um instrumento valioso no processo de comunicação organizacional, uma vez que se vale de recursos singulares de expressão da realidade, superando a mera obrigação de informar para elevar-se ao nível de conscientizar e transformar comportamentos e vidas.

PALAVRAS-CHAVE: Cultura organizacional. Comunicação organizacional. Teatro-empresa. Inovação.

INNOVATIVE DIMENSIONS OF THE ORGANIZATION DRAMA IN ORGANIZATIONAL COMMUNICATION

ABSTRACT: This article discusses the stage performance know as organizational drama in the entrepreneurial environment from the viewpoint of innovative communication. On following the communication process of much performances in the enterprises, special attention was paid to strategies, art, contemporaneousness, and technology, the features of this specific drama and effects being examined so as to legitimate its influence on organizations and the efficiency of its benefits. The study evidences that this innovative communication in drama appraises human attitudes, reinterprets them by entrusting associates/spectators a role

so far out of their reach: the subject of action. Methodology made recourse to semi structured interviews both with the businessmen commissioning the drama pieces and the playwrights scripting or customizing them. Both have reported the powerful influence of organizational drama on associates' behavior and acknowledge its valuable benefit to communication in the workplace, the more so because it employs unique devices to express reality, overcoming the trite imposition of announcing slogans, to hoist communication to the level of opening minds and reshaping attitudes before life.

KEYWORDS: Organizational culture. Organizational communication. Organization drama. Innovation.

1 INTRODUÇÃO

O âmbito desta investigação é a área de Comunicação e Cultura e sua relevância consiste em possibilitar uma nova abordagem da comunicação organizacional a partir de técnicas teatrais, reinterpretando a relação do funcionário-espectador, num novo posicionamento das relações humanas na organização.

Advém das leituras realizadas sobre os estudos organizacionais em Chanlat (2007), Robbins (2005) e Kinicki e Kreitner (2008), a visão da construção de uma complexa e diversificada teia relacional entre o homem, sua cultura e as formas pelas quais se comunica no ambiente empresarial.

É cada vez mais instigante analisar o processo de levar o palco para dentro da empresa e suas implicações junto aos funcionários, suas culturas locais e regionais e à cultura organizacional, procurando identificar os componentes envolvidos nesse espaço ao longo do processo de comunicação. Questiona-se, portanto, como se dá o processo de comunicação nas organizações por meio das manifestações teatrais?

Os limites desse cenário composto de estratégias, comunicação, arte, modernidade e tecnologia, visa a presente pesquisa descrever a manifestação teatral como processo inovador da comunicação organizacional identificar os elementos característicos da atividade do teatro-empresa, as intenções das organizações em propor esse tipo de modalidade de comunicação caracterizando os elementos envolvidos na dramaturgia: roteiro, estilos, atores, duração, linguagem artística em um espaço atípico ao teatro: o ambiente da própria organização.

Admite-se também que, diante das suas características lúdicas, a manifestação teatral é um formato inovador da comunicação organizacional, apresentando elementos, na modalidade proposta, que promovem situações de estímulo aos sentimentos humanos com momentos de interiorização e reflexão.

Ao enveredar pelos caminhos da inovação e da comunicação por meio da arte, o horizonte se amplia e exige que a interdisciplinaridade aprofunde os temas convergentes

desta proposta de pesquisa: a comunicação organizacional como processo que envolve, em primeiro lugar, a cultura organizacional, o público interno, com extensão aos familiares, fornecedores, parceiros, acionistas, incluindo também a comunidade local como colhedora dos frutos dessa comunicação.

O objeto de estudo é o teatro encenado fora do ambiente tradicional. Encarar o ambiente empresarial das fábricas e dos escritórios como um “novo palco” será o desafio para entender os elementos que deixarão de estar sob o domínio dos atores para transferir-se – novidade absoluta – aos funcionários de qualquer empresa (REBOUÇAS, 2009).

Busca, assim, o presente estudo evidenciar o teatro-empresa como uma nova possibilidade de a empresa conversar com seu público na prática da comunicação organizacional.

2 A GESTÃO DE PESSOAS E O AMBIENTE ORGANIZACIONAL

Passados quase meio século da afirmação de McGregor (1965) sobre a dificuldade de as empresas entenderem o desenvolvimento humano como parte integrante do ambiente organizacional, a questão continua a incomodar os dirigentes e responsáveis pelas organizações.

As relações existentes na empresa não se limitam ao aspecto da produção, mas a ele acrescentam relações de poder e de conhecimento, do saber, partilhadas e disputadas pelos participantes do ambiente organizacional: patrões e empregados, lideranças e as consideradas pessoas chave, os talentos dentro da organização (SROUR, 2012, p.75).

