

PROGRAMAS DE TEATRO

THEATER PROGRAMS

Walter Lima Torres Neto



Walter Lima Torres Neto
Professor Adjunto da Universidade Federal do Paraná (UFPR)
Editor colaborador da Revista Folhetim. Traduziu e publicou
Conversas sobre a Encenação (Editora 7 Letras, 2001). Um
dos organizadores do livro Cena, Corpo e Dramaturgia:
entre tradição e contemporaneidade
(Pão e Rosas/CAPES, 2012).

Walter Lima Torres Neto
Associate Professor at Federal University of Paraná (UFPR)
Contributing editor Folhetim Magazine. He translated and
published Conversas sobre a Encenação (Editora 7 Letras, 2001).
One of the book's editors Cena, Corpo e Dramaturgia: entre
tradição e contemporaneidade (Pão e Rosas/CAPES, 2012).

RESUMO

Dentre os documentos-fontes, que ao longo do tempo adquiriram o estatuto de patrimônio histórico, e que até então, pouco ou modestamente, foram explorados encontram-se por exemplo: a correspondência teatral; os livros de memórias; os cartazes dos espetáculos; os cadernos de direção; os projetos de cenografia; os mapas de iluminação; os croquis de figurinos; os projetos de produção; o próprio material de divulgação; *dossiers* de imprensa; toda sorte de impressos como cartazes e cartões postais; maquetes de cenários; entre outros objetos. Percebe-se a subalternidade desses objetos se comparados com os inúmeros estudos dedicados aos sentidos da dramaturgia, aos procedimentos de atuação, às concepções da encenação, e à própria história do espetáculo entre outras disciplinas como a crítica e a estética teatral. Neste artigo, apresento, resumidamente, as funções do programa de teatro no interior da cultura teatral ocidental. Essas funções ou ênfases discursivas por mim verificadas são: *didascálica; estética; histórica e genética*.

Palavras-chave: Programa; Programa de Teatro; Programa de mão; Recepção Teatral; Cultura Teatral;

ABSTRACT

Among primary sources, related to the history of theater, which have received little or modest attention are correspondences; memories of books; posters; notebooks direction; set of design projects; lighting maps; sketches of costumes; production projects; promotional material; press kits; all kinds of printed as postcards; scenarios; among other objects. It is perceived the subordinated place of these objects compared to numerous studies devoted to the senses of dramaturgy, the performance of procedures, the concepts of staging, and to the history of the scene among other disciplines such as critical and theatrical aesthetics. In this article, I present briefly the functions of the theater program (playbill) within the Western theatrical culture. These functions or discursive emphases are: *didascalical; aesthetic; historical and genetic*.

Keywords: Playbill; Theater Programs; Program Souvenir; Theatrical Reception; Theatrical Culture

PROGRAMAS DE TEATRO

Walter Lima Torres Neto

Procurarei demonstrar, do ponto de vista da dinâmica da vida teatral, uma hipótese sobre a origem do programa de teatro no teatro ocidental. Desde sua origem, o programa de teatro seguiu algumas orientações em seu projeto editorial, o que geraria, além de uma tipologia de discursos ou de ênfases atribuídas a esses mesmos projetos editoriais, funcionalidades dentro da vida teatral. Nesse caso, destacam-se programas para cerimônias teatrais específicas: espetáculos de gala; apresentações em benefício; temporadas anuais; espetáculos em turnê; além da permanente oposição entre o teatro dito teatro comercial e o teatro público. No âmbito brasileiro, essa oposição seria marcada pelo conjunto de programas do dito teatro comercial ou “teatrão”, em oposição ao dito teatro de linguagem ou de pesquisa.

Como se sabe, são inúmeros os objetos periféricos à encenação e ao processo criativo dentro do trabalho teatral que despertam, na atualidade, a atenção dos estudos teatrais. Apresento aqui, brevemente, alguns resultados de minhas pesquisas, oriundas em estágio pós-doutoral, sobre o programa de teatro e suas funções na cultura teatral ocidental, de maneira geral, e na americana, francesa e brasileira, de forma mais detida.

O ponto de partida são as funções ou ênfases discursivas verificadas, após a consulta de uma grande quantidade dessas publicações. Em primeiro lugar, vamos partir de definições de programa emprestadas a dois exemplos da literatura, que nos ajudam a perceber a extensão do enraizamento desse tipo de publicação. De passagem, saliento que do ponto de vista dos estudos da iconografia do teatro, há muitos quadros que incorporam o programa em suas composições.

Em segundo lugar, procuro demonstrar uma hipótese sobre a consolidação, no século XIX, de um projeto editorial do programa de teatro desde o interior da cultura teatral ocidental. Dois fatores, um de ordem econômica e outro de caráter informativo/publicitário, são fundamentais.

Em terceiro lugar, problematizo a questão da autoria do programa. Percebe-se que desde sua origem, o programa de teatro seguiu algumas orientações em seu projeto editorial, e nem sempre é possível afirmar com exatidão quem é o seu real autor. Porém, essas orientações editoriais, que em termos discursivos constituem o programa

de teatro em si, é o que nos leva ao quarto ponto: a identificação de uma tipologia de discursos ou de ênfases discursivas verificadas nesses mesmos projetos editoriais. Essas funcionalidades discursivas enfatizam aspectos da prática social coletiva que é o teatro. Verificam-se desde aí sintomas tanto da vida prática do próprio teatro quanto do imaginário compartilhado entre palco e plateia.

DEFINIÇÃO E FINALIDADE

Na literatura europeia há muitas alusões ao programa de teatro em autores como Émile Zola, Guy de Maupassant, Anton Tchekhov e, igualmente, no Brasil. Em artigo sobre o assunto publicado na revista *Cena* de Porto Alegre, eu me vali de uma alusão muito oportuna sobre o programa de teatro feita por Machado de Assis. No conto intitulado *Programa*, ele faz uma analogia entre o programa de teatro e o programa de uma vida. A ação de sua narrativa neste conto se passa em 1850.

