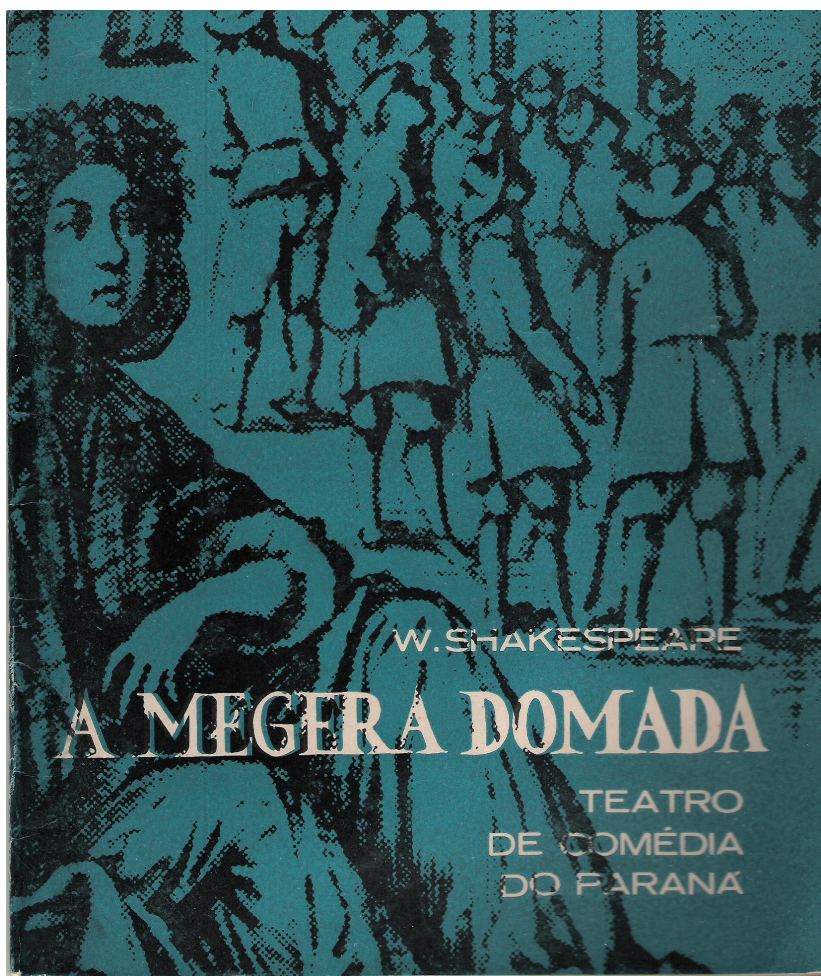


*Programa de teatro como documento:
questões históricas e metodológicas*



Capa do programa *A megera domada* de William Shakespeare. 1964.

Walter Lima Torres Neto

Doutor em Teatro pela Université de la Sorbonne Nouvelle/Paris III. Professor do Departamento de Letras Estrangeiras Modernas e do Programa de Pós-graduação em Letras da Universidade Federal do Paraná (UFPR). Coorganizador do livro *Cena, corpo e dramaturgia: entre tradição e contemporaneidade*. Rio de Janeiro: Pão e Rosas, 2012. gualter20@gmail.com

Programa de teatro como documento: questões históricas e metodológicas*

Theatre program as documents: historical and methodological approaches

Walter Lima Torres Neto

RESUMO

O programa de teatro é um documento que permite acessar diferentes elementos da cultura e da prática teatral, da sua concepção estética às componentes sociais e econômicas. Este artigo propõe uma discussão sobre a forma como distintos momentos históricos e tendências criativas influem na elaboração de um programa de teatro. Trata-se de apresentar algumas linhas de abordagem e procedimentos metodológicos para o estudo desse tipo de publicação e analisar um caso específico referente ao programa da peça *A megera domada* encenada pelo Teatro de Comédia do Paraná em 1964.

PALAVRAS-CHAVE: programa de teatro; imprensa teatral; história do teatro.

ABSTRACT

Theatre programs are documents that offer access to a number of elements of culture and theatrical practice, from their aesthetical conception to their social and economic components. This paper proposes a discussion on how different historical moments and creative trends influence the design of theatre programs. The author puts forward a few approaches and methodological procedures to study this type of publication and analyses one specific case, the program of the *Taming of the Shrew* staged by Teatro de Comédia from Paraná state in 1964.

KEYWORDS: Theatre program; theatre press; history of theatre.



* Este artigo é o resultado provisório da pesquisa *Programas de espetáculos: paratextos da cena contemporânea (1950-2010)*, que obteve o auxílio do CNPq para um estágio pós-doutoral, a convite do professor Marvin Carlson, na City University of New York (Cuny), nos Estados Unidos.. Antes dessa etapa tive a oportunidade de contar com a colaboração de dois alunos do Curso de Letras da UFPR, que se interessaram pelo assunto. Eles desenvolveram cada qual seu projeto de iniciação científica Pibic/UFPR/TN: Felipe Matheus Bachamann Ribeiro, *Uma análise dos conteúdos estéticos e mercadológicos dos programas de teatro*, e Clarissa Loyola Comin: *Um estudo sobre a noção de teatro público a partir dos programas de espetáculo do Teatro de Comédias do Paraná (1963-1968)*, respectivamente durante 2009-2010 e 2011/2112.

Pour Le Missionnaire, Toulouse-Lautrec a dessiné un admirable programme em couleurs que les collectionneurs si disputeront un jour.

André Antoine: *Mes Souvenirs sur le Theatre Libre*, 1921.

O meu interesse pelos programas de espetáculos teatrais surgiu, em primeiro lugar, do estudo de alguns prefácios, escritos pelos próprios autores para suas peças. Esses comentários sobre a obra dramática, sobre o texto teatral em si, escritos pelos próprios dramaturgos em diferentes períodos da história do teatro ocidental, levou-me a pensar sobre os meios de expressão dos agentes criativos na cena teatral contemporânea. Como os grupos, as companhias privadas e públicas, os coletivos teatrais e outros conjuntos artísticos independentes se expressam sobre o teatro que pretendem criar? Isto é, como esses agentes criativos contemporâneos expressam seus pressupostos sobre a encenação ou a apresentação de seus

trabalhos? Numa palavra, como pensam os práticos do teatro o programa que é oferecido ao espectador?

Em segundo lugar, chamou minha atenção um sintoma: o fato de que, no teatro brasileiro desde os anos 1980, tenha se desenvolvido uma grande variedade de formatos para os programas dos espetáculos (tamanho, corte, cores, número de páginas etc). Há também grande diversidade de conteúdos presentes nos programas, que procuram elucidar o espectador-leitor a respeito de diversas questões atinentes à montagem, ao processo criativo, ao tema trabalhado, ao autor, entre outros aspectos. A encenação hoje está contaminada por elementos da *performance*, das artes plásticas, do cinema e da internet, em meio à diversificação de estéticas que fazem apelo a variado instrumental teórico-metodológico. A própria crise da representação nas artes, de uma maneira aguda, problematiza questões complexas em relação ao teatro, tradicionalmente uma arte da representação. O fazer e o pensar a arte teatral passaram a ser tratados também pelos programas de teatro em reflexões que se relacionam com a obra que de certa forma prefaciavam.