Atuando diariamente dentro da comunidade laboral que é a empresa, o indivíduo assume os princípios e valores da empresa, da sua missão, visão, da cultura organizacional e de como ele é percebido e reconhecido como profissional importante nesse ambiente, o que cria o sentimento de pertencer ao grupo, à comunidade dos que trabalham, de sentir-se parte da organização.

As empresas focadas em Gestão de Pessoas por via de regra conhecem muito bem a realidade do ambiente organizacional, acreditam no desenvolvimento e na capacitação dos funcionários e sabem que, precisam manter um clima organizacional harmônico.

A Gestão de Pessoas contribui para sustentar o alcance dos objetivos corporativos das empresas mediante o desenvolvimento do indivíduo e das suas relações, cabendo à comunicação papel central nesse processo.

São várias as demandas apresentadas pelos sujeitos: mudanças no ambiente competitivo que se refletem no ambiente interno, produzindo novos comportamentos e atitudes; participação, motivação e envolvimento dos funcionários nos programas

desenvolvidos em favor da segurança do trabalho na execução das atividades diárias, treinamentos e procedimentos técnicos de operação.

Observa Fígaro (2010, p.100-101), ao abordar o tema homem-trabalho, que o trabalho resulta da ação do homem, que é, por sua vez, resultado da relação com o meio. É pela atividade laboral que o homem se constrói e estabelece relações de construção com o outro.

Nenhuma outra atividade absorve tanto tempo de vida quanto o trabalho, seja ele realizado na empresa ou em casa, o que determina que nesse ambiente se reúnam as condições físicas, materiais, sociais e psicológicas que garantem o desempenho da função, seja ela qual for.

Observa-se que, no sentido de minimizar os casos de acidentes e afastamentos, as empresas investem em programas que modifiquem positivamente o comportamento dos funcionários que nelas atuam. Elas adotam o desenvolvimento humano, a comunicação eficaz e a qualidade de vida como elementos construtores da cultura e dos valores da organização.

Constata-se que a construção do ambiente se faz por obra dos próprios indivíduos, representados pelo público interno, que trocam informações e difundem sua cultura mediante as relações de convívio diário dos grupos de trabalho.

Reúnem-se então diversas tradições, costumes, crenças e outras relações em um único espaço, o que enseja o aparecimento de um terceiro elemento comum: a cultura organizacional. Para compreender esse elemento, cumpre antes ter clara noção do que é cultura para os estudos na comunicação. Willians (2000, p.117), assim a enuncia:

A cultura enquanto processo de desenvolvimento intelectual, espiritual e estético [...] indicando um modo particular de vida, quer seja de um povo, um período, um grupo ou da humanidade em geral [é] termo complexo de significados indicando uma argumentação sobre as relações entre o desenvolvimento humano geral e um modo específico de vida e entre ambos e as obras e práticas da arte e da inteligência.

Reconhecer a importância da cultura na vida das pessoas e da sociedade é requisito imprescindível para analisar os ambientes organizacionais, frutos que são do convívio diversificado pelo próprio universo, em que se funde a cultura particular de cada funcionário no coletivo da cultura organizacional, verdadeiro cadinho de valores e costumes.

O estabelecimento da comunicação eficiente com o público interno tem a pretensão de preparar cuidadosamente o conteúdo da mensagem, de disseminá-la o mais rápido possível e com o máximo de entendimento dos colaboradores. Na elaboração do seu discurso, as organizações utilizam imagens, símbolos e outros elementos com

que o público interno se identifica e percebem o contexto da liderança no ambiente organizacional (COLPO, 2010).

A principal observação a fazer quanto à comunicação organizacional nesse ambiente, é que ela não representa uma preocupação apenas dos acionistas ou proprietários das empresas. Os chamados *stakeholders* – as outras partes interessadas no bom desempenho da empresa – vivem atentos aos sinais positivos dessa atividade, segundo Chiavenato (2004).

No desafio de comunicar num ambiente em constante mudança, cabe citar as fusões e aquisições entre empresas, demissões em grande escala para ajustes financeiros e outras que comprometem diretamente as relações do indivíduo na organização, no seu entendimento e na possibilidade de fazê-lo comportar-se do melhor modo possível, atuando de forma corretiva, para si mesmo e para a empresa.

Nesse processo, as emoções conferem sentido aos relacionamentos e aos acontecimentos. Como destaca Neves (2009), todo comportamento humano é tecido nas tramas da afetividade e da racionalidade e a inserção do teatro no ambiente organizacional dinamiza essa atitude reflexiva proposta ao espectador, facilitando a apropriação do “recado”.