No tocante ao objeto, propriamente dito, Machado de Assis chama atenção para o fato de que o programa é: “o rol das coisas que se hão de fazer em certa ocasião; por exemplo, nos espetáculos, é a lista do drama, do entremez, do bailado, um passo a dous, ou cousa assim... É isso que se chama programa” (Assis, 1994). No caso de seu conto, a analogia que Machado explora é em função do programa metáfora de uma trajetória de vida, que se distribui em etapas e metas ao longo de uma existência, e o programa é importante para que se possa obter algum sucesso nessa caminhada.

Lanço mão agora, de uma citação um pouco anterior, mais prosaica talvez, e apesar de sabê-la menos original, não é menos ilustrativa do que a de Machado de Assis.

Tomou chá, sentou-se à mesa, pediu uma vela, sacou o anúncio da algibeira, aproximou-se da luz e pôs-se a lê-lo, semicerrando o olho direito. O tal anúncio nada dizia de interessante: falava de um drama do senhor Kotzebu, no qual o senhor Papliovine desempenhava o papel de Roll e a senhorita Zíablov o de Cora. Os demais atores eram ainda mais desconhecidos. No entanto, leu todos os nomes, chegou ao preço das poltronas, e até se inteirou de que o anúncio provinha da imprensa oficial; então virou-o e examinou-lhe o reverso, porém nada descobrindo nele, esfregou os olhos, dobrou o papel e guardou-o no cofrezinho onde costumava enfurnar tudo o que lhe vinha às mãos (Gogol, 1982, p. 20).

Esse é um fragmento de *As almas mortas*, de Gogol, publicado pela primeira vez em 1842. O que nos interessa, rapidamente, é lembrar que a ação do romance, as aventuras do picaresco Pável Ivánovich Chichikov, um tipo semelhante ao conhecido vivaldino de o inspetor geral, transcorre pelos anos 1820. A literatura nos permite observar, que nas distantes províncias do império russo, o uso que já se fazia desse tipo de publicação era o mesmo que também conhecíamos por aqui, isto é, divulgar a informação sobre um evento teatral e anunciar alguma mercadoria ou serviço.

Ainda perscrutando o que se entende por programa, temos agora uma opinião cujo ponto de vista é estritamente do comércio teatral. A opinião de ninguém menos do que o célebre empresário Antonio de Sousa Bastos, que no seu *Dicionário do Teatro Português* de 1908, redige dois verbetes a propósito deste tipo de publicação. O primeiro "Programa", no singular, traz a seguinte definição:

O delineamento de qualquer espetáculo, designando as partes de que se compõe, os artistas que nele tomam parte e a ordem por que é executado, chama programa do espetáculo (Bastos, 2006).

Essa definição se refere ao que se denominou, sobretudo durante o século XIX, como sendo um programa de mão, entregue ou comprado à entrada do teatro, um pequeno folheto, prospecto especificando a ordem do espetáculo e informado sobre seus agentes criativos. Nada de muito novo se pensarmos na ficha técnica do espetáculo com a qual todos nós estamos familiarizados hoje.

Já no verbete seguinte "programas", no plural, a preocupação de Sousa Bastos já é outra:

A forma de anunciar os espetáculos por meio de programas é talvez a menos útil, porque geralmente são mal distribuídos. Na rua são entregues a torto e a direito, sendo os garotos os mais contemplados. A muitos não chegam, e noutros ou embrulham nele os gêneros ou os rasgam. Não é fácil fazer um bom programa, que prenda a atenção do transeunte e o obrigue a ir ver o espetáculo anunciado; mas quando é bem feito, a peça tem tudo a ganhar com ele. Procurar uma forma nova de fazer programas tem toda a vantagem, porque atrai as atenções (Bastos, 2006).

O empresário, que tantas vezes visitou o Brasil, dá sua opinião sobre os problemas da distribuição dos programas enquanto um pequeno volante onde segue anunciado o espetáculo, como uma filipeta, que também nos é familiar.

Ficam enfatizados aqui os modos, no início do século XX, para se alcançar o transeunte que poderia vir a ser um espectador. Essa segunda modalidade descrita por Sousa Bastos ilustra o prospecto descrito pelo narrador de *Almas Mortas*.

Sem precipitar nossas conclusões, podemos nos perguntar sobre o que diria o empresário português da circulação de *flyers* e da convocação para eventos teatrais por meio do facebook e das redes sociais, que em si tornaram-se o meio de comunicação, por excelência, para uma divulgação dirigida.

Ainda um terceiro exemplo, referente à inauguração do Teatro Municipal de São Paulo em 1911, com a presença do barítono italiano Titta Ruffo, mandado chamar às pressas em Buenos Aires para a célebre data. O programa, para apresentação desse rival de Caruso, teve na ocasião o formato de um leque ou de uma ventarola, onde os espaços foram disputados pelos anunciantes que percebiam ali o potencial publicitário para anunciarem suas mercadorias. No programa-leque havia o anúncio de barbearias famosas como a casa Hudson, que igualmente mantinha um "salão para senhoras", alfaiatarias, luvarias, farmácias, mercearias, casas de comércio em geral. As mercadorias anunciadas iam desde a perfumaria para senhoras até as cervejas e conhaques e cigarros para os senhores; rebuçados, toucas, chapéus preparados para conservar e recuperar a pele ou os cabelos, remédios para eczemas, caspas, suores, etc.