Por fim, uma terceira motivação adveio da ausência de estudos dedicados aos programas de teatro como fontes.¹ Em 1990, ainda no interior do campo dos estudos da semiologia teatral, em *Theatre semiotics: signs of life*, Marvin Carlson discutia sobre como considerar as condições de leitura do espetáculo pelo espectador. Ele alertava para que historiadores e pesquisadores se dedicassem ao estudo não só de programas, mas também da crítica, da publicidade e de toda sorte de publicações que comentam e promovem um espetáculo. No caso dos programas, Carlson chamava atenção para que não fossem consultados como um tipo de documento tributário, unicamente, de um utilitarismo em relação à informação que ele é capaz de oferecer. Isto é, a confirmação e/ou a extração de dados básicos, aqueles que normalmente o programa disponibiliza em termos de registro sobre o evento teatral. Mas defendia que o programa, a publicidade e a crítica, analisados conjuntamente, deviam ser estudados como elementos que condicionam e estruturam a relação de recepção de uma obra cênica com o seu espectador, oferecendo-lhe comentários que instrumentalizariam a leitura do público em relação às “regras do jogo” da encenação.²

Um documento da cultura teatral

O programa como uma pequena publicação que acompanha um evento que vamos assistir, despretensiosamente, não é um privilégio das artes cênicas (ópera, circo, teatro, dança), nem da música, nem das artes plásticas, nem do cinema, tão pouco das atividades desportivas. O programa é inerente a qualquer cerimônia social organizada, seja ela civil ou militar, laica ou religiosa, artística ou política, de expressão individual ou coletiva. Se, por um lado, ele é natural dessas cerimônias sociais planejadas, por outro, a sua publicação não é, necessariamente, obrigatória. Trata-se de uma publicação opcional e, existindo, é provisória e perecível. Pode haver um evento que não apresente um programa impresso, mas é difícil imaginar um programa sem um evento correspondente.³

O moderno programa de teatro como o reconhecemos hoje, quando o recebemos ou compramos ao assistir uma apresentação cênica pelas principais capitais ocidentais, constitui-se lentamente segundo as diferentes culturas teatrais e de acordo com o aperfeiçoamento dos processos

¹ Ao longo da pesquisa, encontrei diversos sites que disponibilizam imagens, como por exemplo a base Galica da BNF ou a base do Victoria and Albert Museum de Londres. Entre os artigos que exploram, com grande habilidade, o programa, tratando-o para além de um depositário de informações, eu destaco RUTTER, Carol Chillington. Shakespeare's popular face: from the playbill to the poster. In: SHAUGHNESSY, Robert (ed.). *The Cambridge Companion to Shakespeare and popular culture*. Cambridge: University Press, 2007. Cambridge collections online. Cambridge. University Press. 11 January 2013 DOI:10.1017/CCOL9780521844291.001, e SHAUGHNESSY, Robert. A choice of program. *Shakespeare Bulletin*, v. 28, n. 1, The Johns Hopkins University Press, spring., 2010.

² Algumas tentativas brasileiras no intuito de estudar os programas de teatro podem ser consultadas em MASSA, Clóvis. O paratexto teatral. *Cena*, ano 4, n. 4. Porto Alegre, ago. 2005, TORRES, Walter Lima e RIBEIRO, Felipe M. Bachmann. Olha o programa da peça!. *Urdimento*, n. 16. Florianópolis, jun. 2011 (disponível em <http://www.ceart.udesc.br/ppgt/urdimento/2011/index_16.html>), e RIBEIRO, Felipe M. Bachmann e TORRES NETO, Walter Lima. O programa de teatro: um novo pacto estético cultural? Colóquio Internacional de Estudos Linguísticos e Literários da Universidade Estadual de Maringá/UEM, jun. 2010 (disponível em <<http://www.cielli.com.br/downloads/696.pdf>>).

³ Como se pode imaginar, o estudo dos programas de espetáculos de artes cênicas chama atenção para dicotomia entre arte erudita e arte popular. Pode-se observar que muitas manifestações cênico-dramático-musicais no âmbito da cultura popular possuem uma programação complexa e elaborada, porém o programa impresso não é uma preocupação regular dos promotores destas mesmas manifestações cênicas que estão centradas numa tradição de oralidade.

⁴ Não é o recorte da pesquisa se dedicar agora aos “textos programáticos” sobre os espetáculos de artes cênicas presentes na internet. Para tanto é necessário outra metodologia na abordagem desse material. A fase atual da pesquisa dá preferência ao programa no suporte em papel, até porque - e essa é uma das hipóteses que foi se desenhando ao longo da pesquisa -, pode-se supor que o programa em papel estaria com seus dias contados.

de impressão e reprodução gráficas (xilogravura, litogravura, impressão tipográfica, etc.). Como publicação impressa que é, o programa para um único espetáculo ou para a temporada de uma instituição teatral, privada ou pública, é o resultado de um processo de reciclagem e adaptação, síntese e expansão de formatos e conteúdos oriundos de outras publicações. Esse conjunto de publicações configura-se como a imprensa teatral histórica, da qual fazem parte ainda os cartazes, os almanaques teatrais e os jornais programas.⁴

Segundo uma prática arquivística, quando procuramos por programas nas bibliotecas e centros de documentação, encontramos uma variedade de denominações vinculadas às suas finalidades: programa de um espetáculo específico, programa de estréia, programa para uma temporada anual, programa de gala, programa de benefício, programa do espetáculo em turnê, etc. Também são diversas as denominações que podem abrigar os programas, tais como catálogos, *scrapbooks*, *programs souvenir*, *memorabilia* etc.

Por trás dessas classificações e da intenção informativa presente nos programas, podem ser encontradas diversas camadas de discursos: discurso institucional, discurso criativo, discurso publicitário, discurso comercial, etc. Essas camadas são acomodadas na publicação programa graças ao trabalho intelectual de composição do objeto programa e, igualmente, graças à programação visual e/ou editorial dos prospectos, que organiza o conteúdo a ser comunicado. A presença destas camadas de discursos, ou esse somatório de listas variáveis de informações, nos leva a pensar uma primeira questão: quem efetivamente fala nos programas de teatro?