Acrescenta Desgranges (2003) que o teatro já não se apoia simplesmente na proposição concreta de um movimento coletivo, sustentado por uma grande narrativa, na proposta de engajamento num projeto político-social. Cabe aos espectadores, provocados pela atuação do ator, formular um raciocínio estético e elaborar questões que lhes pareçam pertinentes, a partir das suas concepções, valores e da sua leitura de mundo.

3 AS DIMENSÕES INOVADORAS DO TEATRO-EMPRESA

A comunicação por meio do teatro-empresa aproxima os homens. É construída no respeito da diversidade humana com seus valores, necessidades individuais e coletivas, e oferece momentos de interação abrangentes, oportunizando aos espectadores o ato reflexivo diante da realidade encenada.

No início do século XX, as ideias positivistas sacodem a filosofia e propõem novas formas de pensar que convidam a romper o coletivo; surgem a vanguarda, com a bandeira de progresso, as regras e padrões que suportavam as características técnicas, da vida, da cultura e da comunicação. O período chamado *pós-modernidade*, segundo Coelho (1996), se expande pelas artes e influencia o teatro, tendo representantes do peso de Bertold Brecht, na Europa, e Augusto Boal, no Brasil.

É no teatro de Brecht e de Boal (2009) que encontramos o sustentáculo para as ações do teatro-empresa em ir além do entretenimento, provocar reflexões sobre as

identidades, valores e sentimentos de pertencimento no ambiente organizacional. E é nesse sentido do campo do imaginário e da realidade que o teatro-empresa surge como comunicação diferente, inovadora, de forma educativa e questionadora.

O aparecimento do teatro-empresa é relativamente recente. Remonta à década de 1990, quando a Alemanha e a França se destacam como precursores do teatro como instrumento de comunicação empresarial e os grupos envolvidos com dramaturgia começam a produzir peças específicas para as organizações, expondo problemas e conflitos do ambiente de trabalho que demandam o comprometimento dos funcionários.

A ressalva de Alencastro Guimarães (2002) impõe às empresas que adaptem sua comunicação ao novo veículo e fim de que o público interno possa participar com êxito da atividade do teatro-empresa para aproximar o público interno e facilitar-lhe a empatia com a arte cênica, um componente específico – o humor – assume papel capital no desenvolvimento da ação e na conquista de resultados.

Uma vez procuradas pelas empresas, comenta Schreyögg (2002), as companhias teatrais empenham-se em elaborar o roteiro da encenação, aproximando dramaturgos e roteiristas *in loco* para reunir as informações que julguem valiosas para a construção do espetáculo, ao encontro das expectativas dos contratantes.

É patente que, para atender às necessidades do dia a dia das empresas, as companhias teatrais terminem por preocupar-se, entre outros aspectos, com a acomodação dos participantes do espetáculo, o local e a duração.

Ao se referir à linguagem cênica, explica Alencastro Guimarães (2002) que o teatro vai além do verbal, comunicando-se por gestos, pela expressão e pelo simbólico, que se tornam marcantes no campo imaginário. “o teatro é mais bem-sucedido na superação de barreiras culturais, [é] a adequação do vocabulário (verbal e gestual) bem como do grau de complexidade da abordagem” (p.9).

Percebe-se, então, que o conhecimento do público, suas características, a modalidade da intervenção, sua duração e a linguagem utilizada são componentes essenciais para os dramaturgos e roteiristas trabalharem na criação do roteiro, montagem das cenas e dos personagens a usar visando os melhores efeitos no ato representado.

Dentre vários assuntos que se complementam, Desgranges (2010) examina a prática educativa do teatro, o jogo teatral, a pedagogia do teatro de Brecht (1978) e a construção coletiva a partir da narrativa teatral, temas que constituem forçosamente a base do diálogo entre a arte teatro e sua influência no espectador. Da mesma maneira, Rebouças (2009) acredita nessa construção coletiva do teatro que se apresenta fora dos palcos.

Em outro estudo sobre o teatro nas empresas, Desgranges (2003) posiciona o espectador – no caso, o funcionário – como elemento-alvo da comunicação. Quando

os atores conseguem a atenção devida e provocam a reflexão do espectador, essa dimensão educadora é concretizada, produzindo resultados positivos no comportamento dos funcionários.

Nesse contexto, o teatro-empresa aparece como alternativa significativamente viável para intervir na teia relacional e promover o desenvolvimento do sujeito tanto na esfera individual quanto na coletiva, envolvendo os aspectos de sua objetividade e de sua subjetividade, do improviso e até do silêncio, por meio da arte do imaginário, visto que, terminada a encenação, o espectador pode passar a fazer-se perguntas até então não levantadas.

4 METODOLOGIA UTILIZADA NA PESQUISA

O recorte do universo empresarial limitou as empresas que atuam em favor da Gestão de Pessoas e adotam estratégias de desenvolvimento organizacional e as companhias teatrais, para participar como sujeitos na metodologia escolhida.