A exemplo deste programa inaugural, os programas, do ponto de vista da prática teatral, foram identificados em centros de documentação e bibliotecas segundo algumas situações específicas como esta, de uma inauguração. Assim, destacam-se programas para cerimônias teatrais específicas com seus: programas de gala; programas de inauguração; programas em benefício; programas para temporadas anuais; programas para espetáculos em turnê (redigidos em mais de um idioma); entre outras especificações como *memorabilias* ou *scrapbooks*.

Essas denominações do evento teatral classificam as cerimônias sociais ao mesmo tempo que revelam o discurso que compõe as publicações. Nota-se aí uma certa especificidade ou oposição entre os argumentos de um teatro dito comercial e outro dito público. No âmbito brasileiro, o projeto editorial dos programas é marcado por distinções relativas ao caráter comercial do empreendimento teatral. O projeto editorial do conjunto de publicações do dito teatro comercial se diferencia das iniciativas de caráter público, contraste acirrado pelo dito teatro de linguagem ou de pesquisa.

CARTAZ, ALMANAQUE E JORNAL

Minha hipótese, oralmente exposta e compartilhada em conversas com o professor Marvin Carlson, é a de que a publicação programa foi ao longo do tempo ganhando contornos distintos de acordo com o desenvolvimento dos processos tipográficos, processos de aperfeiçoamento da composição e expressão gráficas associados às possibilidades de reprodução em larga escala, pelas principais capitais ocidentais. Com o passar do tempo, esse processo foi se incrementado, subordinado à exigência de qualidade em termos de *design*, ao uso de ilustrações e à adequação de papel para o miolo e para as capas dos diferentes tipos de publicação.

Esse movimento é concomitante à difusão da atividade teatral enquanto mercadoria cultural, sempre associada ao entretenimento e muitas vezes associada ao luxo. Associe-se ainda a esse fato o estabelecimento de uma indústria crescente da publicidade e da propaganda que nos seus primórdios é expressa pelo *réclame* (por meio de anúncios, cartazes, prospectos) de uma mercadoria ou serviço. Como nenhum estudante de teatro ignora, a virada do século XIX para o XX é o momento da modernidade teatral. Jean-Jacques Roubine e outros historiadores nos lembram da consolidação do trabalho criativo do moderno diretor teatral, associado aos avanços tecnológicos relativos à maquinaria cênica, sobretudo no que concerne à iluminotécnica e à sonoplastia.

Associa-se a esse processo de modernização um fator pouco explorado pela historiografia do espetáculo, que é o implemento da publicidade de mercadorias e serviços de diversão associados à prática teatral. Na onda dessas transformações, o programa vai ganhando, nas principais praças teatrais europeias e americanas, os contornos do programa de teatro como o conhecemos. Minha hipótese é que o programa de teatro, gestado desde o final da segunda metade do século XVIII, e aperfeiçoado ao longo do séc. XIX, até chegar à aparência com que o moderno teatro ocidental o consagrou, no século XX, seria o resultado de uma lenta síntese de três outros tipos de publicações teatrais: os **cartazes** de rua, os **almanaques teatrais**, bem como um terceiro tipo de publicação, característico do séc. XIX e muito popular, os **jornais programas**. Essas publicações, com finalidades diferentes, concorreriam para a difusão da informação sobre o que denomino de cultura e prática teatral, compondo o que poderíamos chamar

de uma imprensa teatral especializada.

Esses três meios, essas três publicações contêm, cada uma à sua maneira, elementos que serão reciclados e transpostos aos programas vindouros. Os projetos editoriais tanto do *street-posters* ou *affiches* quanto dos almanaques e jornais programas possuem conteúdos e disposições formais no tratamento do evento teatral, que migraram e se adaptaram ao projeto gráfico e editorial do moderno programa de teatro.

Dessa maneira, o programa de teatro, enquanto publicação independente, acaba sendo estruturado graças a uma lógica advinda dos formatos e dos padrões anteriores dessas outras publicações dedicadas à promoção e divulgação da informação sobre a cultura teatral. O que o moderno programa fez foi sintetizar. Ele, em seu projeto editorial, fez uma espécie de atualização dos conteúdos dos demais formatos.

O cartaz informa os principais dados sobre o evento teatral, procura instigar a atenção do transeunte. Sua informação se adapta, por exemplo, à capa do programa, parte de seu conteúdo é distribuído pelas páginas do programa, sobretudo seu discurso didascálico. Pode ser um cartaz exclusivo para uma única peça ou apresentação ou para o conjunto de uma programação.

O almanaque ordena, quantifica e enumera, repertoria ano a ano, em forma de lista a informação de cunho histórico e prático relativo à vida teatral. Detalhando informações tanto factuais quanto históricas acerca dos teatros, peças, gêneros, artistas, técnicos, montagens, especificações sobre os edifícios teatrais, a cenografia etc, o almanaque é a publicação que lega ao programa o maior volume de informações históricas ou pitorescas.

O jornal programa, publicação igualmente informativa baseada na atualidade teatral, se detém sobre o movimento dos teatros e das companhias. Ele comenta a vida elegante dos astros, a moda e outros dados, à maneira do velho Arthur Azevedo na sua coluna de *O Teatro* em *A Notícia*, por exemplo. O jornal programa anuncia a programação em cartaz, exhibe comentários especializados, crônicas sobre textos, artistas, trazendo ainda o resumo das peças e críticas dos espetáculos, carta dos leitores entre outras rubricas.

O grande salto para modernização do programa está associado, a meu ver, a dois incrementos no projeto editorial dos programas. O primeiro, e que acontece mais cedo, ainda na primeira metade do século XIX, é no campo da publicidade e propaganda de

produtos e serviços (a exemplo da ventarola citada acima). O segundo, já no século XX, está relacionado ao incremento do conteúdo que se estabelece em torno de uma redação autocrítica, gerando uma autorreflexão dos agentes criativos sobre a matéria e a autoria do evento artístico.

