UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO
ESCOLA DE ARTES, CIÊNCIAS E HUMANIDADES
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ESTUDOS CULTURAIS

VÍTOR SILVA FREIRE

Respeitável público: uma reflexão sobre a relação entre o teatro de grupo paulistano e o público não especializado

São Paulo

2018

VÍTOR SILVA FREIRE

Respeitável público: uma reflexão sobre a relação entre o teatro de grupo paulistano e o público não especializado

Dissertação apresentada à Escola de Artes, Ciências e Humanidades da Universidade de São Paulo para obtenção do título de Mestre em Filosofia pelo Programa de Pós-Graduação em Estudos Culturais.

Versão corrigida contendo as alterações solicitadas pela comissão julgadora em 22 de agosto de 2018. A versão original encontra-se em acervo reservado na Biblioteca da EACH/USP e na Biblioteca Digital de Teses e Dissertações da USP (BDTD), de acordo com a Resolução CoPGr 6018, de 13 de outubro de 2011.

Área de Concentração:

Estudos Culturais

Orientador:

Prof. Dr. Luiz Gonzaga Godoi Trigo

São Paulo

2018

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

CATALOGAÇÃO-NA-PUBLICAÇÃO

(Universidade de São Paulo. Escola de Artes, Ciências e Humanidades. Biblioteca)
CRB 8 - 4936

Freire, Vítor Silva

Respeitável público: uma reflexão sobre a relação entre o teatro de grupo paulistano e o público não especializado / Vítor Silva Freire ; orientador, Luiz Gonzaga Godoi Trigo. – 2018
128 f.

Dissertação (Mestrado em Filosofia) - Programa de Pós-Graduação em Estudos Culturais, Escola de Artes, Ciências e Humanidades, Universidade de São Paulo, São Paulo.

Versão corrigida

1. Teatro - São Paulo (SP). 2. Grupos teatrais - São Paulo (SP). 3. Público. I. Trigo, Luiz Gonzaga Godoi, orient. II. Título

CDD 22.ed.- 792.0981611

Nome: FREIRE, Vítor Silva

Título: Respeitável público: uma reflexão sobre a relação entre o teatro de grupo paulistano e o público não especializado

Dissertação apresentada à Escola de Artes, Ciências e Humanidades da Universidade de São Paulo para obtenção do título de Mestre em Filosofia pelo Programa de Pós-Graduação em Estudos Culturais.

Área de Concentração:

Estudos Culturais

Aprovado em: 22/08/2018

Banca Examinadora

Prof.^a Dr.^a Ana Laura Maria Gamboggi Taddei

Centro Universitário Senac

Prof.^a Dr.^a Jane Aparecida Marques

Universidade de São Paulo. Escola de Artes, Ciências e Humanidades

Prof.^a Dr.^a Madalena Pedroso Aulicino

Universidade de São Paulo. Escola de Artes, Ciências e Humanidades

Dedico este trabalho ao amor da minha vida e a minha mãe, meu pai e meu irmão, que sempre olharam para mim com a certeza de que eu poderia ir mais longe. Sem eles, eu não acreditaria. Sem eles, eu não iria.

Agradecimentos

Agradeço a todos os que contribuíram, direta e indiretamente, com esta pesquisa – que, sem dúvidas, não foi feita sozinha. Agradeço primeiramente à minha esposa, Anna Carolina Longano, eterna companheira de discussões, reflexões, pesquisas, trabalho e vida, e que fez valiosas contribuições aos pensamentos lapidados durante todos estes meses. Agradeço ao meu orientador, Prof. Dr. Luiz Gonzaga Godoi Trigo, não apenas pelo exercício convencional de um orientador, mas pela sagacidade e bom humor durante todo este processo, pela generosidade em abraçar meus anseios de pesquisa e pela importância ímpar na definição deste projeto. Agradeço a todos os professores e colegas que tornaram estes meses de Mestrado prazerosos e engrandecedores. Agradeço especialmente à Prof.^a Dr.^a Jane Aparecida Marques e à Prof.^a Dr.^a Madalena Pedroso Aulicino por terem tornado o exame de qualificação um momento de atenção, apoio, positividade e confiança e por continuarem parceiras desta pesquisa até sua conclusão. Agradeço ainda à Prof.^a Dr.^a Ana Laura Maria Gamboggi Taddei pela generosidade de somar sua presença à banca examinadora desta dissertação. Agradeço ao Prof. Dr. Ricardo Ricci Uvinha por ter criado a primeira ponte para que eu chegasse até este programa de Mestrado. Agradeço ao próprio Programa de Pós-Graduação em Estudos Culturais e à própria Escola de Artes, Ciências e Humanidades por terem se mostrado um ambiente acolhedor, aberto, diverso, inovador, do qual me tornei fã incondicional. Agradeço aos espectadores e grupos teatrais que compartilharam suas impressões para esta pesquisa, bem como à colega e amiga Aline Shirazi Conte e aos demais amigos que contribuíram para ampliar o alcance de meus questionários. Agradeço ao colega e amigo Dr. René Marcelo Piazzentin Amado pela frutífera conversa sobre o ato de assistir a teatro. Agradeço à amiga Ma. Renata Fortes Itagyba pela calma e pelos conselhos vitais sobre uma pesquisa de Mestrado. Agradeço ao dramaturgo Anthony Neilson, que, mesmo sem saber ou me conhecer, provocou o início de todos os questionamentos presentes aqui. Agradeço a meus alunos, que aprofundaram estes mesmos questionamentos com um olhar fresco e curioso.

E agradeço ao presente leitor e a qualquer um que mostre interesse e empolgação por um teatro que seja próximo, íntimo e aberto a todos.

(WATTERSON, 2007, p. 68)

RESUMO

FREIRE, Vítor Silva. **Respeitável público**: uma reflexão sobre a relação entre o teatro de grupo paulistano e o público não especializado. 2018. 128 p. Dissertação (Mestrado em Filosofia) – Programa de Pós-Graduação em Estudos Culturais, Escola de Artes, Ciências e Humanidades, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2018. Versão corrigida.

Inserida no campo dos Estudos Culturais, esta pesquisa observa o contato entre a produção artística do teatro de grupo da cidade de São Paulo e o espectador não especializado – aquele que não é profissional ou estudante teatral. Somando observações, depoimentos, entrevistas e estatísticas, é possível constatar que um verdadeiro público teatral, espontâneo e recorrente, é algo escasso. Apesar de ser amplamente oferecido na capital paulista, o teatro ainda não se configura como uma atividade preferida para o tempo livre dos cidadãos. Porém, o contato com o espectador não especializado não é item supérfluo, mas justamente onde o teatro pode encontrar suas condições de sustentabilidade financeira e artística, uma vez que esta é uma atividade que vive precária situação de financiamento e cujo conceito artístico está atrelado ao diálogo com a sociedade. Há, então, um conflito entre necessidade e ausência do espectador que merece ser analisado. Um conflito que a simples leitura de estatísticas não encerra, que é nublado pela visão nostálgica, plateias de especialistas e espectadores pontuais, e que vai além das explicações baseadas apenas na renda e escolaridade do público. O que esta dissertação propõe é um olhar interdisciplinar e crítico sobre o comportamento dos envolvidos nesta situação. Analisando os espectadores, percebe-se uma ânsia por diversão, grandiosidade, prazer e segurança que tem pouca harmonia com a produção artística do teatro de grupo, ainda que o atual valor dado à experiência possa encontrar afinidade nas propostas dos espetáculos. E analisando os artistas teatrais, percebe-se que a busca pelo espectador não especializado nem sempre se efetiva, seja por mecanismos de financiamento à cultura que relegam o espectador a segundo plano, pela fragilidade das ações de divulgação e formação de plateia ou por uma concepção elitista do próprio ofício. Esta dissertação espera colaborar academicamente com os estudos sobre recepção, entretenimento e democratização cultural. Mas espera ainda mais ressaltar a gravidade do problema de um teatro restrito a especialistas, e assim convidar para que outros ampliem este debate e gerem um movimento de maior aproximação entre arte e sociedade.

Palavras-chave: Teatro. Espectador. Entretenimento.

ABSTRACT

FREIRE, Vítor Silva. **Honorable audience**: a reflection on the relation between the group theater in the city of São Paulo and the non-specialized spectators. 2018. 128 p. Dissertation (Master in Philosophy) – Postgraduate Program in Cultural Studies, School of Arts, Sciences and Humanities, University of São Paulo, São Paulo, 2018. Corrected version.

Inserted in the field of Cultural Studies, this research observes the contact between the artistic production of the group theater in the city of São Paulo and the non-specialized spectator – one who is not a professional or a theatrical student. Adding observations, testimonials, interviews and statistics, it is possible to observe that a true theatrical audience, spontaneous and recurrent, is something scarce. Despite being widely offered in the city of São Paulo, the theater is not yet a favorite activity for citizens' free time. However, contact with the non-specialized spectator is not a superfluous item, but precisely where the theater can find its conditions of financial and artistic sustainability, since this is an activity that is experiencing precarious financing situation and whose artistic concept is linked to the dialogue with society. There is a conflict between need and absence of the spectator that deserves to be analyzed. A conflict that a simple reading of statistics does not solve, which is clouded by the nostalgic vision, expert audiences and momentary spectators, and that goes beyond the explanations based only on the income and education of the public. What this dissertation proposes is an interdisciplinary and critical look at the behavior of those involved in this situation. Analyzing the spectators, it is perceived an eagerness for amusement, grandiosity, pleasure and security that has little harmony with the artistic production of the group theater, although the current importance given to the experience can have affinity with the proposals of the plays. And analyzing theatrical artists, it is perceived that the search for the non-specialized spectator does not always take effect, either by mechanisms of cultural funding that relegate the viewer to the background, by the fragility of actions of publicity and audience generation or by an elitist conception of their occupation. This dissertation hopes to collaborate academically with the studies on reception, entertainment and cultural democratization. But it hopes even more to emphasize the seriousness of the problem of a theater restricted to specialists, and thus invite others to broaden this debate and generate a movement to bring art and society closer together.

Keywords: Theater. Spectator. Entertainment.

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO.....	10
1.1	A PROVOCAÇÃO DE ANTHONY NEILSON.....	14
1.2	OS CAMINHOS PERCORRIDOS.....	18
2	A SITUAÇÃO DO PÚBLICO TEATRAL.....	22
2.1	ESTATÍSTICAS ATUAIS: O INTERESSE EM NÚMEROS.....	22
2.2	UM PANORAMA HISTÓRICO: O PÚBLICO SE AFASTOU?.....	34
2.3	ENTRE ESPECIALISTAS E CONVIDADOS: QUEM É ESTE PÚBLICO?.....	39
3	A IMPORTÂNCIA DO DIÁLOGO ENTRE CENA E PÚBLICO.....	46
3.1	SUSTENTABILIDADE ARTÍSTICA: A AÇÃO POLÍTICA DA CENA.....	46
3.2	SUSTENTABILIDADE FINANCEIRA: A DEPENDÊNCIA DOS INDEPENDENTES.....	53
4	A CULPA DO PÚBLICO.....	63
4.1	O TEATRO NA SOCIEDADE DO HIPERESPETÁCULO.....	64
4.2	RISCO E SEGURANÇA NAS ESCOLHAS DE ENTRETENIMENTO.....	72
5	A CULPA DO ARTISTA.....	82
5.1	O PÚBLICO É NECESSÁRIO? O PARADOXO DO FINANCIAMENTO À CULTURA.....	83
5.2	O PÚBLICO É DESEJADO? UMA POSSÍVEL POSTURA ELITISTA.....	89
5.3	O PÚBLICO ESTÁ CIENTE? O USO DAS FERRAMENTAS DE DIVULGAÇÃO.....	95
5.4	O PÚBLICO ESTÁ SENDO ALCANÇADO? OS ESFORÇOS NA FORMAÇÃO DE PLATEIA.....	105
6	CONCLUSÃO.....	116
	REFERÊNCIAS.....	121

1 INTRODUÇÃO

Esta pesquisa procura abordar as relações estabelecidas atualmente entre o teatro de grupo de São Paulo-SP e o público não especializado, através de uma análise crítica dos hábitos culturais dos cidadãos paulistanos e das formas de produção desenvolvidas por este segmento artístico. Se o tema de nossa pesquisa é justamente o ponto de contato entre teatro de grupo e espectador, as reflexões deste texto procuram equilibrar o olhar entre ambos os lados e compreender por que estes dois pontos parecem estar cada vez mais afastados.

Nosso objetivo principal aqui é investigar um leque de possíveis motivos para que o espectador não especializado não aparente apresentar muita frequência ou interesse por aquela que é uma forma artística amplamente oferecida na cidade. De maneira mais específica, consideramos que nossa pesquisa pode colaborar ao reunir dados e análises críticas dos hábitos de entretenimento do cidadão paulistano atual, buscando compreender as especificidades de sua busca por diversão. Consideramos ainda que os resultados desta pesquisa podem auxiliar o segmento teatro de grupo a refletir sobre sua sustentabilidade financeira e a efetiva repercussão de seu discurso artístico.

Tais objetivos surgiram porque iniciamos esta pesquisa, formalmente, a partir de algumas hipóteses, responsáveis pelo desenrolar de grande parte do conteúdo deste texto. A primeira delas, que influencia a forma que esta pesquisa tomou, é considerarmos que uma investigação sobre os hábitos de diversão do cidadão paulistano, compreendendo suas motivações, bem como o entendimento positivo do conceito de entretenimento, com atenção especial à fruição do público, podem servir como ferramentas importantes em uma reaproximação entre o teatro de grupo e o público não especializado em São Paulo-SP. A segunda hipótese, que baseou a importância que aplicamos a esta pesquisa, é que o interesse do espectador não especializado é um elemento crucial para que o teatro de grupo paulistano conquiste uma necessária sustentabilidade artística e financeira para sua produção. E a terceira hipótese, responsável por nos estimular a duvidar de algumas respostas prontas que encontramos em nosso percurso, é que a dificuldade do espectador na decodificação dos códigos teatrais, advinda de fragilidades econômicas e educacionais brasileiras, não é o principal motivo para a distância do público não especializado em relação à produção do teatro de grupo.

Antes de prosseguirmos com nossa dissertação, aproveitamos o momento deste primeiro capítulo introdutório para contextualizarmos o surgimento de nossa pesquisa, bem

como para delimitarmos alguns conceitos que serão empregados frequentemente ao longo deste texto.

A percepção do frágil contato entre o público não especializado e o teatro de grupo já nos inquietava, fora do âmbito da pesquisa acadêmica, há vários anos. Pois nossa trajetória profissional é justamente associada a este segmento artístico. Desde nossa formação no Bacharelado em Artes Cênicas do Departamento de Artes Cênicas (CAC) da Escola de Comunicações e Artes (ECA) da Universidade de São Paulo (USP) e na pós-graduação *lato sensu* em Gestão Cultural no Serviço Nacional de Aprendizagem Comercial de São Paulo (Senac/SP), até nossa trajetória profissional como ator, diretor e produtor teatral, além de professor do curso Técnico em Teatro do Senac/SP, sempre criamos, produzimos, interpretamos e lecionamos conteúdos pertencentes ao teatro de grupo paulistano.

Por este motivo, se por um lado tal histórico pode nos trazer um relativo domínio teórico e prático da situação abordada em nossa pesquisa, temos consciência que esta dissertação arrisca cair, por determinados momentos, em um terreno demasiadamente opinativo e pessoal. Faremos todo o esforço possível para nos valermos positivamente das características dos Estudos Culturais, o qual entendemos como um campo que não procura ser neutro, mas que abre espaço para o posicionamento do pesquisador, que considera seu lugar de fala (BARKER, 2008, p. 27). Procuraremos equilibrar dados, análises, empirismos, experiências, impressões e opiniões, a fim de chegarmos a um resultado final que colabore, em alguma medida, para futuras soluções para o problema apresentado. Este último objetivo, ainda que idealista, por considerarmos também que o campo dos Estudos Culturais possui o compromisso cívico e político “de estudar o mundo, de modo a poder intervir nele com mais rigor e eficácia, construindo um conhecimento com relevância social” (BAPTISTA, 2009, p. 453).

E o problema em questão, que percebíamos durante toda a nossa atuação profissional junto ao teatro de grupo e que é aprofundado nesta pesquisa, é justamente a falta de público não especializado para as produções de teatro de grupo em São Paulo-SP. Se a arte teatral em si, como veremos mais adiante, já não figura como uma atividade predileta do paulistano, era especialmente no segmento do teatro de grupo que, há anos, notávamos que o problema se agravava. Afinal, ainda que um rápido olhar nas plateias de teatros musicais da cidade ou nas filas de espera das *stand-up comedies* pudesse nos enganar que o segmento teatral goza aqui de bastante sucesso, a realidade vivida pelos grupos de teatro paulistanos era sempre de plateias habitualmente vazias (RODRIGUES, 2014), ou ocupadas apenas por artistas e estudantes teatrais – as chamadas pessoas de teatro.

Era mesmo de se perguntar como, em uma cidade com as dimensões extraordinárias de São Paulo-SP, com mais de doze milhões de habitantes, segundo dados do Instituto Brasileiro de Geografias e Estatísticas (IBGE), parecia ser sempre possível encontrar algum rosto conhecido nas pequenas plateias do teatro de grupo. Era de se perguntar com quem, afinal, estávamos dialogando. Era de se perguntar, por fim, se uma produção como esta era uma atividade sustentável, artística e financeiramente. E, de fato, tal pergunta surgia entre colegas de profissão e alunos em cursos de teatro, mas, como também veremos adiante, entre outros tantos anseios que afligiam e ainda afligem os especialistas em teatro, tal preocupação parecia se esvaír.

Antes de mais nada, façamos uma primeira conceituação de termos que utilizaremos em toda a dissertação, remetendo o conceito de **teatro** à sua origem grega, no termo *theatron*, que, em português, significa lugar para ver. Com isto, pretendemos não temer a obviedade e afirmar a especificidade desta linguagem artística, que não se concretiza em um produto físico que pode ser guardado na gaveta, ou em uma gravação que pode ser assistida posteriormente, mas que depende, em essência, do diálogo com o espectador no momento presente, ao vivo, justificando o problema levantado por nossa pesquisa. Mais adiante nesta dissertação explanaremos com maior amparo teórico o que estamos acusando como uma necessidade que o teatro possui em relação ao espectador – mais ainda, em relação ao espectador não especializado.

Reiteradamente, utilizamos o termo **espectador não especializado** e com isto queremos nos referir àquele espectador que não possui um vínculo direto com o teatro. Aquele espectador que não é um artista ou técnico profissional de teatro e nem mesmo um estudante da arte teatral, que não possui formação teórica ou prática em relação ao fazer teatral. Ou seja, o cidadão paulistano comum, para quem sentar em uma plateia de teatro pode corresponder apenas a seus interesses, e não a obrigações profissionais ou estudantis. Ainda assim, a ideia de um espectador que escolhe o teatro de forma totalmente espontânea, a que este conceito parece estar atrelado, será colocada bastante em questão durante esta dissertação.

E estamos propondo aqui uma especial atenção ao chamado teatro de grupo em São Paulo-SP não apenas por nossa intimidade com o segmento ou por sua maior fragilidade no contato com o público. Mas este segmento, empreendido por coletivos, mais ou menos fixos, de artistas, tendo em comum a prática da pesquisa cênica continuada, é a forma de produção teatral predominante na cidade de São Paulo. Sendo ainda especialmente impulsionado pela criação da Lei do Fomento ao Teatro pela Prefeitura de São Paulo, em 2002, o cenário teatral

mais perceptível hoje na capital paulista consiste em centenas de grupos, atuando do centro à periferia da cidade (GOMES; MELLO, 2014). Sem querer desviar o foco de nossa pesquisa, mas para talvez ampliar o interesse do leitor em nosso assunto, a situação paulistana encontra, em maior ou menor medida, seus reflexos espalhados em diferentes pontos do Brasil, considerando que o segmento do teatro de grupo “acolhe a maior parte do teatro que se faz no país” (ARAUJO; AZEVEDO; TENDLAU, 2011, p. 43).

Fazendo mais uma conceituação, já é possível notar que optamos pelo termo **teatro de grupo** ao longo desta dissertação, ao invés de outros termos bastante conhecidos, como teatro experimental, teatro de pesquisa, teatro alternativo ou teatro independente. Quanto aos primeiros, porque entendemos que experimento e pesquisa são inerentes, de alguma forma, a qualquer proposta cênica. Já o conceito teatro alternativo não serve aos propósitos desta análise, uma vez que, conforme exposto, em São Paulo, sobretudo na capital, o trabalho teatral em grupo tornou-se não uma alternativa, mas quase uma regra. Por fim, quando colocamos em questão as formas de financiamento utilizadas pelas produções teatrais, majoritariamente ligadas a frágeis verbas públicas e raramente autossustentáveis, percebemos que é pouco preciso taxar tais produções como independentes, o que será alvo de nossas reflexões em capítulos seguintes.

Salientamos que esta não é uma escolha exclusiva nossa, sendo o termo grupo, nas palavras da pesquisadora Helga Finter, significativo “no sentido de afirmar um modo de trabalho ‘alternativo’ e uma compreensão social ‘diferente’” (ARAUJO; AZEVEDO; TENDLAU, 2011, p. 183). Continuando este raciocínio, é importante, por fim, que delimitemos uma certa identidade deste segmento teatral que observamos.

Nas palavras do professor e diretor teatral André Carreira: “No imaginário daqueles que fazem teatro, o termo ‘teatro de grupo’ [...] seria um teatro definido pela durabilidade da equipe, o que estaria relacionado com as particularidades dos respectivos projetos artísticos e políticos” (ARAUJO; AZEVEDO; TENDLAU, 2011, p. 43). Ou ainda, é um segmento que “preconiza modos de produção de natureza colaborativa e busca aliar pesquisa e inserção social” (PUPO, 2015, p. 15). Ou seja, além da coletividade e continuidade, será vital para nossas reflexões notar a responsabilidade política imbuída nas propostas do segmento de teatro de grupo, especialmente os atuais grupos paulistanos, que apresentam, nas palavras do crítico Edécio Mostaço, um amadurecimento “tanto no que diz respeito ao reforço de sua ação política como movimento social quanto ao que tange a sua definição como alteridade artística e cultural” (ARAUJO; AZEVEDO; TENDLAU, 2011, p. 51).

1.1 A PROVOCAÇÃO DE ANTHONY NEILSON

Retornando a nosso raciocínio anterior, nossa preocupação com a falta de público no teatro de grupo era encerrada na esfera pessoal, até nos depararmos com uma breve matéria do jornal Folha de São Paulo com o dramaturgo escocês Anthony Neilson, em 2013, que se debruçava sobre a mesma preocupação. Com uma percepção que ia ao encontro da nossa, Neilson alertava como o teatro “patina isolado em nichos de especialistas e pequenas plateias” (FIORATTI, 2013). Se temos noção que esta matéria de jornal, por si, não tem grande valor como referência acadêmica, ela merece ser mencionada uma vez que nos serviu como um estopim para começarmos a empreitada acadêmica de observar o público paulistano, em relação ao contato (ou à falta dele) com os espetáculos de teatro de grupo na cidade. Buscamos, a partir daí, analisar criticamente tanto os hábitos do público local quanto as formas de produção deste segmento artístico, expondo as implicações deste relacionamento (ou, mais uma vez, da falta dele) e propondo caminhos para um maior diálogo entre as duas partes. Pois estas duas partes, claramente, não dialogavam como desejávamos.

Se poderiam ser muitos os motivos para explicar a situação, o primeiro deles, ressaltado pela matéria de jornal e fundamental para iniciarmos a pesquisa, reside justamente na percepção que o espectador não especializado tem do teatro. A matéria da Folha de São Paulo cobria um evento realizado na capital paulista pelo Serviço Social da Indústria (SESI), onde Neilson declarava que o teatro se afastou do público, “envelheceu”. E era provocativo e taxativo:

É importante [...] ser entretenimento. Não estamos nos comunicando da forma correta. Estamos fazendo peças de três horas, e isso nem sempre é preciso. Quem vê duas peças chatas de três horas não volta. A sensação é de ter sido molestado. (FIORATTI, 2013)

A fala de um expoente da dramaturgia britânica, notadamente ligado a projetos teatrais de caráter mais experimental, sobre o senso comum de que teatro é chato, validava uma impressão que já era possível perceber, empiricamente, no dia a dia. Qual será a razão deste senso comum? Cobia à nossa pesquisa investigar.

A fala de Neilson era ainda mais provocativa quando opomos a sua sugestão com recorrentes declarações de artistas de teatro de grupo bradando que teatro não é lugar de entretenimento. Mas, afinal, o que significa ser entretenimento?

Para justificarmos o porquê de nos demorarmos nesta provocação, cabe fazermos mais algumas necessárias conceituações e delimitações de termos utilizados neste texto.

Entretenimento é entendido aqui como um momento de busca pelo prazer, relacionado à valorização do tempo de um indivíduo (TRIGO, 2003) – ou seja, é um conceito focado na ação do público receptor, sem nenhuma implicação de qualidade ou característica específica da obra utilizada para este propósito. Para completarmos o raciocínio, é importante notar que o conceito de **obra de arte** é tratado aqui como a ideia de “dar forma a uma palavra, a uma emoção, a um discurso, a um sentido com a ajuda de uma linguagem simbólica particular” (CARASSO, 2012, p. 30). Em nossas palavras, uma criação artificial de algo pelo homem, com objetivos simbólicos – uma definição propositalmente ampla, ligada à sua forma de produção e não a qualquer hierarquização de valores. Afinal, “nem a originalidade, nem mesmo o valor estético são condições *sine qua non* de uma obra de arte. Um romance ‘ruim’ não deixa de ser um romance” (LIPOVETSKY; SERROY, 2014, p. 66). Mais uma vez, nenhum dos conceitos traz uma conotação de qualidade e nem se opõem, mas sim são dois campos com focos distintos: um no momento do público; outro na característica da obra. Um no espectador; outro no artista.

Não podemos ignorar que há um preconceito com a ideia de entretenimento, que acaba por criar uma hierarquização arte > entretenimento e mesmo uma segmentação espetáculos de arte *versus* espetáculos de entretenimento. Neste sentido, podemos emprestar da análise de Bourdieu:

Esta oposição entre os dois mercados e, correlativamente, entre os produtores para produtores e os produtores para não-produtores [...] comanda toda a representação que os artistas e os escritores têm de sua profissão, além de constituir o princípio fundamental das taxinomias segundo as quais classificam e hierarquizam as obras (a começar pela sua própria obra). (BOURDIEU, 2007, p. 151)

Uma hierarquia que já nos faz perguntar se “uma definição por demais limitada da arte não freia a produção e a difusão das obras na época da economia imaterial e global. Se [...] não se teria tornado inoperante, quando os gêneros se misturam por todo lado” (MARTEL, 2012, p. 417).

Mas sugerimos de imediato, inclusive para melhor aproveitamento desta pesquisa por nosso leitor, que não criar uma cisão entre integridade artística e fruição do público pode ter grande utilidade para observar o mercado artístico de maneira mais ampla e aproximar obras artísticas de um público em potencial. Enxergar arte e entretenimento, ao invés de arte **ou** entretenimento.

Enquanto o artista está – e deve estar – envolvido com todos os detalhes técnicos de sua produção, para o espectador o espetáculo é um momento. Como lembra Silviano

Santiago, “a cultura, para quem não vive dela, é um lazer” (SANTIAGO, 1982, p. 88). O espectador não é o criador da obra, não tem a mesma relação com ela que tem o artista. Logo, se esta não lhe parece interessante, se não dialoga com ele, o espectador irá, de fato, gastar seu tempo em outro lugar.

Se não parecem faltar projetos de pesquisa, prática ou teórica, acadêmica ou não, com foco no artista, voltados a analisar criações artísticas, rapidamente entendemos que nossa pesquisa deveria contribuir com um foco diferente. O entretenimento tem deixado “de ser motivo de escárnio dos intelectuais mal-humorados” (TRIGO, 2003, p. 151), era o cerne da provocação de Neilson e funcionaria também como um norte para a nossa pesquisa acadêmica, justamente por estar ligado à valorização do tempo do espectador, lidando diretamente com a compreensão do público. Pois no teatro de grupo parecia se destacar justamente a falta de um olhar para sua plateia.

Como um primeiro argumento a justificar esta impressão, lembramos que durante nossa formação no CAC/ECA/USP, um local de grande notoriedade e que consideramos exemplar para os estudos em Artes Cênicas, nossos diversos anos em sala de aula foram exclusivamente voltados **para dentro** do palco, para técnicas de cena – em momento algum, por estudantes ou professores, houve a preocupação de discutir a recepção do público.

Como mais um argumento para justificar nossa urgência em querer olhar para a plateia teatral, realizamos, como uma espécie de experimento, uma breve pesquisa na Biblioteca Digital de Teses e Dissertações da USP. De início, já percebemos que a quantidade de projetos de pesquisa com a ótica assumida do entretenimento era mínima. Após a busca por termos como público de teatro, público teatral, espectador de teatro, espectador teatral e plateia, tanto em português quanto em inglês, não fomos capazes de encontrar projetos voltados a estudar o público de teatro, com exceção do valioso trabalho do Prof. Dr. Leonel Carneiro, que é, inclusive, utilizado como referência neste texto. As raras menções encontradas dentre as teses da USP diziam respeito a questões artísticas, de encenação e a maneira de lidar com a plateia dentro de um determinado dispositivo cênico. Ou seja, diferente do que propomos aqui ao tornarmos o público protagonista da pesquisa. Um dado que, por si só, reforça a impressão de raridade do olhar **para fora**, para o público, entre os especialistas em teatro.

Sem querer tomar em demasia o tempo do leitor com pessoalidades, confessamos que, durante nosso percurso como aluno de Mestrado, este próprio projeto de pesquisa gerou muito mais curiosidade e interesse entre disciplinas, departamentos, professores e alunos de fora do

meio teatral do que quando propúnhamos esta mesma conversa no círculo acadêmico das Artes Cênicas.

Afinal, será que o teatro de grupo estava percebendo, compreendendo e valorizando seu espectador? Será que estava procurando sua plateia? Cabia à nossa pesquisa investigar.

Com alguma constância, nos deparávamos com argumentos que cravavam a explicação certa para a baixa frequência em teatros no fruto direto de problemas socioeconômicos e déficits educacionais. Mas se aprendemos algo com a noção de dialética, percebemos que era nosso dever nos imbuirmos de um espírito crítico e autocrítico (KONDER, 2008), desconfiar de qualquer explicação redutora. Pois será que o espectador que reúne as ditas condições econômicas, sociais e educacionais, então, tem interesse pelo teatro? À medida que ao nosso empirismo somávamos uma série de pesquisas recentes sobre os hábitos de cultura e lazer do cidadão paulistano, constatávamos o alto índice de quem não frequenta o teatro, de quem nunca assistiu a um espetáculo e de quem não tinha interesse em fazê-lo.