Sendo, então, recomendado estabelecer uma triangulação dos dados, reuniram-se os três elementos de análise exigidos por essa técnica: a) o pesquisador, com suas inferências, percepções e capacidade de observação, mediante comportamentos e formas verbais recolhidos pelos instrumentos de coleta; b) as entrevistas (10) realizadas com diversos sujeitos – cinco dramaturgos responsáveis pela elaboração dos roteiros e cinco profissionais das empresas que atuam diretamente na comunicação com o público interno e são corresponsáveis pelos objetivos estratégicos das empresas; c) a pesquisa documental realizada a partir dos contatos com todos os sujeitos entrevistados mediante a disponibilidade dos materiais impressos e outros formatos.

O primeiro grupo de sujeitos refere-se aos profissionais que atuam junto às empresas (Grupo A), presentes nos departamentos responsáveis pela comunicação organizacional e pelos objetivos estratégicos e na Gestão de Pessoas.

Como perfil dos sujeitos, foram procurados nesse espaço, além de profissionais das áreas de Recursos Humanos e Relações Públicas, gestores de projetos e líderes de equipes que, nas empresas entrevistadas, veem o funcionário estrategicamente como personagem essencial no exercício das relações pessoais e profissionais, responsável pela imagem e pelo diferencial competitivo da empresa.

O segundo grupo de sujeitos se refere a dramaturgos, roteiristas e diretores teatrais (Grupo B) vinculados a companhias teatrais e outras entidades sediadas na região do ABC, localizada próxima à cidade de São Paulo, responsáveis por escrever, criar e desenvolver as peças para atender às solicitações das empresas.

Convém esclarecer que não existe relação alguma entre qualquer das empresas com qualquer das companhias teatrais. São sujeitos que não se conhecem entre si, desse modo eliminando o risco de vieses e interesses de ambas as partes, associados a contratações e outras manifestações de cunho comercial.

Os Quadros 1 e 2, seguintes, relacionam as empresas e as companhias teatrais que fizeram parte deste trabalho. Registre-se que os nomes apresentados são fictícios, criados para preservar o anonimato dos colaboradores com o estudo.

Quadro 1: Empresas que fizeram parte da pesquisa (Grupo A).

Ord.	Empresas contratantes das atividades do teatro-empresa
E1	Marte
E2	Vulcano
E3	Júpiter
E4	Vênus
E5	Mercúrio

Fonte: Elaborado pelo autor. Dados coletados na pesquisa.

Quadro 2: Companhias teatrais que fizeram parte da pesquisa (Grupo B).

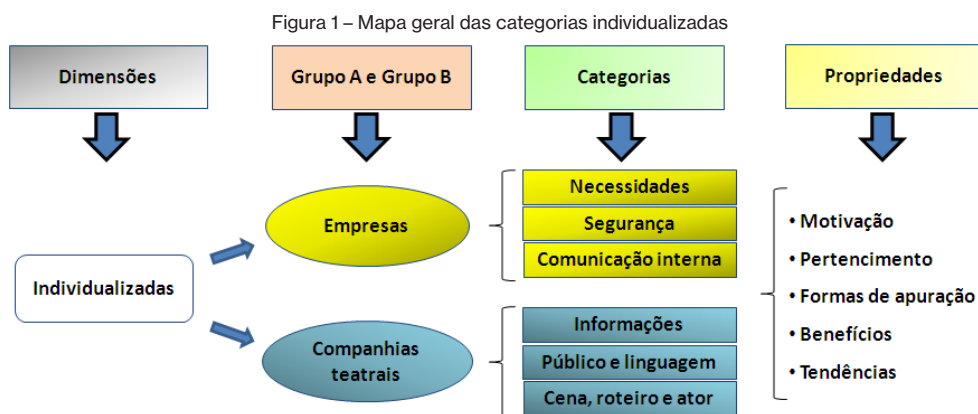
Ord.	Companhias teatrais que oferecem o teatro-empresa
D1	Ubatuba
D2	Diamantina
D3	Columbia
D4	Mirassol
D5	São Pedro

Fonte: Elaborado pelo autor. Dados coletados na pesquisa.