A autoria dos programas

Não é tarefa fácil identificar, exatamente, a autoria do projeto editorial de um programa de teatro. Ao longo da segunda metade do século XIX, na prática teatral da principais capitais européias, há indícios que nos levam a afirmar que o programa de teatro era concebido pelo empresário teatral, pelo diretor do teatro ou ainda, apesar de remotamente, pelo ator empresário. Na virada do século XIX para o XX, já se encontram algumas notas e breves escritos assinados nos programas, mas não há como reivindicar ainda o responsável pela globalidade da publicação. Somente no século XX, após a II Guerra, verifica-se um envolvimento maior de agentes criativos, sobretudo dos diretores teatrais, na redação do programa.

Na cultura teatral dos países de língua alemã sobrevive a figura do *dramaturg*. O que se traduz por dramaturgista é herdeiro de uma tradição que remonta a Lessing, cuja *Dramaturgia de Hamburgo*, de 1767 é testemunho do trabalho deste intelectual, colaborador associado a um teatro estável de repertório. Leitor de peças teatrais, o dramaturgista seleciona e indica textos a serem encenados. Entre suas funções está a de traduzir, adaptar e preparar textos teatrais para serem representados na língua de seu país. Atuando, igualmente, como conselheiro artístico do teatro, ele fornece informações sobre os costumes, hábitos e modos dos personagens e das situações descritas nas peças. Dessa forma, subsidia o trabalho da equipe criativa, do elenco, do autor e do ensaiador, oferecendo uma compreensão mais apurada sobre as obras a serem encenadas. Seu trabalho, portanto, integrando teoria e prática, oscila entre o campo criativo, quando ele pró-

prio é chamado a escrever uma peça sob encomenda, e o campo teórico-analítico, quando serve como preceptor dos atores na compreensão de seus personagens e esclarece os ensaiadores a respeito dos contextos de onde emergem as peças a serem encenadas.⁵

Função muito difundida, contemporaneamente, nos chamados teatros públicos e estáveis da Europa Oriental, o dramaturgista pode ser encarregado, pela direção artística da casa, da preparação dos conteúdos a serem veiculados nos programas. Além de contribuir no processo criativo em relação à encenação em colaboração estreita com o encenador e a equipe criativa, ele estabelece a ponte entre criação artística e sociedade. É verificável hoje, não só na Alemanha mas também em outros países europeus, nos teatros denominados públicos, que esse *dramaturg*, conselheiro artístico ou literário, produz uma reflexão sobre o trabalho em curso e se ocupa da idealização e execução de um projeto editorial capaz de refletir a política artística adotada pela direção do teatro na seleção e criação das obras a serem apresentadas.

Desde a segunda metade do século XX, admite-se a hipótese de que haja várias instâncias que podem se responsabilizar pelo projeto editorial do programa. Haveria, por exemplo, agentes criativos que, individual ou coletivamente, relatam suas experiências e processos apresentando seus trabalhos, e dessa forma marcam o programa com seus estilos conceituais. Continuariam a existir os empresários e os produtores dos espetáculos, que nas principais praças teatrais do mundo, negociam, minuciosamente, com os agentes das suas principais vedetes, para definir onde o nome de cada artista deverá aparecer, nas páginas do programa. Enfim, como são diversas as modalidades estéticas, as correntes ideológicas e sobretudo os meios de produção em cada cultura teatral, esses fatores vão, em certa medida, condicionando a autoria, o conteúdo e a forma do programa. Uma coisa é certa, ao longo dos séculos, desde que essa publicação se tornou autônoma, (em relação aos cartazes, almanaques e jornais) e se firmou como uma publicação para-teatral, ela nunca deixou de ser idealizada, independente de seu país de origem, seu formato, conteúdo e extensão, para ser oferecida, gratuitamente ou vendida, ao espectador de uma exibição cênica. O público é a instância genérica leitora do projeto editorial do programa.

O moderno programa de teatro

Quando surge o moderno programa de teatro? Ele não surge de repente. Ao que tudo indica, segundo cada país e cultura teatral, ele é resultado de uma lenta síntese entre os aspectos mercadológicos e os aspectos estéticos e éticos de uma prática teatral determinada. No século XIX, os primeiros programas foram confeccionados em pequenas folhas soltas ou folhetos e continham, sem nenhuma rigidez, os mesmos dados existentes no cartaz de rua, isto é: título da obra; eventualmente o nome do autor; conforme o caso, os nomes dos principais quadros e passagens da montagem; dia, lugar, hora, preços, duração; algumas vezes o nome dos artistas etc.

Durante os últimos trinta anos do século XIX, houve uma sistematização do programa com outros objetivos. Ele passou a funcionar também como um catálogo de anúncios para produtos e serviços, cujo público-alvo era o público espectador. Essa orientação mercadológica marcou um im-

⁵ Sobre o trabalho do *dramaturg* ou dramaturgista, ver RABETTI, Maria de Lourdes. O laboratório do *dramaturg* e os estudos de genética teatral: experimentos. *Revista Brasileira de Estudos da Presença*, v. 1, n. 2, Porto Alegre, jul.-dez. 2011. Disponível em <<http://www.seer.ufrgs.br/presenca>>.

⁶ Aqui resumo somente o exemplo da experiência de Eugène Rimmel, que parece ter sido a mais produtiva e marcante do ponto de vista da difusão da sua marca. Tudo indica que a publicidade dos seus perfumes tenha sido a mais duradora em programas de teatro. Há vestígios suficientes para outras pesquisas que poderão se debruçar sobre outras experiências do mesmo gênero. Os programas de teatro são fontes para diversas investigações do ponto de vista da sociabilidade, mas também do consumo e da publicidade e propaganda, entre outras áreas relacionadas ao mercado teatral. Sobre Eugène Rimmel pode-se consultar o acervo em <<http://johnjohnsoncollectionnowandthen.wordpress.com>>.

⁷ Para se ter uma ideia do volume e da diversificação de suportes em termos de ilustrações realizadas por Jules Chéret, ver ESKILSON, Stephen. *Graphic design: a new history*. New Haven: Yale University Press, 2007. Ou ainda BERALDI, Henri. *Les graveurs du XIXe siècle: guide de l'amateur d'estampes*. Paris: L. Conquet, 1885.

⁸ Sobre o discurso publicitário dos programas de teatro uma primeira colaboração, ver RIBEIRO, Felipe M. Bachmann e TORRES NETO, Walter Lima. O programa de teatro: um novo pacto estético cultural?, *op. cit.*

pulso importante no advento da modernização e sobretudo da autonomia da publicação. Com essa prática, os teatros, na pessoa dos seus diretores, passaram a ter o controle total sobre o conteúdo dos programas, que eles próprios editavam e distribuíam, ao invés de se submeterem às programações publicadas nos vários jornais-programas e programas piratas editados pela imprensa teatral.