Para este trabalho acadêmico ter alguma valia, é preciso que desconfiemos do senso comum. Assim, após este ponto de partida, buscaremos analisar e compreender os espectadores, indo além de explicações que reduzem a capacidade da recepção artística a níveis socioeconômicos ou a formações escolares. Como parece notar a fala do ator e dramaturgo Hugo Possolo:

É preciso ir à raiz do desinteresse pelo teatro. Além da base educacional, cuja recuperação não tem mostrado perspectivas, é necessário que a produção artística avalie se os conteúdos estão dialogando com o público, em especial o jovem, além de saber se a difusão está sendo eficaz para chegar a quem interessa. (LEIVA, 2014, p. 161)

É justamente nossa pesquisa e interpretação destes outros fatores que o leitor verá nas páginas seguintes. Uma mira talvez mais subjetiva, voltada ao lado comportamental, às atitudes e identidades dos dois lados envolvidos em nosso tema. Desde as características dos espectadores atuais e sua busca por diversão, as possibilidades oferecidas para o tempo livre do cidadão, a postura dos artistas teatrais quanto ao seu público, as condições econômicas do financiamento artístico, até a gestão dos projetos teatrais profissionais, há um amplo e complexo leque de elementos intrínsecos à relação entre teatro de grupo e espectador e que merecem nossa atenção. Entendemos que o tipo de processo que iniciamos aqui pode ser uma estratégia importante para a efetivação das produções e discursos do teatro de grupo paulistano. E cabe à nossa pesquisa investigar.

1.2 OS CAMINHOS PERCORRIDOS

Para o desenvolvimento da nossa pesquisa, optamos por utilizar e combinar diferentes abordagens.

Se pretendíamos falar de hábitos culturais, pareceu-nos impossível ignorar ferramentas quantitativas, para que pudéssemos observar de maneira mais concreta o comportamento dos espectadores que tanto nos interessam aqui. Seguindo este caminho, era importante reconhecermos que, antes de nós, outros pesquisadores puderam realizar questionários de grande competência e com alcance muito maior do que poderíamos ou nos propúnhamos a fazer. Por isto, como será mais explorado adiante, nos dedicamos a analisar dados levantados por diversas outras pesquisas já realizadas sobre os hábitos de lazer do cidadão paulistano, incluindo a comparação direta de resultados relativos ao público de teatro com o de outras formas de entretenimento, constatando, de maneira geral, a atual situação da atividade teatral dentre os interesses do público de São Paulo-SP.

Ainda assim, carecíamos de tocar em alguns pontos não cobertos pelas pesquisas já realizadas. Por isto, elaboramos algumas perguntas, na forma de um formulário online, com alcance reduzido para 180 pessoas, da qual nos valeremos em alguns momentos desta dissertação. O formulário ficou aberto a respostas no período entre 16 de outubro de 2017 e 30 de março de 2018, e realizamos sua divulgação paulatinamente por redes sociais de maneira indireta, solicitando de maneira privada para que pessoas de fora de nosso círculo teatral compartilhassem a pesquisa com seus conhecidos, sem maiores direcionamentos sobre o tema, para que conseguíssemos potencializar o alcance de um espectador não especializado e para que este ficasse o mais à vontade possível ao responder às perguntas propostas.

Oferecer este formulário a uma esfera menor de pessoas possibilitou que realizássemos perguntas com caráter mais aberto e colhêssemos algumas impressões diferentes. Nesta estrutura de formulário, pudemos associar uma pergunta comum a outros questionários (você já foi ao teatro?) com uma pergunta mais pessoal (pode nos dizer qual espetáculo, onde e quando foi?). A resposta oriunda desta questão já conseguia nos revelar algumas impressões interessantes, que iam além das possibilidades mais matemáticas das grandes pesquisas. Por exemplo, a dificuldade de alguns em lembrar qual espetáculo tinha sido assistido ou quão longínqua era a última vez que haviam comparecido ao teatro, e mesmo respostas que contradiziam outras respostas dadas pela mesma pessoa, como sobre seu interesse e gêneros preferidos. Pudemos esmiuçar um pouco a ida ao teatro daqueles que responderam ao formulário, questionando se esta ida era por iniciativa própria, por motivos escolares ou de

trabalho, ou ainda a convite de um terceiro. E ao questionar sobre tipos de espetáculos prediletos, pudemos perguntar também o porquê desta escolha, o que nos parecia acarretar em uma maior franqueza nas respostas do que a simples marcação de uma coluna em um formulário.

Se os métodos utilizados até aqui dizem respeito ao público mais geral, inclusive (ou principalmente) àquele que não comparece em um espetáculo de teatro de grupo, era preciso colher algum material, impressões e opiniões diretamente do momento em que o teatro de grupo está acontecendo na cidade. Assim, comparecemos presencialmente a sete apresentações de diferentes espetáculos de grupos de teatro, em diversos locais da cidade. Nestas ocasiões realizamos algumas perguntas, de forma escrita, a uma média de dez espectadores por espetáculo (quando o número de espectadores no local chegava a esta quantidade), totalizando 69 espectadores, que foram complementadas com um diálogo que travamos com o próprio grupo teatral responsável pela apresentação. Pretendíamos, assim, tecer um panorama equilibrado daquele evento, observando os dois lados envolvidos. Os resultados desta pesquisa serão aproveitados mais adiante nesta dissertação.

A estes espectadores perguntamos, em especial, se tinham algum vínculo com o teatro, como estudos ou trabalho (com um resultado bastante revelador), e o motivo de estarem ali naquele dia, somado ao questionamento se foram por iniciativa própria ou a convite de outra pessoa (com resultado também bastante revelador, em nossa opinião).

Já os grupos teatrais foram consultados se foi feito algum esforço direcionado para chamar público para aquele espetáculo, detalhando qual ação foi feita, para quem foi direcionada e por qual motivo. Sugerimos também que refletissem sobre a atual relação entre teatro e público, com a intenção de encontrarmos novos olhares para o tema.

Os espetáculos que serviram a esta pesquisa, todos na cidade de São Paulo, foram: Centreville, do Grupo SagaCidade, participante do projeto Expedição Quixotes – Meu Corpo, Minha Cidade, selecionado para ocupar o espaço da Funarte, realizado no dia 23 de novembro de 2017; Space Invaders, da Cia. do Fubá, vencedor do Programa de Ação Cultural do Governo do Estado de São Paulo e do Prêmio São Paulo de Incentivo ao Teatro Infantil e Jovem, realizado no Espaço do Elevador no dia três de dezembro de 2017; Canto Para Rinocerontes e Homens, da Companhia Teatro do Osso, vencedor do Prêmio Zé Renato da Prefeitura de São Paulo, realizado no Galpão do Folias no dia 11 de dezembro de 2017; Vulvar (no Lugar Dela), das Mal-Amadas: Poética do Desmonte Grupo de Teatro Feminista, vencedor do Prêmio Zé Renato da Prefeitura de São Paulo, realizado no Teatro de Contêiner no dia 22 de janeiro de 2018; A Casa de Bernarda Alba, da Cia. London, selecionado para o

Circuito Cultural Paulista, realizado no Espaço Parlapatões no dia 23 de fevereiro de 2018; Macunaíma – Herói da Nossa Gente, da Confraria dos Elefantes, espetáculo apoiado pela Poiesis, realizado na SP Escola de Teatro no dia 23 de fevereiro de 2018; Cais ou Da Indiferença das Embarcações, da Velha Companhia, vencedor dos prêmios Shell, APCA, Aplauso Brasil e Arte Qualidade Brasil, em cartaz durante a mostra em homenagem aos 15 anos do grupo no SESC Pompeia, no dia 4 de maio de 2018.

Explicada esta primeira parte de nossa metodologia, emprestamos, só por um instante, uma fala do filósofo Aristóteles:

Quando falamos de coisas que são verdadeiras apenas em linhas gerais, partindo de premissas do mesmo gênero, não devemos aspirar a conclusões mais precisas. Cada tipo de afirmação, portanto, deve ser aceito dentro dos mesmos pressupostos; os homens instruídos se caracterizam por buscar a precisão de cada classe de coisas somente até onde a natureza do assunto permite, da mesma forma que é insensato aceitar raciocínios apenas prováveis de um matemático e exigir de um orador demonstrações rigorosas. (ARISTÓTELES, 1999, p. 18)

A lembrança desta fala visitou-nos durante esta escrita, e tal empréstimo do filósofo surge como um paralelo à nossa situação aqui. Como pode ser presumido após nossa fala sobre os Estudos Culturais, temos a convicção de que há pouco de exato quando falamos de cultura. Por isto, o olhar quantitativo das estatísticas não nos é suficiente, e, coerente com o espírito de todo o nosso texto, as respostas de formulários também merecem sua dose de desconfiança. Por isto, procuramos um amplo leque bibliográfico em busca do amparo teórico para analisarmos toda a realidade que encontramos. Este amparo surge da leitura de teóricos das áreas de Estudos Culturais, Filosofia, Ciências Sociais, *Marketing*, Lazer, Turismo e, por fim, Teatro. Nossa opção por este olhar plural, prontamente abraçado pelo campo dos Estudos Culturais e por nosso departamento de pós-graduação, é justamente para nos esquivarmos de lugares-comuns e respostas prontas, fundamentando de maneira mais ampla um olhar crítico sobre a relação da obra de arte com seu público.

Como um adicional à abordagem do parágrafo anterior, ponderamos que certas falas sobre o nosso problema em questão, especialmente com o olhar atualizado que tentamos aplicar, são difíceis de serem encontradas em referencial bibliográfico convencional. Por isto complementamos esta leitura com depoimentos e entrevistas de profissionais da área da cultura colhidos em diversos periódicos nacionais, além de algumas publicações que registravam o resultado de valiosos debates entre artistas. Este material avolumou nossa bibliografia, mas com o propósito de representar uma visão daqueles que vivenciam praticamente a realidade que encontramos atualmente e também de imprimir sobre ela

posicionamentos sinceros que, neste caso, não estão muito presentes em publicações acadêmicas.

Afinal, será difícil esconder a sinceridade que permeia esta pesquisa, nas nossas intenções, opiniões, desconfianças, preocupações, na tentativa de enxergar o problema de maneira desprovida de preconceitos e na crença de colaborarmos com o aumento e aprofundamento de reflexões futuras sobre o tema, inclusive sendo nossas conclusões também suscetíveis a – por que não? – sinceras críticas, negações e questionamentos.

Mas o que carregamos deste processo de estudos e aprendizado no campo dos Estudos Culturais foi a tranquilidade para respeitarmos nossa identidade e nossos propósitos de pesquisa, o que resvalou em nossas escolhas, nossos métodos, nossas leituras, nossa escrita e nossos posicionamentos. No fim, é nossa tentativa de agarrar com afinho uma oportunidade de registro, difusão e troca de conhecimentos que nos foi aberta pelo Mestrado, priorizando sempre a real preocupação, artística e cidadã, que nos trouxe até aqui.

Ainda que confessemos pouco domínio do conceito de transdisciplinaridade de Basarab Nicolescu, ao nos aproximarmos do fim desta introdução, lançamos mão de uma série de pensamentos do físico teórico romeno, que tanto nos tocaram como podem esclarecer os caminhos que tentamos trilhar. Pois a metodologia traçada nos parágrafos anteriores se justifica quando somos inquestionavelmente influenciados por este olhar que combina e transcende barreiras disciplinares com o declarado objetivo de “compreensão do mundo presente, para o qual um dos imperativos é a unidade do conhecimento” (NICOLESCU, 1999, p. 46). E para tal compreensão (e ação, diga-se), pensamos ser positivo colher novos olhares sobre os temas que já observamos antes, de modo a “sacrificar nossos hábitos de pensamento, nossas certezas, nossas imagens” (NICOLESCU, 1999, p. 72) – em suma, desconfiar.

Segundo a ótica pela qual tentamos nos guiar, procuramos até o fim manter em nossa postura de pesquisador:

O **rigor** na argumentação que leva em conta todos os dados é a melhor barreira em relação aos possíveis desvios. A **abertura** comporta a aceitação do desconhecido, do inesperado e do imprevisível. A **tolerância** é o reconhecimento do direito às ideias e verdades contrárias às nossas. (NICOLESCU, 1999, p. 150, grifos nossos)

2 A SITUAÇÃO DO PÚBLICO TEATRAL

Pelo que já foi exposto até aqui, nota-se que esta dissertação baseia sua razão de existência na fragilidade da relação entre público e teatro. Mas, ainda que tenhamos revelado um impulso pessoal para empreender esta pesquisa, uma afirmação como esta não pode estar amparada apenas por nossa percepção nem restrita à minúscula esfera de nossa carreira como profissional de teatro. Por isso, dedicamos o capítulo a seguir à reunião de uma série de elementos que auxiliam a constatar a situação atual do público de teatro não especializado na cidade de São Paulo.

Tais elementos vão de resultados de pesquisas quantitativas a depoimentos atuais e registros históricos. Pretendemos não nos limitar apenas à ação de colocar os espectadores potenciais em termos numéricos, percebendo o que fizeram em seus momentos de lazer, onde foram, o quanto foram e por que foram a alguma atividade. Também consideramos importante encarar de frente uma certa convicção de que, no passado, a realidade era diferente, para assim refletirmos se, de fato, uma escassez de público seria um fenômeno recente. Além disso, tentamos ir além da frieza dos algarismos e procuramos destrinchar se observar uma massa numérica de espectadores é realmente um dado confiável para deduzirmos uma quantidade de espectadores habituais e espontâneos.

Se fomos competentes em coletar e analisar estes dados, acreditamos que podemos tomar a problemática da falta de espectadores não especializados para o teatro de grupo como um fato, abrindo o caminho para as demais discussões abordadas em nosso texto.

2.1 ESTATÍSTICAS ATUAIS: O INTERESSE EM NÚMEROS

“Eu mesmo reclamei disso e acho a falta de público um problema real” (MARINHO, 2014). O comentário do dramaturgo Alexandre Dal Farra, vencedor dos Prêmios Shell e APCA e associado ao trabalho com o grupo Tablado de Arruar, em entrevista ao jornal Folha de São Paulo, poderia encontrar eco facilmente nas vozes de outros artistas teatrais paulistanos, receosos da ameaça das plateias vazias. E não são poucos os artistas teatrais paulistanos. O dramaturgo e ator Hugo Possolo, fundador do grupo Parlapatões, Patifes e Paspalhões, já citado anteriormente, nota a discrepância entre oferta e procura no setor teatral paulistano, onde “mesmo com a grande oferta teatral na cidade de São Paulo – em cartaz, por fim de semana, em torno de 150 peças para o público em geral e sessenta para crianças [...], ainda é preocupante a falta de frequência na capital” (LEIVA, 2015, p. 161).

Para começarmos a nos valer dos questionários que empreendemos durante nossa pesquisa, inserimos um breve testemunho nos dado por Carol Delphim, do Grupo SagaCidade, sobre a experiência de seu espetáculo em um teatro público:

O espaço é maravilhoso, grande, bonito, as salas são ótimas... Mas, passando alguns dias ali, vendo algumas peças e também apresentando, nós percebemos que a frequência do público lá é baixa. Imaginei que pudesse ser algo isolado, mas se repetiu em todos os dias e em todas as peças.¹

Todos os artistas citados nestes parágrafos possuem algo em comum: pertencem ao segmento do **teatro de grupo**. Esta constatação é vital para nos esquivarmos de um engano tentador a que a cidade de São Paulo induz. Pois um leitor atento à vida noturna da cidade poderia nos indagar: como podemos falar de pouco público no teatro quando espetáculos de teatro musical, no estilo da Broadway estadunidense, acumulam milhares de espectadores?

De fato, há exemplos que corroboram esta impressão. Dados obtidos diretamente na plataforma virtual VERSALIC (acessível pelo endereço <http://versalic.cultura.gov.br>), destinada à transparência de projetos culturais financiados pelo governo federal, revelam, por exemplo, que o espetáculo de teatro musical A Família Addams vendeu mais de 305.000 ingressos durante seus quase dez meses de temporada paulistana em 2012. Já o término das apresentações de O Rei Leão em São Paulo-SP foi noticiado como sucesso absoluto, já que seus vinte meses de temporada, entre 2013 e 2014, contabilizaram cerca de 800.000 espectadores (BRASIL, 2014).

São números extremamente expressivos, que se replicam em alguns outros grandes espetáculos na cidade. Mas, embora os espetáculos do gênero teatro musical sejam bastante midiáticos, eles são apenas uma pequena fatia da produção teatral e não podem ser tomados como regra. A fala de Hugo Possolo que reproduzimos anteriormente tem razão ao observar a dimensão da oferta teatral na cidade. No dia 19 de abril de 2018, o guia cultural online do jornal Folha de São Paulo (acessível pelo endereço <http://guia.folha.uol.com.br>), no qual não podemos confiar que abranja toda a produção cultural de uma megalópole como São Paulo-SP, apontava que a cidade abrigava 101 espetáculos de teatro adulto na semana. Destes, apenas nove eram relacionados ao segmento de teatro musical.

E mais. A quantidade de espectadores destas produções, ainda que possa saltar aos olhos, não é suficiente para cravarmos um volume imenso de espectadores teatrais habituais na cidade. Nas palavras do produtor teatral e jornalista James Akel, em opinião publicada pelo jornal Folha de São Paulo, “não se pode considerar um ou outro musical como sendo a

¹ Resposta obtida em conversa virtual no dia 28 de novembro de 2017.

realidade do setor” (AKEL, 2015). Este aparente sucesso não se estende ao restante do teatro paulistano, muito menos ao segmento do **teatro de grupo**. O dramaturgo e diretor teatral Carlos Canhameiro, fundador da Cia. Les Commediens Tropicales, frisa: “Não é o mesmo público, infelizmente. São Paulo é difícil de generalizar, mas quem vê O Rei Leão não vê uma peça de grupo em São Paulo” (RODRIGUES, 2014). De fato, veremos nas estatísticas a seguir que a maior parte do setor teatral vive situação muito mais frágil do que as enormes filas de musicais podem supor.

A pesquisa de hábitos culturais mais recente a que tivemos acesso foi empreendida pelo IBOPE Inteligência. Intitulada Viver em São Paulo, foi realizada na capital paulista com 800 entrevistados durante o mês de dezembro de 2017 (IBOPE INTELIGÊNCIA, 2018). A pesquisa questionava seus entrevistados sobre a frequência a determinadas atividades culturais na cidade. Quando noticiados os resultados, frisou-se a conclusão já bastante notória de quanto a condição social e escolar dos entrevistados era determinante em seus hábitos culturais. Se em nenhum momento discordamos da veracidade deste raciocínio, tal qual já explicamos em nossa introdução, pensamos, contudo, que ele não pode encerrar outras camadas de explicações para os hábitos culturais dos cidadãos – sobretudo, em nosso caso, no que concerne ao teatro paulistano.

Todas as informações da pesquisa podem ser facilmente obtidas na íntegra da pesquisa, divulgada publicamente. Porém, testamos aqui uma nova disposição para algumas informações que selecionamos. Se, à primeira vista, não parece ser a forma mais ortodoxa de construção de quadros, ela pode propor uma facilitação gráfica que provoque no leitor um outro olhar sobre os mesmos resultados divulgados.

Para efeito de comparação, colocamos lado a lado estatísticas relacionadas à ida ao teatro e à ida ao cinema. É honesto e necessário destacar que vários dos resultados percebidos em relação ao teatro não são exclusivos, e sim comuns ou semelhantes aos de segmentos como museus e bibliotecas. No entanto, não apenas devemos nos ater a nossos objetivos de pesquisa, relacionados especificamente com o teatro, como a relação direta com o cinema não foi acidental. Ambas as atividades poderiam, em tese, ocupar lugares muito semelhantes nos hábitos culturais dos cidadãos, por se comunicarem com o público, principalmente, pelo viés da ficção e do uso de narrativas conduzidas por atores. Inclusive, vale notar que o acesso ao produto filme é bastante facilitado por outras vias que não a sala de cinema, como pela televisão ou internet. Enquanto a ida ao teatro é a única e necessária forma do espectador tomar contato com o produto espetáculo. Mas este nosso raciocínio, se possui alguma validade, não parece ter exercido qualquer impacto nos resultados. Sigamos aos dados.

Quadro 1 – Cinco respostas mais obtidas sobre a frequência em atividade cultural dos entrevistados com ensino superior

	Cinema	Teatro
Escolaridade Superior	25% frequenta 1 vez por mês	30% não frequentou
	21% frequenta 1 vez a cada 6 meses	26% frequenta 1 vez por ano
	20% frequenta 2 vezes por mês	21% frequenta 1 vez a cada 6 meses
	15% frequenta 1 vez por ano	11% frequenta 1 vez por mês
	11% não frequentou	6% frequenta 2 vezes por mês

Fonte: IBOPE INTELIGÊNCIA (2018).

Tomando este primeiro quadro, podemos desconfiar que o alardeado (e verdadeiro) déficit educacional sofrido pela população no Brasil não é a explicação cabal para o apreço do cidadão pelo teatro. Mesmo entre aqueles que gozam de maiores condições educacionais e tiveram acesso a uma formação superior, 30% não vão ao teatro. Não bastasse, esta alternativa foi a resposta mais obtida a partir deste segmento dos entrevistados. Sem dúvidas, este é o dado mais expressivo do quadro acima. E como podemos observar, ele está lado a lado com a resposta mais obtida em relação ao cinema, na qual um quarto destes entrevistados relata frequentá-lo uma vez por mês, denotando uma diferença de posicionamento bastante relevante entre as duas atividades.

Tenhamos em mente que a divulgação da metodologia da pesquisa não deixa claro se a declaração de não frequência a alguma atividade está restrita a um determinado período de tempo ou se concerne a toda a vida do entrevistado – ou seja, se o entrevistado não tem o hábito de ir ao teatro nem mesmo uma vez ao ano ou se nunca compareceu a este tipo de evento. Ainda assim, é uma resposta altamente relevante quando denota que, ao menos em um passado recente, determinada atividade não fez parte do cotidiano da pessoa.

Seguindo este caminho de análise dos resultados, percebemos que a segunda resposta mais assinalada quanto ao cinema é a frequência a cada seis meses, bastante emparelhada com a de entrevistados que relatam duas idas ao cinema por mês. A não frequência ao cinema está apenas na quinta posição.

Em comparação, a quantidade de respostas sobre a ida ao teatro aparece em uma ordem inversa à frequência. Após a alarmante primeira posição, a melhor das hipóteses são os

frequentadores anuais do teatro. A ida mensal, vencedora no questionário sobre o cinema, aparece apenas na quarta posição.

Apliquemos esta perspectiva agora para outras informações obtidas pela pesquisa.

Quadro 2 – Quatro respostas mais obtidas sobre a frequência em atividade cultural de acordo com a classe econômica

	Cinema	Teatro
Classe A	32% frequenta 1 vez por mês	28% frequenta 1 vez a cada 6 meses
	27% frequenta 1 vez a cada 6 meses	26% não frequentou
	18% frequenta 2 vezes por mês	24% frequenta 1 vez por ano
	10% não frequentou	11% frequenta 1 vez por mês
Classe B	28% frequenta 1 vez por mês	41% não frequentou
	25% frequenta 1 vez a cada 6 meses	23% frequenta 1 vez por ano
	19% frequenta 2 vezes por mês	17% frequenta 1 vez a cada 6 meses
	11% frequenta 1 vez por ano	8% frequenta 1 vez por mês
Classe C	47% não frequentou	75% não frequentou
	15% frequenta 1 vez por mês	11% frequenta 1 vez por ano
	13% frequenta 1 vez por ano	5% frequenta 1 vez a cada 6 meses
	12% frequenta 1 vez a cada 6 meses	3% frequenta 1 vez por mês

Fonte: IBOPE INTELIGÊNCIA (2018).

Com uma comparação entre maiores categorias neste último quadro, diminuímos para quatro o número de respostas observadas, para concentrarmos ainda mais nossa análise. A intenção, desta vez, é desconfiar do poder econômico como resposta simples para a ida ou não ao teatro.

Nos entrevistados classificados como pertencentes economicamente à Classe A, enquanto a resposta mais obtida em relação ao cinema é, mais uma vez, a frequência mensal, para o teatro a resposta melhor ranqueada é a frequência semestral. Em segundo lugar, já são apresentados 26% de entrevistados da Classe A que não vão ao teatro. Nota-se, sim, que a quantidade de não frequentadores de teatro diminui nesta categoria econômica, mas não o suficiente para esconder que esta resposta ainda representa um número relevante de pouco mais de um quarto dos entrevistados.

Talvez pareça mais fácil prever os resultados das pontas socioeconômicas. Por isso, optamos por não inserir neste contexto a Classe D/E (presente na íntegra da pesquisa original), que, mais desfavorecida, obviamente conta com resultados ainda maiores de não frequentadores em todas as atividades culturais da cidade e apenas inserimos a Classe A para evidenciar o raciocínio de que, mesmo entre aqueles que podem ser privilegiados em relação ao acesso às atividades culturais da cidade, a falta de frequência no teatro se mantém.

Mas se nossa preocupação em toda esta dissertação é com falta de público no teatro, concentramos nosso olhar nas Classes B e C, nas quais está a maior quantidade de entrevistados nesta pesquisa (cada uma contemplando próximo do triplo de indivíduos da Classe A ou D/E). Isto sendo um reflexo da distribuição de classes divulgada pela Associação Brasileira de Empresas de Pesquisa (ABEP), reunindo os dados de diversas pesquisas que se valem da classificação chamada Critério Brasil. Segundo a ABEP, a cidade de São Paulo tem 4,8% da população na Classe A e 11,2% na Classe D-E, enquanto 30,6% está na Classe B (somando as subdivisões B1 e B2) e 53,4% na Classe C (somando as subdivisões C1 e C2) (ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE EMPRESAS DE PESQUISA, 2016).

Fizemos esta breve explicação para podermos dizer mais seguramente que aí se concentra a maior parte do público paulistano. Observando a Classe B, se 28% dos entrevistados afirmam frequentar o cinema uma vez por mês, esta mesma frequência soma apenas 8% quando tratamos do teatro. Notamos que, na Classe B, a resposta campeã para o segmento teatral é a não frequência, apontada por 41% destes entrevistados – resposta que nem mesmo aparece entre as quatro mais obtidas sobre o cinema. No teatro, voltamos a ter a ida anual como a melhor das hipóteses, abrangendo 23% dos entrevistados.

Quando olhamos para a Classe C, percebemos, sim, um poder de impacto financeiro e temos 47% dos entrevistados respondendo não frequentar o cinema. Porém, a taxa de não frequência para o teatro aparece como de assustadores 75%. E, enquanto a segunda resposta mais obtida em relação ao cinema volta a mostrar a força de espectadores habituais, mensais, na casa dos 15%, a melhor hipótese para o teatro continua sendo espectadores anuais – a ida mensal aparece em frágeis 3%.

Há, na mesma pesquisa, uma outra forma de observar os entrevistados de acordo com seu poder econômico, desta vez através da renda familiar baseada no salário mínimo.

Quadro 3 – Quatro respostas mais obtidas sobre a frequência em atividade cultural de acordo com a renda familiar

	Cinema	Teatro
Mais de 5 salários mínimos	30% frequenta 1 vez por mês	31% não frequentou
	26% frequenta 1 vez a cada 6 meses	25% frequenta 1 vez a cada 6 meses
	18% frequenta 2 vezes por mês	22% frequenta 1 vez por ano
	9% não frequentou	10% frequenta 1 vez por mês
Mais de 2 a 5 salários mínimos	28% frequenta 1 vez por mês	58% não frequentou
	25% frequenta 1 vez a cada 6 meses	16% frequenta 1 vez por ano
	17% não frequentou	14% frequenta 1 vez a cada 6 meses
	15% frequenta 2 vezes por mês	4% frequenta 1 vez por mês / 4% frequenta 2 vezes por mês
Até 2 salários mínimos	48% não frequentou	75% não frequentou
	15% frequenta 1 vez por ano	14% frequenta 1 vez por ano
	14% frequenta 1 vez a cada 6 meses	5% frequenta 1 vez a cada 6 meses
	11% frequenta 1 vez por mês	2% frequenta 2 vezes por mês

Fonte: IBOPE INTELIGÊNCIA (2018).

Não pretendemos cansar nosso leitor nem fazer com que nosso texto passe a soar como mais do mesmo. Mas se não podemos ser ingênuos e ignorar o impacto do poder econômico na atividade cultural – basta observar as camadas mais desfavorecidas deste último quadro para comprovar o óbvio, achamos que é igualmente ingênuo considerar que a escolaridade e o poder aquisitivo, por si só, são a solução para a formação de um público teatral.

Temos a noção de que, se pudemos discordar das conclusões do IBOPE Inteligência sobre esta pesquisa, outros podem enxergar estes mesmos números com olhares diferentes do nosso. Mas, para fins de prosseguimento deste texto, cremos que estamos abrindo caminho para demonstrar que a falta de frequência no teatro é um problema real e concreto, e também que há uma falta de interesse do público por esta atividade. Esta afirmação pode soar forte em um primeiro momento, e não ignoramos que qualquer interesse ou desinteresse tem seus motivos – justamente no que pretendemos focar nosso texto nos capítulos por vir. Mas os números parecem atestar que, mesmo entre aqueles que detêm condições para comparecer ao evento teatral, a maior parte ainda não o faz.

Se estamos falando de maneira tão assertiva sobre deter condições para comparecer ao teatro, o fazemos também por fatos concretos. Para manter a mesma comparação exercida nos

quadros anteriores, voltamos a conferir o já citado guia online do jornal Folha de São Paulo, agora no dia 21 de abril de 2018, ao mesmo tempo em que acessamos os *sites* oficiais das redes de cinema Cinemark, Cinépolis, Itaú Cinemas, Playarte e UCI, com salas de cinema espalhadas por diversos pontos da capital paulista.

Retomamos a ideia de que a comparação entre a ida ao teatro e ao cinema é apenas parcial, sem esquecermos que há distinções entre as duas formas de produção. Principalmente, a apresentação teatral é imbuída de maior grau de exclusividade, uma vez que não é transmitida simultaneamente em dois espaços ou horários diferentes e não poderá ser vista posteriormente por outra forma que não a presença ao vivo na sala teatral. Tal característica de menor multiplicidade do teatro em relação ao cinema já poderia, talvez, justificar uma exigência de maior valor de ingresso ao espectador.

Não é tarefa das mais fáceis delimitar quanto custa o cinema na cidade de São Paulo. Mesmo tratando-se de mesmos filmes a serem exibidos e mesmo dentro das mesmas redes de cinema, os ingressos para as sessões de cinema possuem ampla variação de sala para sala, de acordo com localização em bairros de elite ou bairros periféricos e também de acordo com horário ou dia da semana. Considerando as médias de preços, a variação entre as salas vai de R\$ 18,50 a R\$ 34,00 (excluindo-se aí salas 3D, salas VIP ou demais salas especiais), com uma média geral próxima de R\$ 26,00.