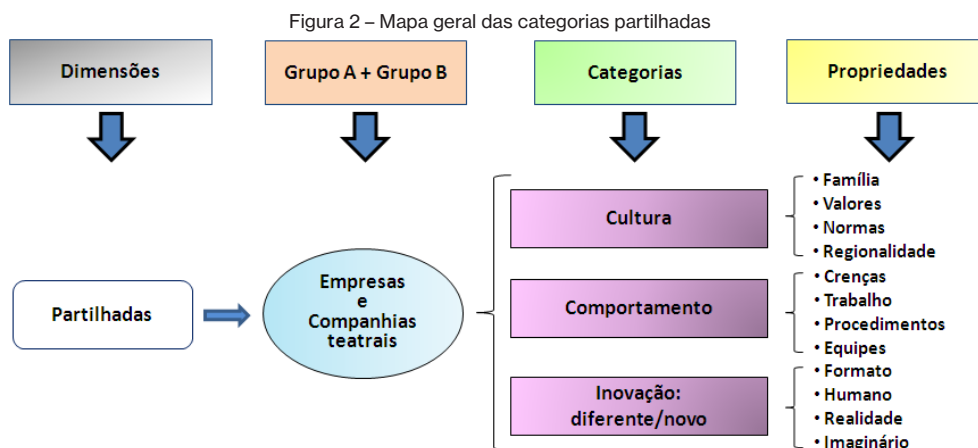
O instrumento adotado para analisar o conteúdo foi o método proposto por Bardin (1977), que estabelece três etapas durante o processo: a *pré-análise* envolve escolhas de documentos e planejamento das atividades e a adoção de indicadores que auxiliem o pesquisador na interpretação final dos resultados analisados; a *exploração do material* envolve codificações e regras já determinadas na fase anterior e o *tratamento dos resultados* obtidos, por fim, permite estabelecer leituras, conexões e associações importantes oferecendo ao pesquisador possibilidades de *inferências e interpretações* (BARDIN, 1977, p. 95). Em obediência à metodologia escolhida adotou-se a regra de enumeração com base na presença do substantivo/palavra-tema de cada relato e na média ponderada de frequência entre os dez entrevistados (BARDIN, 1977, p.108).

O critério de classificação escolhido para as categorias foi o temático, em que os vários assuntos associados agrupam-se em três classificações para cada dimensão individualizada. Tal processo se deu a partir das análises dos relatos transcritos criando-se duas dimensões de análise: as individuais e as partilhadas. Tal análise permitiu assim atender, os objetivos específicos iniciais bem como descrever o processo da atividade do teatro-empresa inserido na comunicação organizacional.

Tanto nas dimensões individuais como nas partilhadas, cada categoria foi ampliada e organizada em propriedades que nasceram a partir das leituras e análises das narrativas dos entrevistados, a fim de permitir melhor apropriação dos conteúdos, conforme se vê nas Figuras 1 e 2, a seguir.



Fonte: Elaborado pelo autor. Dados coletados na pesquisa.



Fonte: Elaborado pelo autor. Dados coletados na pesquisa.

5 RESULTADOS OBTIDOS

As análises descritas permitiram entender melhor a atividade do teatro-empresa no contexto da comunicação organizacional, elucidando as inquietações que deram origem ao estudo e suscitando novos questionamentos.

Observou-se que o ato de comunicar dentro de uma organização não é meramente divulgar instruções de comando ou transmitir informações pelos canais e instrumentos internos convencionais, porque a comunicação requer um receptor e envolve atitudes e ações que desencadeiam manifestações claras de aceitação ou recusa da mensagem recebida.

Contribui ainda o teatro-empresa direta e eficazmente na diminuição dos níveis de acidentes na empresa, verificada nas constantes solicitações feitas às companhias teatrais para apresentar/criar/desenvolver novas intervenções nesse gênero.

O teatro-empresa aparece como elo comunicacional dessa intimidade entre as pessoas, revelando as diferenças e as semelhanças das relações humanas, trazendo para o coletivo as heranças culturais e os valores presentes no ato da encenação, da experimentação.

Constatou-se ainda que, pela versatilidade que lhe é inerente em criar histórias verossímeis mediante palavras, cores, imagens, sons e cultura literária, o teatro assume o compromisso inalienável de promover o entretenimento, recorrendo fartamente a esses elementos para encantar o público por meio do imaginário e da fantasia dentro do ambiente de trabalho de forma atraente e descontraída.

Outro fator importante percebido pelas análises das categorias é a influência da cultura no ambiente da organização – permeado por crenças e valores – cultura para a qual os profissionais que demandam o trabalho do teatro-empresa precisam saber orientar os dramaturgos, dada a fundamental importância de entendê-la, respeitá-la e tratá-la como premissa maior.

Essa integração empresa e companhias teatrais envolve um mecanismo social complexo caracterizado pela relatividade de valores e costumes presentes nas relações humanas possível de compreender pela interpretação do comportamento dos sujeitos e suas motivações a partir da identificação do ser humano em sua comunidade e de seu sentimento profundo de a ela pertencer, levando o funcionário a assumir-se como agente de transformação da sociedade, convidando-o a modificar a realidade da qual é coparticipante.