Na gênese deste incremento do ponto de vista mercadológico, destaca-se a figura de Eugène Rimmel. Criador de perfumes e empresário do ramo de cosméticos, Rimmel revolucionou o uso publicitário dos programas ao promover a propaganda para seus perfumes de maneira muito engenhosa. Instalado em Londres, associou-se a diversos teatros ingleses para, na impressão de seus programas, perfumá-los com as essências dos perfumes que tinha a intenção de lançar no mercado, segundo a moda e segundo o repertório em cartaz. O lançamento dos perfumes se dava por meio de anúncios nos programas e de inserções publicitárias curiosas. O programa do espetáculo do dia 4 de janeiro de 1864, no Theatre Royal, New Adelphi, em Londres, dirigido pelo empresário Benjamin Webster, trazia como informação complementar à descrição da peça *Lady Belle Belle!, or Fortunio and his seven magig men*, para sua cena 5: “Nesta cena o perfume Winter Flowers será aspergido pelo Vaporizador Rimmel”. Em 25 de outubro de 1873, no Dury Lane, lia-se 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 da cena é produzido graças ao Persian Ribbon da Rimmel”.⁶

Como nessa época os programas eram impressos diariamente, exclusivos para o espetáculo do dia, a publicação se tornava um excelente meio de divulgação dos produtos da firma de Rimmel. Muitas ilustrações para as propagandas dos perfumes de Rimmel foram encomendadas ao seu compatriota, o pintor Jules Chéret, o mais importante artista da história da publicidade do espetáculo teatral no século XIX, que conquistou sua fama devido às suas ilustrações de programas e cartazes.⁷

Esse recurso que associava o texto publicitário ao texto didascálico, mesclando a propaganda com as informações sobre o local da ação ou o tempo, ou ainda a especificação do espaço onde transcorre a ação, foi fortemente explorado pela máquina publicitária de Eugène Rimmel. Mediante contratos, a firma Rimmel, além de usar este tipo de expediente, inseria anúncios ou *réclames* de seus produtos nos programas dos principais teatros de Londres como The Adelphi, Avenue Theatre, Caterbury Theatre of Varieties, Covent Garden, Dury Lane, Queen’s Theatre, Royal Alhambra Palace, Royal Aquarium, Royal Globe and Royalty. A experiência londrina foi assimilada rapidamente na França e exportada para os Estados Unidos.

Consequentemente, desde a iniciativa de Eugène Rimmel, os empresários teatrais que editavam os programas, já em formato revista, passaram a vender espaço para outros anunciantes, e se estabelecia uma sistematização da publicidade de certos produtos. Esse conjunto de anúncios inseridos no projeto editorial do programa foi a primeira etapa da associação entre o lucro comercial da atividade teatral com a publicidade propaganda que passava a acompanhar a publicação de programas, fenômeno que se pode constatar hoje ainda. A exemplo da estratégia de Rimmel com seus perfumes, os anúncios presentes nos programas, tanto europeus quanto americanos, sugerem um público-alvo majoritariamente feminino.⁸

O segundo incremento no moderno programa teatral data do início do século XX e se concentrava na elaboração de uma redação autocrítica e reflexiva sobre a montagem teatral. O projeto editorial do programa passava a ser específico para cada espetáculo ou cada evento cênico em si, de forma a transformar o programa numa pequena publicação de referência concentrada neste mesmo evento. Pode-se lembrar dos programas de Jacques Copeau para o Teatro do Vieux Colombier onde se via agora uma preocupação na apresentação detalhada do autor teatral bem como dos membros da equipe de agentes criativos. A iniciativa de Copeau na França foi seguida pelo Cartel e se disseminou ao longo do II pós-guerra por meio de instituições como o Teatro Nacional Popular da França, o TNP. Os programas tornaram-se mais densos e mais abrangentes em termos de informações e conteúdos relativos à montagem, com a presença de escritos de críticos, jornalistas especializados e dos próprios artistas. Alguns cenógrafos providenciavam a ilustração da capa em relação com os elementos visuais dispostos na cenografia, ou a capa ficava a cargo de um pintor ou ilustrador convidado, especialmente, para essa ocasião, quando a mesma capa não era ocupada pela fotografia do astro ou vedete da companhia. Essa ação dava maior unidade visual ao projeto editorial do programa em relação ao projeto estético da montagem. O texto em epígrafe de André Antoine faz menção exatamente ao trabalho de colaboração dos pintores com os programas de teatro ainda na virada do século XIX para o XX.⁹

Diante desse brevíssimo panorama, como estabelecer uma morfologia do programa de teatro? Como ler essa obra híbrida, publicação que não é uma revista mas se apresenta como tal; não é um livro mas dispõe conteúdo semelhante; pode ser um simples prospecto variando de formato segundo as diversas culturas teatrais onde se inscreve, para ganhar diferentes formatos na contemporaneidade.

A morfologia do programa

Uma primeira sistematização para se efetuar uma leitura crítica dos programas de teatro foi idealizada por David Gilbert. Em um artigo, que é na verdade uma segunda reflexão sobre o programa de teatro, David Gilbert estabelece algumas definições cruciais para se avançar no estudo da morfologia dos programas de teatro. Sua pesquisa associa-se a um *corpus* de programas do teatro quebequense desde os anos 1930 até o final do século XX. Para decorticar o regime editorial desses opúsculos, Gilbert propõe três níveis de leitura referentes aos três campos editoriais presentes nos programas: o *co-texto* referente a um conteúdo informativo e descritivo, isto é aquilo que chama atenção do espectador para os dados factuais presentes no programa; o *avant-texto* apresenta um teor comemorativo e promocional fazendo apelo ao valor da obra; e o *meta-texto*, que reúne um conteúdo exegético no formato de comentários abalizados sobre o espetáculo¹⁰.

Ao estudar alguns programas, parti do raciocínio de Gilbert e pude constatar que esses elementos são condicionados por ênfases ou intenções deliberadas verificadas na redação e no discurso iconográfico dos programas de teatro de diversas procedências, sobretudo no século XX. Além do seu caráter prioritariamente informativo, o projeto editorial do programa apresentaria uma variação de nuances em torno de quatro principais ênfases ou intenções específicas: didascálica, histórica, estética e genética.¹¹

⁹ Da segunda metade do século XIX em diante, a relação entre a ilustração teatral e o mercado de arte para venda de gravuras e estampas resultou numa excelente associação para os artistas pintores. Sobretudo nos últimos trinta anos do séc. XIX, muitas das ilustrações tanto de programas como de cartazes feitos para as produções teatrais eram divulgadas em publicações especializadas como, por exemplo, *Les maîtres de l'affiche*, editada pela Imprimerie Chaix de Paris entre 1895 e 1900. Pode-se ler logo abaixo do seu título da revista: "revista mensal contendo a reprodução em cores dos mais belos cartazes ilustrados pelos grandes artistas franceses e estrangeiros". Havia, assim, uma relação direta entre a ilustração dos programas e a produção de estampas artísticas.