Apesar de contar com exceções de ingressos que chegam a custar R\$ 310,00, na programação teatral divulgada no guia da Folha de São Paulo, dentre 101 espetáculos voltados ao público adulto, 30 custavam até R\$ 25,00 – menos do que a média dos ingressos de cinema. Destes, 13 espetáculos podiam ser assistidos sem que o espectador gastasse qualquer quantia. Ou seja, pensando apenas na variável do valor da entrada, quem tem possibilidades de pagar um ingresso de cinema poderia, sem sombra de dúvidas, encontrar opções teatrais a valores acessíveis.

Agora, se a percepção social sobre o valor do ingresso teatral condiz com a realidade, ou se o preço de um ingresso possui realmente o peso que imaginamos para a escolha do espectador, talvez valha a pena refletirmos um pouco mais.

O percurso que estamos tentando traçar até aqui é para que a problemática da falta de público para o teatro passe da impressão pessoal para a realidade concreta, do opinativo para o factual, pois só isso será capaz de justificar todo o esforço de pesquisa que temos empenhado.

Mas se todos os dados expostos até aqui ainda correm o risco de parecer um acidente de pesquisa, ou mesmo uma coleta tendenciosa de nossa parte, podemos nos valer de outras fontes além da fornecida pelo IBOPE Inteligência.

A pesquisa realizada pela JLeiva Cultura e Esporte é de 2014, menos atual que a anterior, porém muito mais abrangente. Intitulada Cultura em SP, a pesquisa entrevistou 7.939 pessoas em cidades do estado de São Paulo, sendo 3.063 da capital paulista. Seus resultados estão também disponibilizados publicamente (LEIVA, 2014) e, inclusive, de forma mais detalhada e comentada, no *site* oficial <http://www.pesquisasp.com.br>.

Nesta pesquisa, de maneira mais precisa, temos a informação de que 31% dos entrevistados na capital paulista jamais compareceram a um espetáculo teatral. Olhemos, de maneira conjunta, a informação de que apenas 30% dos entrevistados declararam ter frequentado o teatro no último ano. Ora, se não bastasse a alarmante porcentagem de quase um terço da amostragem da pesquisa nunca ter colocado seus pés em um teatro, percebemos novamente, tal qual na pesquisa anterior, que a maior parte dos espectadores é pontual e que a ida frequente ao teatro, o teatro como um hábito, ainda aparece distante da realidade.

O mesmo destrinchar que fizemos com a primeira pesquisa, neste caso, só é possível em números que consideram todo o estado de São Paulo, e não apenas a capital. Assim, temos que 19% da Classe A+B nunca foram ao teatro, assim como 41% da Classe C. A escolaridade aparece aqui como um maior fator de mudança, pois a porcentagem de pessoas com ensino superior que nunca frequentaram o teatro é de apenas 7%. Somando-se renda e escolaridade, apenas 6% dos entrevistados pertencentes à Classe A+B e também com ensino superior nunca foram ao teatro. Já com os entrevistados pertencentes à Classe C e também com ensino superior, são 13% os que nunca foram ao teatro. Mas não dispomos desta segmentação de renda e escolaridade em relação à periodicidade da frequência para sabermos se a fatia daqueles que foram ao teatro corresponde a espectadores pontuais ou habituais.

Como uma informação a mais, ainda agregamos os resultados de pesquisa realizada pelo SESC (Serviço Social do Comércio). Embora esta apresente um resultado geral para o estado de São Paulo, percebemos que, dentre os entrevistados paulistas, 46% nunca foram ao teatro. E apenas 16% declararam que sua ida ao teatro se deu dentro dos últimos 12 meses (SESC, 2013). Há variações em relação aos números da capital, mas é possível notar também uma relação bastante semelhante ao já observado quanto à frequência habitual.

E para não deixar de citar um último dado quantitativo, uma pesquisa empreendida por Isaura Botelho e Marcio Fiore na Região Metropolitana de São Paulo em 2004 (mais antiga, portanto) mostrava a mesma situação que já repetimos seguidas vezes aqui. Segundo estes

dados, 45,3% das pessoas nunca tinham ido ao teatro, e entre os que já haviam comparecido, a porcentagem entre quem o fizera nos últimos 12 meses era menor que a metade: 47,5% na faixa etária dos 15 aos 19 anos (possivelmente explicado por atividades curriculares na escola, segundo os autores); 29,2% na faixa etária dos 20 aos 24 anos; 35,8% na faixa etária dos 40 aos 59 anos (BOTELHO, 2004).

Nossa própria pesquisa, de escopo muito menor, já tinha nos levado a esta conclusão. Como já explicado anteriormente nos textos introdutórios desta dissertação, recebemos 180 respostas a um questionário virtual sobre frequência teatral (disponilizamos todas as respostas publicamente através do *link* <https://tinyurl.com/questoesmfv>). Por, propositalmente, termos experimentado perguntas com respostas mais abertas, e pela própria redução do número de entrevistados, associamos a pergunta “Você já foi ao teatro?” com o pedido para o respondente indicar qual espetáculo, onde e quando. Isto porque acreditamos que nenhuma pesquisa será 100% confiável. Lembramos de uma passagem valiosa de Pierre Bourdieu:

Por exemplo, quando interrogados a respeito de seu gosto em música, a maioria dos operários situa-se espontaneamente no campo da “grande música” e, com isso, declaram de modo implícito que seu consumo de canções não merece ser mencionado. À medida que nos aproximamos das classes médias, os indivíduos procuram citar dentre seu consumo e seus conhecimentos os que lhes parecem mais ajustados à definição legítima da música (citações de Wal-Berg, Franck Purcell, as Valsas Vienenses, o Bolero de Ravel ou os grandes nomes próprios, como Chopin ou Beethoven). Também em matéria de pintura onde o conhecimento dos nomes de grandes pintores excede amplamente o conhecimento das obras, os indivíduos chegam a enumerar quatro ou cinco nomes de grandes mestres, sem que jamais tenham entrado em um museu. (BOURDIEU, 2007, p. 132)

Ou seja, por diferentes motivos, por vergonha, necessidade de aprovação, pressão, história de vida, contexto social e muitos outros, as respostas podem não corresponder totalmente à realidade dos entrevistados. Assim, tentamos uma abordagem mais pessoal na expectativa de encontrar alguns aspectos diferentes dos já levantados com competência por outras pesquisas.

Apenas quatro das 180 respostas ao questionário declararam que nunca foram ao teatro – uma faixa ínfima, de 2,22%. Se compararmos este índice com os resultados das pesquisas anteriores, já podemos notar que o alcance de nossa pesquisa, ao ser divulgada através de redes sociais, nas quais pessoas compartilham e seguem conteúdos de seus conhecidos, ainda se manteve em um círculo por demais restrito.

Mas se não tínhamos grandes ambições quantitativas em nossa tentativa, ainda assim acreditamos que nossas perguntas podem ter validade para notar algumas percepções do público em relação ao teatro, o que resulta em uma curiosa separação entre o discurso e a

prática. Ao obrigarmos que, junto com a confirmação de ida ao teatro, o respondente dissesse quando e onde foi o espetáculo a que assistiu, a impressão é que a atividade teatral não é algo realmente próximo.

Das 176 respostas afirmativas sobre já ter ido ao teatro, somente 86 – menos da metade – conseguiram definir qual espetáculo foi assistido. Dentre as menções a um espetáculo assistido, chamou a atenção que 15 nem mesmo se referiam, de fato, a um espetáculo teatral. Referências a *shows* musicais, circo, óperas e até dança no gelo fizeram com que olhássemos novamente os resultados das pesquisas anteriores e nos perguntássemos se, sendo esta uma atividade não tão frequentada, era claro para as pessoas pesquisadas o que é o teatro.

Também chamou nossa atenção aqueles que amparavam seu hábito de assistir ao teatro em espetáculos já consideravelmente antigos, como O Rei Leão (bastante citado), que ficou em cartaz entre 2013 e 2014; O Mistério de Irma Vap, que teve temporada entre 1986 e 1997 e, em nova versão, entre 2008 e 2009; e O Gato Malhado e a Andorinha Sinhá, de 2003.

Quando solicitadas a optar por um tipo de espetáculo, a maior parte dos respondentes (55 pessoas) marcou a opção teatro musical. Porém, não foi uma quantidade tão acima das marcações pela opção teatro de grupo (46 pessoas) ou *stand-up comedy* (40 pessoas). O teatro infantil foi opção apenas de 20 dos formulários. Considere-se ainda que deixamos aberta a possibilidade do respondente sugerir uma outra opção, o que fez com que alguns indivíduos, isoladamente, marcassem opções como “peças inteligentes”, “peças consideradas boas”, “peças que me interessem pelo conteúdo” e, semelhante ao raciocínio exposto alguns parágrafos antes, “*ballet*” e “circo”.

Interessante notar um contraste destas respostas com os relatos de espetáculos assistidos. Pois em tais relatos houve apenas 12 menções definidas a grupos de teatro – somando-se as referências a grupos relacionados a espetáculos adultos e infantis. Este resultado, claro, pode ter pouco de exato quando era possível para a pessoa mencionar mais de um tipo de espetáculo ou mesmo não mencionar nenhum e construir seu relato de maneira vaga. Mas pode também levar a uma impressão de que nem sempre o que se diz é o que se faz. Voltando a Bourdieu, seja por uma impressão que determinada resposta possui um maior grau de legitimidade, seja porque a vida cotidiana exerce suas pressões nos hábitos culturais do indivíduo.

Embora possa ser inteiramente desmentido pela prática, o reconhecimento das obras e do consumo legítimo acaba sempre por exprimir-se de algum modo – pelo menos na relação entre entrevistador e entrevistado, onde o primeiro aparece investido, em virtude do caráter dessimétrico que marca a situação de entrevista e de sua posição

social, de uma autoridade que favorece a imposição de legitimidade –, seja sob a forma de uma simples profissão de fé (“gosto bastante”), seja através de uma declaração de boa vontade (“gostaria de conhecer”) ou de uma declaração de indiferença (“isto não me interessa”). (BOURDIEU, 2007, p. 133)

Na nossa interpretação, Bourdieu nos ensina a desconfiar. Em uma pesquisa que trata sobre hábitos culturais, a lembrar que todos estes dados são relevantes, mas que devemos dar bastante valor a nossas percepções, nossas observações de mundo, já que cultura não é um elemento exato de análise, e sim sujeito a muitas variáveis.

E nossa percepção até o momento, dado o saldo de todos os dados, é que se o teatro é conhecido por alguns, ele não necessariamente é uma atividade próxima, regular, cotidiana. Quantitativamente, isto pode ser diagnosticado pelo contraste, em todas as pesquisas, entre aqueles que já foram ao teatro e aqueles que o fizeram em um passado próximo. Qualitativamente, isto pode ser observado por informações ainda um tanto desconstruídas, seja sobre aspectos conceituais, que nos levam a duvidar se a própria noção do que é teatro está clara para o público geral, seja sobre aspectos bastante concretos. Em nossos formulários, embora a maior parte das respostas não apontassem um motivo para não ir ao teatro, o alto valor de ingressos foi citado por diversas vezes – o que contraria a realidade de preços que já exploramos neste mesmo capítulo. Mas será que esta realidade está clara? O sociólogo Joffre Dumazedier tece uma conclusão que nos parece pertinente aqui:

O fraco poder aquisitivo de uma parte da classe operária determina normas de consumo que, por sua vez, podem orientar as despesas; assim, atividades de lazer que ultrapassem tais normas de consumo dificilmente serão praticadas, ainda que menos custosas do que outras atividades nelas incluídas. (DUMAZEDIER, 2002, p. 84)

Com isto, entendemos que a percepção sobre determinada atividade pode se sobrepor a suas características reais e concretas. Talvez seja um apontamento suficiente para que, na tentativa de pensar melhores caminhos para o contato do teatro com o público, não estagnemos apenas em uma esperança de melhora socioeconômica para o país, mas procuremos um olhar multifacetado, tentando aplicar uma abordagem interdisciplinar ao contato do espectador com o teatro.

Por fim, esperamos, neste primeiro momento, ter conseguido dar algum amparo confiável a nossas preocupações nesta dissertação, ilustrando que, embora alguns eventos excepcionais possam levar a uma falsa interpretação, a relação do teatro com o público ainda é bastante frágil – o que se acentua quando tratamos de um segmento como o teatro de grupo. O cientista social Daniel Dayan faz uma ponderação:

Um público não é simplesmente um espectador no plural, um somatório de espectadores, um montante. Trata-se de uma entidade coesa cuja natureza é coletiva, um agrupamento caracterizado pela sociabilidade compartilhada, por uma identidade compartilhada e por algum senso desta identidade. (JENKINS; GREEN; FORD, 2014, p. 210)

Complementamos este pensamento com a distinção de termos elaborada pela professora Sonia Livingstone, encontrada na mesma publicação: “O público é tido como coletividade, mais do que a soma de suas partes, enquanto a audiência, em contrapartida, é mera agregação de indivíduos” (JENKINS; GREEN; FORD, 2014, p. 209).

É importante, a partir de agora, diferenciarmos **audiência** de **público**. Pois talvez encontremos impressionantes e volumosos exemplos de audiências teatrais. Mas não nos deixemos enganar, audiências pontuais não representam um público (de fato) fiel. É de público que a sustentabilidade do teatro precisa – e é ele que o teatro ainda não tem.

2.2 UM PANORAMA HISTÓRICO: O PÚBLICO SE AFASTOU?

É comum, dentro do meio teatral, que os profissionais se apeguem a uma ideia de que o público se afastou do teatro. Ou seja, que outrora este público fiel e recorrente do teatro existia, mas que com o passar dos anos o teatro foi saindo das preferências da população. Ao iniciarmos esta pesquisa, nós também partíamos exatamente desta premissa, até que, por provocação dos professores que colaboraram com estes estudos, ocorreu-nos verificar se esta nostalgia era realmente comprovável.

Costuma-se evocar, por exemplo, o sucesso da companhia paulistana TBC (Teatro Brasileiro de Comédia), fundada em 1948, como na fala do ator e diretor Celso Frateschi, um dos fundadores do Ágora Teatro e ex-diretor do Departamento de Teatros da Secretaria Municipal de Cultura de São Paulo:

Desde o período do Teatro Brasileiro de Comédia (TBC) até a década de 1980 fazíamos temporadas com pelo menos oito sessões semanais, durante pelo menos dois ou três meses. Não raro, comemorávamos 100 apresentações. Hoje fazemos duas ou três sessões semanais em temporadas de 20 apresentações. (ARAÚJO; AZEVEDO; TENDLAU, 2011, p. 62)

Se o impacto do TBC na cena teatral paulistana e a efemeridade das temporadas da maior parte dos espetáculos teatrais atuais são fatos difíceis de serem questionados, é possível pararmos para pensar em que comparação estamos fazendo. Será que um megassucesso em um contexto de poucas companhias teatrais de décadas atrás pode ser comparado à

pluralidade da atual cena teatral paulistana, com mais de uma centena de espetáculos em cartaz ao mesmo tempo, como já vimos anteriormente? Pareceu-nos ser consideravelmente mais complexo definir se o público teatral realmente diminuiu ou se apenas se espalhou. Confessamos que esta última hipótese assustou-nos, pois exigiria muita ousadia e seria deveras doloroso afirmar que nossa arte teatral atual apresenta diversidade demais – sob o risco de impossibilitar sua própria sustentabilidade.

Sobre o próprio TBC, o crítico e escritor Alberto Guzik oferece-nos uma obra com valioso registro histórico. Nela, encontramos uma contextualização feita pelo também crítico e escritor Gustavo Doria, que conta que, em relação ao teatro nos anos 1940, era preciso considerar “primeiro, a conquista da plateia pequeno-burguesa que não frequentava habitualmente o teatro porque o que lhe era oferecido não correspondia aos seus apelos” (GUZIK, 1986, p. 8). Ao que o próprio Guzik (GUZIK, 1986, p. 8) acrescenta que “tratava-se, portanto, de um esforço realizado no sentido de se levar ao teatro um público específico, uma classe social que o evitava”.

Tais colocações revelam que já havia ali um semelhante afastamento de potencial público para o teatro – e não era um público sem condições financeiras que preocupava, diga-se. O que já nos imbuíu do dever e curiosidade de investigar algo desta relação entre público e teatro ainda mais anterior do que o TBC, como tentaremos fazer mais adiante.

Voltando ao contexto do próprio TBC, Alfredo Mesquista, autor e diretor, testemunha que “ninguém que não viveu naquele tempo em São Paulo pode imaginar o clima de euforia teatral que havia em relação ao TBC. O público era enorme... Todos falavam, todos gostavam e se interessavam” (GUZIK, 1986, . 31).

Colocando tal enormidade em números, um espetáculo considerado sucesso, como Convite ao Baile, de 1951, teve uma média de 241 espectadores por sessão (GUZIK, 1986, p. 57) e Santa Marta Fabril, S. A., de 1955, com sua média de 280 espectadores por sessão, foi um “êxito espetacular” (GUZIK, 1986, p. 116). Claro que a própria espetacularidade deste último indica que nem mesmo o TBC, claro, estava imune a fracassos, como foi o caso de O Grilo da Lareira, também de 1951, com média de apenas 48 espectadores por sessão (GUZIK, 1986, p. 57).

Mas parece inegável que dentro do escopo do TBC existiu um expressivo contato com o público, com médias de espectadores de causar inveja aos grupos de teatro atuais – muitos dos quais, provavelmente, já ficariam felizes com 48 espectadores todos os dias. O que é de se relativizar é se algo entre 200 e 300 espectadores médios para um único grupo é capaz de diagnosticar uma ânsia da sociedade pelo teatro. Afinal, os exemplos atuais de teatro musical

já citados aqui apresentam uma média de espectadores muito maior, mas que em nada solucionam a escassez do público teatral de hoje. O que começa a aparentar é que, com todos os seus méritos, o TBC acaba se tornando um certo mito, sustentando falas que, se estão empolgadas com o vigor do que acontecia dentro daquele teatro, não necessariamente notam quanto da sociedade ignorava aquelas plateias.

Parece normal que algumas nostalgias acabem nublando um pouco a visão sobre um problema. Para apenas citar um exemplo semelhante, o ator Antonio Fagundes relativiza os relatos sobre o Teatro de Arena, companhia com imensa expressão, especialmente nos anos 1950 e 1960, e da qual ele foi integrante, notando que “quando falamos de sucesso no Teatro de Arena, nós falamos de 120 pessoas por dia” (GARCIA, 2002, p. 37).

Provavelmente, devemos relativizar também que a população paulistana de outrora era consideravelmente menor. Ainda assim, segundo dados obtidos no *site* da Prefeitura de São Paulo, na década de 1950 a população do município não era nada desprezível, ultrapassando os dois milhões de habitantes. Se é um fato que hoje esta população já mais do que quintuplicou, a quantidade de espetáculos hoje também é imensa. Considerando que é improvável que todos os espetáculos atuais tenham suas plateias absolutamente vazias, e sabendo que alguns deles gozam, inclusive, de um público bastante numeroso (mais uma vez, os exemplos do teatro musical), o saldo final parece manter a situação, no mínimo, no mesmo tom. Para ilustrar um pouco mais deste aspecto quantitativo, nos anos 1960, também citados aqui, São Paulo-SP já atingia quase quatro milhões de habitantes. Para todas as épocas, é difícil afastar a mesma impressão de uma cidade extremamente populosa, mas com apenas alguns poucos íntimos à atividade teatral.

Outro elemento a ser colocado nesta balança de contextualização poderia ser o da concorrência enfrentada pelo teatro como atividade para o tempo livre. Porém, ele não parece alterar muito a perspectiva que já vimos até aqui. Ainda que possa ser uma aproximação bastante limitada, se quisermos manter o mesmo comparativo feito anteriormente podemos comentar os resultados de uma pesquisa feita em 1952 pelo professor Authos Pagano – mas sobre a qual não possuímos muitos detalhes para maior escrutínio. Nela, feita com 763 pessoas, registra-se que o cinema aparece como diversão favorita dos paulistanos, apontado por 51,38% dos entrevistados. O teatro surge em uma triste preferência de 2,30% da amostra – perdendo até para algo tão específico como a natação, com seus 3,01% (SIMÕES, 1990, p. 82).

Aliás, a soberania do cinema nesta época parece mesmo notável, pois mesmo com uma população mais de cinco vezes menor do que a atual, a cidade de São Paulo de 1950 já

possuía 119 salas de cinema (SIMÕES, 1990, p. 81) – número nada desprezível frente às 340 salas de cinema do município em 2018 (CAESAR, 2017). E 119 salas que somaram o número ainda menos desprezível de 35 milhões de espectadores (SIMÕES, 1990, p. 89).

Pese-se ainda que o teatro, atividade que exige considerável disposição de tempo e deslocamento espacial para ser presenciado, desta época estava livre do peso de ao menos um grande concorrente atual. A televisão, ainda recente e pouco acessível, nem mesmo aparece na pesquisa como opção de diversão. Algo bastante contrastante com atuais dados da Kantar Ibope Media revelados pelo colunista de TV Daniel Castro, que mostram que em 2016 o brasileiro bateu o recorde de tempo assistindo à televisão (CASTRO, 2017), fortalecendo a ideia de que a saída de casa não é mais totalmente necessária para tomar contato com o entretenimento.

Mas é possível retornarmos um pouco mais ao passado, amparados pelo trabalho dos historiadores Sábato Magaldi e Maria Thereza Vargas. Na maior parte das vezes não assinados, porém datados, excertos de jornal colhidos por ambos forneceram-nos interessantes pistas sobre a trajetória do teatro na cidade de São Paulo. Já em 1909, uma matéria do jornal O Estado de São Paulo, no dia 12 de julho, lamentava que “nem a comédia romanesca, nem a tragédia burguesa, nem a comédia, nem o *vaudeville*. Nenhuma consegue excitar a curiosidade do público, que enche os cinematógrafos” (MAGALDI; VARGAS, 2001, p. 49).

Poucos anos à frente, no dia 12 de setembro de 1916, ao tratar sobre gêneros de preferência do público teatral brasileiro, uma crítica no mesmo jornal cravava que “decididamente o nosso público aborrece o drama. Essa tendência acentua-se cada vez mais no gosto do público – do público que vai ao teatro e que no Brasil não é em grande número mesmo” (MAGALDI; VARGAS, 2001, p. 89).

Alias, seguindo o mesmo processo comparativo que já fizemos antes, “vinte e dois cinemas e oito teatros em funcionamento – esse o quadro na São Paulo de 1930. A concorrência do cinema obriga o teatro a fazer as mais diversas tentativas, no empenho de atrair público” (MAGALDI; VARGAS, 2001, p. 121).

Dada a nossa infundada convicção anterior de que os tempos remotos do teatro paulistano (tempos que não vivemos, lembre-se) eram tão mais vigorosos do que o atual, ficamos bastante espantados ao encontrar cem anos atrás críticas e lamentos tão próximos aos que encontramos hoje em nosso círculo de artistas e técnicos teatrais. E ainda deparamos com este trecho jornalístico coletado por Magaldi e Vargas, não creditado, datado de 8 de setembro de 1920:

O público de São Paulo está desertando o teatro de tal maneira que esse fato chega a preocupar seriamente quantos se interessam pelo problema da nossa cultura artística. Quais seriam as causas desse desalentador fenômeno? Não seria tão fácil dar a solução de tão complexo problema em um simples comentário de jornal. (MAGALDI; VARGAS, 2001, p. 93)

Ou seja, 98 anos antes da escrita desta dissertação, já era possível – quiçá necessário – perceber uma deficiência na frequência teatral da cidade, alertar sobre sua gravidade e sugerir que este problema deveria ser questionado por diferentes abordagens. Se o convite à urgência e à visão interdisciplinar feito por este simbólico jornalista não creditado foi tratado com a seriedade merecida, já é uma outra história a ser investigada e contada.

O que expusemos nesta seção, olhando para décadas passadas, foi com o propósito de desconfiarmos de um lugar-comum nostálgico que atesta que a distância entre o público e o teatro é algo novo – ou seja, que o público volumoso existia, mas se afastou. O que parece é que, a despeito do vigor e sucesso de determinadas iniciativas teatrais (no que nem tentamos nos aprofundar), a situação macro na cidade continuou sempre mostrando um teatro aproveitado por um círculo restrito de pessoas.

Não fomos capazes de encontrar indícios que mostrassem um teatro de alcance realmente amplo em uma megalópole como São Paulo-SP. Ao contrário, vimos situações e reclamações repetidas, com talvez o agravante de que a atual oferta teatral paulistana agigantou-se – mas sem ser justificada por uma avidez do público.

Conscientes de nossas limitações, não nos propomos aqui nem mesmo a resolver tal problema na atualidade – muito menos a encerrar as discussões do passado. Então, conhecer alguns diagnósticos de décadas atrás não surge necessariamente para contribuir para qualquer solução atual, até porque os contextos irão variar imensamente de época para época. Mas acreditamos que tudo que servir para não nos fiarmos em respostas fáceis, ou em mitos repetidos sem a devida ponderação, acaba por servir para encararmos o problema com maior lucidez e profundidade de análise.

Se o teatro de décadas atrás tivesse conseguido resolver a equação da presença do público tão competentemente quanto se diz, teríamos a facilidade de tentar aqui emprestar seus resultados e passaríamos apenas a delimitar diferenças entre as épocas, tentando retornar a um período áureo. Mas, infelizmente, nos vemos obrigados aqui a continuar arregaçando as mangas e questionando as múltiplas facetas do problema. Não com vistas em satisfazer uma curiosidade sobre um teatro passado que, afinal, já passou; mas procurando colaborar de alguma forma com a reflexão para um teatro que ainda virá. Frustrados ou não, desanimados ou não, nos vemos obrigados a não olhar para o passado, mas pensar sobre um futuro.

2.3 ENTRE ESPECIALISTAS E CONVIDADOS: QUEM É ESTE PÚBLICO?

Na noite do dia 21 de abril de 2018, a Rede Globo de televisão transmitiu mais um episódio do programa humorístico Zorra. O programa é formado por uma série de esquetes, pequenas cenas cômicas. Em uma das breves cenas deste dia, a comediante Dani Calabresa interpretava uma atriz no fim de um espetáculo teatral (ZORRA, 2018). Seguindo um roteiro já conhecido por qualquer um que frequente espetáculos teatrais, ela recebia seus aplausos e realizava seus agradecimentos públicos. Sem esquecer de quem a ajudou na criação do espetáculo, a atriz chama ao palco o diretor do espetáculo, para também receber seus aplausos. Em seguida, chama também os autores do texto. E daí convida ao palco seu figurinista, maquiador, cenógrafo, iluminador, assessores de imprensa, produtores, preparador vocal, empresário, enfim, toda a equipe técnica. Com todos de mãos dadas, curvam-se para o agradecimento final – a uma plateia vazia.

Uma brincadeira de um programa de televisão que resume bastante bem nossas preocupações. Afinal, este quadro de humor foi escrito, produzido, dirigido e interpretado por artistas, e, assumidamente ou não, esta situação não é estranha aos profissionais do meio teatral.

Já comentamos sobre a distinção entre **audiência**, que seria o simples aglomerado de espectadores, inclusive os pontuais ou ocasionais, e **público**, que, por sua vez, significaria um conjunto de espectadores habituais, frequentes, recorrentes (JENKINS; GREEN; FORD, 2014). Lembrar desta distinção ainda pode ter bastante valor para a leitura dos próximos parágrafos, pois até agora o que chamamos de público teatral, seja nos casos mais ou menos numerosos, foi tratado na maior parte do tempo exatamente como isto: números. Mas dentro destes números, há uma faceta importante relacionada à pergunta que intitula este subcapítulo: quem é este público? Afinal, se vou a um espetáculo e encontro outras pessoas na plateia, o assunto não está resolvido? Daí vem a graça de toda a provocação da cena de Dani Calabresa.

O primeiro ponto a ser trabalhado a partir desta piada é que ela ataca exatamente no oposto daquilo que buscamos desde o subtítulo desta dissertação. Como delimitamos em nossa introdução, o que chamamos de **espectador não especializado** é aquele que não está diretamente vinculado ao teatro, que não é um estudante ou profissional teatral. Ou seja, alguém que, teoricamente, aproxima-se desta modalidade artística nos seus momentos de lazer por puro interesse e gosto pessoais (a realidade não parece ser exatamente esta, como abordaremos mais adiante).

Na mesma introdução, mencionamos a origem grega do termo teatro, em uma primeira justificativa de sua natural necessidade de se direcionar para o outro, para fora, para o espectador. Mas entre as duas definições, entre haver um espectador e haver um espectador não especializado, pode existir um abismo. Como aponta o Prof. Dr. Leonel Carneiro, “também é importante constatar que se o teatro dos gregos era o lugar dos espectadores que vinham de fora do teatro, atualmente, cada vez mais, a plateia tem se tornado um lugar para os artistas e especialistas se admirarem” (CARNEIRO, 2016, p. 46).

A percepção da presença maciça de profissionais ou estudantes teatrais – no jargão cotidiano, as **pessoas de teatro** – não é exclusividade desta fala. O mesmo depoimento do ator e diretor Celso Frateschi que aproveitamos há pouco, em outro trecho também menciona:

Considerando o momento inédito da história do teatro, com números recordes de estreias e de espetáculos em cartaz, certamente muitos me perguntariam, preocupados com minha sanidade, sobre o que de fato estou falando, e eu lhes responderia que essas mesmas aferições nos dão conta de que nunca fizemos tão poucas apresentações por temporada e que, se prestarmos um pouco mais de atenção, perceberemos que o público que nos assiste é, cada vez mais, nós mesmos. (ARAUJO; AZEVEDO; TENDLAU, 2011, p. 62)

Vamos nos deter um pouco nesta afirmação. Não duvidamos da sanidade de Celso Frateschi, pelo contrário. Acreditamos que observar – e, se for o caso, destacar – que o teatro está sendo assistido por uma quantidade relevante de pessoas de teatro, por espectadores especializados, é fundamental para não sermos iludidos por meros números e quantidades e partirmos para a compreensão e clareza sobre qual é, de fato, a posição que o teatro está ocupando junto à sociedade, qual o seu alcance e quais reflexões devem ser feitas daqui por diante. É, portanto, um dado crucial para olharmos para uma plateia de teatro e, na medida do possível, encararmos a realidade e não um mito. Afinal, pensamos que é sempre bom ter em mente que os números são de uma sinceridade dura e crua – mas também podem mentir convincentemente.