Outro fator de notável importância se deu pelos testemunhos colhidos, que manifestam a percepção dos entrevistados quanto à introdução do teatro-empresa no ambiente organizacional, assumindo o ato de comunicação papel inovador pela sua própria característica de experimentação, dilatando as visões e entendimentos do jogo lúdico, que, a um tempo, questiona e incomoda o espectador, indo além do entretenimento.

É interessante verificar que essa mesma dimensão transformadora manifestada no ambiente organizacional é estendida à família e que a comunicação também procura entender as relações que influenciam o comportamento dos indivíduos em outros ambientes.

Os relatos e as análises confirmam que o teatro-empresa influencia efetivamente o comportamento dos funcionários, o que o valida como possibilidade inovadora no processo de comunicação e da cultura organizacional; oferece a possibilidade do diálogo próximo e da conversa, potencializando essa relação com o outro. Ele é transformador e inovador no seu contato, porque favorece a experiência afetiva, sensitiva, traz movimento à mensagem.

6 CONCLUSÃO

A comunicação por meio do teatro-empresa aproxima os homens e oferece momentos de interação abrangentes, ensejando aos espectadores o ato reflexivo diante da realidade encenada.

Ficou patente que as empresas focadas no desenvolvimento humano, por perceberem resultados positivos em utilizar atividades teatrais, buscam cada vez mais promover qualidade de vida, segurança e treinamentos técnicos, primando por desenvolver as relações humanas a partir de suas manifestações, motivações pessoais, sentimentos e pensamentos promovidos nesse espaço.

Embora não possa considerar-se uma novidade como arte e cultura, o teatro torna-se poderoso e inovador quando, em sua forma singular de expressão da realidade, associado aos elementos característicos da encenação, incomoda, questiona, sugestiona e transforma o ser humano pela experimentação de um momento ímpar;

De fato, as empresas procuram cada vez mais o teatro-empresa para amenizar ou resolver as mais variadas situações que envolvem a mudança de comportamento no cotidiano, mormente do funcionário, a sua família.

Afirma-se, desse modo, o teatro-empresa como meio inovador de comunicação, estimulando seus responsáveis a valer-se sempre mais da arte cênica como substituto das palestras e informativos convencionais; ele aciona o indivíduo, permitindo que o “espectador tocado” pelas narrativas passe para o “ator”, agente transformador da realidade, dado que o sentimento de pertença presente no coletivo, na comunidade laboral, o estimula à ação movente e o leva a encarar a realidade, provocando reflexões sobre as identidades, valores e sentimentos de pertencimento no ambiente organizacional.

O teatro-empresa aparece como verdadeira inovação na comunicação organizacional e alternativa significativamente viável para intervir na teia relacional

da comunicação e promover o desenvolvimento do sujeito tanto na esfera individual quanto na coletiva, envolvendo os aspectos de sua objetividade e de sua subjetividade, do improviso e até do silêncio, por meio da arte do imaginário, visto que, terminada a encenação, o espectador é convidado ao questionamento e à reflexão.

Ao apropriar-se da interação lúdica, a comunicação facilita a retenção de conceitos, o envolvimento, e estimula a participação tão logo o espectador se abra ao imaginário, levando essa experiência para além do racional.

Conclui-se, portanto, que o desenvolvimento das relações sociais no ambiente laboral, associado aos interesses corporativos e estratégicos das empresas. Impõe que o ser humano seja tratado com primazia mediante as complexas inter-relações constatadas inerentes à comunidade laboral, em que convivem diferentes culturas, valores e crenças.

Ao criar na coletividade uma atmosfera receptiva, em que todos se sentem iguais e constroem juntos uma nova dimensão de mundo, o teatro alcança proporcionar, pelo fascínio de todos os recursos de que se vale, a comunicação mais intensa, eficiente e duradoura a que se pode aspirar.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ALENCASTRO GUIMARÃES, C. V. de. **Teatro-empresa: recurso de Relações Públicas na sensibilização do público interno das organizações**, Caxias do Sul, Rio Grande do Sul: UCS, 2002.

BARDIN, L. **Análise de conteúdo**. Lisboa: Edições, 1977.

BOAL, A. **A estética do oprimido**. Rio de Janeiro: Garamond, 2009.

BRECHT, B. **Estudos sobre teatro**. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1978.

CHANLAT, J-F. **O indivíduo na organização: dimensões esquecidas**. 3ª ed. São Paulo: Atlas, 2007.

CHIAVENATO, I. **Gestão de Pessoas e o novo papel de recursos humanos nas organizações**. 2ª ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2004.

COELHO, T. **Moderno pós-moderno**. Porto Alegre: L&PM. 2ª ed. São Paulo: Iluminuras, 1996.

COLPO, C. D. **O Discurso Simbólico e Cultural de Organizações Espetaculares através da Semiótica Social**. Intercom, XI Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul, Novo Hamburgo, 2010.