A gênese desse incremento do ponto de vista empresarial, estaria associada ao comércio do seu espaço publicitário como fora idealizado pelo tino comercial de Eugène Rimmel. Deve-se a esse francês que imigrou para Inglaterra, criador de perfumes e empresário do ramo de cosméticos, uma verdadeira revolução em termos publicitários. Rimmel usava a propaganda para seus perfumes de maneira muito imaginativa e nesse sentido se associou a diversos teatros londrinos para imprimir e distribuir seus programas nas casas de espetáculos. Ele propôs, entre outras iniciativas, que os programas fossem perfumados com as essências a serem lançadas, segundo a moda da estação. O lançamento dos perfumes se dava tanto na encenação quanto por meio de anúncios nos programas de mão mediante inserções publicitárias curiosas. No programa do espetáculo do dia 4 de janeiro de 1864, realizado no Theatre Royal New Adelphi, em Londres, estabelecimento sob a direção do empresário Benjamin Webster, pode-se ler como informação complementar à descrição da peça *Lady Belle Belle!, or Fortunio and his seven magic men*, para sua cena 5: “Nesta cena o perfume *Winter Flowers* será aspergido pelo Vaporizador Rimmel”. Ou ainda no programa de 25 de outubro de 1873, no Dury Lane, pode-se ler no programa da peça *Antonio e Cleópatra* na cena 1, do ato I, que se passa segundo, o programa na “Barca de Cleópatra” no Egito, a inserção publicitária: “o perfume é produzido graças ao *Persian Ribbon* da Rimmel”. Como nesse período os programas eram impressos exclusivamente para o espetáculo do dia, a publicação se tornava excelente meio de divulgação dos produtos da firma de perfumes. Muitas ilustrações para as propagandas dos perfumes eram encomendas ao pintor Jules Chéret que se envolveria também na ilustração das capas dos programas e não só de anúncios no seu interior.

Esse recurso, que associa o texto publicitário ao texto didascálico, mesclando a propaganda e as informações sobre o local da ação ou o tempo da fábula, ou ainda a especificação do espaço onde transcorre a ação foi fortemente explorado pela máquina publicitária de Rimmel. A firma Rimmel também inseria anúncios ou *réclames* de seus produtos nos programas dos principais teatros de Londres como The Adelphi; Avenue Theatre; Canterbury Theatre of Varieties; Covent Garden.; Dury Lane; Queen’s Theatre;

Royal Alhambra Palace; Royal Aquarium; Royal Globe and Royalty.

O segundo incremento notado no início do século XX está na elaboração de uma redação autocrítica e reflexiva. O projeto editorial do programa passa a ser específico para cada espetáculo ou cada evento cênico em si, de forma a transformar o programa numa pequena publicação de referência sobre esse mesmo evento.

Os programas passam a trazer uma maior densidade em termos de conteúdo com a presença de escritos de críticos, jornalistas especializados e artistas. Da mesma forma, já se pode notar neste período que os cenógrafos, não raro providenciam a ilustração da capa, relacionando-a aos elementos visuais dispostos na cenografia, quando a capa não passa a ser obra de um pintor ou ilustrador, especialmente destacado para essa realização. A presença dos pintores-cenógrafos dá maior unidade visual ao projeto editorial do programa.

Desde a iniciativa de Eugène Rimmel, os empresários teatrais que editam os programas, já em formato revista, passam a vender espaço para outros anunciantes e se estabelece, portanto, uma sistematização do programa de teatro como mídia. Esse conjunto de anúncios e publicidade, inserido no projeto editorial do programa, é a primeira etapa da associação entre o lucro comercial da atividade teatral e a publicidade e propaganda que passam a acompanhar a publicação de programas até hoje.

Ao longo das análises de alguns programas é possível constatar a presença de um verdadeiro discurso publicitário veiculado por meio do programa de teatro. Outro dado fundamental é que, a exemplo da estratégia de Rimmel com seus perfumes, de uma maneira geral os anúncios presentes nos programas tanto europeus quanto americanos sugerem um público-alvo, majoritariamente, feminino.

AUTORIA E PROJETO EDITORIAL

Quanto à autoria do projeto editorial do programa, constata-se que num primeiro momento ele esteve a cargo do empresário ou do produtor do evento teatral, como nos sugere o exemplo de Rimmel. O programa é mais um negócio a ser administrado pela empresa teatral. Mais recentemente os próprios artistas envolvidos no espetáculo são convidados a escrever algumas linhas e a testemunhar sobre o seu processo criativo.

Como disse acima, uma das grandes modificações no projeto editorial do programas foi a presença dos pintores com a inserção da ilustração artística. Antes da presença

dos pintores/ilustradores, os programas eram exclusivamente tipográficos. A partir dos anos 1880 desenvolve-se o gosto por uma produção iconográfica que se desenvolverá com o paulatino emprego da fotografia como recurso para ilustração.

Nesse sentido, em 1888, André Antoine declarava que tinha tido a ideia de reformular o que poderíamos chamar hoje de programação visual de seus programas. Ele afirma nas suas memórias:

Eu pensei solicitar, cada vez que fosse necessário, a um pintor ou a um desenhista diferente que ilustrasse os nossos programas. Desta vez foi, Willette quem me enviou um maravilhoso desenho. Eu espero que este seja o primeiro de uma curiosa coleção (Antoine, 1921, p. 117).

A ideia de coleção à qual Antoine faz menção advém da possibilidade de se estabelecer uma série de ilustrações que incrementem um novo projeto visual associado a uma nova linguagem para a cena. Desta forma, os desenhos das capas dos programas seriam objeto de um conjunto de estampas, que também seriam comercializadas à parte, e que, reunidas, seria objeto desta coleção citada pelo diretor.