¹⁰ O trabalho de Gilbert David até o momento parece ser o pioneiro na tentativa de sistematizar uma abordagem metodológica para os programas de teatro. Ver DAVID, Gilbert. *Théâtres au programme: Panorama des programmes de théâtre de langue française à Montréal au XX^e siècle* [catalogue de l'exposition du même nom, avec Sylvain Schryburt]. Montréal: Bibliothèque Nationale du Québec et Cétuq, 2002, e *idem*, *Éléments d'analyse du paratexte théâtral: le cas du programme de théâtre. L'Annuaire théâtral: revue québécoise d'études théâtrales*, n. 34, Montréal, 2003.

¹¹ As conclusões provisórias apresentadas neste artigo baseiam-se na consulta a um conjunto de programas tanto do século XIX quanto do século XX espalhados por diversas bibliotecas, acervos digitais e centros de documentação tais como Biblioteca Gaston Baty, Sorbonne Nouvelle – Paris III; Département des Arts du Spectacle da Biblioteca Nacional da França; Brown Library; biblioteca pública da cidade de Nova Iorque: Performing Arts, Billy Rose Theater Division; Centro de documentação da Funarte; Biblioteca Raul Cortez da Faculdade/Escola Superior de Artes Célia Helena e Centro de Documentação do Teatro Guáira.

A ênfase didascálica na redação de um programa é preponderante nas publicações do século XIX e se preocupa em apresentar ao espectador uma extensão da dramaturgia. O que citamos sobre a inserção de Rimmel é um bom exemplo. Isto acontece com grande frequência ainda hoje nos programas de ópera ou de balé, ou com os programas de textos dramáticos com muitas tramas e muitos personagens, onde se julga que o espectador carece de resumos e sinopses para não perder o “fio da meada”. Esses programas enumeram para o leitor-espectador a lista dos atores e seus personagens por ordem de entrada em cena; listam resumos dos atos da peça ou do libreto da ópera; listam às vezes citações ou fragmentos extraídos do texto didascálico do início de cada ato da peça; apresentam fragmentos ou trechos do diálogo extraídos da peça, etc. Aportando essas e outras extensões da dramaturgia, sobretudo relacionadas ao tempo, espaço e ação, à leitura do espectador, essa tendência dos programas procura alcançar uma funcionalidade que estimei como didascálica.

No que diz respeito à ênfase histórica, quem descreveu com muita argúcia e tentou sistematizar o emprego da história como disciplina que subsidia a atividade teatral, tanto do ponto de vista do ator, quanto do diretor, foi Stanislavski. O mestre do TAM (Teatro de Arte de Moscou) se preocupava, naquela altura do início dos seus trabalhos de encenação, em formular uma expressão cênica de caráter histórico para suas transposições de textos teatrais. Essa tendência se expandiu até alcançar o conteúdo dos programas, que procuram elucidar para o espectador o contexto histórico da montagem teatral. Ao mesmo tempo, o programa com essa ênfase pode ter a intenção de traçar, graças a diversos estratagemas, a história do trecho da ficção dramática em relação com a História. O conteúdo do programa, nos seus aspectos iconográficos e nos seus textos, deseja assegurar uma espécie de trajetória histórica da peça encenada ou de sua matéria fabular, considerada como detentora de um valor essencial. Ao leitor-espectador é oferecida uma espécie de retrospectiva, por meio de listas de referências, acerca de outras montagens daquele mesmo texto, acompanhado de comentários críticos ou anedóticos sobre essa mesma trajetória. Essa substância histórica, por vezes, posso deduzir, acaba por instrumentalizar a percepção do espectador em relação à apresentação, convencendo-o do “valor duradouro” que reside na obra apresentada, fato que legitimaria o espetáculo do qual o programa é porta-voz. Isso para não falar nas listas de biografias e cronologias aliadas a pequenos glossários, que acompanham certas montagens.

A tendência para um discurso estético, por sua vez, pode ser percebida quando o programa enfatiza uma discussão teórica. Os textos apresentados no programa procuram problematizar questões relacionadas às decisões da encenação. O programa pode apresentar, neste caso, fragmentos de textos referentes às idéias atinentes à proposta de montagem do espetáculo ou ao estudo da própria peça. Pode trazer, ainda, uma reflexão crítica dos agentes criativos em termos dos temas e problemas estéticos referentes ao universo poético da obra encenada ou sobre o conjunto de questões referentes às obras de um determinado autor. Observa-se também neste caso, que se trata de uma espécie de comentário acerca dos critérios da passagem da escrita dramática para a escrita cênica. Esse tipo de ênfase chama a atenção para a expressão do pensamento poético e/ou político do autor, as escolhas estéticas e/ou éticas do grupo de agentes criativos



envolvidos na montagem e oferece pistas sobre o olhar interpretativo dos artistas da cena sobre o material encenado.

Por fim, o programa pode enfatizar um discurso sobre a gênese da obra cênica. A ênfase genética não estaria neste caso associada, diretamente, com os estudos genéticos do ponto de vista da literatura. A redação não se preocupa em subsidiar o leitor acerca da narrativa que se dá “sobre o palco”, mas inversamente, narrar o processo que antecedeu a chegada da montagem à vista do espectador. Isso acontece com os espetáculos ditos de linguagem ou de pesquisa, que não trabalham com uma dramaturgia convencional, ou que são ainda tributários da chamada dramaturgia colaborativa ou *dramaturgie de plateau*. Esse tipo de programa lista as ideias que estiveram na origem do trabalho teatral, as motivações e, sobretudo, descreve na íntegra ou parcialmente as etapas do processo criativo vivido pelos artistas. Trata-se de uma espécie de discurso sobre a origem da obra cênica, fruto de colaboração intensa dos agentes criativos envolvidos no projeto. A obra aqui é preconizada como um texto cênico que precisa ser cartografado para o espectador, e o programa se transforma numa espécie de bússola. A ênfase genética é muito comum quando a montagem teatral não repousa sobre um texto, mas apropria-se e recicla partes de outros textos, não necessariamente dramáticos. Outras vezes a montagem, trabalhando sobre resíduos textuais diversos e às vezes oriundos da biografia dos próprios atores, faz com que aflore um discurso sobre a origem das fontes primevas que geraram os elementos que compõem e subsidiam a própria cena.

É importante que fique claro que essas ênfases não são excludentes entre si, ao contrário, elas tendem a se confundirem na redação de um mesmo projeto editorial devido a intenção do seu autor. Essas ênfases não devem ser entendidas de um ponto de vista hierárquico ou teleológico entre elas. Elas podem ser verificadas em qualquer programa desde um simples folheto até um programa em formato de livro, passando por programas em formato de leque do século XIX. A instância autoral, com seu projeto editorial, é quem estabelece uma dinâmica de dominância entre essas ênfases na concepção de um programa no intuito de elaborar um discurso sobre a montagem direcionado ao leitor espectador.