DESGRANGES, F. **A Pedagogia do espectador**. São Paulo: Hucitec, 2003.

_____. **Pedagogia do teatro: provocação e dialogismo**. 2 ed. São Paulo: Hucitec, 2010.

FÍGARO, R. **Relações de comunicação no mundo do trabalho e a comunicação das organizações**. KUNSCH, Margarida Maria, K. (org). In: A comunicação como fator de humanização das organizações. (p. 93-110). São Caetano do Sul, SP: Difusão, 2010.

KINICKI, A., KREITNER, R. **Comportamento organizacional**. 2ª ed. São Paulo: Mc Graw-Hill, 2008.

MCGREGOR, D. **Os aspectos humanos da empresa**. Lisboa: Livraria Clássica Editora, 1965.

NEVES, M. de L. C. **Afetividade e expressão artística na escola: como os arte-educadores encaram o papel da arte**. Rio Grande do Sul. Porto Alegre: PUC, 2009.

REBOUÇAS, E. **A dramaturgia e a encenação no espaço não convencional**. São Paulo: Ed. UNESP, 2009.

ROBBINS, S. P. **Comportamento organizacional**. 11ª ed. São Paulo: Prentice-Hall, 2005.

SCHREYÖGG, G. **Teatro e mudança organizacional**. Revista de Administração de Empresas. vol.42, n.4, p. 1-7. ISSN 0034-75, 2002.

SROUR, R. H. **Poder, cultura e ética nas organizações**. 3 ed., Rio de Janeiro: Elsevier, 2012.

WILLIAMS, R. **Cultura**. 2. ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 2000.

SOBRE AS ORGANIZADORAS

Mauriceia Silva de Paula Vieira - Doutora em Estudos Linguísticos pela Universidade Federal de Minas Gerais. Professora Associada da Universidade Federal de Lavras (UFLA), atuando na graduação e na pós graduação. Possui experiência docente na educação básica, na formação continuada de professores alfabetizadores e de professores de língua portuguesa. Suas pesquisas se inserem nas seguintes áreas: ensino de língua portuguesa; leitura e práticas de letramentos; letramento digital e uso de tecnologias; análise linguística/semiótica em perspectiva funcionalista.

Patricia Vasconcelos Almeida - Pós doutora em Linguagem e Tecnologia pela Universidade Federal de Minas Gerais. Professora associada da Universidade Federal de Lavras (UFLA), atuando na graduação em Letras e na pós graduação nos programas de Educação (mestrado profissional) e de Letras (mestrado acadêmico). Líder do Grupo de Pesquisa CNPq - Tecnologias e Práticas Digitais no ensino-aprendizagem de línguas. Tem experiência na área de Letras, com ênfase em Língua Inglesa, atuando principalmente nos seguintes temas: Formação de professores, ensino-aprendizagem de línguas estrangeiras mediado pelas tecnologias digitais, tecnologia educacional, ambientes virtuais de aprendizagem.

ÍNDICE REMISSIVO

A

Amazônia 28, 29, 35, 39

Análise de discurso 155, 157, 159, 163, 170, 171, 284

Arte 1, 2, 3, 4, 5, 8, 9, 10, 12, 13, 14, 15, 16, 17, 18, 20, 22, 24, 26, 27, 29, 30, 31, 33, 34, 36, 40, 51, 52, 53, 54, 56, 57, 58, 59, 60, 62, 64, 65, 69, 70, 71, 112, 113, 129, 139, 142, 146, 150, 152, 154, 162, 209, 247, 248, 252, 259

C

Canções de rap 244, 245, 246, 249, 250, 251, 252, 253, 254, 256, 257, 258

Canto 85, 123, 124, 125, 126, 127, 128, 129, 264

Cartografia 123, 124, 127

Celibato 109, 110, 111, 114, 118, 119, 120, 121

Código de Direito Canônico 109

Contexto 1, 2, 15, 16, 20, 27, 30, 32, 36, 59, 63, 65, 68, 74, 105, 107, 110, 111, 115, 118, 119, 121, 143, 157, 164, 172, 173, 174, 176, 178, 183, 198, 200, 201, 202, 203, 206, 214, 223, 229, 230, 231, 232, 233, 234, 235, 238, 239, 251, 252, 256, 260, 261, 273, 275