Foi dessa forma que Paul Signac desenhou para Antoine o programa da temporada do Theatre Libre em 1888-1889. Da mesma forma houve um estreitamento das contribuições criativas entre os diretores simbolistas como Lugné Poe e Paul Fort e os artistas *nabis*. Nesse caso, a colaboração não ficou limitada ao plano da renovação visual dos programas, mas se desenvolveu também no campo dos demais elementos visuais da cena como figurinos, cenários, concepções de espaço, textura, luz e cor nas encenações. Ainda no seu livro sobre o Theatre Libre, André Antoine comenta, em 24 de abril de 1894, a respeito da sua relação com os pintores parisienses na realização dos programas para os espetáculos da sua companhia. Ele afirma que:

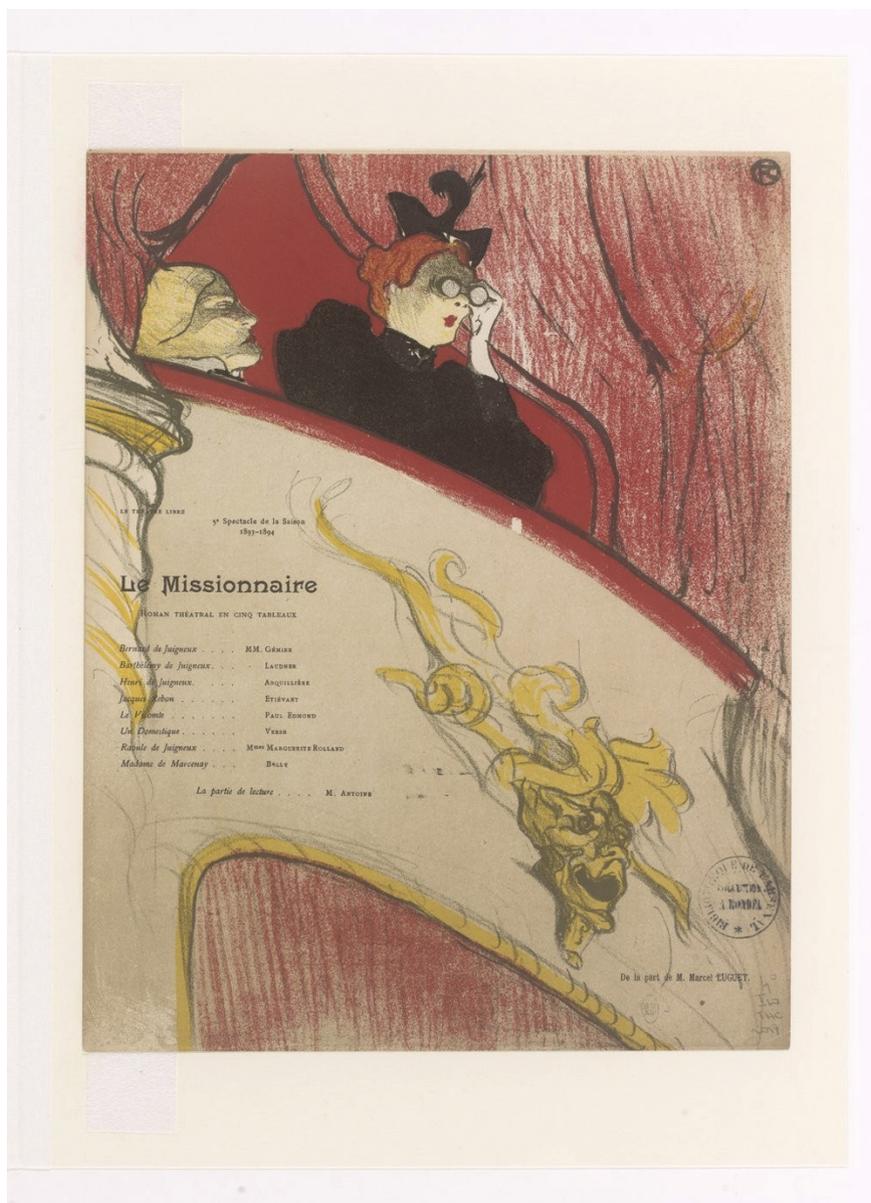
Para *Le Missionnaire*, Toulouse-Lautrec desenhou um admirável programa colorido que os colecionadores um dia disputarão à unha. De resto, a série que eu consegui estabelecer durante vários anos será única. Todos os artistas daquele tempo colaboraram: Forain, Willette, Raffaelli, Henri Rivière, Vuillard, Steinlein, Auriol, Signac, Luce, Charpentier, o escultor, e muitos outros. Eu tive até mesmo o prazer de fornecer a um recém-chegado, H.-G. Ibels, a oportunidade de se afirmar de maneira original,

com oito programas que eu lhe encomendei no ano passado. (Antoine, 1921, p. 303).

De fato, a ilustração para esse programa da peça *Le Missionnaire* tornou-se uma gravura bastante popularizada graças às suas cores e aos traços inconfundíveis de Toulouse-Lautrec.