A palavra e a imagem quando geram um discurso no interior do programa de teatro são hierarquizadas por meio de seções, que agregam conteúdos afins. Essas seções, por conseguinte, são integradas por meio de listas que elencam, enumeram e repertoriam esses conteúdos vários e diversos selecionados pela instância autoral do programa. A associação do repertório de informações textuais e iconográficas por meio de listas dialoga com a obra de Umberto Eco.

O semiólogo italiano, em 2009, no seu livro *The infinit of lists*, resultado de uma encomenda do Museu do Louvre para uma curadoria, chama a atenção para o papel desempenhado pelas listas numa composição poética. Enumerações dos mais variados tipos, reunindo objetos, personagens, lugares, nomes..., essas listas podem ser verificadas, segundo Eco, em diversas obras desde Homero até James Joyce.¹² Desenvolvendo sua interpretação acerca da função das listas na estrutura da obra literária, Eco elabora um estudo que extrapola o campo literário e problematiza também as representações imagéticas, da pintura clássica às artes visuais contemporâneas. A lista seria um recurso poético do ponto de vista de uma narrativa literária ou

¹² Ver ECO, Umberto. *A vertigem das listas*. Rio de Janeiro: Record, 2010.

iconográfica, que colabora no intuito de gerar um efeito de incompletude e de infinito no leitor ou no apreciador do quadro. Noção organizacional, as listas também podem estar inscritas noutros suportes não poéticos, como por exemplo, os programas de teatro.

Umberto Eco chama atenção para existência de dois tipos de listas: as práticas e as poéticas, segundo o objeto que contemplam e em relação ao efeito dessa enumeração sobre o sujeito. As listas práticas estão associadas às listas do gênero catálogo, que ao enumerarem objetos ou pessoas como em testamentos ou listas de compras ou de convidados para uma cerimônia, seriam portanto listas finitas, que após alcançarem seus objetivos são, via de regra, descartadas. O que em parte justificaria o descarte dos programas uma vez cumprida sua função restrita ao ato de uma apresentação. Já as listas poéticas se detêm em criar o efeito de “vertigem do infinito” percebido pelo autor italiano. Graças à sua enumeração poética exaustiva, essas listas induziriam tanto o leitor de uma narrativa de ficção, quanto o apreciador de um quadro a perceberem o que está para além do que o narrador não consegue narrar, tendo de fazer apelo ao famoso “etc”, ou, no caso do pintor, aquilo que estaria para além do que a moldura é capaz de limitar. Umberto Eco ainda observa o aspecto seletivo da lista. Ele afirma que elas podem ainda ser conjuntivas e disjuntivas. Isto é, graças à sua enumeração estabelecer uma coerência entorno de um mesmo contexto ou substrato ou propor uma associação inaudita repertoriando objetos disparatados com o objetivo sempre de estabelecer um efeito estético sobre o leitor ou o apreciador de uma pintura.

Ao estudar diversos programas, pude constatar nessas publicações a presença de uma quantidade, não infinita, mas bastante exaustiva de listas que elencam e organizam o conteúdo das ênfases supracitadas. A título de ilustração seguem aqui algumas listas presentes nos programas: lista de atores/cast por ordem alfabética ou de entrada em cena; lista com as informações básicas sobre o evento (data, lugar, hora, duração, preços...); lista de locais da ação da peça; lista dos números que compõem o espetáculo; lista dos atos, quadros e cenas; lista de atores relacionados aos seus personagens (*dramatis personae*); lista de colaboradores criativos da montagem e suas respectivas funções; lista de anúncios publicitários; lista com o repertório da companhia, do grupo ou do teatro quando uma instituição; lista dos prêmios e distinções recebidas pela montagem ou pelos artistas; lista de currículos e/ou de biografias dos agentes criativos e colaboradores da montagem; lista de fotografias de ensaio ou da montagem; lista de fotografias de montagens anteriores àquela apresentada no programa; lista de desenhos, ilustrações, caricaturas; lista do pessoal técnico-administrativo do teatro / staff; lista do pessoal técnico-administrativo da montagem / equipe; lista de agradecimentos; lista de patrocinadores, mecenas, *sponsors*; lista de textos e/ou fragmentos de textos reflexivos selecionados para uma apreciação sobre a peça; lista de textos na íntegra ou em fragmentos da crítica especializada sobre a montagem; lista de notas de ensaio dos agentes criativos referente a montagem; lista de textos escritos por agentes criativos alusivos à montagem; lista dos integrantes do coro classificado por vozes; lista de figurantes que participam da montagem; lista de estagiários envolvidos na produção; lista dos músicos relacionados aos seus instrumentos; lista de resumos da ação da peça montada; lista dos principais fatos referentes à vida do

autor ou à sua obra (cronologias, linhas do tempo...); lista dos principais fatos referentes ao grupo, a companhia, à montagem (histórico do grupo, da companhia...); listas das cidades e/ou países que a montagem já percorreu; listas dos atores acompanhadas de imagens ou não que já interpretaram o papel título da peça apresentada no programa; lista dos atores que já interpretaram “esse” ou “aquele” papel em montagens anteriores a atual; lista das montagens nacionais e internacionais anteriores a montagem atual de determinado título; lista de nomes fictícios citados na peça enumerados as vezes em forma de glossário; lista de entrevistas sobre a montagem ou sobre a peça; lista de imagens referentes aos aspectos visuais da cena (sobretudo figurinos e cenários); lista de imagens que servirão de inspiração ao processo criativo na montagem; listas dos próximos eventos e/ou montagens e/ou atividades daquele teatro em forma de calendário; lista de livros e fontes referentes ao processo criativo (bibliografia) etc. etc. etc.

Todas essas listas são elaboradas, seguramente, no intuito de informar. Porém, muitas vezes, além de atribuir o crédito a quem fez o que, e como se deram as participações nos processos de criação, produção e montagem do trabalho, também agem de forma a oferecer um subsídio ao espectador atuando ativamente na recepção da obra. As diversas seções que integram um programa são compostas assim por listas de conteúdos afins, que podem ser apreciadas conforme sugere David Gilbert: co-texto (informativo e descritivo), *avant*-texto (comemorativo e promocional) e meta-texto (exegético).

***A megera domada* como propaganda institucional**

É com esse arsenal metodológico e tendo em mente os diferentes momentos da história do programa, que vou analisar a publicação produzida para a temporada da encenação da peça *A megera domada* pelo conjunto do Teatro de Comédia do Paraná, em Curitiba, em 1964. Trata-se de um exemplo raro de como um programa de teatro pode estar a serviço de um discurso institucional, neste caso em particular o governo do estado do Paraná.¹³

A peça de Shakespeare foi a sexta encenação do Teatro de Comédia do Paraná, no seu segundo ano, da sua primeira fase, que durou de 1963 até 1968. O espetáculo, nos esclarece o texto de apresentação do superintendente do Teatro Guaíra, Ferreira do Amaral, é objeto das comemorações do IV Centenário de nascimento de Shakespeare e a produção contava com o financiamento da Fundação do Estado do Paraná, da Secretaria de Educação e do Serviço Nacional de Teatro.