Contexto atual 231, 232

Contexto educacional 260

Crime do Padre Amaro 109, 110, 114, 116, 118, 120, 122

Crítica latinoamericana 207, 208, 209, 210, 211

Cultura organizacional 59, 60, 61, 62, 69

D

Dança 28, 29, 30, 31, 32, 33, 34, 35, 36, 37, 39, 40, 41, 165, 248

Desenho 1, 2, 19, 20, 21, 22, 23, 24, 25, 26, 27, 36, 37, 38, 275, 278

Dibujo 8, 15, 42, 43, 44, 45, 46, 50, 54, 139, 150, 151

Discurso 8, 34, 35, 37, 38, 40, 62, 70, 95, 110, 127, 134, 139, 142, 144, 148, 153, 155, 156, 157, 159, 160, 161, 162, 163, 164, 165, 166, 167, 168, 169, 170, 171, 208, 210, 212, 216, 243, 246, 249, 250, 251, 253, 255, 256, 258, 259, 281, 284

Dublagem 97, 98, 99, 100, 101, 102, 103, 104, 105, 106, 107, 108

E

Ensino de língua portuguesa 234, 238, 244

Enunciação 155, 157, 160, 161, 164, 166, 195, 199, 206, 246, 250, 252, 254, 256, 259

F

Formação de professores 217, 219, 221, 228, 229, 230, 231, 236

Formação docente 231, 232, 233, 234, 235, 238, 241, 242

Funcionamento verbal 195, 197

G

Gestão estratégica 273, 275, 276, 278, 285, 286

Gramática 136, 139, 142, 143, 144, 153, 195, 203, 219, 237, 238

H

Historicidade 28, 30, 34, 38, 39, 157, 159, 160, 161, 166, 170

I

Inconsciente 19, 22, 24, 27, 156, 159, 162, 168, 263

Inovação 59, 60, 69, 241, 287

Instituição 2, 29, 30, 109, 118, 120, 166, 241, 276

Interdisciplinaridad 42

Internet 72, 73, 77, 80, 82, 84, 87, 88, 91, 94, 140, 141, 148, 154, 174, 179, 182, 189, 190, 193, 194, 244, 245, 247, 249, 258

Investigação 19, 29, 30, 60, 109, 111, 231, 236, 273, 275, 276, 277, 278, 279, 280, 283, 284, 285, 286, 287

J

Juan L. Ortiz 123, 124, 130

L

Latinoamericanismo internacional 207, 211

Legendagem 97, 98, 99, 100, 101, 103, 105, 107, 108

Luis Casablanca 42, 43, 44, 45, 46, 47, 48, 49, 50, 51

M

Mãos 21, 27, 34, 115, 155, 156, 157, 158, 159, 160, 161, 162, 163, 165, 166, 167, 168, 169, 170, 234, 268, 269, 270, 274

Meme 139, 140, 141, 142, 143, 144, 145, 146, 147, 148, 149, 150, 151, 152, 153, 154

Mente-corpo 19, 21, 27

Mestrado 108, 206, 229, 230, 260, 261, 262, 273, 274, 275, 276, 277, 278, 279, 280, 285, 286

Metáfora 19, 25, 26, 27, 47, 155, 158, 159, 162, 164, 165, 166, 167, 168, 170, 171, 198, 209, 257

Mimesis 139, 145, 146, 147

Montaje expositivo 52, 54, 57, 58

Multiletramentos 244, 245, 246, 247, 248, 251, 254, 256, 258, 259

Música clásica 72, 73, 74, 75, 76, 77, 78, 79, 80, 81, 83, 88, 89, 90, 91, 92, 93, 94, 95

N

Negación 52, 57

O

Objeto de consumo 1, 2, 3, 4, 10, 16

P

Percepções 65, 217, 218, 224, 228

Periodismo especializado 72, 73, 74, 76, 93, 95, 96

Perspectivas críticas 231

Peter Brook 260, 261, 262, 267, 271

PLE 217, 218, 219, 220, 221, 222, 223, 224, 225, 226, 227, 228, 229, 230

Poesía 26, 38, 49, 123, 124, 125, 127, 128, 130, 133, 152, 248, 249

Póéticas 28, 30, 131, 215, 216

Políticas de la lengua crítica 207

Práctica teatral 260, 261, 271

R

Redes sociales 82, 84, 88, 89, 90, 91, 139, 140, 172, 173, 174, 176, 177, 178, 179, 183, 184, 185, 187, 188, 189, 190, 191, 192, 193, 194

Relaciones interpersonales 172, 173, 176, 177, 178, 183, 185, 187, 194

Relações Públicas 65, 70, 273, 275, 276, 278, 280, 281, 282, 285, 286, 287

S

Sátira 139, 142, 149, 153

Simulacro 52, 53, 56, 57, 58

T

Teatro-empresa 59, 60, 61, 63, 64, 65, 66, 67, 68, 69, 70

Tesis lingüística 131, 133, 135, 136

Tradução 97, 98, 99, 100, 101, 102, 103, 106, 107, 108, 121, 122, 160, 219, 259, 272

Traducción interlingüística 131



**EDITORA
ARTEMIS**