Este programa-estampa informa que se trata do quinto espetáculo da temporada 1893-94. Ele exhibe o título do espetáculo: *Le Missionnaire*, romance teatral em cinco atos, seguido da distribuição dos personagens, informando que a parte da leitura era feita pelo próprio Antoine. Gostaria de observar que neste caso, a imagem do programa nos levou a compreender um procedimento narrativo da encenação de Antoine, quando continuamos a ler seu livro de memórias. Especificamente, ainda sobre a montagem de *Le Missionnaire*, Antoine relata um procedimento, em parte estimo que pouco usual, e que sugere uma certa epicização da encenação, quando informa que:

Le Missionnaire, o qual acabamos de encenar ganhou uma forma verdadeiramente inesperada. Trata-se de uma história em cinco quadros, entremeada de comentários de um leitor localizado na *avant-scène*, folheando um livro que ele vai virando as páginas. Depois de alguns fragmentos lidos em voz alta, ele continua enquanto que sobre o palco certos episódios se desenvolvem. Isto, que é novo, coloca o público em estado de graça. Eu mesmo fiz o difícil papel do leitor, e todas as noites, eu ficava a mercê das brincadeiras e das provocações do público. Num certo momento, no meio da confusão, ganhei até um soco na cara. Este fato foi extremamente simbólico. Este gesto brutal me fez decidir, naquele instante, a abandonar o Théâtre Libre. Os infelizes que lá estava não sabem de nada, e se eu revelasse a eles o subtexto das coisas, é provável que eles acabassem envergonhados (Antoine, 1921, p. 303).



Source gallica.bnf.fr / Bibliothèque nationale de France

<http://gallica.bnf.fr/ark:/12148/btv1b52503936q/f3.item>

Essa descrição de Antoine, na sua primeira parte quando menciona o leitor na *avant-scène*, se relaciona com a imagem concebida por Toulouse-Lautrec. O pintor idealiza uma ilustração que de sua parte retoma o tema da *loge*, onde esta é visualizada agora em *contra-plongé*. Na *loge* é possível ver um casal, cuja figura masculina seria a do pintor Charles Conder que acompanha uma espectadora portando binóculos e que olha para a plateia ou para o palco. A imagem também sugere uma relação com

a ideia da narrativa, descrita na segunda parte da citação, que se encadeia entre os acontecimentos lidos por Antoine e que transcorrem sobre o palco criando uma espécie de estranhamento em relação à quarta parede, atritando a narrativa entre o dramático e o épico.

AS ÊNFASES DISCURSIVAS

Para se estabelecer um estudo morfológico do programa de teatro, adotei um princípio organizacional que observei em Umberto Eco, no seu livro *A vertigem das listas*. No caso específico do programa de teatro, estaríamos diante de um catálogo, que está associado à apresentação de uma obra cênica, não importando aqui se se trata de uma representação convencional, isto é a encenação de uma peça, ou se diante de uma exibição de um teatro performativo, ou pós-dramático.

O foco é sempre o programático presente no programa. Não me interessa relacionar o descrito no programa com a cena, do ponto de vista comparativo entre seus discursos, isto é, estabelecer um atrito entre o discurso enunciativo do projeto de uma montagem e os diversos sistemas significantes presentes na encenação da obra anunciada pelo programa. Não é tampouco o objetivo chamar atenção para o que seria prometido, em termos programáticos na redação do programa e que pode não ser efetivamente materializado pela encenação. Em tese, o leitor do programa, presumido espectador do espetáculo, é confrontado a um opúsculo, organizado graças às listas que enumeram conteúdos finitos referentes ao universo do evento cênico.

Considero que na sua função de catálogo de uma encenação, o programa é constituído por listas, inicialmente, oriundas da informação pré-existente nos cartazes de rua, ou daquilo que Gilbert David salienta como “o conjunto de informações estritamente factuais, as quais permitem a identificação do objeto espetacular em questão e designa a responsabilidade e a identidade de todos que deste ato espetacular participam, bem como as coordenadas do produtor e as informações práticas” (David, 2003, p. 102).

Os programas constituídos por enumerações estabelecidas segundo listas contêm listas práticas, finitas e conjuntivas, segundo a terminologia empregada por Umberto Eco. Lista de dados gerais e dados específicos; lista dos números ou partes a serem apresentadas; lista de títulos; lista de autores; lista de personagens; lista de atores; lista de artistas colaboradores; lista de técnicos; lista de textos referentes ao universo

da obra; lista de imagens promocionais ou do processo criativo; lista de propagandas; lista de funcionários do teatro; lista de colaboradores artísticos; lista de agradecimentos; lista de patrocinadores; lista de textos críticos e analíticos que comentam a obra ou sua autoria; entre outras tantas modalidades de enumerações.

Essas listas são estruturadas segundo os conteúdos que advém do que Gilbert David propõe em seu estudo como *l'avant-texto* e *meta-texto*. Segundo esse pesquisador, com o *avant-texto* "entra-se no vasto âmbito da autopromoção e do jogo narcísico mais ou menos explícito, o qual não deixa de dar um certo colorido especial ao conjunto de elementos do *avant-texto*" (David, 2003, p. 104).

A designação estabelecida por Gilbert David para a análise de programas de espetáculos do teatro contemporâneo do Quebec, se resumiria assim a **conteúdos informativos e descritivos** (*co-texto*); **comemorativo e promocional** (*avant-texto*); **exegético** (*meta-texto*).

Esses conteúdos são percebidos no interior dos programas graças a uma organização hierarquizada por meio de listas. Essas listas, por sua vez, designariam as partes de que se compõe, globalmente, o projeto editorial da publicação-programa, que o espectador ganha ou compra, quando vai assistir a um espetáculo. Essas diversas listas funcionam, na minha opinião, como uma espécie de unidade padrão, unidade mínima organizacional do projeto editorial da publicação-programa. A constituição dos programas seria assim distinta e variável segundo a natureza e o conteúdo das listas que são dispostas dentro de um regime hierárquico, proposto pela instância autoral, responsável pela publicação. Dessa maneira, a lista funcionaria como uma unidade mínima organizacional reguladora e hierarquizante que acaba por constituir **pequenas seções** no interior de um mesmo programa.