Quanto mais nos afastamos dos espetáculos de grande sucesso comercial, como os já referidos espetáculos de teatro musical – afinal, os números de milhares espectadores ali tornam improvável deduzir uma plateia com grande porcentagem de artistas e estudantes – e mais nos aproximamos do nicho do teatro de grupo, ao qual pertence o próprio Frateschi, mais vemos esta tese da plateia de especialistas ganhar força. Mas, não sendo suficiente aqui nos apoiarmos só na nossa impressão pessoal e nossa vivência particular neste meio, depoimentos a este respeito não são encontrados com tanta facilidade. Se já vale lançarmos aqui uma provocação, ao mesmo tempo que consideramos a relação do teatro com o público

um assunto insuficientemente abordado pelos profissionais e estudiosos do setor, duvidamos que este detalhamento do público seja uma preocupação generalizada. Seja por uma concepção elitista do ofício ou por necessidades de financiamento, por pura sobrevivência ou deficiência de divulgação, como poderemos refletir mais adiante, parece que, com a frágil constância de público, chegar nesta camada da discussão e questionar a presença do espectador especializado em seu espetáculo – quando ele pode ser o único a estar ali para lhe assistir – é um pouco demais. Mas, acreditamos, ela faz grande diferença.

Dentre as perguntas que lançamos a alguns grupos de teatro, Fernanda Gama, diretora da premiada Cia. do Fubá, dá sua contribuição sobre este assunto:

Não tivemos praticamente nenhum público espontâneo, talvez menos de dez pessoas ao longo de toda a temporada. Praticamente todos os que assistiram tinham alguma relação com alguém do elenco/equipe. A principal sensação é a de que a classe artística sustenta a classe artística, exceto no caso de espetáculos que realmente fazem um grande sucesso, se destacam e se transformam em eventos imperdíveis, de alguns locais que já têm tradição e programação constante, por exemplo as unidades do SESC, ou de espetáculos que contem com celebridades ou sejam grandes atrações internacionais. Fora isso, a sensação é a de que as pessoas não procuram por programação.²

A resposta de Fernanda Gama ainda abre a questão para uma dimensão maior sobre o fluxo de convidados em uma temporada teatral, que logo retomaremos. Primeiramente, foquemos em mais uma aparição da percepção do trabalho de uma classe artística sendo apreciado por ela mesma. Para uma conferência rápida, o acesso a uma rede social como o Facebook pode escancarar a prática de artistas teatrais, quando em cartaz com um espetáculo, convidando seus colegas a prestigiarem seu trabalho – o que no futuro será retribuído assistindo ao espetáculo do colega, seguindo assim em uma cena que se retroalimenta.

Que fique claro, não estamos aqui condenando a solidariedade ou lealdade entre os profissionais da mesma classe. Nem ignorando a necessidade profissional destes artistas estarem sempre se atualizando, conferindo a produção artística de seus colegas. E nem mesmo esquecendo que os próprios artistas podem também optar por assistir algo por seu genuíno interesse. O que queremos é unicamente clarear um pouco mais sobre a real espontaneidade do público encontrado nas poltronas teatrais e se estamos ou não conseguindo encontrar e dialogar com o público não especializado – talvez nosso maior desafio e maior necessidade.

Dentre as mesmas respostas que obtivemos dos grupos, Carol Delphim, do Grupo SagaCidade, também relata uma divulgação feita “para amigos, colegas de profissão,

² Resposta obtida em conversa virtual no dia 12 de dezembro de 2017.

familiares e conhecidos”³. E Lucas Scalco, da Confraria dos Elephantes, dá uma visão bem objetiva sobre o assunto: “A divulgação para a classe artística é importante para nos ajudar a ter reconhecimento dos colegas de trabalho e produtores que contribuem para alavancar a peça e atrair patrocinadores e apoiadores culturais”⁴.

Os motivos para que o teatro se torne, nas palavras do dramaturgo Alexandre Dal Farra, “um circuito fechado, fechadíssimo” (MARINHO, 2014) devem ainda ser destrinchados, mas, de uma forma ou de outra, já nos deparamos novamente com a provocação de Anthony Neilson tão citada em nossa introdução, de que o teatro se mantém “isolado em nichos de especialistas” (FIORATTI, 2013).

Enquanto trilhávamos nosso caminho de aprendizado no Mestrado, uma disciplina acadêmica conduzida pela Prof.^a Dr.^a Silvia Fernandes da Silva Telesi nos incentivou na escrita de um *paper* ainda não publicado, em que fazíamos relações com o pensamento do filósofo francês Jacques Rancière sobre o espectador. Ali, propositalmente, praticávamos uma escrita mais informal, na qual nos valemos de nossa experiência pessoal assistindo em São Paulo-SP, em 2016, ao espetáculo Psico Embutidos, Carniceria Escénica, do grupo mexicano Compañia Titular de Teatro de la Universidad Veracruzana. Confessávamos ali:

Para quem vem de outra cidade, como eu, esta relação sempre foi espantosa: como é possível, para um ser com tão poucos contatos, conhecer gente em todos os espetáculos (que não são poucos) que frequenta em uma cidade como esta (que não é pequena). Conversando com um dos atores mexicanos em cena, ao contar minha profissão, veio o espanto dele: mas vêm muitos atores aqui, não? (FREIRE, 2016, p. 6)

Esta angústia nos acompanha há muito tempo, e nunca escondemos o quanto esta dissertação está completamente vinculada à nossa história pessoal e profissional. Mas ainda que calcada estritamente na realidade que de fato observamos, a citação de nossa própria produção pode parecer tendenciosa. E, possivelmente, no tipo de escrita que traçamos aqui tal depoimento pessoal pode soar impreciso.

Mas se informações concretas sobre este tema não são fáceis de serem encontradas, tentamos fazer nossa parte para suprir esta necessidade em alguma medida. Nossa pesquisa presencial em espetáculos de teatro de grupo, como já relatamos, surgiu justamente da necessidade de tentar colocar concretude na observação de quem é este público que está, de fato, comparecendo a este nicho dos espetáculos de grupo.

³ Resposta obtida em conversa virtual no dia 28 de novembro de 2017.

⁴ Resposta obtida em conversa virtual no dia 11 de março de 2018.

Comparecemos pessoalmente a sete diferentes espetáculos e coletamos informações de uma média de dez espectadores por espetáculo (quando era possível encontrar este número de espectadores no local)⁵. Perguntamos diretamente, através de um formulário em papel, se estas pessoas possuíam algum vínculo com o teatro – por exemplo, como trabalhador teatral, estudante de teatro ou artista amador. De 69 pessoas questionadas, 39 delas responderam positivamente. Frisando: mais da metade da amostra revelou ser de pessoas de teatro. Para uma pesquisa feita por amostragem, em espetáculos com características diversas, não é um dado a se desprezar.

Mas, infelizmente, as pesquisas de terceiros a que tivemos acesso, até já citadas aqui, não enxergavam esta possibilidade de segmentação de público. Por isso julgamos interessante traçar um paralelo com a cena artística da dança, especialmente a dança contemporânea, que guarda diversas semelhanças com a cena teatral, incluindo a forma de produção baseada em grupos, a pesquisa cênica continuada, os tipos de financiamento acessados, as formas de organização e formalização burocráticas e as características dos espaços de apresentação. Neste caso, a Prof.^a Dr.^a Isaíra Maria Garcia de Oliveira empreendeu interessante e rara pesquisa sobre o público da dança em São Paulo-SP. Uma pesquisa, diga-se, na qual a professora valeu-se bastante da semelhança entre as cenas de teatro e dança na composição de sua bibliografia, o que nos inspirou a seguir este mesmo raciocínio por um momento aqui também.

E quando ela pergunta sobre as características deste público aos programadores das casas de espetáculo, surgem as claras referências ao público especialista, com termos como “iniciado, que já tem vínculo com a dança”, “classe da dança” e “público da dança mesmo” (OLIVEIRA, 2016, p. 113). Mesmo no SESC, instituição lembrada por Fernanda Gama como capaz de aglutinar um outro tipo de público, a programadora cultural Marina Guzzo atesta que “a maioria do público que vem assistir dança, é o público da dança que vai usar aquilo para a sua própria pesquisa” (OLIVEIRA, 2016, p. 114). Aliás, no espetáculo de teatro a que comparecemos no SESC, de 11 pessoas questionadas, 10 possuíam vínculo de trabalho com o teatro (e uma declarou-se como mãe de atriz).

Se o leitor ainda não estiver convencido pelos testemunhos expostos aqui, se a falta de indicadores numéricos fizer nossas afirmações soarem frágeis ou se a similaridade entre os públicos de teatro e dança parecer duvidosa, ao menos é possível passar a desconfiar que a presença de público em um determinado evento artístico, ainda que possa parecer numerosa e

⁵ Conforme detalhado na seção 1.2 de nossa introdução.

chamativa de longe, não necessariamente conseguiu romper as fronteiras do próprio círculo de artistas.

Mas podemos voltar agora ao que dissemos ser um leque ainda mais aberto relacionado a este assunto, já adiantado pelos depoimentos que colhemos e abrimos aqui. Pois enquanto perseguimos a ideia de um espectador não especializado, percebemos que o fato de um espectador na plateia não possuir nenhum vínculo com o teatro em si não significa que ele é realmente um espectador espontâneo.

Em nossa pesquisa presencial, imediatamente depois de perguntarmos se o espectador possuía algum vínculo com o teatro, perguntamos se ele conhecia alguém que trabalhava naquele espetáculo. E a resposta positiva (lembrando que era uma amostragem de pessoas) foi quase tão destacada quanto a da questão anterior. Das 69 pessoas abordadas, 31 delas possuíam algum vínculo com alguém da ficha técnica do espetáculo – além de duas pessoas que não conheciam diretamente nenhum dos profissionais, mas que foram trazidas ali por outras pessoas conhecidas da ficha técnica.

Considerando estas duas perguntas que detalhamos, a dupla negativa, ou seja, o espectador que não possuía nenhum vínculo nem com o fazer teatral nem com as pessoas que compunham o espetáculo, apareceu somente em 18 pessoas da amostra (de um total de 69).

O espetáculo que mais apresentou espectadores nesta dupla negativa foi o encenado pela Confraria dos Elefantes, mas não podemos afirmar exatamente que se tratava de um público espontâneo, pois estas mesmas pessoas foram até o teatro através de um passeio de escola, já que a encenação abordava um clássico da literatura estudado no currículo escolar.

A soma de todos estes resultados permite a compreensão de depoimentos como o de Clayton Mariano, do grupo Tablado de Arruar, que reflete que “a gente não conseguiu formar o nosso público, que é aquela pessoa que caso eu deixe de existir vai reclamar a minha falta, aquela pessoa que incluiu no hábito dela a ida ao teatro... esse é nosso problema, ainda hoje, no teatro brasileiro” (GOMES; MELLO, 2014, p. 98). Ele fala da dificuldade em encontrar este espectador habitual.

Pois se uma parcela significativa, ainda que não sejamos capazes de medir com exatidão, vai ao teatro movida por vínculos profissionais ou pessoais com os profissionais que ali trabalham, fica difícil crer na conquista plena do espectador que procuramos. Afinal, por qualquer uma destas vias, o ponto comum é a ida ao teatro surgindo, de alguma maneira, como uma obrigação. No meio teatral há bastante repercussão do interessante pensamento de Jacques Rancière sobre o chamado espectador emancipado (RANCIÈRE, 2014), na maioria das vezes com a conversa escoando para diálogos sobre encenação, sobre proposições

artísticas para o espectador. Mas será que um verdadeiro espectador emancipado para o teatro não seria aquele espectador não especializado, aquele que escolhe, por conta própria, inserir o teatro como atividade para o seu tempo livre? A emancipação que nos seria realmente útil não viria com aquele que realmente opta pelo teatro porque lhe interessa?

Retomamos o depoimento de Alexandre Dal Farra, opinando que “não há um costume de ir ao teatro instaurado de forma ampla na sociedade [...] Estou falando em termos bem simples, quer dizer, costume de ir ao teatro mesmo, como uma opção cultural significativa na cidade” (MARINHO, 2014).

Sejamos honestos aqui, este depoimento não foi uma bomba jornalística, e nem a análise que fizemos neste texto tem qualquer descoberta ainda não percebida pelos demais. A noção de que as plateias teatrais estão repletas de convidados, conhecidos e colegas é bastante óbvia para os profissionais do meio – a ponto de virar piada em um programa de televisão aberta. Mas o que tentamos foi usar as ferramentas que estavam a nosso alcance para clarear esta situação e embasar melhor a justificativa desta pesquisa e também encarar nossa responsabilidade ao escrever este texto, tecendo um registro (de dados, impressões ou depoimentos) que ajude a documentar publicamente uma situação vivida pela classe teatral nesta época. No fim, corremos um risco de nossas produções teatrais estarem contando em demasia com um público pontual, momentâneo – ou seja, uma audiência. E um risco de eventuais números de frequentadores camuflarem a falta de um real público teatral, fiel e recorrente. Ou, ao menos, de um público não especializado. Ou, ao menos, de um público não especializado e emancipado, movido ao teatro por interesses próprios.

3 A IMPORTÂNCIA DO DIÁLOGO ENTRE CENA E PÚBLICO

Optamos por uma ordem talvez inversa ao explorarmos primeiramente dados e características da frequência de público no teatro, no passado e no presente, antes de nos aprofundarmos em qualquer definição sobre a relação entre teatro e espectadores – além da brevíssima passagem sobre o assunto na introdução. Isto porque consideramos que a leitura deste texto ficaria mais interessante, e a urgência do problema mais visível, se tentássemos primeiro escancorar a dimensão e a atualidade da situação que nos preocupa, para então, com o leitor imerso no problema, entrarmos enfim em aspectos mais conceituais da discussão.

Esta pequena introdução vem para expor que este terceiro capítulo será norteador por uma pergunta: por que o problema que tanto mencionamos (a falta de interesse do público não especializado) é, de fato, um problema?

Para leitores e pesquisadores que não vivenciam cotidianamente o teatro profissional (e, desconfiamos, mesmo para muitos profissionais do setor) esta indagação pode não ser uma obviedade. Por isso, antes de novas reflexões, julgamos necessário clarear algumas especificidades da arte teatral e sua prática profissional. Uma vez que no capítulo anterior já pudemos observar dados e impressões sobre a situação atual do teatro, pretendemos agora explorar por que notamos uma dependência natural do teatro em relação ao que chamamos de espectador não especializado. A intenção é que, após definido nosso posicionamento a este respeito, tenhamos justificado melhor as preocupações que revelamos até aqui e, por consequência, possamos nos concentrar de maneira mais potente em possíveis causas para o nosso problema.

3.1 SUSTENTABILIDADE ARTÍSTICA: A AÇÃO POLÍTICA DA CENA

De maneira talvez até cansativa, já repetimos diversas vezes neste texto que a comunicação com o espectador não especializado, com a sociedade de maneira mais ampla, é essencial para a concretização da arte teatral. Mas é chegado o momento de verificarmos se este nosso posicionamento encontra algum amparo conceitual.

Se já chegamos a remeter anteriormente, usando nossas próprias palavras, o conceito do termo teatro à sua origem grega, a este respeito podemos citar agora o teórico teatral Patrice Pavis, que explica que “a origem grega da palavra teatro, o *theatron*, revela uma propriedade esquecida, porém fundamental, desta arte: é o local de onde o público olha uma ação que lhe é apresentada num outro lugar” (PAVIS, 2008, p. 372).

E para comentar a passagem acima, emprestamos o raciocínio dos estudos do Prof. Dr. Leonel Carneiro:

Seria, portanto, o espaço não da ficção ou dos artistas, mas dos espectadores. Por outro lado, algo aconteceu desde a Grécia que modificou a relação do teatro com seus espectadores e, segundo o teórico francês Patrice Pavis [...], este foi por muito tempo esquecido ou considerado quantitativamente negligenciado.” (CARNEIRO, 2016, p. 45)

Analisando agora estas duas citações, nossa interpretação é a de que os dois raciocínios apontam para o espectador como um agente crucial da ação teatral, tão essencial do seu lado da plateia quanto o artista do seu lado do palco. Mais ainda, apontam que esta importância dada à figura do espectador foi sendo relegada a um segundo plano com o passar do tempo. Dois apontamentos que, por fim, desembocam no que aqui estamos considerando – aí sim, indo além das citações e imprimindo um juízo de valor inerente a esta dissertação – uma situação problemática.

Debruçando-se ainda sobre a origem do termo teatro, adicionamos outra contribuição, nas palavras da pesquisadora Helga Finter:

A palavra “teatro” sabemos que vem do grego *theatron* e se refere ao lugar onde se encontrava a plateia. A palavra deriva do grego *theaomai*, que significa tanto “fazer passar diante do olho concreto” como “do olho mental”, ou seja, teatro e teoria têm a mesma raiz, razão pela qual o teatro, ao contrário de *spectaculum*, não implica submissão e fascinação religiosa, e sim a chance dos espectadores de refletir sobre o que foi feito em conjunto. (ARAUJO; AZEVEDO; TENDLAU, 2011, p. 183)

E a própria Helga Finter ainda cita o pensamento da estudiosa Erika Fischer-Lichte, dizendo que o teatro “necessita de uma pessoa A, que encarna X, enquanto S assiste” (ARAUJO; AZEVEDO; TENDLAU, 2011, p. 189).

Mais uma vez, o que vemos é uma definição conceitual totalmente dependente da figura do espectador. Aliás, se já chegamos a sugerir e a lamentar (e voltaremos a isto mais adiante) que não necessariamente todo profissional de teatro está, de fato, preocupado com o contato com seus espectadores, chega a ser emocionante a lembrança de Finter, em nossa interpretação, de que o teatro não existe para se subir em um altar e provocar fascínio, e sim para trocar ideias e emoções com a plateia que lá está – cravando, inclusive, uma noção de conjunto ao que é feito no teatro, uma combinação entre artistas e espectadores.

Esta mesma ideia de conjunto pode ser resumida ainda de outra forma no olhar do diretor teatral e dramaturgo Aimar Labaki, no que declara ser “aquela que é a mágica da

comunicação teatral, que é o encontro daquela individualidade com aquela coletividade, através de uma obra de arte específica que é o teatro” (GARCIA, 2002, p. 52).

Na teoria, esta concepção parece mesmo estar na ponta da língua dos artistas. Vasculhando depoimentos de artistas teatrais, poderíamos colecionar citações que vão ao encontro desta mesma visão, como a do diretor e um dos fundadores do Grupo TAPA, Eduardo Tolentino de Araújo, frisando que “sem o público, o teatro não faz sentido” (MARINHO, 2013). Ou, saindo do Brasil, o conceito cravado pelo encenador polonês Jerzy Grotowski: “O ator e o espectador. É esta a célula embrionária do teatro.” (GROTOWSKI; BARBA; FLASZEN, 2007, p. 87). Ou ainda a forma sucinta da pesquisadora Josette Féral, para quem “a teatralidade não é, ela é para alguém, quer dizer que ela é para o outro” (FÉRAL, 2015, p. 165).

Uma coletânea de frases que poderiam nos tomar ainda algumas linhas mais. Mas elas não surgem aqui como uma tentativa de convencer nosso leitor pela insistência. E sim para demonstrar que, ao menos na teoria, o conceito original do teatro como uma forma artística baseada na relação com o espectador é não apenas aceito, como bastante difundido.

Mas por que isto? Se a importância do espectador foi aqui tão remetida à origem grega do termo, caso alguém estranhe tamanha antiguidade, por que não consideramos, por exemplo, ao suspeitarmos que na prática o vínculo com o espectador não está tão forte quanto na teoria, que a natureza teatral simplesmente se modificou e que esta relação entre espectador e teatro não precisa mais se manter como outrora? Por que insistimos que a legitimidade desta arte ainda se encontra tão somente quando há o contato com o espectador? E por que insistimos ainda mais no contato com o espectador não especializado?

Introduzimos o tema com uma útil lembrança do ator Antonio Fagundes, que comenta que “o Bertolt Brecht colocava o teatro num tripé simples: o autor, o ator e o público. Ele não se incluía nesse tripé como encenador; ele colocava o público como importante, porque o que ele queria era olhar no olho do cidadão e mudar o seu tempo” (GARCIA, 2002, p. 37).

A lembrança de Brecht vem realmente a calhar, e o trabalho do importante dramaturgo alemão encontra eco em várias outras reflexões sobre o teatro, como a do professor Tales Ab’Saber, que cita Brecht ao indagar “como a arte vai mover os homens, se ela própria não é afetada pelo destino deles? [...] E se eu não me esforço por encontrar um caminho que os tire de seus problemas, como vão eles encontrar um caminho até minhas palavras?” (ARAÚJO; AZEVEDO; TENDLAU, 2011, p. 235).

A via de mão dupla entre artista e espectador, fazendo com o que o teatro sirva a um senhor muito maior que a casa de espetáculos: a sociedade. Neste sentido, com o teatro sendo

naturalmente um canal de potencialização da interessante definição que a Prof.^a Dr.^a Kathya Maria Ayres de Godoy tece sobre o próprio fazer artístico:

Desta forma, as artes de maneira geral em nossa e em outras culturas, permitem que o homem se relacione e exprima suas ideias na sociedade [...] Portanto, é possível afirmar que as artes constituem-se numa produção cultural humana e como tal, serve de elo de comunicação do homem com o mundo. (GODOY, 1999, p. 47)

Para apelarmos a uma referência ainda mais comumente aceita, o ensaísta, crítico e filósofo Walter Benjamin, em sua famosa análise da arte em relação à reprodutibilidade técnica, frisa que “mesmo à mais perfeita reprodução falta um elemento: o aqui e agora da obra de arte – sua existência única no local onde se encontra” (BENJAMIN, 2012, p. 17).

E é justamente nisso que o teatro se diferencia – e, como um efeito colateral, é disto que ele depende. Há ao mesmo tempo capacidade e responsabilidade ímpares de diálogo com o espectador presente. Sobre este diálogo, diz o filósofo francês Jacques Rancière:

O teatro é uma assembleia na qual as pessoas do povo tomam consciência de sua situação e discutem seus interesses, dizia Brecht após Piscator. Artaud afirma que ele é o ritual purificador em que uma coletividade se apossa de suas próprias energias. Se o teatro encarna assim a coletividade viva em oposição à ilusão da mimese, não é de surpreender que a vontade de reconduzir o teatro à sua essência possa respaldar-se na própria crítica do espetáculo. (RANCIÈRE, 2012, p. 11)

Trata-se, portanto, de uma função política inerente ao teatro. E esta é uma matéria que não pode ser ignorada justamente pelo teatro de grupo, um segmento sabidamente próximo da ideia de atuar como uma intervenção política na sociedade. Em um novo esforço de delimitar ainda mais as características recorrentes das formas de produção do teatro de grupo, lembramos que não à toa um marco do fortalecimento do segmento na cidade de São Paulo está na Lei de Fomento ao Teatro, com conotações de luta política e inserção social desde sua origem e que, detalha a crítica Beth Néspoli, “mais ainda, amplia a geografia cultural da cidade – com a consequente abertura de sedes em áreas sem equipamento cultural ou revitalizando as existentes” (ARAÚJO; AZEVEDO; TENDLAU, 2011, p. 97).

Vai se tornando difícil, para não dizer impossível, falar sobre a presença do teatro de grupo em São Paulo-SP sem falar de uma crescente movimentação sociopolítica destes mesmos grupos. Para o diretor, autor e um dos fundadores da Companhia do Latão, Sérgio de Carvalho:

Por força dessa coletivização do trabalho teatral, aliada a uma gradativa retomada do interesse por temática histórica, surgem muitos espetáculos baseados em formalizações épicas, narrativas, com ampliação de um interesse há muito

abandonado: o de representações de temática social manifesta. (ARAUJO; AZEVEDO; TENDLAU, 2011, p. 104)

É esta “compreensão social ‘diferente’” (ARAUJO; AZEVEDO; TENDLAU, 2011, p. 183) a que nos referimos desde nossa introdução que está no cerne do teatro de grupo paulistano e que, por sua vez, torna uma questão de coerência se importar com a repercussão de suas obras na sociedade.

Fazemos agora nossa interpretação sobre o trecho há pouco mencionado de Jacques Rancière, relacionando esta questão com a própria crítica do espetáculo. Pois, a partir desta perspectiva que estamos adotando, provavelmente não faltarão discordâncias de como agir para gerar esta real repercussão das obras na sociedade. Se não temos nenhuma pretensão, nem mesmo capacidade, de tecer aqui qualquer direcionamento artístico para as criações alheias, o que queremos salientar, ao menos, é que esta preocupação com o espectador deve ganhar uma importância primeira no fazer profissional dos grupos teatrais.

Para cumprir de fato com as responsabilidades do teatro, a preocupação com o espectador deve contaminar todas as ações de um grupo teatral, das proposições artísticas às estratégias de divulgação. Se, uma vez mais, isto parece óbvio, é só voltarmos ao capítulo em que nos espantamos com o círculo fechado em que o teatro de grupo tem agido para concluir que, se somos generosos o bastante para deduzir que isto está sendo feito, é difícil encontrarmos generosidade o suficiente para achar que está sendo bem feito.

Esta não é uma crítica fútil, pois sabemos que seria injusto escrever como se esta fosse uma tarefa fácil. Não o é. E temos ampla consciência que, em se tratando de arte e cultura, estes mesmos tópicos podem ser vistos e interpretados de outras maneiras muito diferentes. Mas nossa intenção aqui não é tomar uma postura acusatória por si só, e sim propor uma reflexão para o teatro de grupo, provocando que o segmento coloque em primeiro plano a busca por potencializar este contato com o espectador, para que sua própria arte ganhe um sentido pleno no conjunto da sociedade. Isto porque nossa história pessoal, impossível esconder, está também neste terreno da pessoa de teatro, o que nos confere o tempo todo, ao escrever esta dissertação, o dever de ao menos tentar contribuir com a sociedade – e não apenas com um segmento profissional.

Mais uma vez, não é tarefa fácil. Mas, assumindo esta perspectiva, por mais doloroso que possa parecer ao artista, é tarefa necessária (novamente, assumindo esta perspectiva declarada nos últimos parágrafos). Voltamos, mais longamente, à Bertolt Brecht:

Sem dúvida, só será possível ao teatro assumir uma posição independente caso se entregue às correntes mais avassaladoras da sociedade e se associe a todos os que

estão, necessariamente, mais impacientes por fazer grandes modificações nesse domínio. É, sobretudo, o desejo de desenvolver a nossa arte **em diapasão com a época em que ela se insere** que nos impele, desde já, a deslocar o nosso teatro, o teatro próprio de uma época científica, para os subúrbios das cidades; aí ficará, a bem dizer, inteiramente à disposição das vastas massas de todos os que produzem em larga escala e que vivem com dificuldades, para que nele possam **divertir-se** proveitosamente com a complexidade dos seus próprios problemas. É possível que achem difícil remunerar a nossa arte, é possível que não compreendam, logo à primeira vista, a nossa nova forma de diversão, e, em muitos aspectos **nós teremos de aprender a descobrir aquilo que necessitam e de que modo o necessitam, mas podemos estar seguros do seu interesse.** (BRECHT, 2005, p. 136, grifos nossos)

Embora o pensamento de Brecht tenha uma aceitação gigantesca no meio teatral, seria legítimo que alguém o desafiasse dizendo que tentativas a partir de princípios como este já foram realizadas por aqui e, ao menos em curto prazo, o resultado não parece ser assim esperançoso. Mas continuamos a afirmar este norte necessário para as ações do teatro de grupo, e um norte que (como abordaremos mais adiante) não se restringe apenas à encenação, e sim a todas as atitudes tomadas pelos artistas de teatro de grupo.

Um norte que coloca como necessidade o ajuste do teatro à sociedade que está à sua volta. Afinal, despiando-se de qualquer preconceito, do que se trata esta diversão a que ele se refere senão uma forma de se conectar com o público, fazendo com que ele se interesse por aquilo?

Comentamos que este movimento pode ser doloroso ao artista, pois falar de se conectar com um público mais geral, não especializado, pode significar repensar aquilo que tem funcionado com uma plateia de especialistas. Mas, vem a pergunta, como seria possível cumprir uma missão de diálogo com a sociedade mantendo-se em um nicho fechado? Entra-se em um impasse de difícil resolução:

Consolidada a dramaturgia brasileira, nosso teatro não tentou efetivamente a procura de um público popular, o que poderia constituir nova fase do seu processo cultural, mas se conteve em grande parte em pesquisas formais, contestando a relação tradicional palco-plateia, à maneira de conjuntos de vanguarda europeus e norte-americanos. Se essas experiências são válidas para o fortalecimento da linguagem especificamente teatral, que se encontra na relação ator-espectador, é certo que elas podem permanecer num beco sem saída, já que o apuro do instrumento interpretativo não obriga à maior comunicação. (MAGALDI; VARGAS, 2001, p. 424)

Como poderíamos sugerir a um artista que freie sua vontade de invenção? Ainda mais no teatro de grupo, que, como nota a especialista no assunto Rosyane Trotta, “é, por excelência, propício a empreendimentos de pesquisa e invenção” (ARAUJO; AZEVEDO; TENDLAU, 2011, p. 214). Somando-se ainda a legítima crítica do produtor e diretor inglês

David Jubb, para quem “certamente a falta de vulnerabilidade ou a falta de risco tangível é inimiga do grande teatro” (ARAÚJO; AZEVEDO; TENDLAU, 2011, p. 203).

Certamente nos faltaria coragem para tamanha heresia. Mas e se o preço da inovação cênica for a distância do espectador? Sem dúvidas, muitos poderiam alegar que, com uma população mais instruída, conhecedora dos códigos teatrais, isto deixaria de ser um problema. Como já adiantamos desde o começo desta dissertação, não temos tanta certeza sobre isto, o que será alvo de nossas reflexões em capítulo posterior, mas, de qualquer forma, o que fazer no curto prazo, com o teatro e a sociedade de agora?

Se for preciso colocar em uma balança, o que deve ser privilegiado? Talvez existam caminhos do meio, mas dada a situação crítica na relação com o público que detalhamos no capítulo anterior, julgamos que seria no mínimo interessante tentarmos posicionar o espectador como centro das atenções por um momento.

De maneira talvez triste, já em 1953 o crítico, diretor e professor Miroel Silveira falava:

Teríamos sido severos com os atores da velha guarda se soubéssemos o que hoje sabemos (e muita gente teima, ainda, em negar, apesar da evidência): que os elencos dependem do público, e que este consagra “Uma Certa Cabana” como regra, e “Desejo” e “Antígone” apenas como exceção; que é impossível elevar rapidamente o nível cultural do povo, de modo perceptível e capaz de reinfluenciar, por sua vez, os artistas. (GUZIK, 1986, p. 97)

Mais atualmente, a Prof.^a Dr.^a Maria Lúcia de Souza Barros Pupo, ao analisar iniciativas de formação de público, relata que “diante de um público não *expert*, muitas vezes ofendidos em seu amor próprio por não serem objeto das atitudes de respeito às quais estavam habituados, os atores por vezes enfrentavam dificuldades para permanecerem em cena” (PUPO, 2015, p. 15). Queremos falar com este público não especializado? A preocupação em demasia com o público não parece confortável ou favorável para a criação artística. Mas, ao mesmo tempo, o desajuste entre as expectativas de artistas e espectadores, ao menos em curto prazo, é igualmente desconfortável e desfavorável. Quanto a isto, a dramaturga alemã Elizabeth Hauptmann, assistente de Brecht, diria que “quando se vê que o nosso mundo atual já não se ajusta ao drama, então o drama já não se ajusta ao mundo” (ROSENFELD, 2004, p. 147).