O programa é apresentado no formato revista, com 34 páginas com a reprodução de fotos em preto e branco no seu interior. A primeira capa traz a reprodução de uma imagem em azul e preto, que remete o leitor do programa para um tempo que não é o ano de 1964. Nesta capa, do lado esquerdo, vê-se a imagem de uma figura masculina de peruca, que se assemelha à de um nobre, sendo a imagem completada ao fundo por um conjunto de silhuetas, vestidas de maneira a sugerir, no todo da composição do quadro, uma imagem talvez do século XVII ou XVIII. Essa imagem não parece fazer alusão direta a Shakespeare ou à ação de sua peça. Seria muito sofisticado imaginar, mas não seria impossível cogitar, que a imagem da

¹³ Cf. Programa *A megera domada*. Direção de Cláudio Correa e Castro. Curitiba, Teatro de Comédia do Paraná, 1964. Todas as citações abaixo são retiradas deste impresso.

capa “conversasse” com a linguagem da encenação teatral. Isso não teríamos como precisar agora, pois demandaria uma análise minuciosa das fotografias da montagem, objetivo que foge ao escopo do trabalho nesse instante. Talvez a imagem da capa queira sugerir, com a figura em primeiro plano, que se quer destacar a presença do autor. Já ao fundo da composição, as demais figuras, onde se distinguem somente algumas silhuetas, que se acotovelam, a olharem todas numa mesma direção, poderiam sugerir um grupo de espectadores que acorrem ao teatro. Dessa forma, tem-se a sugestão da figura de um grande autor, um autor clássico, que atrai o seu público ao teatro. Finalmente, observa-se que a segunda capa traz somente o logotipo usado na época do Teatro Guaíra e as inscrições referentes ao governo do estado e à superintendência do teatro.

O miolo do programa é composto por seções várias, a saber: (a) um conjunto de quatro pequenos textos introdutórios assinados por Barbára Heliodora (“Shakespeare e a Megera domada”), Philomena Gebram Velloso (“Quem é Shakespeare?”), Millôr Fernandes (“Da tradução”) e Otávio Ferreira do Amaral Neto (num texto de apresentação sem título). Cada um desses textos não ultrapassa uma lauda; (b) uma segunda seção apresenta a lista dos currículos dos agentes criativos envolvidos na montagem seguidos de uma fotografia, a começar por Cláudio Correa e Castro (diretor, cenógrafo e ator) seguido pelos demais: Marie Louise Nery, figurinista; Luiz Fernando Coelho, compositor musical; Yanka Rudzka, expressão corporal; Carmem Silvia Murgel, reverências da época; Yvens Fontoura, ginástica; Wolf Schaia, dicção. O resumo dos currículos são introduzidos por uma pequena imagem, que em estilo é semelhante à imagem da capa, o que oferece uma unidade visual ao programa. Essas pequenas “imagens de época” aludem às funções desempenhadas pelos artistas que são apresentados no programa; (c) segue uma segunda lista com a distribuição dos atores segundo a ordem de entrada em cena com a indicação dos lugares da ação e a divisão em atos e cenas; (d) uma terceira lista, com as fotografias dos atores unicamente acompanhadas de seus nomes; (e) uma outra lista, agora com os nomes dos técnicos do Teatro Guaíra que complementam assim a ficha técnica do espetáculo; (f) uma lista de agradecimentos às pessoas da região e do Brasil que colaboraram com a montagem; (g) última seção composta por um conjunto de oito páginas espessadas divulgando as ações e finalidades das instituições públicas associadas ao estado do Paraná: Companhia Paranaense de Energia Elétrica, Loteria do Estado do Paraná, Colégio Estadual do Paraná, Secretaria da Fazenda do Estado, Sanepar: Companhia de Água e Esgoto do Paraná, Departamento de Estradas de Rodagem do Paraná, Banco do Estado do Paraná e Café do Paraná, ligada à Secretaria da Agricultura.

O conteúdo presente nas seis primeiras seções é conhecido de quem lê ou consulta um programa com certa frequência. Entretanto, chamo atenção aqui para esta sétima e última seção. Ela é a que mais ressalta aos olhos de quem folheia o programa, ainda hoje, passados quarenta e nove anos da montagem. São as páginas mais elaboradas do programa em termos de comunicação visual e em termos de redação. A informação aqui não é negligenciada, ao contrário, ela é abundante e detalhada, sobretudo quando lembramos que estamos lendo um programa de teatro.

O conteúdo visual está muito bem associado ao conteúdo escrito com o intuito de oferecer uma mensagem clara e precisa, sem lugar para

metáforas. Essas páginas associam imagens estratégicas e termos técnicos, dentro de um vocabulário talvez elaborado demais para o cidadão comum, com o objetivo de explicitar os propósitos de cada uma das instituições públicas do estado do Paraná a este mesmo cidadão-espectador-leitor-do-programa. É importante lembrar a ausência de anúncios da iniciativa privada no interior do programa.

A apresentação destas instituições públicas não se comporta, necessariamente, como um anúncio no sentido tradicional, que procura de alguma maneira seduzir o consumidor advertindo-o sobre as propriedades do seu produto ou serviço. Certas passagens de alguns desses *réclames* parecem ter sido extraídas, diretamente, de algum tipo de relatório, devido ao vocabulário especializado e à redação minuciosa aí empregada. Sem querer ser exaustivo, transcrevo breves fragmentos dessa narrativa institucional para dar uma ideia do teor da redação. Este primeiro trecho é sobre a Companhia Paranaense de Energia Elétrica, ainda atuante apesar das modificações de seu regime entre público e privado:

Eletrificar para progredir: usinas, subestações, linhas de transmissão e redes de distribuição estão sendo implantadas nas zonas de colonização pioneira, levando os benefícios da eletricidade a populações empenhadas no árduo labor de efetiva conquista da terra. A influência das obras em curso, que produzirão seus melhores frutos em maior prazo, já se faz sentir na realidade da vida paranaense. Maior bem estar social e novas perspectivas de progresso econômico, através da industrialização, estão sendo abertas pelos empreendimentos no setor de energia elétrica, a cargo, sobretudo, da Companhia Paranaense de Energia Elétrica, Copel.

Sobre a Loteria do Estado do Paraná pode-se ler:

Quem ganha na loteria? Em prêmio, a Loteria do Estado do Paraná, dirigida pelo próprio governo, pagou, de 1962 a 1964, mais de três bilhões de cruzeiros, fazendo, mesmo, um milionário por semana. Sua renda é destinada a obras assistenciais, principalmente às de amparo ao menor. Isto significa uma quantia superior a 600 milhões de cruzeiros distribuídos, em 29 meses, a muitas obras, algumas das quais em construção. Cifras que bem mostram quem ganha na Loteria.