É esse **conjunto de seções**, aliado ao *layout* da publicação, com destaque para o tratamento dado à capa do programa, que acaba diferenciando, em parte, os programas uns dos outros ao longo do tempo. Diferenciando-os, sobretudo, em relação às suas intenções editoriais não se trata unicamente de uma questão de formato físico.

O leitor há de perceber as características distintas mais marcantes entre um programa do final da metade do século XIX e outro oriundo da metade do século XX. Os primeiros eram muito mais voltados para função informativa sobre o evento do que os segundos. Essas seções, organizadas por listas, conseqüentemente, acabam como suporte para discursos diversos: discurso institucional; discurso criativo; discurso

publicitário; discurso comercial; discurso individual; discurso coletivo; etc. Essa massa discursiva da qual o programa é o meio e o suporte é que deve ser interrogada na tentativa de se diagnosticar e interpretar as intenções dos agentes criativos e dos agentes produtores do espetáculo em relação ao papel do espectador, potencial leitor do programa.

Esse discurso, engendrado pelos agentes criativos e pelos produtores do espetáculo, em suma, pela instância autoral do programa, independentemente do grau de sua elaboração, outorga a este mesmo programa, por mais simples que seja sua composição, a um só tempo, uma função **compensadora** e/ou **reparadora**. “Reparar” ou “compensar” significa a possibilidade de indução do leitor do programa a conhecer ou a se familiarizar com as três etapas atinentes ao trabalho teatral: concepção/criação; realização/execução; fruição/recepção. Dessa forma os agentes criativos e os produtores do espetáculo pressupõem catalisar a fruição no momento da apresentação e num segundo instante prolongar a experiência estética do espectador para além do ato da recepção em si.

Para alcançar esse efeito “compensador” ou “reparador”, a publicação-programa seria portadora de certas ênfases associadas a essas três etapas do trabalho criativo. Além do discurso comunicacional natural dos programas, essas ênfases a meu ver seriam: **didascálicas**; **históricas**; **estéticas** e **genéticas**. No programa didascálico, por exemplo, percebe-se a característica de um programa que além das informações de base, ele se preocupa em apresentar ao espectador uma extensão da dramaturgia no intuito de elucidar a apreciação da encenação. Isto acontece, hoje em dia com maior regularidade, com os programas de óperas ou de balés, ou com os programas de textos dramáticos cuja intriga é complexa, repleta de quiproquós recheada por inúmeros personagens. Esses programas oferecem ao espectador um resumo dos atos da peça ou do libreto da ópera; reproduzem parte do texto didascálico do início de cada ato da peça; apresentam as vezes sinopses ou trechos do diálogo extraídos da peça. Aportando essas e outras extensões da dramaturgia à leitura do espectador, essa tendência dos programas procura alcançar uma funcionalidade que poderíamos estimar como didascálica.

As duas outras ênfases são, por vezes, complementares: a histórica e a estética estão vivamente associadas à encenação ou ao projeto de montagem. Parte do conteúdo de um programa pode ser considerado como histórico quando sua redação, além de

seus aspectos visuais (iconografia) seus textos citados, desejam sinalizar uma espécie de trajetória histórica da peça encenada ou de sua substância fabular, considerada como algo essencial, mormente de fundo humanista.

Ao espectador-leitor é oferecida uma espécie de retrospectiva de referências acerca de outras montagens daquele mesmo texto, acompanhado de comentários críticos ou anedóticos sobre essa mesma trajetória. Essa substância histórica acabaria por instrumentalizar a percepção do espectador em relação ao espetáculo, convencendo-o do valor “permanente” que reside na obra, fato que legitimaria o espetáculo apresentado. O leitor pode constatar este tipo de comportamento verificando o conteúdo dos programas, sobretudo, de autores que vão sendo canonizados pela crítica especializada e vão se destacando como exemplares de uma tradição que é construída sobre esse tipo de discurso.

Já a condição de uma ênfase estética se verifica quando a finalidade de parte do conteúdo do programa está centrada numa discussão teórica, resumidamente apresentada ao espectador. Isto é, quando o programa enfatiza o desenvolvimento de idéias referentes à proposta de montagem do espetáculo. O programa faz sobressair temas e problemas atinentes ao universo poético da obra encenada ou ao conjunto de obras de um determinado autor.

Trata-se ainda da presença de uma espécie de comentário acerca dos critérios da passagem da escrita dramática para a escrita cênica. Enfatiza-se, nesse caso, o pensamento poético, as escolhas estéticas do autor da peça, apresenta-se o olhar interpretativo dos artistas da cena sobre esse material. O programa de teatro de caráter estético articula, por vezes, um discurso engajado do ponto de vista político, cujo teor está fortemente associado ao trabalho de transposição cênica. Por último, a ênfase de um discurso sobre a gênese da obra cênica. Este tipo de programa está focado em descrever ao espectador a gênese da obra cênica apresentada, e não a narrativa que se dá sobre o palco. Isso acontece, normalmente, com os espetáculos ditos de linguagem ou que não trabalham com uma dramaturgia convencional, ou que são ainda tributários da chamada dramaturgia colaborativa.

Esse tipo de programa explicita as origens, expõe as motivações e, sobretudo, descreve na íntegra ou parcialmente as etapas do processo criativo vivido pelo conjunto de agentes criativos da cena. Trata-se de uma espécie de discurso sobre a origem da obra cênica, considerando esta obra como um texto cênico. A crítica genética, que vem

sendo amplamente adotada nos estudos literários, é uma ferramenta importante na análise desses programas de teatro.

Constatai essa tipologia, que revela as ênfases na redação dos programas, ao folhear, manipular, descrever e analisar centenas de programas franceses, americanos e brasileiros, e passei a entender essas mesmas ênfases como quatro intenções que esses opúsculos manifestam.