Em uma proposição mais objetiva, Brecht (ainda que saibamos que seu pensamento passou por uma série de transformações ao longo da vida) deixa seu alvo transparente, notando em sua experiência que “à percentagem mínima do público que era proletária e a que se juntaram, apenas acessória e precariamente, alguns intelectuais apóstatas, era ainda,

também, necessário o velho tipo de diversão, que construía um alívio para o seu dia a dia” (BRECHT, 2005, p. 140). Para conseguir travar contato com o cidadão comum, o espectador não especializado (mesmo que ele ainda represente a porcentagem mínima de nossas plateias), é preciso tentar entender sua situação, seus gostos, seus interesses, travando algum diálogo.

Brecht ainda falaria que a missão do teatro “é a de recrear os filhos de uma era científica, proporcionando-lhes o prazer dos sentidos e a alegria” (BRECHT, 2005, p. 165). Consideramos um equívoco, ou mesmo uma arrogância, considerar que qualquer menção à diversão, alegria ou prazer signifique uma atitude condescendente com o público ou um rebaixamento da qualidade do conteúdo da obra artística. Por isto consideramos tão necessário frisar já em nossa introdução a maneira como entendíamos os conceitos de arte e entretenimento. Não se fala de outra coisa aqui senão de uma tentativa de conexão com um público que, neste momento, não se encontra próximo ao teatro, uma tentativa de fazer com que esta arte lhe pareça interessante, para daí nossas proposições artísticas encontrarem espaço para ecoar na sociedade.

Isto porque, à luz desta perspectiva sociopolítica, dialogar com colegas de trabalho e amigos não é realmente dialogar com a sociedade. À luz desta perspectiva sociopolítica, quando o teatro esquece da importância da conexão com o espectador, é, no mínimo, uma falha conceitual. Se é empolgante pensar em todos os caminhos futuros que a pesquisa cênica pode tomar, é preocupante se esta caminhada esquecer os espectadores para trás.

E, se começamos com a Grécia, terminemos com a Grécia. Em sua Arte Poética, muito antes de estarmos aqui, Aristóteles já olhava para o teatro e sublinhava que “independentemente do espetáculo oferecido aos olhos, a fábula deve ser composta de tal maneira que o público, ao ouvir os fatos que vão se passando, sinta arrepios ou compaixão” (ARISTÓTELES, 2003, p. 42). Se não houver o público para se arrepiar, que sentido temos?

3.2 SUSTENTABILIDADE FINANCEIRA: A DEPENDÊNCIA DOS INDEPENDENTES

Uma vez que estamos falando de uma atividade artística, é bastante sedutor limitar a discussão apenas a seus aspectos mais poéticos. A tentação de idealizar e elevar a arte a uma esfera pura, quase espiritual, portanto, inalcançável. Mas, mesmo para aquele que concorde ou prefira enxergar na arte esta elevação, é importante lembrar do detalhe que está por trás da concretização da obra de arte: o artista. Alguém, que, como qualquer outro, possui suas necessidades, bastante mundanas, de sobrevivência.

Desde o início, assumimos uma preocupação específica com a atividade teatral profissional. Logo, se queremos que nossas reflexões dialoguem diretamente com o fazer teatral na atualidade, esta tese tem a necessidade e mesmo a responsabilidade de não permitir que aspectos conceituais – por mais agradáveis ou interessantes que sejam – nublem a realidade cotidiana, dura ou mundana do fazer artístico. Para fazer teatro é preciso dinheiro.

“Hoje, os mundos da arte constituem cada vez menos um ‘mundo à parte’ ou ‘uma economia das avessas’: eles são regidos pelas leis das empresas e da economia de mercado com seus imperativos de competição e rentabilidade” (LIPOVETSKY; SERROY, 2014, p. 41). A fala de Gilles Lipovetsky marca talvez um momento mais assumido da relação da arte com aspectos econômicos. Todavia, considerar que o relacionamento entre arte e dinheiro é novidade seria algo, no mínimo, forçado.

Basta um ligeiro olhar histórico para notar que a nossa produção artística, desde a Antiguidade, está totalmente entrelaçada com a atuação dos mecenas (apoiadores financeiros de projetos culturais), em uma associação entre capital e cultura crucial para a realização das obras de arte a que nos referimos até hoje (REIS, 2002, p. 14). Independentemente da existência ou não de diferenças entre o mecenato da Antiguidade e os atuais patrocínios culturais, se aquele visava puramente garantir a criação artística enquanto este é movido por objetivos comerciais (REIS, 2002, p. 26), nós enxergamos um ponto em comum, ainda que muitas vezes propositalmente ignorado: a continuidade do trabalho artístico profissional sempre dependeu de um terceiro que o financiasse de alguma forma.

Colocar este tipo de observação dentro de um panorama histórico pode ser bastante útil para não correremos o risco de vilanizar ou condenar a existência de relação entre a arte e o dinheiro, o que seria algo tão utópico quanto insensato e fora da realidade. Se o parágrafo anterior convidava a olhar para alguém de fora do meio artístico (mecenas ou patrocinador) que surgia como um respaldo financeiro, olhar para dentro do meio artístico só reforça a necessidade do capital para o fazer artístico. Pois no panorama histórico da arte nós enxergamos outro ponto em comum, ainda que muitas vezes acidentalmente esquecido: a continuidade do trabalho artístico profissional sempre dependeu de um trabalhador (o artista) que precisava sobreviver de alguma forma.

Afinal, palpitar sobre a maneira que a arte deveria se relacionar com o capital não é o que está em jogo aqui (não entraremos nesta seara), mas simplesmente enxergar a sustentabilidade financeira dos profissionais envolvidos na produção teatral como uma questão crítica e fundamental. Em uma passagem tratando da produção de artes visuais na atualidade, a Prof.^a Dr.^a Diva Pinho coloca que enxergar o artista como algo místico e

idealizado não leva em conta “que na produção artística estão envolvidos vários processos sociais e econômicos e também numerosos outros atores socioeconômicos” (PINHO, 1988, p. 52). É comum que textos acadêmicos tratem da atuação artística ignorando completamente a realidade, mundana e imediata, dos profissionais. O artista não é um herói, ou um mártir, mas muitas vezes quem o observa de longe tenta impor estas funções. O artista é aquele que propõe projetos artísticos, mas é um ser sujeito às mesmas necessidades econômicas que outros. Como lembra o estudioso das comunicações Henry Jenkins, “além da remuneração, os artistas (tanto profissionais como amadores) buscam ganhar reconhecimento, influenciar a cultura e expressar ideias pessoais” (JENKINS; GREEN; FORD, 2014, p. 93). Todos estes elementos andam juntos. Não é só o dinheiro, mas é também o dinheiro.

Mas àquele para quem a realidade da produção artística parece algo muito distante ou àquele para quem a visão heroica sobre a função do artista ainda se sobrepõe, que talvez não se sensibilize com nosso discurso sobre as condições de vida do artista profissional, podemos dizer mais.

É pertinente trazer aqui uma breve explicação sobre como funciona o processo de produção de um espetáculo profissional. Pois pode ocorrer com facilidade que alguém alheio a esta atividade profissional se pergunte por que tanto falamos de necessidade financeira para se construir uma obra de arte – no caso, um espetáculo teatral. Ou por que cravamos que é impossível fazer teatro sem dinheiro, por mais que os atores que vemos no palco sejam desprendidos financeiramente e abdicuem de seus cachês.

Para já direcionarmos o entendimento, é importante uma definição:

No Brasil, o termo **produção teatral** engloba todos os procedimentos adotados para o levantamento material do espetáculo, abrangendo custos (a produção propriamente dita) e a operacionalização da encenação (contratação e administração de pessoal artístico e técnico, aquisição de materiais etc.). (PAVIS, 2008, p. 307, grifo nosso)

Já é possível percebermos a abrangência da produção teatral, onde um espetáculo significa não apenas muito mais do que os atores sobre o palco, mas também muito mais do que aquele momento experienciado pelo espectador.

Ainda que os conceitos formais de gestão cultural não sejam próximos a todos os artistas teatrais, nossa experiência pessoal, a observação prática e as exigências dos mecanismos de financiamento à cultura permitem que compreendamos a produção teatral organizando-a em três etapas: **pré-produção, produção e pós-produção**.

Sem exagerarmos em tecnicidades que não vêm ao caso aqui, podemos entender a **pré-produção** como o momento que acontece antes do período de exposição pública do

espetáculo – ou seja, antes de suas apresentações aos espectadores. Nisto podemos encontrar desde aspectos administrativos e organizacionais, como seleção e contratação de artistas ou reserva de espaços para sediarem o trabalho, até o gasto de verbas para compras de equipamentos ou materiais para cenários e figurinos e, especialmente, toda a fase de criação artística do projeto – tradicionalmente falando, os ensaios.

Embora muitas vezes desconhecida do grande público, esta é fundamentalmente a etapa criativa da produção teatral, exigindo intensa dedicação dos artistas – e, por consequência, tempo. Para quem não é íntimo dos processos de produção teatral, pode ser curioso saber, por exemplo, que dentre os 20 projetos teatrais premiados e financiados em 2017 pelo Programa de Ação Cultural (ProAC), tradicional edital do governo paulista, na categoria Produção de Espectáculo Inédito e Temporada de Teatro (todos disponibilizados no site <http://www.proac.sp.gov.br>), em 18 deles esta etapa inicial, de organização e ensaios, era maior do que o período de temporada de apresentações do espetáculo.

Um saldo que nos serve unicamente para ilustrar que é um engano pensar que a produção teatral equivale à apresentação de um espetáculo. Ela é, sim, um extenso plano de trabalho, envolvendo, inclusive, gastos, serviços e profissionais que estão longe dos olhos de público. Quando tratamos do segmento de teatro de grupo (esmagadora maioria no ProAC, com 17 entre os 20 contemplados, sendo que outros dois ainda se apresentam como propostas diretamente decorrentes do trabalho de grupos existentes), com as características que já mencionamos de pesquisa artística continuada, os longos processos de ensaio tornam-se quase uma regra.

Podemos chamar a etapa seguinte de **produção**, na qual é executado o produto principal do grande conjunto da produção teatral: o espetáculo. Mesmo nesta etapa, observar os orçamentos destes e de outros projetos nos abrem os olhos para percebermos que, simultaneamente ao período de temporada de apresentações, estão ocorrendo outros serviços relacionados à divulgação, organização e administração do projeto. Mesmo no momento de apresentação, além dos atores, há a participação ativa de técnicos profissionais e a utilização de equipamentos e espaços que tornam possível a realização daquele espetáculo em frente ao público.

Por fim, claro, a **pós-produção** nos mostra que ainda há trabalho a ser feito após o encerramento das apresentações de um espetáculo. Há pagamentos a serem executados e, especialmente quando há algum tipo de financiamento externo, elaboração de relatórios e prestações de contas.

Todo este trecho de nossa dissertação serve apenas para clarear que, quando falamos de uma produção teatral, não estamos tratando de uma ação momentânea, e sim, em maior ou menor grau, de uma complexa cadeia de trabalho. Valorizando-a como faríamos com qualquer outra atividade profissional, já podemos intuir que para a produção teatral ser verdadeiramente sustentável, a injeção de recursos financeiros é indispensável.

O surgimento deste assunto em nosso texto não acontece de forma gratuita, pois queremos relacionar diretamente a sustentabilidade profissional do teatro de grupo com a discussão que travamos sobre a presença ou falta de público neste teatro.

É difícil analisar as formas de realização do teatro sob o risco de confundir a essência da atividade com a maneira como se insere no contexto econômico. A manifestação artística não se encaixa na regra básica do mercado de oferta e procura, porém também é inegável que o teatro contemporâneo dependa da bilheteria (LEIVA, 2014, p. 160)

A fala do dramaturgo e ator Hugo Possolo pode nos demonstrar dois pontos em especial. O primeiro é o nítido receio de ferir a integridade do teatro ao misturá-lo com assuntos econômicos, o que justifica o que pode ter parecido um cuidado excessivo nos parágrafos anteriores para iniciarmos este tema. O segundo é aquela que, acreditamos, é a forma primeira no imaginário popular quanto à entrada de dinheiro no teatro: a bilheteria.

Falar de bilheteria significa falar de uma remuneração diretamente proporcional à quantidade de espectadores. O roteiro é simples: o espectador dispõe de determinada quantia, compra seu ingresso, tem direito a acessar o espetáculo e o valor gasto é destinado à produção teatral. E o resultado é claro: quanto mais espectadores, mais dinheiro é conquistado pela produção; quanto menos espectadores, menos dinheiro há.

Claro, poderíamos sugerir que, se estivermos considerando um ingresso de valor elevado, poucos espectadores poderiam fazer acumular uma soma considerável. Mas essa é uma hipótese que tem pouca valia para nós, já que percebemos anteriormente que a realidade do teatro de grupo é de ingressos a preços reduzidos – quando não gratuitos. Desta forma, o panorama de frágil presença de público que observamos antes ganha contornos ainda mais alarmantes.

Talvez com isso compreendamos o receio do Prof. Dr. Luiz Fernando Ramos ao afirmar, dentro de uma discussão sobre a importância da Lei de Fomento ao Teatro da Prefeitura de São Paulo para o financiamento do teatro de grupo, que “não dava para fazer

teatro bom sem apoio do Estado. Porque uma hora você cai na lógica da bilheteria” (GOMES; MELLO, 2014, p. 26).

Afinal, depender da bilheteria se torna um jogo arriscado – e muito propenso à derrota – quando já se sabe que sua proposta enfrentará sérias dificuldades para acumular um grande número de pessoas na plateia. E como salientamos há pouco, tanto pela estrutura organizacional de uma produção teatral, quanto pela característica de permanente pesquisa do teatro de grupo, o trabalho teatral, idealmente, não é uma ação pontual, mas uma atividade contínua, com alguns momentos de abertura ao público. Se a bilheteria é frágil, na melhor das hipóteses espera-se pagar com ela os custos daquela apresentação, mas e quanto a todo o restante do trabalho?

Como já fizemos alguns paralelos com décadas anteriores, é interessante tomar conhecimento do diagnóstico do produtor teatral Franco Zampari já em 1961, notando que os ingressos não podiam aumentar na mesma proporção em que aumentavam os custos de se fazer um espetáculo, e que seria necessária uma subvenção do governo, pois neste ritmo “o teatro é que está padecendo” (MAGALDI; VARGAS, 2001, p. 223).

Ainda em um retorno ao passado, atentemo-nos sobre o trecho dos estudos de Alberto Guzik que registram, já em 1956, a dificuldade de sustentabilidade do TBC quando “o teatro depende do êxito de cada peça e começa a se tornar custosa a manutenção de um quadro fixo de atores e técnicos” (GUZIK, 1986, p. 144). Entramos, com cada vez mais ênfase, no atual regime de projetos, forçando o teatro ao modelo de evento pontual, algo incompatível com estabilidade de profissionais, manutenção da continuidade de pesquisa e dedicação e apuro do trabalho artístico. Hoje, o dramaturgo e ex-presidente da Fundação Nacional das Artes (Funarte) Márcio de Souza dá seu testemunho:

Esse teatro de grupo deixou de existir por um processo econômico e político e, nos anos 1970, o que nós tivemos foi a destruição dessa economia do teatro de grupo e o surgimento das produções, dos projetos. É a época dos projetos, e nós estamos vivendo esse período. (GARCIA, 2002, p. 209)

A efemeridade da atividade teatral e a crueldade da lógica da bilheteria podem ser percebidas nas condições dos próprios espaços teatrais mais próximos à produção do teatro de grupo, os chamados teatros independentes. Constantemente ameaçados, temos exemplos como o CIT-Ecum, fechado em 2014 (WOLF, 2014) ou, mais atual, espaços como Club Noir, Instituto Brincante e Teatro e Bar Cemitério de Automóveis recorrendo a campanhas de financiamento coletivo na internet para não encerrarem suas atividades (ALVES JR., 2015)

ou, ainda mais atual, o Espaço Cia. da Revista ameaçado de fechar suas portas (ALVES JR., 2018).

Se, pelo que já vimos, os ingressos do teatro de grupo são baratos ou gratuitos, o número de espectadores é pequeno e a quantidade de apresentações tem diminuído, não é preciso grande poder de dedução para concluir que esta é uma conta que não fecha. Que não é favorável a este teatro tentar se manter em uma lógica de compra e venda. Ou seja, que é improvável que este teatro consiga se sustentar como uma iniciativa realmente independente, especialmente se almeja um trabalho contínuo. Alguém precisa vir em seu auxílio.

Quando estávamos em nosso processo de estudos do Mestrado, houve diversas oportunidades de compartilhar esta pesquisa com outros alunos e professores. Em uma destas oportunidades, após nosso relato sobre toda esta situação, um dos colegas, sincero e curioso, perguntou: como então estes artistas sobrevivem? Fácil responder a esta pergunta com um silêncio ou um lamento, mas podemos, sim, encontrar outras possibilidades.

Possibilidades estas que já eram sugeridas nas próprias citações que utilizamos de Franco Zampari, mais antiga, e Luiz Fernando Ramos, mais atual. Falava-se ali da ajuda de um terceiro – no caso, o Estado. O financiamento governamental surge como um importante personagem para o teatro descobrir saídas frente à lógica da bilheteria. Afora outras implicações sobre seu uso (que abordaremos mais adiante), convém ficar alerta, ainda assim, para conferir se a falta de respaldo do público não continua sendo uma situação perigosa.

Além de artistas e espectadores, o Estado pode surgir como este terceiro elemento financiador do teatro, seja através de editais, prêmios e outras formas entregues diretamente na mão dos artistas (como é o caso do próprio ProAC, citado alguns parágrafos antes), mediante critérios que variam caso a caso, ou concedendo incentivos fiscais a empresas patrocinadoras de projetos teatrais. De qualquer forma, o surgimento deste subsídio por parte do Estado, ao cobrir as necessidades financeiras da produção teatral, faz com que não se corra mais o risco de prejuízo caso a bilheteria não seja bem-sucedida.

Se, por uma via, isso parece afastar a relação direta entre quantidade de pessoas e remuneração e resolver todos os problemas que citamos, um pouco mais de reflexão mantém acesa a luz de emergência do respaldo de público.

Enquanto a bilheteria torna-se uma realidade cada vez mais distante, os artistas teatrais precisam entrar em um regime de competição e se veem digladiando pelos mesmos patrocínios, prêmios, editais, como única saída para a injeção de recursos e a continuidade do

seu trabalho. E ao contrário do que poderia oferecer um público de milhares de pessoas na cidade, esta outra saída não é tão plural assim.

Para exemplificar, temos que, por ano, o Programa de Fomento ao Teatro da Prefeitura de São Paulo contempla, no máximo, 20 projetos. Em sua edição 2016, os editais do ProAC, somando todas as categorias e modalidades relacionadas às Artes Cênicas, somou 66 projetos contemplados – ante 1.261 projetos inscritos. Ressalta-se ainda que, por regras do edital, apenas metade dos contemplados podia ser da capital paulista, reduzindo este número a 33 projetos paulistanos contemplados. É sempre um cobertor muito curto para um corpo muito grande.

Se esta competição, com potencial bastante destrutivo, já pode nos deixar temerosos de uma estratégia de abandonar completamente a opção da bilheteria e abraçar apenas o financiamento estatal, podemos enxergar mais uma faceta relacionada ao público.

Durante a elaboração desta pesquisa, a cidade de São Paulo passou por uma troca de gestão municipal. O prefeito João Doria Junior foi empossado no início de 2017, e a Secretaria Municipal de Cultura da capital paulista ficou sob responsabilidade de André Sturm. Entre diversas decisões polêmicas que inflamaram a classe de profissionais da arte, a gestão de Doria e Sturm anunciou um contingenciamento de 43,5% da verba destinada à cultura no município (REIS, 2017). Como consequência, até o primeiro trimestre de 2017, editais tradicionais como o Fomento ao Teatro deixaram de ser lançados, artistas contemplados ao final de 2016 por editais municipais, como no caso do Prêmio Zé Renato, não receberam seus devidos aportes financeiros e o edital do Fomento à Dança foi cancelado e reapresentado com drástica redução no valor destinado aos contemplados (BIDERMAN, 2017).

Além de curto, este cobertor é pontual, pode estar presente em um ano e ausente em outro, podendo tornar a atividade insustentável a longo prazo.

Na mesma toada, a verba para os editais do ProAC, do Governo do Estado de São Paulo, passou de R\$ 43.000.000,00 em 2014 para R\$ 40.000.000,00 em 2015, para R\$ 23.000.000,00 em 2016, para R\$ 34.000.000,00 em 2017, para R\$ 29.000.000,00 em 2018 (segundo dados oficiais encontrados em <http://www.transparenciacultura.sp.gov.br> e <http://www.cultura.sp.gov.br>). Uma verba, portanto, de alta flutuação, passível de volumosos cortes e com reajustes nada otimistas.

Poderíamos então tecer o raciocínio de que, com maior pressão popular, mais verbas seriam destinadas ao fazer teatral e esta situação se resolveria de pronto. Mas enquanto o teatro se mantém como um nicho, ainda distante da maior parte da população, as

consequências na percepção pública sobre esta atividade são bastante tristes. É facilmente comprovável por qualquer busca nas páginas oficiais ou perfis de redes sociais de grandes veículos jornalísticos que noticiaram protestos de artistas quanto ao congelamento da verba para a cultura, que os comentários dos leitores são bastante impactantes.

Não são poucos os comentários relacionando o financiamento público para a cultura à vagabundagem, à falta de um emprego. Em tom menos agressivo, é destacado por muitos que a realidade do Brasil apresenta outras prioridades e que a cultura é, enfim, uma atividade supérflua.

É claro que esta não é uma situação exclusiva do setor teatral, mas nos limitando à nossa preocupação nesta tese e somando o que elencamos como uma necessidade natural do teatro no contato com o público, confiamos na sensibilidade do olhar de Luiz Fernando Ramos:

Os grupos que ganham ou a própria lei [de Fomento ao Teatro da Prefeitura de São Paulo], quando for aperfeiçoada, deveriam incluir esta responsabilidade de formação de público. Vários grupos têm feito este trabalho, mas tem que ter um compromisso maior, uma vez que esta lei é tão distinta e única no país. Para que inclusive a sociedade possa entender essa despesa que ela está tendo com a lei do Fomento. Talvez seja mais fácil para a sociedade entender o investimento público em museus, pois é uma coisa mais canônica, do que no teatro. Na tradição brasileira, o teatro é uma arte popular que é ganha na bilheteria. (GOMES; MELLO, 2014, p. 32)

O que ele aponta é justamente o quanto a sustentabilidade financeira do teatro não pode dar as costas para o público, pois, ainda que indiretamente, a falta deste respaldo popular só fortalece uma situação de extrema instabilidade e incerteza, inclusive no tipo de financiamento que, a princípio, livraria o teatro das garras da bilheteria.

Se pensarmos no outro caminho que sugerimos, quando o governo apenas concede incentivos fiscais para que empresas destinem patrocínios a projetos culturais, o crivo popular é ainda mais visível. Dentre os projetos atuais que receberam patrocínio empresarial através do incentivo fiscal concedido pela Lei Federal de Incentivo à Cultura, conhecida como Lei Rouanet (todos disponíveis para consulta em <http://sistemas.cultura.gov.br>), verificamos que, de 39 projetos teatrais da cidade de São Paulo que conseguiram captar verba suficiente para suas produções, apenas dois eram relacionados ao teatro de grupo. Como era de se esperar, a imensa maioria dos projetos que mobilizaram maior quantidade de recursos era de projetos relacionados a nomes famosos e/ou o gênero de teatro musical.

Claro, se já dissemos aqui que as empresas executam seus patrocínios segundo objetivos comerciais (REIS, 2002, p. 26), não é surpreendente que elas queiram unir suas marcas a projetos procurados pelo grande público. Mais uma vez, se parecia que este era um

caminho onde o teatro de grupo poderia se livrar da lógica da bilheteria, a realidade é um tanto mais frustrante.

A independência do segmento que é comumente chamado de teatro independente (o que chamamos de teatro de grupo) não corresponde à realidade, uma vez que os empreendimentos teatrais possuem poucas possibilidades de se sustentarem por conta própria, na interação direta com espectadores, carecendo de um terceiro financiador. A escassez de público faz com que o teatro de grupo salte da bilheteria para a dependência (e competição) de editais ou patrocinadores. Ainda assim, não consegue fugir das implicações de possuir pouco respaldo popular, e o contato com um público mais vasto, a maior presença e notoriedade na sociedade, aparece como fundamental para ampliar as possibilidades de interesse destes terceiros financiadores, seja para fazer valer a pena o número de clientes atingidos por um patrocínio empresarial, seja para conquistar maior repercussão nas batalhas por verbas públicas.

Há um pensamento polêmico do pesquisador francês Frédéric Martel de que “quanto mais uma cultura se protege, através de cotas ou da censura, mais ela apressa seu próprio declínio” (MARTEL, 2012, p. 412). Este pensamento sobre uma ação cultural fechada em si mesma (e que achamos que pode ser questionado em vários âmbitos) nos chamou a atenção neste momento, importando este raciocínio, de certa forma, para nossa preocupação do teatro de grupo precisar romper o círculo de especialistas e encontrar novos públicos – para assim continuar existindo. Pois enquanto se mantiver como uma atividade de nicho parece difícil acreditar que as soluções de financiamento de teatro de grupo não sejam apenas provisórias. O cobertor curto e pouco confiável para proteger o corpo teatral.

Esperamos ter justificado com estas reflexões que nossa preocupação com o público no teatro não é um mero capricho, e sim sua condição de sobrevivência. Para onde quer que olhemos, para sua plena realização artística ou para o sustento de seus profissionais, sem o respaldo do público o teatro não pode conquistar senão desafoxos pontuais, mas nunca uma real sustentabilidade.

4 A CULPA DO PÚBLICO

Podemos entender o caminho que percorremos até aqui como tentativas de diagnósticos. Tentamos diagnosticar a fraca presença de público teatral, especialmente no teatro de grupo. Depois, tentamos diagnosticar a insistência histórica deste problema e também a dificuldade da conquista de um espectador não especializado e realmente espontâneo. Por último, ainda tentamos diagnosticar os fatores artísticos, políticos e financeiros que tornam o teatro dependente do contato com o espectador.

Seguiremos agora para outras tentativas de diagnósticos, aquelas que nos auxiliam a compreender algumas das possíveis motivações para a situação que dissecamos aqui. Como já declarado em nossa introdução, encaramos como missão neste momento não nos atermos aos aspectos socioeconômicos e educacionais dos espectadores, por serem tão importantes quanto já bastante notados, reclamados e debatidos – e, por isso, muitas vezes serem responsáveis por nublar outras possibilidades de reflexão.

Analisando os resultados obtidos pela pesquisa estatística realizada pela JLeiva, uma das amplas pesquisas que observamos anteriormente nesta dissertação, o ator e dramaturgo Hugo Possolo concluiu que “o conteúdo das obras teatrais é a atração principal e consegue se sobrepôr como fator de procura, mesmo diante do valor do ingresso, que, ainda que considerado alto, não altera o interesse do público pela peça a que quer assistir” (LEIVA, 2014, p. 162).

Chegamos, assim, ao campo do interesse. Afinal, poderíamos encontrar uma quase unanimidade ao colocar sobre a mesa todas as fragilidades sociais enfrentadas pelo cidadão brasileiro – mas isto não encerraria nosso problema. Se, no aqui e agora, queremos criar um diálogo efetivo entre teatro e público, não podemos fugir da pergunta: o que interessa a este público?

Focaremos então em aspectos comportamentais, em características de identidade atuais e atitudes dos personagens envolvidos nesta história. Justamente o tipo de atenção que menos encontramos na bibliografia teatral e, principalmente, nas discussões que presenciamos durante nossa carreira profissional.

A relação entre teatro e público é, claro, extremamente complexa. E nossa nova tentativa de diagnóstico começa por este capítulo de agora, dedicado à faceta mais comum de se ouvir da boca dos artistas quando esta mesma relação parece falhar: a responsabilidade do público.

4.1 O TEATRO NA SOCIEDADE DO HIPERESPETÁCULO

Talvez a maneira mais óbvia e esperada de começar este trecho do nosso texto seja citando Guy Debord. O escritor francês é bastante referenciado com sua obra – cujo nome é também uma expressão recorrente – A Sociedade do Espetáculo, a qual crava uma lógica de que “o que aparece é bom, o que é bom aparece” (DEBORD, 1997, p. 30).

É só olhar ao nosso redor que será bastante difícil refutar essa lógica sobre a nossa sociedade. Quando notamos, muitos parágrafos antes, que os grandiosos espetáculos de teatro musical ocupam um lugar privilegiado quando se trata de teatro, tratava-se apenas de mais uma confirmação.

Espetáculos com muitos recursos financeiros, muitos efeitos técnicos, muitos artistas no palco, muita publicidade – e muito público. “A linguagem do espetacular perde qualidade e desenvolve o quantitativo, e não se pode desenvolver senão nele” (DEBORD, 1997, p. 38).

Se não ousamos duvidar da relevância que Debord confere ao quantitativo, ao exuberante, ao opulento, temos muitos pés atrás para afirmar que o espetacular é necessariamente ligado à perda de qualidade. Antes de qualquer julgamento, que talvez nem mesmo tenhamos capacidade de fazer, queremos simplesmente entender um pouco mais do raciocínio de nossos espectadores atuais.

Nisto ficamos mais confortáveis com os pensamentos do também francês Gilles Lipovetsky, que está imerso na atualidade e nos fornece um olhar aberto e moderno sobre o tema – ou, melhor dizendo, hipermoderno. Afinal, trata-se agora de uma era “da hipertrofia, do excesso, do gigantismo” (LIPOVETSKY; SERROY, 2014, p. 250).