Sobre os benefícios para a educação como consequência do sistema de arrecadação de impostos da Secretaria de Fazenda, o anúncio procura mobilizar o cidadão para que não sonegue e exija a nota fiscal na hora de fazer suas compras: “Estudamos... Porque o Governo Estadual constrói Escolas em todos os quadrantes do Paraná. Para construí-las necessita, no entanto, de maior arrecadação. A sonegação do imposto sobre vendas e consignações impede a realização do Programa Educacional, meta prioritária do Governo”.

Sobre a empresa estatal de saneamento:

A Sanepar foi instituída com objetivos de saneamento básico, isto é, realizar estudos e promover a execução das obras necessárias para suprir as cidades de água potável e de sistema adequado de coleta de esgoto sanitário, dentro dos mais elevados requisitos técnicos e de higiene. [...]

RECURSOS:

A Sanepar é gestora do Fundo de Água e Esgotos, FAE, estadual, oriundo da



renda tributária e outros auxílios que se caracterizam pela reversibilidade de sua aplicação. [...]

TRABALHOS REALIZADOS:

[...] Por um financiamento do DAE, está aplicando 150 milhões de cruzeiros em 15 municípios para conclusão de obras de abastecimento de água e esgotos sanitários.

[...]

CONTRATOS ASSINADOS:

[...] Foram assinados convênios com o DNOS para o atendimento de 6 municípios e com a Petrobrás, (Superintendência do Xisto) atendendo São Mateus do Sul, importando ambos em 250 milhões de cruzeiros.

Enfim, o espectador se confrontava, assim, com verdadeiros “anúncios-relatórios”, uma espécie de prestação de contas pública sobre o andamento, a finalidade ou a função das principais instituições do serviço público do estado do Paraná, por intermédio de um programa de teatro. Se de fundo populista ou eleitoreiro, não saberíamos avaliar aqui. Seria necessária uma pesquisa mais aprofundada entre as relações do estado com sua publicidade e propaganda. Em todo caso, a presença deste conjunto de mensagens do governo do estado do Paraná consolida um discurso institucional coeso e preciso. Discurso este, que é muito superior, em termos de elaboração de conteúdos e informações, se comparado ao discurso artístico, ou ao discurso cultural ou ainda criativo, discursos, na verdade, inexistentes no mesmo programa.

Sobre a montagem de 1964, o espectador da época, assim como o leitor de hoje, ignora tanto a sua intenção, quanto a sua concepção. O espectador é apresentado ao autor da peça e ao seu tradutor, como se não fosse necessário ser apresentado ao projeto do Teatro de Comédia do Paraná, sendo também esse projeto uma iniciativa de caráter público. Quais seriam as intenções do TCP para o público curitibano, paranaense e brasileiro? Que tipo de investimento foi feito e quanto se gastava com esta iniciativa? Que projeto seria esse que não é, minimamente, mencionado em comparação com a ênfase e a importância atribuída à apresentação das instituições relacionadas à infraestrutura e ao desenvolvimento do progresso material do Paraná? Naquela altura, as autoridades públicas não dispunham de um discurso capaz de apresentar o projeto do TCP à sociedade?

O mesmo estado que oferece à sociedade um TCP, onde nas palavras de Bárbara Heliodora, no mesmo programa, se diz que, “teatro é o que é vital, o que convida à plena experiência intelectual e estética, seja ela trágica ou cômica”, é o mesmo estado que convida seus cidadãos a saber sobre a vitalidade e pujança de sua região, apesar desse mesmo cidadão continuar ignorando a extensão do projeto estético ou político ou ainda das ambições artísticas, tanto da montagem, quanto do TCP.

Como foi dito, tal programa não possui um único anúncio referente à iniciativa privada, o que não dispersa o olhar do espectador-leitor para fora do que não seja “público” e nem o leva para fora da questão que é essencial: demonstrar o movimento de crescimento de um estado com uma política pública afirmativa e progressista que, com suas metas integrava e projetava esse estado da federação na direção do seu enriquecimento e do seu bem estar social. É perceptível uma contradição, visualizada desde a leitura do discurso institucional consolidado nesta sétima seção do programa, em comparação com as demais seções que constituem a publicação.

Isso nos permite pensar no comportamento das autoridades públicas, verdadeiras produtoras do espetáculo, e que de certa forma assumem a autoria do programa.

Naquele momento, os produtores do espetáculo e autores do programa escolheram a atividade teatral como uma espécie de “vitrine” ou “cartão de visitas” para se aproximarem da população, sem entretanto manifestar qualquer ideia sobre a noção de um teatro público, seus fins e seus meios. Passa em silêncio qualquer informação, nesse e nos demais programas do TCP, sobre uma política acerca do repertório; ou uma política sobre o acesso ao teatro em função de preços diferenciados; ou um calendário de apresentações; ou o estabelecimento de uma política de repertório; enfim, a expressão de uma política cultural mínima de aproximação e fidelização desse mesmo público e assim por diante

Talvez não seja precipitado concluir que uma iniciativa como a de criação de uma companhia estável e pública de teatro no Paraná, nessa sua primeira fase entre 1963 e 1968, não diferisse muito da trajetória turbulenta que segue os humores das indicações dos cargos públicos, como foi o caso das companhias públicas que precederam o TCP na esfera nacional.

O estudo do discurso dos programas de espetáculos, como esse do TCP, nos permite constatar, com certa margem de precisão, nesse caso específico, que era inexistente uma concepção ou um plano de trabalho a longo prazo por parte da iniciativa pública. Apesar de ter a seu favor instalações adequadas e pessoal técnico e artístico qualificado, o governo do estado não conseguiu assegurar a continuidade das atividades da sua companhia dramática na mesma proporção e intensidade que o progresso material do estado.

Ao concluir a apresentação desta proposta analítica, parte de uma pesquisa mais ampla que está em andamento sobre os programas de teatro, cabe lembrar que todo programa é programático. Minha ambição é apresentar e discutir como se articula este programático em relação ao espectador-leitor do programa. Como, a partir do discurso presente nos programas, pode-se estimar uma ação sobre o espectador? Como o programa pode agir como mediador da recepção da apresentação cênica? Como ele pode emoldurar sem conduzir, excessivamente, a leitura que o espectador pode fazer da cena. Ou, como chama atenção Patrice Pavis, no verbete correspondente no seu dicionário, sem que o programa programe demasiado, chegando a frustrar a pulsão escópica do espectador que o lê. De toda forma, é ao leitor-espectador que o programa é oferecido dentro de uma cerimônia social, na qual ele é o ator protagonista.

80

Artigo recebido em maio de 2013. Aprovado em junho de 2013.