Essa tipologia não está fechada nem me parece concluída. Ela reflete um estágio desse trabalho que foi meu modo de ler os programas e analisá-los. Essa tipologia não é conclusiva nem excludente, tão pouco quer sugerir que haja qualquer teleologia ou hierarquia de um tipo de programa sobre o outro, mas muito ao contrário, verifica-se uma complementaridade entre as ênfases observadas. Trata-se da narrativa que os agentes criativos e/ou os produtores do espetáculo estabeleceram para si e para os espectadores de seus espetáculos. É possível encontrar combinações entre essas intenções programáticas, pois as ênfases na redação de um programa se misturam. O que fiz foi observar e chamar atenção para cada uma dessas ênfases isolando-as, mas é certo que num programa contemporâneo essas ênfases tendem a se fundirem.

Trata-se, unicamente, de ênfases ou tendências verificadas até o momento junto a um conjunto bastante diversificado e heterogêneo de programas do teatro francês, norte americano e brasileiro, que datam sobretudo da segunda metade do século XIX ao século XXI.

CONCLUSÃO

Não foi minha intenção dedicar-me aos aspectos da produção editorial, em si, nem de me deter em aspectos tributários ao design gráfico do programa de teatro.

Minha intenção foi permanecer, estritamente, dentro do campo dos estudos teatrais, me detendo, particularmente, no conteúdo dessas pequenas publicações e sua pertinência em termos de porta-voz dos agentes criativos em relação à audiência. Ou seja, como os agentes criativos da cena pensam, ou melhor se expressam em relação às suas realizações cênicas. Trata-se de procurar entender o comportamento criativo desses artistas.

Percebo que a análise dos programas pode gerar boas discussões que contribuirão para os estudos da estética da recepção, agora pensando-se do lado de cá, do lado da

fruição do evento, isto é, que tipo de munição os agentes criativos e os produtores do espetáculo oferecem à audiência.

Como se pode perceber o programa é uma publicação mediadora. Não tendo sido feito, originalmente, para durar, essa publicação com um projeto editorial às vezes despretensioso, pode ser lido antes, durante ou até mesmo depois do evento teatral. O programa permanece como uma peça fundamental para também ser relido agora como fonte primária para se problematizar os modos de ser espectador.

REFERÊNCIAS

ANTOINE, André. **Mes souvenirs sur le Théâtre Libre**. Paris: A. Fayard, 1921.

ASSIS, Machado. Texto-fonte: **Obra Completa**, vol. II, Rio de Janeiro: Nova Aguilar, 1994. Disponível em: <http://www.literaturabrasileira.ufsc.br/documentos/?action=download&id=8313>. Consultado em: 06 de março de 2016.

BASTOS, António de Sousa. **Dicionário do Teatro Português** (1ª edição fac-similada conforme a edição de 1908). Lisboa. Arquimedes Livros, 2006.

BRANDÃO, Inácio Loyola. **Teatro Municipal de São Paulo: grandes momentos**. São Paulo: Dorea Books and Art/Banco Francês e Brasileiro, 1993.

CARLSON, Marvin. "The development of the American theatre program", in: **The American stage: social and economic issues from the colonial period to the presente**. (Org. ENGLE, Ron e MILLER, Tice L.). Cambridge. Cambridge University Press, 1993, pp. 101-114.

DAVID, Gilbert. "Éléments d'analyse du paratexte théâtral: le cas du programme de théâtre", in: **L'Annuaire théâtral: revue québécoise d'études théâtrales**, no. 34, 2003, pp. 96-111.

ECO, Umberto. **A vertigem das listas**, (trad. Eliana Aguiar). Rio de Janeiro: Record, 2010.

GOGOL, Nicolai. **Almas mortas**, (trad. Costa Neves). Rio de Janeiro: Francisco Alves, 1982.

MOSTAÇO, Edécio. **Soma e Sub-tração: territorialidades e recepção teatral**. São Paulo: EDUSP, 2015.

RIBEIRO, Felipe M. Bachmann e TORRES NETO, Walter Lima. "O programa de teatro: um novo pacto estético cultural?". **Comunicação apresentada no 1º. CIELLI. Colóquio Internacional de Estudos Lingüísticos e Literários da Universidade Estadual de Maringá** – UEM, junho de 2010.

TORRES NETO, Walter Lima e RIBEIRO, Felipe M. Bachmann. "- Olha o programa da peça!". In: **Urdimento**, nº 16. Florianópolis: PPGT/CEART/UDESC, junho 2011, pp. 139-151. Disponível em: <http://www.revistas.udesc.br/index.php/urdimento/article/view/5359/3564>. Acessado em 06 de março 2016.

TORRES NETO, Walter Lima. "Programa de teatro como documento: questões históricas e metodológicas", in: **ArtCultura**, Uberlândia, v. 15, n. 26, jan.-jun. 2013, pp. 205-219. Disponível em: http://www.artcultura.inhis.ufu.br/PDF26/6.6_Programa_de_teatro_como_documento_questoes_historicas_e_metodologicas.pdf. Acesso em 06 de março de 2016.

TORRES NETO, Walter Lima. "Programas de teatro: objeto da cultura e da prática teatral", in: **Cena**, Porto Alegre, n. 16, 2014. Disponível em: <http://seer.ufrgs.br/index.php/cena/article/view/53659/33298>. Acesso em 06 de março de 2016.

TORRES NETO, Walter Lima. "Programas de teatro: traços de uma experiência criativa". In: **VI Congresso de Pesquisa e Pós-Graduação em Artes Cênicas da ABRACE**. São Paulo, 2010. Disponível em: http://portalabrace.org/vicongresso/historia/Walter_Lima_Torres_Neto_Programas_de_Teatro.pdf. Acesso em 06 de março de 2016.