A lógica espetacular continua governando todo um conjunto de produtos mercantis. Com a diferença de que as palavras que fornecem a sua chave não são mais as que Debord apreciava – alienação, passividade, separação, falsificação, empobrecimento, despojamento –, mas excesso, hipóbole, criatividade, diversidade, mistura de gêneros, segundo grau, reflexividade. O capitalismo transtético fez nascer a sociedade do hiperespetáculo, que é ao mesmo tempo a do *entertainment* sem fronteiras. (LIPOVETSKY; SERROY, 2014, p. 243)

Em um mundo onde o entretenimento é a regra, como lidar com uma produção artística, como é o nosso caso? Voltamos a frisar a distinção entre arte e entretenimento que fizemos em nossa introdução, propondo aqui que não se pense em uma coisa **ou** outra, mas sim em uma coisa **e** outra. Como diz a famosa crítica de cinema norte-americana Pauline Kael, o entretenimento é “um momento de nossa vida que passa, e não voltará mais” (MARTEL, 2012, p. 146). Então o entretenimento torna-se não um critério sobre qualidade,

estilo ou ambições de uma proposta artística, mas a sua dimensão de contato com o público, a transformação da arte, feita pelo artista, na experiência passageira do espectador, um não-artista.

Insistimos que compreender estas duas camadas como esferas separadas auxilia-nos a não subestimar a reflexão sobre a lógica do espetáculo, e sim percebê-la como uma discussão necessária para se tentar travar um diálogo com o espectador não especializado. Pauline Kael, extremamente provocativa, ainda diria que “se a arte não é entretenimento, que será então? Uma punição?” (MARTEL, 2012, p. 149). Sabemos que sua acidez – por mais que nos divirta – pode ser odiosa para alguns, mas pode ser também um choque de realidade para pararmos para pensar em como o espectador comum lida com a proposta artística. E não esquecermos, como nota a pesquisadora Prof.^a Dr.^a Isaíra Maria Garcia de Oliveira ao citar a também professora Biange Cabral, que “tanto a percepção como a fruição artística dependem também do gosto e das experiências pessoais” (OLIVEIRA, 2016, p. 39). Assim, parece vital pararmos um pouco para pensar também sobre a lógica espetacular que tem guiado estes espectadores, para por fim pensarmos se e como as proposições artísticas podem se conectar com o público desta era.

Seria provavelmente um raciocínio precipitado considerar que uma era do espetáculo hipertrofiado anula a existência da paixão e interesse pelas artes:

Frequentação em massa de museus e exposições, o turismo cultural, o gosto pela decoração dos interiores, a paixão pela música [...] o interesse pela gastronomia e pelos refinamentos culinários são fenômenos que ilustram a importância crescente dos apetites estéticos nas sociedades hiperconsumistas (LIPOVETSKY; SERROY, 2014, p. 308)

Lipovetsky começa sua observação pela frequência em massa de museus e exposições, o que ganha ares bastante concretos no Brasil. Museus paulistas batem recordes de público (SP NOTÍCIAS, 2015), o Brasil aparece em cinco das dez posições no *ranking* anual de exposições mais vistas do mundo feito pela revista britânica The Art Newspaper – algo inexistente anos atrás (ROCHA; TONGLET, 2016).

Então propostas artísticas estão se concretizando, até com bastante força, aqui e ali. Mas, pela esfera do entretenimento, o contato com o público ocorre segundo determinados padrões, no que Lipovetsky resume:

A tese hegeliana não significa, evidentemente, o desaparecimento das obras ou dos amantes da arte, mas a nova posição desta, tornando-se um tipo de consumo frívolo, um simples acessório divertido da vida. Não que a arte tenha deixado de apaixonar o público – muito pelo contrário, jamais tantas belezas artísticas foram apreciadas por tantos indivíduos –, mas ela só toca de maneira epidérmica, como um objeto de

consumo ou um espetáculo de animação do cotidiano. (LIPOVETSKY; SERROY, 2014, p. 355)

Para não perdermos o mesmo exemplo que utilizamos algumas linhas antes, o mesmo impulso percebido na visita a museus, sobretudo na capital paulista, deve muito a um direcionamento de abraçar o gosto mais espetacular do grande público. Como quando André Sturm, anterior gestor do Museu da Imagem e do Som de São Paulo (MIS-SP) credita o sucesso de suas exposições ao oferecimento de formatos mais interativos e sensoriais, que atraíam novos visitantes (MENDES, 2014). Ou quando é nítido o crescimento de exposições voltadas a temáticas *pop* (MENDES, 2014). Ou ainda quando percebemos a importância que os museus locais passaram a conferir ao ato dos frequentadores tirarem fotografias *selfies* nos museus para povoarem suas redes sociais, aderindo, inclusive, à ação mundial do *Museum Selfie Day*, dia especialmente destinado a esta prática (SP NOTÍCIAS, 2018).

Não estamos decididos a encarar este padrão como uma perda na qualidade artística, e sim como uma sugestão de que a embalagem espetacular é o que faz com que o recheio artístico chegue até o espectador comum. Dentro disto, o breve exemplo citado aqui não surge para sugerir uma derrota das curadorias dos museus ante um mundo do entretenimento. Surge, sim, para sugerir que no momento presente, independentemente de quaisquer críticas que possam ser feitas, elas estão empenhando seus esforços em conseguir dialogar suas propostas não com um público idealizado, mas com o público que se tem na realidade. “Associar o *pop* a um museu é encarar a temática da história contemporânea; fazê-lo com mostras de qualidade é prática adequada”, complementa o curador e professor Felipe Chaimovich (MENDES, 2014).

Disto fazemos nossa ponte para retornar ao teatro, com o dramaturgo e diretor teatral Aimar Labaki lembrando que “o dramaturgo não está falando para um público ideal: está falando para um público concreto, daquela cidade, que vive como ele, fala a mesma língua” (GARCIA, 2002, p. 52).

O desajuste entre a expectativa do artista e o gosto real do público não é nenhuma novidade. Semelhante ao tipo de resgate que fizemos anteriormente, em 1910 a coluna de jornal Palcos e Circos já se conformava: “O que o público deseja antes de tudo é uma encenação luxuosa e pitoresca, vestuários ricos e deslumbrantes, e uma marcação que dê especialmente aos finais dos atos a composição e a distribuição de um quadro do gênero” (MAGALDI; VARGAS, 2001, p. 50). E lamento parecido encontramos em crítica do jornal O Estado de São Paulo de 1915:

Infelizmente o nosso público é avesso a este gênero de teatro. Ele prefere quase sempre inebriar a vista com o fulgor fictício de uma revista indecorosa ou de uma pochade musicada, no deslumbramento das respectivas indumentárias, a ver um trabalho de valor em que se possa apreciar devidamente a beleza de algumas páginas literárias interpretadas com critério, por um grupo de artistas. (MAGALDI; VARGAS, 2001, p. 82)

Pois é, a demanda pelo espetacular parece ter sempre estado aí, assim como a difícil tarefa dos artistas teatrais em conseguir encaixar suas ambições artísticas dentro deste quadro. O que talvez nem sempre tenha sido desejado (e é compreensível que não seja) ou nem sempre tenha sido bem feito. A pesquisa de Maria Inez Barros de Almeida sobre a antiga Companhia Tônia-Celi-Autran revela que Adolfo Celi, que foi também um dos bem-sucedidos diretores artísticos do Teatro Brasileiro de Comédia (TBC), já em 1956 opinava que “é comum acusar o público de ficar afastado das salas de espetáculo, de não incentivar o teatro, preferindo o cinema ou o Maracanã. Pessoalmente, julgamos que o público poderá afluir numeroso ao teatro, quando pudermos mostrar-lhe algo que o interesse” (MAGALDI; VARGAS, 2001, p. 256). E ainda trazia o ponto de vista de que “não é verdade que o público prefira a chanchada ao teatro sério. O caso é que é mais fácil fazer uma chanchada do que teatro sério; e muitas vezes textos de categoria foram representados numa forma até correta, mas fria e acadêmica” (MAGALDI; VARGAS, 2001, p. 256).

Não é o caso de tomarmos a fala de um único diretor, seja de que década for e seja qual for sua importância histórica, como uma verdade absoluta a ser seguida, concordada ou obedecida. Algumas citações aqui parecem condenar mais a postura dos espectadores, enquanto outras parecem ter mais fé na capacidade do público. De qualquer maneira, a tentativa dos últimos parágrafos, ao colocar a questão em uma breve perspectiva histórica, é apenas de provocar a percepção de que a árdua tarefa de aliar ambições artísticas com o tal do interesse do público é velha conhecida dos artistas. Porém, se confiamos no raciocínio do capítulo anterior, de que o teatro não pode abrir mão deste apreço popular, não podemos escapar de tentar entender como e se o teatro que fazemos hoje se harmoniza com o público que temos hoje.

Se já comentamos que o teatro de grupo contemporâneo é dedicado à pesquisa cênica, já parece ser uma tarefa bastante complicada adequar uma característica de risco e experimentação a um raciocínio que privilegia encaixotar o conteúdo dentro uma forma que garanta o acerto espetacular para atrair o grande público.

Se já falamos das limitações do porte das produções de teatro de grupo, parece outra tarefa complicada saciar os gostos de uma plateia pelo grandioso, pelo exagero espetacular,

uma vez que, considerando que houvesse intenção de seguir por este caminho, faltariam recursos para fazê-lo.

O Prof. Dr. Flávio Desgranges, estudioso do tema, analisa que no teatro já não é mais possível oferecer uma identificação ilusionista, e enxerga um conflito entre a expectativa de espectadores acostumados com recursos tecnológicos e o estilo de produção crua e artesanal do teatro (DESGRANGES, 2003, p. 158).

Para a percepção do indivíduo contemporâneo, acostumado às fibras óticas e telas de cristal líquido, o teatro talvez seja um evento insuportavelmente anti-ilusionista, incapaz de provocar adesão, capturá-lo, deixando-o incomodamente distanciado da ação. (DESGRANGES, 2003, p. 174)

Arremata ainda que “quem busca situações dramáticas e identificações por abandono encontra atualmente no cinema melhor endereço” (DESGRANGES, 2003, p. 158). Enquanto a pesquisadora e professora Ileana Dieguez Caballero analisa que “o teatro foge da representação, e busca o real, a presença do concreto, mortal e cotidiano (CABALLERO, 2010, p. 140). O que nos remete a outra característica do teatro de grupo já comentada aqui, de uma produção com propósitos de inserção social e discussão política. Ou seja, vemos este teatro se afastando de um puro valor ficcional e dando maior peso ao assumido debate de conteúdos e reflexão sobre a realidade. Ao mesmo tempo em que se depara com um público mais desejoso por conteúdos de diversão e que talvez procure no entretenimento justamente uma porta de fuga da realidade, uma válvula de escape de “um mundo que sentimos ser cada vez mais difícil de controlar” (LIPOVETSKY; SERROY, 2014, p. 287).

Talvez neste momento comprometamos nossa promessa de nos atermos menos a aspectos socioeconômicos dos espectadores, mas achamos que vale a pena a ponderação do Prof. Dr. Moacir Gadotti de que “o trabalhador, no tempo livre, só tem condições de repor suas forças. Seu lazer se resume ao descanso” (GADOTTI, 2006, p. 142). Por consequência, nos seus momentos de distração este mesmo trabalhador não irá “querer ver problemas econômicos e políticos, e sim aquilo com que se sonha” (GADOTTI, 2006, p. 55). Esta última afirmação do educador é originalmente relacionada ao hábito de assistir a televisão, mas pode ser emprestada aqui para ilustrar um possível conflito de interesses e expectativas entre o teatro de grupo e o espectador comum. Uma afirmação, ainda, que encontra eco em Gilles Lipovetsky:

Na época do capitalismo artista avançado, os indivíduos [...] consomem regularmente, em alta dose, bens culturais que julgam regressivos e lamentáveis. [...] Declaram escolhê-los a fim de aliviar a tensão, descontraí-los, esvaziar a cabeça

depois de dias de trabalho estressantes e extenuantes. (LIPOVETSKY, SERROY, 2014, p. 351)

Temos dúvidas se dentro desta afirmação não há um preconceito e um julgamento sobre determinados bens culturais, o que não compartilhamos, mas julgamos que é uma pontuação interessante sobre o peso que a diversão adquire no momento do entretenimento – mas uma diversão que talvez o teatro de grupo não esteja disposto a entregar.

Mais ainda, parecem haver surgido até aqui uma série de desajustes conceituais entre o perfil do teatro, especialmente do teatro de grupo, e o perfil do nosso público contemporâneo. Talvez por isso seja possível encontrar retratos tão cruéis do teatro sendo criados no imaginário popular.

Já há bastante tempo, o Casseta & Planeta, programa humorístico de televisão que ficou famoso na programação da Rede Globo, entoa a campanha fictícia Vá Ao Teatro, Mas Não Me Chame, mostrando até as poltronas fugindo da sala teatral (CASSETA ..., 2012). Na tela da MTV, os comediantes do Hermes e Renato cravavam o slogan Teatro, Te Acho Chato (HERMES ..., 2013). E de volta à Rede Globo, o mais atual programa de humor Tá No Ar: A TV Na TV não deixou de provocar com a chamada Teatro Alternativo: Denuncie (TÁ ..., 2014).

É claro que estes quadros de comédia não podem ser tratados como uma verdade científica. Mas é claro também que, figurando em programações da televisão aberta, destinadas a um público numeroso, podem servir como parte de um importante alerta sobre qual é o senso comum sobre o teatro – especialmente o tipo de teatro que focamos aqui.

Seriam estes retratos bastante cruéis do teatro, mas seriam retratos injustos? Não seria o teatro, de fato, chato? Sem medo de encarar este adjetivo, o ensaísta e professor Silviano Santiago define: “só é chato o que não nos interessa” (SANTIAGO, 1982, p. 166). Falamos então, sem dúvidas, de uma chatice que é sempre relativa. Mas nosso olhar agora é também relativo, pensando na perspectiva do público. Enquanto o teatro, em forma e conteúdo, aparentar diferir dos interesses deste público contemporâneo, a percepção de chatice terá largo espaço para ser compartilhada.

Com o olhar na sociedade do hiperespetáculo, à primeira vista o panorama parece pouco promissor ao teatro de grupo, uma vez que parece difícil encontrar saída para qualquer produção artística que não abrace uma “moral da distração (*fun morality*)” que é fundada pelo lazer nos dias de hoje (DUMAZEDIER, 2002, p. 25).

O consumo transestético remete à nova relação hedonista com o consumo orientada para o “sentir”, tendo em vista emoções e “experiências renovadoras, [...] a busca

em todos os domínios, na arte propriamente dita mas também fora dela, novas percepções, o “*fun*”, descobertas, sensações, vibrações, hedonistas e emocionais. (LIPOVETSKY; SERROY, 2014, p. 54)

O real encaixe com a plateia atual seria, portanto, utilizar a diversão como ferramenta de contato – e de possível quebra de preconceitos com a forma teatral. Não enxergando nenhuma impossibilidade nesta ação, a Prof.^a Dr.^a Ingrid Koudela opina que “em seus melhores momentos, o teatro alia diversão e ensinamento” (KOUDELA, 2010, p. 11).

E nesta mesma linha retornamos aos pensamentos de Bertolt Brecht:

[...] o teatro deve justamente se precaver nesse caso, para não degradar-se, o que certamente sucederá se não transformar o elemento moral em algo agradável, ou melhor, suscetível de causar prazer aos sentidos. Tal transformação irá beneficiar, justamente, o aspecto moral. (BRECHT, 2005, p. 128)

Uma percepção de que o discurso contido na produção teatral pode não ser prejudicado, mas ainda ajudado pela esfera da diversão, justamente por poder residir aí uma chave de aproximação com o espectador. Deve ser por este motivo que um dos pilares do teatro político como Brecht ousa pedir que “tratemos o teatro como um recinto de diversão, único tratamento possível desde que o enquadremos numa estética, e analisemos, pois, qual a forma de diversão que mais nos agrada” (BRECHT, 2005, p. 127). Em nossa leitura, uma postura de analisar o que atrai a sociedade naquele momento e trabalhar a partir deste interesse. Neste sentido, uma forma (e existem outras, sabemos) de enxergar a situação na qual a produção do teatro de grupo poderia (ou deveria) se conciliar com uma plateia repleta de indivíduos ansiosos por diversão – uma plateia de “*homo ludens*” (LIPOVETSKY; SERROY, 2014, p. 276).

E ainda com o olhar na sociedade do hiperespetáculo, também é curioso enxergar um outro panorama que pode ser aproveitado especialmente pelo teatro. “Segundo Pine e Gilmore, o mercado da **experiência** aparece como a nova fronteira do capitalismo, a quarta idade econômica sucedendo às das matérias-primas, dos produtos e dos serviços” (LIPOVETSKY; SERROY, 2014, p. 37).

Levemente sugerida pelas falas anteriores sobre a busca por diversão dos espectadores atuais, a noção da experiência aparece como um fator bastante forte no consumo cultural contemporâneo.

Museu onde calçamos sapatos de outras pessoas e ouvimos suas histórias por um fone de ouvido para refletir sobre a empatia com interatividade (MENON, 2017); festival de

música oferecendo tatuadores, marcando uma lembrança do evento na pele dos espectadores (CERIONI, 2018); restaurante onde o cliente está vendado, transformando o ato de comer em uma brincadeira de sentidos (YASSUDA, 2016); sala de cinema para crianças contendo brinquedos de parques de diversão para serem utilizados antes do filme e em intervalo (HERMSDORFF, 2018).

Alguns dentre muitos exemplos possíveis de um aproveitamento cada vez mais intenso do momento do entretenimento, uma lógica imediatista e hedonista que marca um período em que “a ética puritana do capitalismo original cedeu lugar a um ideal estético de vida centrado na busca das sensações imediatas, nos prazeres dos sentidos e nas novidades, no divertimento, na qualidade de vida, na invenção e na realização de si” (LIPOVETSKY; SERROY, 2014, p. 27).

Se por um lado poderíamos intuir certa superficialidade neste tipo de hábito, o que não pareceria muito favorável aos interessados em trabalhar com uma arte reflexiva, por outro podemos observar uma demanda por algo que o teatro tem potencial de entregar. Pois “o indivíduo hipermoderno não quer apenas o virtual, ele plebiscita o ‘live’. É inexato assimilar a vida hiperindividualizada ao *cocooning*, fechar-se em si” (LIPOVETSKY; SERROY, 2014, p. 378).

Ou seja, por esta visão, temos um público que procura o tempo todo se provocar, sentir-se vivo, preencher seu momento presente. Uma busca incessante de “um público de hiperconsumidores ‘blasés’ que ‘já viram de tudo’ e estão em busca de sensações e de emoções fortes” (LIPOVETSKY; SERROY, 2014, p. 382).

O que achamos interessante é que o perfil do público atual desenhava-se até agora como algo de pouca harmonia com o teatro que investigamos. Porém, como já chegamos a detalhar anteriormente, o teatro é uma atividade presentista por natureza, que ganha sentido justamente no *live* proclamado por Lipovsky.

Se, como dito antes, o teatro não consegue competir com o cinema no oferecimento de situações dramáticas ao espectador, talvez ele não deva tentar. Em contrapartida, a peculiaridade do contato direto entre ator e plateia pode fazer do teatro um campo de interação bastante interessante ao espectador contemporâneo. E os moldes da produção do teatro de grupo, se mais modestos e mais íntimos, poderiam, inclusive, fotalecer as possibilidades de participação do público, maior atenção a cada indivíduo espectador e exclusividade da experiência.

Fortalecer este aspecto poderia, então, ser uma possibilidade deste tipo de teatro alterar a percepção de evento chato para um evento focado na experiência e uma possibilidade de

aproximação deste misterioso público que não se encontra nas plateias teatrais. Talvez por isto a provocação de Anthony Neilson, que tanto utilizamos em nossa introdução e que motivou toda a existência desta pesquisa, ainda guardasse a reflexão de que “interatividade hoje é a palavra de ordem, mas, no teatro, ela assusta” (FIORATTI, 2013).

Assim, talvez contrapondo à impressão de superficialidade sugerida há poucas linhas, temos hoje um público com vontade de se engajar, de participar, de interferir, um público “que não é mais visto como simplesmente um grupo de consumidores de mensagens pré-construídas” (JENKINS; GREEN; FORD, 2014, p. 24). E se isto fosse aproveitado pelas artes da cena? A produção artesanal do teatro, o jogo ao vivo entre artistas e espectadores, a proximidade física entre ambos, não seria capaz, inclusive, de tomar a frente em relação a outras atividades culturais e criar formas de saciar a empolgação deste público?

“Armado de suas técnicas de reprodução (cinema, discos), o capitalismo, mais do que provocar o declínio da aura das obras, suscitou novos ídolos, novas ambiências e figuras mágicas” (LIPOVETSKY; SERROY, p. 192). Talvez o raciocínio sobre um declínio do público e dos gostos culturais, ainda que fosse verdade, não nos ajude a entender como nos relacionar com o público da era do hiperespetáculo. Talvez seja mais importante, sem querermos ferir qualquer idealismo, pensarmos em transformação. Afinal, parece que falamos cada vez mais de efemeridades, novidades, e menos de tradições e permanências. Não sabemos se estamos sendo sensatos ou conformistas, mas dentro desta sociedade que se torna cada vez mais hiperbólica, pode ser importante pensarmos qual a transformação que seria necessária para tornar uma produção nos moldes do teatro de grupo bem sucedida no contato com este hiperpúblico.

4.2 RISCO E SEGURANÇA NAS ESCOLHAS DE ENTRETENIMENTO

Analisando o comportamento de consumo cultural deste público hipermoderno com quem o teatro precisa, de alguma maneira, travar contato, duas características nos soam mais gritantes. A primeira delas é esta busca pelo espetacular, pela experiência que agite os sentidos, que divirta, a postura presentista e hedonista que tanto falamos na seção anterior.

A segunda característica que vem à tona é o quanto este público se apegue àquilo que já é conhecido, àquilo que, de alguma forma, representa uma escolha segura. Ou seja, o quanto o público se arrisca em suas escolhas culturais?

Mas enquanto a arte propriamente dita reivindica sua orgulhosa soberania ostentando desprezo ao dinheiro e ao ódio ao mundo burguês, constitui-se uma ‘arte comercial’ que, voltada para a busca do lucro, do sucesso imediato e temporário, tende a se tornar um mundo econômico como os outros, adaptando-se às demandas do público e oferecendo produtos ‘sem risco’, de obselência rápida. (LIPOVETSKY; SERROY, 2014, p. 17)

Continuamos assumindo aqui uma larga influência dos pensamentos de Gilles Lipovetsky em nossos estudos sobre o público. Ainda assim, pelos nossos escritos anteriores sobre a relação do artista com o dinheiro, não deixamos de discordar sobre esta divisão tão clara que ele faz entre uma arte autêntica e uma arte comercial – inclusive durante a era moderna, tema de onde esta citação foi extraída.

Entretanto, esta fala é bastante pertinente neste momento ao detalhar que uma arte que visa atender às demandas do público precisa tirar o risco de sua equação. Aliás, o fato desta citação estar relacionada a uma reflexão sobre os séculos XVIII e XIX, quando os artistas passam a depender de forma mais direta das leis de mercado, só amplia o alerta de que uma postura de abolir os riscos aparece como um fator importante para um projeto artístico ser bem-sucedido. No fim, é disto que continuamos falando quando tratamos de uma cena artística que tenta sobreviver de maneira independente. Mas vamos a exemplos mais atuais.

Continuando nossa rotina de observarmos antes outras formas artísticas e culturais que preparem o terreno para nossa conversa teatral, o cinema aponta como um exemplo bem conhecido e esclarecedor.

Olhando para Hollywood, para o cinema originado nos Estados Unidos, aquele com maior potência em nossos tempos, somos inundados por estreias que, no fundo, já vimos antes: adaptações de outras mídias, sequências, *prequels* (prelúdio que conta a história anterior a um filme já existente), *remakes* (refilmagem de um filme já existente), *reboots* (nova versão, um reinício, para um filme já existente), *spin-offs* (produções derivadas de um filme já existente) (GONÇALVES, 2017). Muitos termos diferentes para traduzir a indústria de cinema reciclando conceitos e os embalando como novos. Na crítica de James Hoberman no jornal estadunidense The New York Times, “a regra de ouro do entretenimento: qualquer coisa que funcionou uma vez ainda pode funcionar novamente” (no original, “*entertainment’s golden rule: whatever worked once may work yet again*”) (HOBERTMAN, 2016).

“Se parece que hoje em dia há mais filmes de franquia por aí, é porque há de fato” (GARRAHAN, 2014). A análise de Matthew Garrahan, editor do jornal britânico Financial Times, frisa o olhar quantitativo não apenas no aumento de números baseados em conceitos preexistentes, mas também no quanto tais filmes têm sido responsáveis por garantir as

maiores somas de bilheteria aos estúdios produtores. Este panorama é constantemente atacado como um declínio da criatividade em Hollywood, mas podemos exergá-lo ainda de uma outra forma. A redução da originalidade nas propostas cinematográficas pode tomar não só os ares de causa, como uma capacidade limitada de produtores e cineastas, mas também os ares de consequência, como uma reação a um público que privilegia o que já lhe é conhecido.

Afinal, Lipovetsky enxerga que na atual relação de consumo dentro da economia da cultura, quem manda é o cliente. “Triunfa um mercado de demanda movimentado pelo cliente, em lugar do mercado de oferta, que dominava anteriormente, em que os produtores ofereciam seus produtos a consumidores que tinham poucas opções” (LIPOVETSKY; SERROY, 2014, p. 208). Enquanto o antropólogo, sociólogo e filósofo Edgar Morin vê uma via de mão dupla: “essa conexão crucial se opera segundo equilíbrios e desequilíbrios. A contradição invenção-padronização é a contradição dinâmica da cultura de massa. É seu mecanismo de adaptação ao público e de adaptação do público a ela. É sua vitalidade” (MORIN, 1997, p. 28).

Independentemente da diferença entre o grau de responsabilidade concedido ao público por cada pensador, é inegável que o espectador é também uma peça determinante para compreendermos por que a oferta cultural é como ela é.

Embora aparentemente amplificada no nosso momento presente, a noção de que o público clama por uma âncora de segurança já marcava presença desde o começo deste mesmo cinema. Sobre este início da indústria cinematográfica, Lipovetsky destaca:

[...] a vontade que mostram os produtores e diretores de oferecer filmes facilmente identificáveis por um público que ainda não sabe direito o que é este novo meio de expressão. Daí a ideia de recorrer às formas canônicas que regem a narrativa literária e a ação teatral: os gêneros. (LIPOVETSKY; SERROY, 2014, p. 183)

Esta afirmação não deixa de ser irônica quando percebemos que justamente o teatro já representou um tipo de elo de familiaridade e aceitação com o espectador, quando hoje escrevemos uma dissertação inteira centrada na distância do teatro em relação à maior parte do público. Mas há outro ponto importante para observarmos quando é citado o recurso dos gêneros, de se envolver a produção cultural em uma forma de fácil reconhecimento.

Diz Isaíra Maria Garcia de Oliveira que “o efeito do reconhecimento ideológico produz-se quando o espectador se sente num ambiente familiar cuja legitimidade ele não questiona. Dessa maneira, o espetáculo fica palatável e prazeroso; pois há uma identificação, de fato, com aquilo que se vê” (OLIVEIRA, 2016, p. 43).

Falamos, portanto, da procura por um ponto de identificação. E na oferta cultural, esse elemento previamente conhecido pode aparecer de diferentes formas. Alguns parágrafos antes, falamos da exploração de um elemento de conteúdo, de uma mesma trama, de uma mesma história, em mais e mais filmes subsequentes. Pouco depois, pudemos perceber que esta não era a única possibilidade de causar identificação, quando comentamos sobre essa mesma indústria explorando um elemento de forma – os gêneros. Podemos ainda pensar na exploração de um elemento humano, no valor de uma pessoa já conhecida pelo público dentro de uma produção cultural.

O filme deve, cada vez, encontrar o seu público e acima de tudo deve tentar, cada vez, uma síntese difícil do padrão e do original: o padrão se beneficia do sucesso passado e o original é a garantia do novo sucesso, mas o já conhecido corre o risco de fatigar enquanto o novo corre o risco de desagradar. É por isso que o cinema procura a vedete que une o arquétipo ao individual: a partir daí, compreende-se que a vedete seja o melhor anti-risco da cultura de massa, e, principalmente, do cinema. (MORIN, 1997, p. 28)

Morin reconhece no elemento humano, no artista famoso, o mais potente elo de familiaridade com o espectador. Segundo ele, esta vedete, a celebridade, é propositalmente produzida, por ser capaz, de maneira ímpar, de gerar intimidade e aceitação para um produto cultural novo. Ela seria importante na resolução da complicada equação que envolve o risco inerente à criação artística e a segurança necessária à sustentabilidade da produção. Vale mais uma citação sua:

A presença de uma vedete superindividualiza o filme. A imprensa consome e cria sem cessar vedetes calcadas sobre o modelo de estrelas de cinema [...] As vedetes são personalidades estruturadas (padronizadas) e individualizadas, ao mesmo tempo, e assim seu hieratismo resolve, da melhor maneira, a contradição fundamental. (MORIN, 1997, p. 32)

Podemos agora retornar ao teatro, que é o tema que especificamente investigamos neste contato com o público. Pois a oferta teatral pode servir de diagnóstico para estes mesmos elementos de identificação e segurança que citamos.

Com nosso foco na cidade de São Paulo, o acompanhamento de guias culturais é capaz de revelar no teatro um crescente movimento de redução de riscos para a escolha dos espectadores. É bem verdade que, por lidarem com programações semanais ou mensais, logo efêmeras, é bastante difícil o acesso a edições antigas de publicações como estas. Mas, para além do acompanhamento cotidiano e da experiência que evocamos aqui, e além do árduo garimpo de matérias jornalísticas que tanto fizemos em todas estas páginas, vale ressaltar o exemplo interessante do conhecido Guia Off, dedicado à oferta teatral nas cidades de São

Paulo e Rio de Janeiro. Através de seu *site* (<https://issuu.com/guia-off/stacks/acf362660ef647c1a9550f611b50d761>), o guia mantém público um arquivo com edições desde meados de 2013. Embora ainda cubra um período consideravelmente curto, é um acervo que foi tanto útil para nós como pode ser para futuros leitores e pesquisadores.

Já comentamos anteriormente sobre a potência dos espetáculos de teatro musical, o que pode ter bastante valor neste tópico de agora. A ascensão indiscutível deste gênero, a partir dos anos 2000, já pode indicar um exemplo de âncora de segurança para o público. Uma vez que é um tipo de teatro que segue um determinado padrão de encenação, largamente influenciado por métodos de trabalho vindos dos Estados Unidos, o espectador é capaz de encontrar ali uma certeza prévia (ou algo próximo a isto) sobre o que aquele espetáculo irá lhe oferecer. Tem, assim, um incentivo para retornar a outros espetáculos do mesmo estilo, já sabendo que há grandes chances de gostar do que verá. Ou seja, é um exemplo prático da reflexão de Lipovetsky sobre os gêneros. Mas vamos além.

Justamente por se associar diretamente a montagens realizadas em solo estadunidense, grande parte da trajetória desta ascensão dos espetáculos de teatro musical na cidade de São Paulo é composta por adaptações de espetáculos que já fizeram sucesso na Broadway em Nova York. São, assim, versões brasileiras de *O Rei Leão*, *A Família Addams*, *A Pequena Sereia*, *Mamma Mia!*, *Wicked* e muito mais, passando ao espectador um outro atestado de segurança, o de que aquele espetáculo já foi testado e aprovado no duro e concorrido mercado norte-americano antes de chegar a seus olhos. Não se trata de algo novo e arriscado, mas de um transporte artístico entre países. Ou seja, uma reconfiguração do mesmo quadro em que vemos o cinema cada vez mais guinando para escolhas que possam ser acertadas para correr todo o mundo e fazer sucesso internacional. Mas vamos além.

Enquanto o segmento do teatro musical se firma na cidade, ele se mostra como uma atividade de alto potencial financeiro, movimentando muitos recursos, considerando os altos valores orçamentários e preços de ingressos que já comentamos. Melhor dizendo, é um bom negócio fazer parte dele. Não por acaso, a mesma observação sobre o andamento da oferta teatral na cidade revela o quanto celebridades televisivas vão mais e mais tomando parte deste setor, oferecendo ao espectador o contato com a atriz ou ator famoso que ele já conhece de outros formatos, tempos e produções. Ou seja, uma provável busca pelo potencial da vedete que Morin já nos contou. Mas vamos além.

Ainda um outro acréscimo a esta história aparece ganhando força, especialmente a partir dos anos 2010: os musicais biográficos (D'ALAMA, 2016). Estes espetáculos do gênero teatro musical giram em torno das histórias verídicas de personalidades conhecidas do

grande público. Assim, com notável impulso após o sucesso do espetáculo sobre Tim Maia, de 2011, o público pode ver nos palcos, de maneira espetacular, histórias baseadas na vida de Cazuza, Rita Lee, Wilson Simonal, Mamonas Assassinas, Cássia Eller e muitos mais. Em sua maioria, artistas conhecidos por sua trajetória na música, embora Chacrinha, Charles Chaplin, Hebe Camargo e outros também marquem presença. Não deixemos de notar que uma parte considerável destes espetáculos ainda acrescenta a característica de ter em seu elenco nomes conhecidos, celebridades televisivas. Ou seja, pelo lado profissional, de quem produz, os elementos de identificação e segurança são explorados à máxima potência; pelo lado do público, de quem assiste, é possível ter o conforto de sair de casa para assistir a um espetáculo feito em um formato que o espectador já conhece, contando uma história que ele já conhece, interpretado por uma atriz ou ator que ele já conhece, cantando músicas que ele já conhece.

Nas palavras do diretor de teatro musical José Possi Neto, um sucesso baseado em “um repertório presente no inconsciente coletivo no nosso público, portanto, de mais fácil identificação” (D’ALAMA, 2016). E para a atriz Mel Lisboa, protagonista de musical sobre a cantora Rita Lee, nestes espetáculos biográficos o público consegue se ver refletido na história, misturando as trajetórias de artista e espectadores (D’ALAMA, 2016). Mantendo nosso embasamento em Gilles Lipovetsky, ao falar sobre estrelas de cinema o próprio dá sua contribuição sobre este tópico:

O interesse pelas estrelas é de tipo extraestético, na medida em que se volta para a sua vida pessoal e íntima. O fã sem dúvida se interessa menos pelos filmes em que atua a estrela que ele idolatra do que por tudo que está fora destes: os gostos pessoais, a vida familiar, os casos amorosos... (LIPOVETSKY; SERROY, 2014, p. 187)

Já para nós, não deixa de parecer um paradoxo falarmos de um público contemporâneo que é ansioso por novidades, por experiências de alguma forma surpreendentes, e, no momento seguinte, falarmos que este mesmo público clama por elementos de identificação mais óbvia. Risco e segurança parecendo se digladiar na cabeça do espectador. O próprio Lipovetsky sugere:

O hiperconsumo está em busca de novidades contínuas, mas deseja igualmente o reconhecível, pontos de ancoragem, laços sentimentais. Se a *starmania* não pode ser separada dos desejos de evasão e de sonhos, ela deve também ser vinculada à necessidade de encontrar figuras conhecidas e amadas num mundo de mudança perpétua e acelerada” (LIPOVETSKY; SERROY, 2014, p. 256)

E contrariando a famosa teoria da cauda longa, popularizada por Chris Anderson (que enxergava uma passagem do mercado de massa para o mercado de nichos, deixando otimistas

muitos estudiosos da área da cultura), Lipovetsky observa que neste cenário cultural, “quanto mais a oferta aumenta, mais o sucesso se concentra num número limitadíssimo de títulos e de artistas. [...] A economia digital não consegue de modo algum inverter o efeito *superstar* ou *blockbuster*” (LIPOVETSKY; SERROY, 2014, p. 90).

Então, ainda que o próprio Lipovetsky enxergue na mistura entre padrão e originalidade o fundamento da indústria moderna do *entertainment* (LIPOVETSKY; SERROY, 2014, p. 184), a impressão é que, ao menos quando se trata de alcançar um grande público, o padrão acaba por sobressair-se à originalidade. Na batalha entre risco e segurança, parece que ainda se destaca o apreço do espectador pelo conhecido, pelo sucesso garantido, pela certeza.

Por este raciocínio, quando se depara com a vastidão da oferta cultural, “o que pode guiar o consumidor imerso na hiperescolha? [...] Se voltar para o que tem visibilidade, aquilo de que se fala mais, aquilo de que ele pode falar com os outros” (LIPOVETSKY; SERROY, 2014, p. 91). Se a oferta é vasta, é hiper, a demanda seguiria concentrada nos produtos culturais mais seguros e identificáveis.

Uma visão corroborada pelo pesquisador e consultor de gestão de projetos culturais Alan Brown, que identifica que “poucas pessoas escolhem assistir apresentações ao vivo de repertório ou artistas que elas não têm certeza de que vão gostar – a não ser que elas já conheçam a forma ou sejam leais ao apresentador” (BROWN, 2013, p. 2).

Isto pode se relacionar diretamente ao que observamos anteriormente do teatro que investigamos aqui passar, para muitos, uma impressão de chato, de não ser um evento prontamente interessante ao espectador não especializado. Dentro deste reino da segurança que estamos percebendo, um evento muito estranho, não familiar, arriscado, deve mesmo apresentar dificuldades em se disseminar.

Portanto, para todos os pontos levantados, cabe nos indagarmos como o teatro de grupo poderia lidar de forma eficiente com todo este quadro. Se é que poderia.

Já mencionamos diversas vezes antes sobre o caráter experimental do teatro de grupo. E se esta é uma arte que preza pela pesquisa cênica constante, pela mutação, inovação ou descoberta, são características incoerentes com o apego a formas preestabelecidas. Por esta própria natureza, seria improvável que o teatro de grupo corresse atrás de se fixar em gêneros, fórmulas ou estilos de encenação repetidos – que buscasse um padrão. Portanto, pelo raciocínio da forma, como o teatro de grupo seria capaz de oferecer segurança ao espectador?

Tampouco encontraremos o uso da vedete como uma ferramenta de segurança apropriada. Inicialmente, já é fácil deduzir que as próprias restrições orçamentárias deste tipo

de teatro não o tornariam, de qualquer maneira, um terreno tão propício ao emprego de artistas famosos, de celebridades, em seus quadros profissionais.

Mas, para além disto, esta ferramenta seria pouco bem-vinda. A natureza obviamente coletiva de um modo de produção baseado na ideia de grupo acaba sendo estranha a este tipo de protagonismo. Eduardo Tolentino, diretor do Grupo Tapa, dá seu testemunho sobre esta incompatibilidade, dizendo que “a televisão retornou com essa ideia do ator protagonista, da estrela. O que nada tem a ver com o teatro” (MARINHO, 2013). É justamente uma crítica situada na diferença entre uma expectativa (do público) e uma capacidade de entrega (do teatro de grupo). Portanto, pelo raciocínio da vedete, como o teatro de grupo seria capaz de oferecer segurança ao espectador?

Se tais ferramentas prontas não cabem no teatro de grupo, talvez seja o caso de simplesmente assumir que esta é uma batalha impossível de vencer. Pode ser o caso de atestar que ele nunca será capaz de ultrapassar o receio do risco que o grande público pode ter, de atestar que, ao menos por esta faceta, ele não se mostra em sintonia com o público contemporâneo.

Ou talvez possamos ao menos arriscar enxergar uma saída a longo prazo. E a única que conseguimos enxergar, posto o que foi exposto neste trecho da dissertação, ainda se baseia no mesmo direcionamento de aproximar-se do espectador não especializado, sobre o qual já tanto discurremos aqui.

A mesma citação anterior de Lipovetsky resvala em um ponto que é resumido por Alan Brown, que também citamos poucas linhas atrás:

Uma crescente quantidade de pesquisas de mercado sugere que o gosto é mais eficazmente transmitido socialmente. Em outras palavras, amigos apresentam amigos a nova arte. Quando compartilha arte com amigos e membros da família, você está transmitindo não somente arte, mas uma aprovação social – uma validação de gosto. (BROWN, 2013, p. 2)

Quando ele reconhece a validação feita por amigos, parece que ele enxerga neste compartilhamento ainda uma outra forma de transmitir segurança a uma atividade, baseada não no reconhecimento e identificação de uma celebridade, mas no reconhecimento e identificação de alguém próximo, familiar. Poderíamos assim, a princípio, encontrar uma esperança de que, por esta via do contato pessoal, poderia ser quebrada uma barreira de receio em relação a este teatro.

Como já vimos antes, o setor do teatro de grupo é bastante povoado por amigos – mas amigos de um círculo restrito, formado pelas próprias pessoas de teatro e seus contatos

imediatos. Mas é verdade que, ainda que acusemos que esta é uma fatia menor do total de público, existem também espectadores comuns e espontâneos nas plateias do teatro de grupo. Já que falamos de longo prazo, poderíamos então apenas parar e esperar que, lentamente, estes espectadores compartilhem seu gosto e a repercussão do teatro de grupo aumente? Será que as pessoas de fora desse círculo dariam esta validação ao teatro de grupo?

A dificuldade disto de fato acontecer é alertada por Henry Jenkins, especialista justamente no compartilhamento de mídias, cujos estudos apontam que o espectador não espalha apenas o que interessa a si, mas o que acredita que vai parecer interessante aos seus próximos (JENKINS; GREEN; FORD, 2014, p. 247). Então não bastaria o teatro de grupo ser um evento interessante para um indivíduo, ele precisaria **parecer** um exemplo interessante para os demais. Com certeza não é tarefa das mais fáceis – se é que possível.

Se não conseguimos encontrar exemplos que nos ajudassem vindos deste próprio teatro, recorremos ao exemplo dos museus paulistas, que já observamos brevemente nesta mesma dissertação.

Sobre a importância que começaram a ter no lazer do paulistano, Jacques Kann, diretor de gestão e finanças do Museu da Imagem e do Som de São Paulo, comenta que “antes, poucos conheciam o museu. Agora a história é outra – os cobradores de ônibus, quando passam aqui, dizem ‘ponto MIS’. É isso o que queremos, desmistificar e democratizar o acesso à cultura” (CILO; RUBIN, 2018).

Um testemunho que talvez nos sirva apenas pelo otimismo. Mas isto pode ser suficiente, perceber que, após um direcionamento voltado a dialogar com o público (utilizando ferramentas que podem não ser as desejadas pelo teatro de grupo, sabemos), é possível transformar a percepção social. Após esta transformação, fazer com que determinada atividade não soe mais como algo estranho, desconfiável, abrindo terreno para que o público fale dela com mais familiaridade e queira espalhar este conteúdo para outros. Um caminho de transformação de percepção seguido de aprovação social.

Por fim, sob este aspecto da segurança não conseguimos encontrar o mesmo potencial no teatro de grupo que vimos no subcapítulo anterior, quando o relacionamos com a busca pela experiência no público contemporâneo. Nosso discurso aqui se assemelha muito mais ao de nosso terceiro capítulo, quando nos debruçamos sobre necessidades de sobrevivência para o teatro de grupo, e ao momento em que refletimos sobre a imagem de chatice que este tipo de teatro pode carregar.

Pois as percepções discutidas aqui mostraram um público que procura se ancorar em elementos que, de pronto, não são fornecidos pelo teatro de grupo. Isto apenas fez urgir muito mais a necessidade de se aproximar dos espectadores não especializados, de fazer com que as propostas do teatro tomem como propósito dialogar com aqueles que estão de fora de seu costumeiro círculo de especialistas. Pois tanto o contato com uma quantidade mais ampla e mais espalhada de espectadores quanto a alteração da percepção social sobre o teatro de grupo são fatores indispensáveis para que se confira alguma segurança ao evento teatral.

Quem sabe assim poderia acontecer um movimento de aprovação ao ainda não familiar teatro de grupo. Mas uma aprovação de outro tipo, não comparável ao uso das ferramentas e fórmulas dos hiperespetáculos. Uma aprovação via um movimento mais lento, gradual, íntimo e pessoal. Mas um movimento que precisa começar de alguma forma, sob o risco de ficar parado enquanto o público contemporâneo caminha para outro lado.

5 A CULPA DO ARTISTA

Chegamos, enfim, ao último capítulo de reflexão antes de nossa conclusão final. Justamente o capítulo no qual mais estamos inseridos pessoalmente, com o qual há mais tempo convivemos. Até por isso, é não só nosso capítulo mais extenso, mas, lançando uma autocrítica de antemão, é provavelmente o menos imparcial, por estar mais intimamente ligado à nossa história. Por outro lado, esperamos que justamente este olhar interno, esta intimidade com o tema, colabore para imergir o leitor nos meandros da produção teatral profissional – a partir de nosso ponto de vista, que fique claro. Também esperamos que este fator pessoal, somado à nossa tendência provocativa, colabore para termos menos receio e mais propriedade quando acharmos necessário criticar o setor teatral.

Dizemos isto porque na relação entre obras de arte e público receptor, quando a aproximação entre estes dois polos não está funcionando como achamos que deveria, conseguimos com frequência encontrar diversas razões que encontram no público a culpa deste fracasso. Podem ser razões difíceis de serem refutadas, como níveis educacionais e socioeconômicos precários, tão facilmente encontradas em território brasileiro. Ou ainda outras menos unânimes, como as preferidas por esta pesquisa, relacionadas aos hábitos do cidadão da hipermodernidade.

Porém, no âmbito desta pesquisa, procuramos desconfiar de algumas premissas e mapear diversas razões – ou possíveis razões – para a distância entre dois personagens: teatro de grupo e espectador não especializado. Por este motivo, é importante nos afastarmos das explicações mais frequentes e investigarmos se o outro lado, o do artista, também não tem sua parcela de culpa no mencionado fracasso.

Culpa, sabemos, é uma palavra forte, mas não queremos aqui acusar más intenções ou vilanias em qualquer uma das partes, mas sim utilizar esta palavra para destacar nossa sugestão de que, para alcançarmos uma situação diferente – e, em nossa opinião, mais positiva – serão necessários diversos ajustes, mudanças de atitudes, posicionamentos e políticas. As soluções – se existirem – serão, sem dúvida, complexas.

Pois já comentamos algumas vezes anteriormente que nossa dissertação procura não reduzir esta discussão e nem ceder à tentação de encerrá-la em problemas educacionais e socioeconômicos que claramente afligem o cidadão brasileiro. Neste sentido, talvez seja válido notar que, embora o restante da pesquisa foque em uma realidade brasileira, a constatação do baixo interesse dos espectadores pelo teatro não é uma peculiaridade nacional, mas parece comum a diferentes países. O encenador polonês Jerzy Grotowski, referência na

área teatral, já dizia décadas atrás que, se fechassem todos os teatros da Europa de um dia para o outro, ninguém iria notar (DESGRANGES, 2003, p. 20). Em uma fala bem mais atual, também europeia, o português José Carretas diz que o teatro “é uma arte minoritária feita por meia dúzia de pessoas para uma dúzia de pessoas. Como sabem, ninguém vai ao teatro” (LIMA; LOPES; RODRIGUEZ, 2010, p. 52).

Tomar contato com falas tão provocativas vindas de um contexto europeu, com severas diferenças em comparação à realidade brasileira, tem justamente a validade de fazer desconfiar de respostas fáceis para um problema tão complexo. Se a realidade econômica, os problemas sociais, com toda a certeza, interferirão nas escolhas de tempo livre do cidadão, outros fatores devem ser levados em conta. Fatores que vão além não só do aspecto socioeconômico, mas que vão além dos próprios espectadores – que foram alvo de nossa análise no capítulo anterior. Fatores, enfim, que envolvem as propostas artísticas dos grupos de teatro, oferta e demanda, divulgação, postura dos profissionais da área, concorrência e muitos outros – preocupações que nunca devem ser perdidas de vista e que tentamos abordar nesta pesquisa, reservando ao capítulo que se segue uma reflexão sobre as práticas do artista de teatro profissional.

5.1 O PÚBLICO É NECESSÁRIO? O PARADOXO DO FINANCIAMENTO À CULTURA

Na criação de seus projetos artísticos, os artistas de teatro, como em qualquer outra empreitada profissional, necessitam de financiamento para realizar seus projetos artísticos, como comentamos mais longamente em nosso terceiro capítulo. Diante disto, é importante retomar e contextualizar quais mecanismos são utilizados pelo teatro profissional, especialmente pelo segmento do teatro de grupo da cidade de São Paulo, para conquistar os aportes financeiros necessários para a execução de seus trabalhos. Agora de maneira mais detalhada e sob a luz de possíveis implicações na postura dos artistas em relação ao público.

Atualmente, há vários caminhos possíveis para a concretização deste financiamento. Como já pudemos observar, naqueles mais disputados pela classe teatral a lógica é bem distante de uma antiga e romântica ideia de que é o sucesso de bilheteria que determina o sucesso financeiro de um espetáculo teatral. Por consequência, perceberemos que o espectador aparenta ser um elemento cada vez mais dispensável na execução de um projeto teatral.

A primeira forma de financiamento a ser exposta aqui consiste nos editais culturais. Estes editais funcionam como concursos, onde diferentes produtores e artistas teatrais enviam

seus projetos, e, dentre os projetos enviados, alguns poucos serão contemplados por uma premiação em dinheiro. A seleção de projetos contemplados é feita por uma banca examinadora, contratada pelo edital – no caso de editais públicos, contratada pelo governo; no caso de editais privados, contratados por uma empresa ou instituição. Esta banca, analisando o conteúdo dos diferentes projetos, seleciona aqueles considerados como de maior qualidade artística. Podemos chamar esta modalidade de **financiamento direto**. Ou seja, a fonte financiadora recebe os projetos candidatos à determinada verba e repassa o aporte financeiro diretamente aos seus selecionados.

Os editais, especialmente os editais públicos, são bastante interessantes aos profissionais de teatro de grupo. Pois uma vez que as bancas examinadoras propõem-se a avaliar os projetos com crivos artísticos e são, via de regra, formadas por profissionais da área, tais editais representam uma modalidade em que os artistas podem utilizar linguagens específicas da área teatral, aprofundar seus manifestos e discursos artísticos, bem como comunicar detalhes técnicos. Não é preciso, a princípio, se preocupar com tendências de mercado. Ou mesmo com o apelo junto ao público.

Como um primeiro exemplo, o Governo do Estado de São Paulo mantém desde 2006 o ProAC – Programa de Apoio à Cultura. Esta política cultural do governo paulista abre, anualmente, uma série de editais que visam financiar diferentes manifestações artísticas. Dentre estes, uma tradicional fatia é destinada a projetos de teatro, com foco especial no segmento de teatro de grupo. Subdividida em diversas categorias, premia espetáculos inéditos ou já existentes, de grupos já estabelecidos ou iniciantes, voltados ao público adulto ou infantil.

A comparação numérica que já relatamos, que mostrava que em sua edição de 2016, somando-se todas as categorias e modalidades relacionadas às artes cênicas, o ProAC teve um total de 1.261 projetos inscritos para apenas 66 projetos contemplados, revela o quanto esta fatia é extremamente disputada pela classe teatral.

Um outro exemplo de edital público bastante pertinente a esta discussão é o Programa Municipal de Fomento ao Teatro da Prefeitura de São Paulo, institucionalizado por uma lei de 2002. Criada a partir de um manifesto de grupos teatrais contra os mecanismos das leis de incentivo à cultura (voltadas aos ditames do mercado, conforme explicado mais adiante), a Lei Municipal de Fomento ao Teatro abriu um novo eixo de financiamento estatal para processos de pesquisa de grupos teatrais, associados a contrapartidas sociais como ingressos reduzidos e presenças em comunidades periféricas.

Era agora possível financiar projetos de longa duração e sem um compromisso de um espetáculo como produto final, concretizando uma oportunidade para os grupos priorizarem o desenvolvimento de seus processos artísticos – e não seu resultado. A sala de ensaio tornou-se, assim, mais importante do que a sala de espetáculos. Tal ênfase no processo de pesquisa influenciou em larga escala a cena teatral paulistana – incluindo grupos jamais contemplados por este financiamento estatal – e fortaleceu por definitivo sua identidade, composta por inúmeros pequenos grupos de pesquisa contínua, espalhados por todas as regiões da cidade (GOMES; MELLO, 2014).

Anualmente, o Fomento ao Teatro abre dois editais, contemplando até 20 grupos por edição. Para ilustrar seu alcance, temos que a edição de 2016 contou com recursos de R\$ 3.417.000,00, podendo destinar até R\$ 979.491,90 por projeto contemplado.

Sobre o perfil da Lei Municipal de Fomento ao Teatro, o dramaturgo e professor teatral Antonio Rogério Toscano comenta:

A lei gerou também algo muito contundente que é a dilatação do processo em detrimento dos resultados, ou seja, criou dentro da trajetória dos grupos um espaço para que o processo de pesquisa e investigação artística se tornasse o ponto central do objeto que se busca ali no fazer teatral. Sem a obrigação de apresentar um produto final na forma de espetáculos, mas cria uma consequência a ser observada. Como as comissões não são permanentes, e ainda bem, nem sempre temos o memorial completo sobre um projeto que está sendo apresentado. (GOMES; MELLO, 2014, p. 27)

No entanto, nós enxergamos outra consequência, no olhar para fora, na preocupação com o público. Ambos os exemplos de **financiamento direto** contam com uma peculiaridade que é importante observar. Considerando que um grupo seja contemplado por um ou outro edital, é possível que seu projeto seja custeado integralmente sem que uma só pessoa compareça às apresentações. Há, inclusive, em ambos os editais, quando se trata de projetos de espetáculos inéditos, a possibilidade de nem mesmo realizar apresentações oficiais. Ou seja, nesta preciosa modalidade de financiamento ao teatro de grupo, o sucesso financeiro de um projeto pode ser completamente desvinculado de seu sucesso de público. Consideramos que este não é um ponto a se desprezar e falaremos dele novamente a seguir.

Há outros caminhos de financiamento – porém, que seguem na mesma direção. As citadas leis de incentivo à cultura permitem que um patrocinador conceda um aporte financeiro a um projeto cultural e, posteriormente, desconte esta quantia parcial ou integralmente de seu imposto. Neste caso, o poder público pratica a chamada renúncia fiscal, em que abre mão de receber um imposto devido, que por sua vez é direcionado a uma iniciativa cultural (cabendo lembrar que a cultura é apenas um dos diversos setores que gozam

desta possibilidade do incentivo fiscal no país). Se o dinheiro do patrocínio é público, a escolha do patrocínio é privada, sendo feita exclusivamente pelo patrocinador interessado. Esta é o que podemos chamar de modalidade de **financiamento indireto**. Ou seja, uma verba sai da fonte financiadora (no caso, o governo), passa por um intermediário (no caso, o patrocinador) e chega até seu destino final (no caso, o projeto cultural).

Um exemplo é suficiente para melhor compreensão do **financiamento indireto**. A Lei Nacional de Incentivo à Cultura, popularmente conhecida como Lei Rouanet, é uma lei de 1991, que promove o incentivo fiscal para a atividade cultural no âmbito federal, sendo gerenciada pelo Ministério da Cultura (BRASIL, 1991). Através dela, um patrocinador pode financiar um projeto cultural, ter tal ação amplamente divulgada e, no caso do teatro, descontar 100% deste valor do seu imposto de renda. A lei prevê a possibilidade de patrocinadores pessoas físicas, o que seria uma interessante maneira de ativar o espectador na execução de projetos culturais. Porém, com o patrocínio via pessoa física sendo ainda pouco conhecido, a maioria de projetos acaba sendo patrocinada por pessoas jurídicas, como pode ser conferido analisando os projetos disponibilizados na plataforma de transparência VERSALIC (acessível pelo endereço <http://versalic.cultura.gov.br>). Uma vez que a lei só permite o patrocínio de pessoas jurídicas que paguem seu imposto de renda no regime de lucro real (mais adequado a empresas com grande faturamento), na prática percebemos quase que exclusivamente grandes empresas financiando espetáculos via Lei Rouanet.

Por conta desta última característica, e sabendo que a escolha do patrocínio através da Lei Rouanet cai completamente nas mãos do patrocinador, é fácil deduzir que esta é uma modalidade que atende muito mais às demandas do mercado, àqueles que gozam de grande sucesso popular, sendo pouco afeita a projetos de cunho mais experimental. Por isto, não é sedutora aos grupos de teatro como os citados editais. Ainda assim, há exemplos notórios de grupos teatrais que fazem ou fizeram uso do **financiamento indireto**, como Teatro da Vertigem, Grupo Galpão e Teat(r)o Oficina Uzyna Uzona – mais uma vez, todos os projetos financiados podem ser conferidos junto aos endereços virtuais do Ministério da Cultura.

Idealmente, quando um ou mais patrocinadores têm interesse por um projeto cultural, eles concedem um aporte financeiro que custeia todas as operações e todas as etapas de execução de um projeto, desde sua preparação até sua finalização. Considerando o projeto de um espetáculo teatral, de antemão a produção recebe os valores necessários para custear ensaios, apresentações, todos os profissionais, materiais e espaços necessários ao projeto. Com o orçamento inteiramente custeado, qualquer valor decorrente da bilheteria das apresentações pode se colocar como lucro daquela produção (integralmente ou parcialmente,

quando alguma porcentagem deste valor foi negociada com os proprietários da sala de espetáculos), mas não é essencial para a execução do projeto. Fazendo a mesma análise da modalidade anterior, o **financiamento indireto**, através das leis de incentivo à cultura, baseadas na renúncia fiscal, oferece a possibilidade de um projeto, através do patrocínio empresarial, ser bem-sucedido financeiramente, independentemente do sucesso de público.

Embora tentemos não nos tornar exaustivos, podemos lembrar, mesmo que brevemente, de mais uma modalidade de financiamento disputada pelas produções de teatro de grupo. A **venda** de espetáculos é quando uma produção teatral oferece uma quantidade fechada de apresentações a um determinado contratante, em troca de uma remuneração negociada entre as duas partes. Enquanto ao contratante cabe cumprir com o depósito da verba e o oferecimento do espaço da apresentação, ao grupo teatral cabe unicamente a execução da apresentação artística.

Dentro desta modalidade, um exemplo bastante pertinente é o SESC (Serviço Social do Comércio). O SESC é uma instituição que se apresenta no estado de São Paulo como um grande incentivador da arte teatral, com foco na diversidade cultural (MIRANDA, 2016), contratando projetos dos mais diferentes grupos teatrais, com as mais diferentes formas, estéticas e encenações, distribuídos entre diferentes espaços da capital e do interior paulista – como pode ser conferido facilmente no *site* da instituição. Uma vez que o SESC é uma entidade sem fins lucrativos, é possível apostar em espetáculos teatrais experimentais, sem garantias de sucesso, o que o torna um contratante extremamente sedutor às propostas dos grupos de teatro.

Na disputa para conseguir seu espaço na concorrida programação das unidades do SESC, os grupos teatrais precisam convencer, ou seja, **vender** seus projetos aos programadores culturais contratados pela instituição, profissionais especializados em atividades culturais. Ao contratar espetáculos, a programação cultural do SESC assume completamente a responsabilidade pela bilheteria – isto não é um problema do artista. Desta maneira, tal qual o **financiamento direto** e o **financiamento indireto**, a **venda** é um outro caminho seguido pelos grupos de teatro, em um contexto de pouca confiabilidade em bilheterias, que proporciona o sucesso financeiro sem, necessariamente, o amparo do público.

É evidente que tais mecanismos de financiamento são importantes para que a produção artística escape unicamente da lógica do lucro. Porém, o que temos como saldo é que o público não é mais determinante como outrora. As simples bilheterias do teatro não aparentam mais ser capazes de financiar a atividade teatral. Assim, na compreensível ânsia de financiar sua produção, os esforços dos artistas são direcionados às bancas curadoras de

editais, aos programadores culturais, aos departamentos de *marketing* empresariais. Para ilustrar a situação, repetimos a sincera contribuição que foi dada diretamente para nossa pesquisa por Lucas Scalco, diretor da Confraria dos Elefantes, para quem “a divulgação para a classe artística é importante para nos ajudar a ter reconhecimento dos colegas de trabalho e produtores que contribuem para alavancar a peça e atrair patrocinadores e apoiadores culturais”⁶.

Por isso, podemos dizer que o financiamento à cultura comporta-se, ao mesmo tempo, como causa e sintoma da situação do espectador discutida aqui. E também podemos dizer que o financiamento aos projetos teatrais comporta-se de maneira paradoxal. Todas as modalidades apresentadas, em seus conceitos iniciais, projetam-se como formas de incentivar a atividade cultural – não custa lembrar que uma lei é intitulada Lei de **Fomento** ao Teatro, enquanto outra é chamada de Lei Nacional de **Incentivo** à Cultura. Porém, a longo prazo, o que se ganha é um afastamento entre os dois personagens, teatro e espectador, e a arte teatral continuamente perdendo relevância no cotidiano do cidadão comum.

Como bem coloca Luciano Trigo:

Na arte [...] as propostas são feitas e aceitas pelos mesmos agentes do sistema, e a opinião do público geral é indiferente. Ninguém questiona mais a existência de um abismo entre a produção artística e o gosto das pessoas comuns. (TRIGO, 2009, p. 93)

Impulsionando a discussão de nossa seção seguinte, um paralelo bastante próximo ao que foi aqui exposto é traçado por Françoise Benhamou, ao comentar sobre a opinião de profissionais relativa ao acesso do grande público a museus, quando destaca “uma concepção elitista de seu ofício, em que o que conta é a aprovação dos pares” (BENHAMOU, 2007, p. 90). Esta explicação, embora não deva ser a única para toda a situação esmiuçada por esta pesquisa, é bastante pertinente para entendermos alguns aspectos da produção artística. Pois parece que os artistas teatrais vão ficando confortáveis em conversar justamente, e apenas, com seus pares.

Por necessidade diante do contexto atual de financiamento à cultura, tão distantes se tornam os artistas do público comum, do espectador não especializado, tão acostumados à chancela unicamente de seus pares os artistas se tornam, que qualquer esforço no contato com este público parece ser uma concessão ao gosto popular, uma rendição ao mercado. E cabe perguntar: ter que agradar o gosto de curadores e marqueteiros não é também uma concessão, um rendimento ao mercado?

⁶ Resposta obtida em conversa virtual no dia 11 de março de 2018.

Talvez, ao invés de terminarmos com nossas perguntas, seja mais interessante terminar com as de outro artista – no caso, o ator e diretor Celso Frateschi, que se manifesta sobre o tema:

A perspectiva de um patrocínio governamental – direta ou indiretamente concedido por meio dos mecanismos de renúncia fiscal e com o objetivo de garantir a sobrevivência de um grupo ou companhia – impõe um diálogo permanente com editais e diretores de *marketing*, entretanto será que esse fenômeno libera o artista do diálogo com o público? Não é exatamente nesse diálogo com o público que se fundamenta a nossa atividade? (ARAUJO; AZEVEDO; TENDLAU, 2011, p. 62)

5.2 O PÚBLICO É DESEJADO? UMA POSSÍVEL POSTURA ELITISTA

[...] a gente dá voltas e voltas e não consegue localizar qual é o nosso problema. E o nosso problema é o público. Em momento algum eu ouço qualquer um de nós, qualquer que seja sua postura política ou estética, falar do público. [...] Nós jamais olhamos nos olhos deles, nós jamais acendemos a luz naquele buraco negro e olhamos para eles para saber o que estavam achando. (GARCIA, 2002, p. 37)

Esta fala bastante incisiva vem do ator Antonio Fagundes. Abrimos assim o espaço para sermos incisivos também e provocarmos com uma hipótese para as páginas seguintes: o desinteresse do espectador não especializado pelo teatro de grupo é proporcional ao desinteresse do teatro de grupo por este espectador não especializado.

Esta é uma hipótese, sem dúvidas, polêmica, ao se apoiar em uma postura elitista da classe teatral, que, embora seja percebida e comentada no meio teatral, é de difícil comprovação, uma vez que não é tão abertamente documentada em livros ou periódicos. No entanto, podemos nos valer de algumas pistas para nos indicar a posição do teatro quanto ao seu público.

O Prof. Dr. Flávio Desgranges critica que “o narcisismo dos artistas e o mercantilismo dos empreendimentos teatrais fazem com que os produtores se preocupem mais com a difusão do seu trabalho na *media* do que no contato fundamental entre autor e espectador” (OLIVEIRA, 2016, p. 25). A Prof.^a Dr.^a Isaíra Maria Garcia de Oliveira complementa:

Refletindo sobre essa questão, [...] a saída para o esvaziamento das salas de teatro não se resume apenas a facilitar o acesso do público a este produto (com distribuição de convites, por exemplo), mas consiste também em fazer os produtores teatrais **perceberem a importância do espectador no evento**. (OLIVEIRA, 2016, p. 58, grifo nosso)

Como exposto há pouco, as próprias formas de financiamento mais disputadas pela classe teatral, sobretudo pelo segmento do teatro de grupo, servem como termômetro para

notarmos o quanto o público deixou de ser elemento determinante na equação da apresentação teatral. Sem demorarmos-nos novamente nas complexidades inerentes a este assunto e sem desmerecermos a enorme importância destes mecanismos, notamos como diferentes caminhos de financiamento possibilitam que, teoricamente, um espetáculo teatral seja bem-sucedido financeiramente sem haver um único espectador na plateia. Ou seja, o público não é mais tão importante como poderíamos imaginar. E parece que o meio teatral está confortável com isto. Afinal, a culpa é do espectador.

“O prazer do teatro vem do domínio da linguagem” (DESGRANGES, 2003, p. 33). A fala anterior, do mesmo professor de teatro Flávio Desgranges, agarra-se a um entendimento muito comum na área teatral, o de que o interesse de um espectador pelo teatro é decorrente do quanto ele é capaz de decifrar todos os códigos de uma encenação, do quanto está acostumado com as técnicas da representação. Em suma, é preciso entender para gostar. E para entender, é preciso estudar teatro.

Curiosamente, é fácil encontrar um cinéfilo que nunca tenha ligado uma câmera filmadora. Ninguém duvida que se possa gostar de música sem saber ler uma partitura. Não se contesta que é possível apreciar um quadro sem ter encostado em um pincel. Mas para assistir a teatro, ter antes lido o **manual de instruções** parece fundamental.

Sem desmerecermos o valor da formação artística na vida dos cidadãos, mais adiante nesta dissertação questionaremos o quanto o oferecimento de aulas de teatro, um movimento crescente há anos (TORRES NETO, 2012, p. 2), relaciona-se com uma ampliação do gosto pelo teatro, se de fato é algo com potencial de modificar o desinteresse do público. Mas, mais importante agora, delegar toda a culpa deste desinteresse à falta de formação do público impede uma autocrítica dos profissionais de teatro sobre a qualidade de sua produção, consolidando uma visão de que, se o diálogo entre palco e plateia não se efetiva, jamais seria porque o diálogo está falho – com certeza, é a plateia que não está entendendo.

“Eu uso uma linguagem diferente, mas penso nessas mesmas coisas” (WILLIAMS, 1989, p. 1). Finalmente, após esta inicial contextualização do tema desta seção da dissertação, um primeiro trecho do texto *A Cultura é de Todos* (Culture is Ordinary), de Raymond Williams, dentre vários que serão inseridos a seguir, dá-nos uma importante contribuição para demolir uma relação que se instaura entre os que seriam os cidadãos especializados, eruditos, repletos de cultura – e os reais cidadãos comuns. A fala de Williams comenta como, apesar de não possuírem os mesmos estudos formais que o autor do texto, seu pai e avô possuíam a mesma capacidade de refletir e opinar sobre os mesmos temas políticos e econômicos que preocupavam o autor. Vinda de um intelectual reconhecido e legitimado como Raymond

Williams, é importante não menosprezarmos o impacto de uma colocação como esta. Afinal, o próprio título do texto de Williams, *A Cultura é de Todos*, já evidencia que a cultura não é propriedade de alguns privilegiados.

“Não sou nem pior nem melhor do que as pessoas de meu lugar de origem” (WILLIAMS, 1989, p. 4). Raymond Williams relata uma experiência pessoal para explicar que em uma reunião com familiares e amigos (todos **pessoas comuns**, com profissões comuns), não encontrou, por mais que – ele confessa – tenha tentado procurar, vulgaridade de sentimentos, frivolidade de pensamentos, tão óbvia para alguns ao tratar sobre a massa (aliás, cabe perguntar, quem é a massa, se não os outros a quem confiro todas as características que não me apetece?). Antonio Candido, em empreitada parecida com a de Williams, também relata um episódio em que, jovem em sua cidade de origem, leu uma refinada obra literária para um casal analfabeto, ao que percebeu como estes “assimilavam bem, com emoção inteligente” (CANDIDO, 2011, p. 192).

A fala de Candido, em um primeiro momento, pode ser interpretada equivocadamente de duas maneiras. Pode parecer óbvia, mas não é. A vontade de se colocar como diferenciado, em um patamar elevado e incompreendido, dotado de um poder de compreensão sobrenatural, é extremamente comum nos meios eruditos, inclusive entre os especialistas do meio teatral, como tentamos sugerir neste texto. Parafraseando o mesmo citado texto de Williams, quando o autor comenta sobre uma casa de chá em Cambridge, no teatro “temos essa coisa, e mostramos a você que a temos” (WILLIAMS, 1982, p. 2). Voltando à fala de Candido, para outros ela pode espantar e parecer elitista, mas não é. O elitismo está em permanecer na posição contrária, certo e crente da inacessibilidade do meu conteúdo frente aos espectadores/leitores/cidadãos comuns.

Se Williams e Candido valem-se de experiências pessoais, pedimos uma licença para adotar um tom pessoal e fazer o mesmo nesta dissertação, ainda que rapidamente, como forma de melhor ilustrar o que foi comentado acima. Alguns anos atrás, participamos da produção de um espetáculo dentro do Departamento de Artes Cênicas da USP, local onde estudávamos e que era considerado a nata da pesquisa teatral. O espetáculo, de teatro contemporâneo, experimental, não linear, foi criado e apresentado dentro da própria universidade. Após, recebeu convites para circular pelo interior do estado. Diante da possibilidade de encontrar um público de fora da universidade e, ainda pior, de fora da capital do estado, nós, da equipe artística do espetáculo, tínhamos a certeza absoluta que aquilo não daria certo, que o público não seria capaz de entender um espetáculo tão complexo e tão incomum (tão diferente do que se vê na televisão, no final das contas). Qual foi nossa surpresa quando, nesta circulação

interiorana, o espetáculo teve a melhor recepção de sua trajetória. Espectadores atentos, conectados a cada movimento, questionadores, emocionados. Talvez não tenham lido antes o manual de instruções, mas não precisavam. Aquele era (ainda que possamos ser condenados aqui pela falta de modéstia) um bom produto cultural – e a cultura, disse Williams, é de todos.

O resultado destas apresentações foi um golpe forte e certo, que modificou a forma com que nossa equipe de artistas encarou todos os seus trabalhos futuros. Por um lado, tirou-nos de nossa confortável certeza de superioridade, o que pode ser decepcionante para alguns. Mas por outro lado, mostrou o potencial de público que tínhamos para dialogar – desde que quiséssemos e soubéssemos travar este diálogo. O mundo, enfim, era muito mais vasto do que o campus universitário.

“Levar nossas artes a novos públicos é estar certo de que estas artes serão modificadas. A mim, por exemplo, isto não assusta” (WILLIAMS, 1989, p. 11). Raymond Williams considera que o indivíduo comum, não especializado, não merece receber apenas o que é mais fácil, o que já está ao alcance dele. Em se tratando de cultura, precisamos propor o melhor, aproveitando o “desejo de conhecer o melhor” (WILLIAMS, 1989, p. 4) que está presente nos indivíduos. Não é um pedacinho da cultura que é de todos. A cultura, como um todo, é de todos.

Antonio Candido apresenta uma visão interessante quando parece perceber o quanto todos os cidadãos se aproximam (querem se aproximar e de fato o fazem) da fabulação (entendendo-se aí a criação artística), através, inclusive, de várias manifestações artísticas e culturais, das consideradas mais eruditas às mais populares. Candido, aliás, não procura, ao menos neste momento, hierarquizar esta aproximação ou estas manifestações, como por vezes parece ocorrer em Williams. Não deixando de aproveitar mais frases dos dois pensadores para esta nossa reflexão, Williams diz que “a vulgaridade não é inerente às pessoas comuns” (WILLIAMS, 1989, p. 7), enquanto Candido pondera que na relação entre público e cultura, “o principal obstáculo pode ser a falta de oportunidade, não a incapacidade” (CANDIDO, 2011, p. 191).

Esta profusão de citações dos dois autores tem seu valor para sustentar a proposição de que o teatro deve estar disposto a conversar com o público, certo de que este público é plenamente capaz de compreendê-lo. E que se este diálogo não está sendo efetivado, ao invés da causa ser uma plateia repleta de ineptos, é possível que outras condições não estejam sendo satisfeitas. É possível que a produção do teatro de grupo tenha se voltado tanto para o experimentalismo cênico, para o apuro das técnicas de palco, que tenha deixado de refletir se está conseguindo dialogar com a sociedade. E lembramos da indagação do estudioso teatral

francês Christophe Triaou (em tradução de Matheus Chavez, Matheus Cosmo e Matheus Tomaz), para quem “tratar-se-á, sobretudo, de se perguntar se aquilo que seria considerado como um meio não teria se transformado em um fim” (TRIAU, 2009, p. 7).

É possível que o teatro de grupo esteja tão acostumado a falar unicamente com sua própria categoria que tenha se permitido esquecer o que toca o espectador comum. E lembramos de outra colocação do mesmo texto de Triaou, que observa que “a comunidade teatral, antes constituída a partir do tempo do espetáculo, estaria em torno do único desejo do teatro ‘em si mesmo’ ou pelo menos da demonstração da teatralidade ela mesma (TRIAU, 2009, p. 8).

A palavra **comunidade**, aliás, parece bem precisa. Aprendemos com o sociólogo Robert Nisbet que “a comunidade pode encontrar expressão simbólica na profissão” (NISBET, 1977, p. 256), representando um conforto e uma proteção entre iguais. Pois ainda que discordemos sobre os motivos que levam ao quadro que observamos até aqui, se é por uma concepção elitista, por um instinto de sobrevivência ao frequentar uma atividade artística pouco querida pela sociedade, o saldo final do teatro de grupo é um círculo fechado de artistas. Uma comunidade em que seus participantes assistem aos espetáculos uns dos outros, avaliam projetos uns dos outros, dão a tônica para os formatos e estéticas uns dos outros e que acabam, infelizmente, se comunicando apenas uns com os outros.

É possível ainda que, dentre tantas possibilidades que escapam à simples incompreensão do público, o teatro não estar tão presente na vida das pessoas seja explicado pela fala de Candido, para quem “a boa literatura tem alcance universal” (CANDIDO, 2011, p. 191). É possível pensar, com menos acusação e mais autocrítica, que talvez não estejamos fazendo uma boa literatura...

“Devemos [...] desobstruir os canais e permitir todos os tipos de oferta, tendo o cuidado de abrir bem o espaço para o que for difícil, dar tempo suficiente para o que for original” (WILLIAMS, 1989, p. 11). À fala de Williams, certa vez quando se pensa um tratamento eficaz e responsável sobre cultura, de um modo a permitir a diversidade e a impulsionar o aprofundamento da oferta cultural, é possível ainda acrescentar o dever de encorajar a demanda para esta oferta. Pensar no ciclo completo, em quem oferece e em quem recebe, seres intimamente ligados se, mais uma vez, a cultura é de todos.

Traduzindo o exposto em moldes práticos e se aproximando da problematização proposta por este trabalho, esta responsabilidade deveria contaminar, em primeiro lugar, os mecanismos da política cultural brasileira (e, neste caso, inclusive, a paulistana), delegando um olhar mais demorado à recepção, à fruição do espectador. Como nota o Prof. Dr. Luiz

Fernando Ramos, “se o Estado deve ter uma política cultural em relação ao teatro, além de estar financiando pesquisa, ele deveria estar formando público, porque esse público está caindo” (GOMES; MELLO, 2014, p. 32).

Seja no uso mais eficiente das estratégias de divulgação e *marketing* pela máquina estatal, seja nas obrigações impostas aos mecanismos de financiamento a projetos culturais, seja na criação de novos mecanismos voltados especialmente para fomentar a demanda – o que ainda abordaremos. Uma demanda que, diga-se, deve ser fomentada paralelamente e em conjunto com a oferta, não considerando que estas são esferas estanques e separadas. Pois fomentar somente um lado, em qualquer ocasião, é uma atuação míope. Ao fim, de nada vale se trabalharmos apenas um lado; ao fim, de nada vale uma oferta diversificada se não se pensou em uma demanda que a acompanhasse. O desenvolvimento cultural (e, neste caso, inclusive, o artístico) só se efetiva com a plena participação do público.

Antes de tudo, parece, é importante que esta visão mais abrangente esteja no campo das intenções. Por isso, em segundo lugar, a responsabilidade acima citada deve contaminar o posicionamento que os artistas (e, neste caso, inclusive, os de teatro) têm sobre seu próprio trabalho. Além da – compreensível, diga-se – ânsia em garantir seu financiamento, o dinheiro para as contas pessoais, além da – também compreensível, diga-se – empolgação em aprofundar suas técnicas de trabalho, em satisfazer seus sonhos artísticos, é preciso parar para olhar, compreender e conversar com o público. É preciso querer. Talvez seja, dadas as condições atuais do fazer artístico no país, pedir demais aos artistas. Mas é preciso pedir. Pedir a compreensão e a clareza do lugar que ocupam no campo cultural deste país. Que é também o de responsável por fazer com que o público sinta que aquela arte também faz sentido para ele, que não é superior, não é inacessível. É muito mais do que trabalhar com o público, é também trabalhar para o público, e também trabalhar pelo público.

Saindo da cômoda posição de uma esfera de poucos privilegiados, o próprio teatro de grupo poderá se tornar uma arte mais sustentável. Mais sustentável, claro, no campo financeiro, o que é vital para a continuidade do fazer artístico, assunto para o qual já dedicamos algumas páginas. Mas, acima de tudo, esta poderá se tornar uma arte mais sustentável artisticamente, uma vez que estará dialogando, propondo, recebendo e intervindo em relação direta com a sociedade.

O artista pesquisador e experimentalista do teatro de grupo contemporâneo e o público comum que não estudou tais técnicas, não nos iludamos, não são elementos separados e distantes. Como pondera a Prof.^a Dr.^a Maria Lúcia de Souza Barros Pupo, pesquisadora da relação entre teatro e público:

Cabe examinar criticamente a ideia de que uma competência de caráter artístico [...], ou seja, a posse de conhecimentos permitindo o reconhecimento da obra no âmbito do universo das manifestações artísticas, seja pré-requisito para a apreciação. Do mesmo modo, não se justifica considerar que uma determinada bagagem intelectual constitua condição *sine qua non* para a apreciação da obra. (PUPO, 2015, p. 22)

Uma última vez, pode ser útil reinterpretar uma fala de Antonio Candido, quando diz que “a distinção entre cultura popular e cultura erudita não deve servir para justificar e manter uma separação iníqua, como se do ponto de vista cultural a sociedade fosse dividida em esferas incomunicáveis, dando lugar a dois tipos incomunicáveis de fruidores” (CANDIDO, 2011, p. 193). Encontrar um público novo pode ser uma agradável surpresa.

Ao final de *A Cultura é de Todos*, Raymond Williams dá espaço a seus desejos. Se podemos imitá-lo, tomamos nova licença para imprimir um tom pessoal e declarar o nosso desejo. O desejo de que a arte teatral, tão experimentada, tão diversificada e tão potente na cidade de São Paulo, queira rever seus conceitos e gastar seus esforços para trocar ideias e experiências com um público ainda mais diversificado de uma megalópole como esta. O desejo de que busquemos um caminho para o discurso da arte teatral tornar-se relevante e presente na vida do cidadão comum.

5.3 O PÚBLICO ESTÁ CIENTE? O USO DAS FERRAMENTAS DE DIVULGAÇÃO

Em um de seus últimos livros, o estudioso das comunicações Henry Jenkins é taxativo: “se algo não se propaga, está morto” (JENKINS; GREEN; FORD, 2014, p. 353). Ele observa a força de uma cultura de compartilhamento de mídias entre os hábitos de nossos espectadores contemporâneos. E complementa: “é verdade. Porém, às vezes, os produtores preferem morrer do que abrir mão do controle”. Ele já sugere um atrito no relacionamento dos agentes culturais com as estratégias de mercado e uma angustiante batalha entre idealismo e sobrevivência (JENKINS; GREEN; FORD, 2014, p. 353).

E para esta seção da nossa dissertação, precisamos considerar justamente a posição assumida pelos artistas do teatro paulistano em sua relação com o mercado e, por consequência, seus esforços na utilização de estratégias de *marketing* e as possibilidades de sustentabilidade desta produção artística.

Isto porque já foi possível perceber, em outros momentos de nosso próprio texto, que, ao contrário do que talvez suceda em outras áreas de conhecimento, a produção artística não se relaciona com aspectos econômicos e mercadológicos de maneira óbvia. Mas se o diálogo

entre arte e mercado dá-se de forma extremamente delicada e complexa, a necessidade de sustentabilidade financeira, mesmo quando não encarada de frente, não escapa aos profissionais da arte.

Comentamos anteriormente sobre a peculiaridade da cena teatral paulistana, com uma quantidade ímpar de espetáculos sendo apresentados simultaneamente ao longo de todo o ano. Ou seja, pelo visto até aqui, na relação entre teatro e espectador na cidade de São Paulo, a oferta não é um entrave. Mas se o foco de toda nossa pesquisa é o problema da falta de público para estes espetáculos, é preciso pensar em como (se é que é possível) criar uma demanda para a oferta teatral.

Se a relação com o capital é algo que os artistas vão olhar com bastante cautela, seria legítimo que se dissesse que a arte teatral não deve ser observada sob a ótica da oferta e demanda. Inclusive, uma citação que nós mesmos empregamos em outro capítulo revelava a opinião de que “a manifestação artística não se encaixa na regra básica do mercado de oferta e procura” (LEIVA, 2014, p. 160). Porém, achamos que fechar os olhos para a concretude desta situação não é de muita serventia, pois já pudemos perceber que a preocupação com um público insuficiente não é um mero capricho, e sim um alerta quanto a sustentabilidade financeira e artística dessa produção teatral.

Mais uma vez, volta a dupla implicação do maior contato entre teatro e espectador. Mas ela pode nos ajudar aqui, pois se a importância de dialogar com a sociedade não sensibiliza o artista, o interesse do espectador, estrategicamente, amplia as possibilidades de sustentabilidade financeira de projetos teatrais. Não apenas pelo puro aumento de bilheteria, o que nem sempre é suficiente, mas quanto mais o teatro soa relevante para a sociedade, maior será o interesse de parceiros, públicos e privados, fomentarem a área, emprestarem sua imagem a empreendimentos teatrais.

Havendo então, de fato, a vontade de encarar de frente o problema do desinteresse do espectador comum, a vontade de aproximar este espectador da arte teatral, vem o próximo desafio: como fazê-lo? Ou seja, como gerar a tal demanda?

É relativamente comum encontrarmos propostas voltadas à formação de plateias, à maior presença do teatro nas escolas (considerando que crianças em contato com o teatro na infância tornam-se adultos frequentadores de teatro, o que não é necessariamente uma verdade), o que será abordado mais adiante. Por isso, é importante tratar agora de um aspecto muito menos discutido, as estratégias mercadológicas que o teatro usa ou deixa de usar no planejamento de seus projetos.

Se o aprofundamento nas técnicas do palco não tem sido suficiente para lidar com o desafio de se aproximar do público, pode ser importante emprestar saberes de outras áreas. Ao organizar estruturalmente a área do turismo, Beatriz Helena Gelas Lage e Paulo Cesar Milone destacam a importância de se analisar gostos e preferências dos consumidores. Ou seja, para atender um público-alvo é preciso entender este público. Isto ultrapassa a análise de apenas aspectos econômicos e sociais, chegando também à análise psicológica, para, no caso do mercado turístico, “descobrir e compreender as razões pelas quais as viagens são realizadas, variando o grau destes motivos para cada turista que busca maximizar a satisfação que mais se ajusta à sua necessidade e ao seu desejo” (LAGE; MILONE, 2000, p. 31).

Emprestar este raciocínio para o problema teatral pode ser de grande auxílio, uma vez que a criação artística toca justamente em questões subjetivas, de gostos, emoções e experiências. Sendo assim, para saber se um projeto dialoga com a sociedade não é suficiente analisar o espectador apenas por suas condições sociais ou por sua formação escolar, o que faz com que reiteremos a validade de nossas investigações dos capítulos anteriores, quando tentamos traçar algum perfil comportamental de nosso público.

O turismo, no entanto, é um setor que se aproxima com tranquilidade das noções de lazer e entretenimento. Este último nada mais é do que um conceito relacionado à valorização do tempo de um indivíduo (TRIGO, 2003), ou seja, um olhar no público receptor, nada necessariamente relacionado à qualidade de uma obra. Mas, para parte do setor artístico, falar de entretenimento assusta, emerge o medo de uma arte direcionada ou superficial.

Não podemos nos ater à dicotomia nítida tradicionalmente estabelecida entre as belas-artes e as artes industriais e comerciais, não sendo estas últimas consideradas uma arte digna deste nome, pois são interessadas e visam o lucro por meio de estratégias mercantis. Não só essa divisão torna a arte inacessível à maioria das populações, como não faz justiça às artes de massa que proporcionam inegáveis satisfações “estéticas” ao maior número possível delas. (LIPOVETSKY; SERROY, 2014, p. 66)

Compartilhamos do descontentamento do filósofo francês Gilles Lipovetsky em vários níveis. Primeiramente, enxergando tanto uma inutilidade quanto uma arrogância na tentativa de traçar determinadas linhas divisórias no fazer artístico, procurando impor ou retirar legitimidade e nobreza à arte alheia. E também por entendermos que, independentemente dos motivos, a resistência em lidar com as ferramentas mercadológicas resulta, no final, em uma produção que se fecha, que não permite que parte do público a descubra e tenha acesso a ela.

Enquanto o cinema e a televisão, assumidos como indústria, não têm pudores em investigar os interesses de seu público potencial, no teatro uma empreitada como esta soa

perigosamente como uma inclinação ao mercado, um pecado imperdoável. Se são fartas as acusações aos maus hábitos do público, é rara a produção acadêmica que se preza a investigar quem é o espectador teatral, ou mesmo pesquisas que enxerguem estes espectadores como mais do que números ou faixas salariais. Alimenta-se, assim, um mistério sobre o que toca estes indivíduos e de que maneira a arte teatral pode interessá-los.

Entendendo quem é o espectador, é possível tentar conversar com ele. Mas fazê-lo querer participar desta conversa ainda pode ser um desafio. Philip Kotler, importante teórico do *marketing*, faz uma extensa análise sobre o processo de compra por qual passa um consumidor, que pode ter grande valia ao se entender que o espetáculo é um produto que espera ser consumido. Mais ainda, se assistir teatro não é um hábito, o espetáculo é um produto novo. Segundo Kotler, o consumidor passa por todo um processo que envolve “reconhecimento da necessidade, busca da informação, avaliação de alternativas, decisão de compra e comportamento pós-compra” (KOTLER; ARMSTRONG, 2007, p. 108). Se no caso de compras frequentes, alguns destes itens podem ser suprimidos, a venda de produtos novos requer ainda maior atenção a todos os estágios do processo.

O processo de adoção de um novo produto é quando o consumidor de fato torna uma compra em um hábito. Para isso, são elencados ainda outros cinco estágios, bastante semelhantes aos anteriores: conscientização sobre a existência do produto, interesse em buscar informações a respeito, avaliação da possibilidade de experimentar o produto, experimentação em pequena escala e, por fim, a adoção plena e regular do novo produto (KOTLER; ARMSTRONG, 2007). É possível perceber que, para a mudança de hábito dos espectadores teatrais em potencial, é preciso, de imediato, que os espetáculos teatrais se façam presentes no cotidiano destes indivíduos, que sejam sedutores, convidem o espectador a chegar perto e experimentar, que as informações a seu respeito estejam abertas, claras, acessíveis. Ou seja, é preciso aparecer.

No nosso processo de estudos de Mestrado, recebemos a sugestão que poderia ser mais preciso, no mesmo olhar do *marketing*, se entendêssemos o teatro como um serviço. É possível compreender esta aproximação quando, segundo o mesmo Philip Kotler, “serviço é qualquer ato ou desempenho, essencialmente intangível, que uma parte pode oferecer a outra e que não resulta na propriedade de nada” (KOTLER; KELLER, 2006, p. 397), algo de fato próximo às características do evento teatral. O autor pondera:

Algumas prestadoras de serviços afirmam com veemência que fazer *marketing* de serviços é muito diferente de fazer *marketing* de produtos e que são necessárias habilidades diferentes. Algumas prestadoras de serviços tradicionais discordam,

alegando que “bom *marketing* é sempre bom *marketing*”. (KOTLER; KELLER, 2006, p. 421)

Unânime ou não, podemos aproveitar esta distinção para o escopo do nosso trabalho. Se a visão sobre a aquisição de um produto novo foi útil para sugerir a necessidade de clareza, sedução e proximidade das informações junto ao consumidor, o conceito do *marketing* de serviços pode complementar a investigação. E sobre este conceito, Kotler nos explica:

Ao contrário dos produtos físicos, os serviços não podem ser vistos, sentidos, ouvidos, cheirados ou provados antes de adquiridos. [...] A fim de reduzir essa **incerteza**, os compradores procuram por sinais ou evidências da qualidade do serviço. Deduzem a qualidade com base nas instalações, nas pessoas, nos equipamentos, no material de comunicação, nos símbolos e nos preços percebidos. Por isso, a tarefa do prestador de serviços é “administrar as evidências”, para “**deixar tangível o intangível**”. Enquanto o desafio dos profissionais de *marketing* de produtos é agregar-lhes ideias abstratas, o dos profissionais de *marketing* de serviços é agregar evidências e imagens concretas a ofertas abstratas. (KOTLER; KELLER, 2006, p. 399, grifos nossos)

Nosso leitor pode perceber que o desafio apontado nesta citação encaixa-se fortemente com o subcapítulo em que abordamos a busca dos espectadores contemporâneos por âncoras de segurança enquanto escolhem os produtos culturais a que desejam assistir. O que Kotler aponta é justamente a necessidade de uma produção lidar com o medo do desconhecido. De fato, se confiamos na análise que fizemos anteriormente, este é um desafio do qual os artistas teatrais não podem fugir. E, sob o olhar do *marketing*, um desafio que precisa ser encarado pela comunicação.

Retomando aquela aproximação que fizemos entre os meios do teatro de grupo e da dança contemporânea, entendemos a colocação da Prof.^a Dr.^a Isaíra Maria Garcia de Oliveira, para quem “o papel dos meios de comunicação principalmente do que diz respeito à divulgação e reflexões sobre o assunto, são extremamente necessários para que haja um interesse do público e da própria classe” (OLIVEIRA, 2016, p. 40). É preciso, então, aparecer para se comunicar.

Volta-se a uma importante distinção que fizemos sobre a cena teatral paulistana. A razão do foco deste trabalho no teatro de grupo já foi explicada, considerando que, de maneira oposta ao problema de público percebido neste segmento, a rápida observação dos espetáculos de teatro musical, inspirados na Broadway estadunidense, revelam plateias continuamente cheias, com milhares de espectadores que assistem, comentam, compartilham suas impressões na internet. Ao contrário do que possa parecer, diante da quantidade de projetos teatrais realizados em São Paulo-SP, estes espetáculos musicais são exceção, e não regra. Ainda

assim, revelam que há público para teatro na cidade – mas não para qualquer teatro. Mas para o teatro de grupo, mais do que um desânimo em relação às chances de sua própria produção, o sucesso destes outros espetáculos pode trazer informações úteis.

Hoje, parece óbvio dizer que a alta frequência de espectadores nos teatros musicais já é moda entre certa fatia da população – mas alguns anos atrás, este tipo de teatro era um produto (ou serviço) novo, que, aos poucos, conseguiu a adesão plena de seus consumidores. Afinal, “se os clientes se sentirem satisfeitos, entusiasmados ou encantados, tenderão a ficar mais tempo e a voltar para vivenciar novamente esse sentimento” (OLIVEIRA, 2016, p. 53).

Podemos ser justos e conceder os louros desta satisfação, claro, ao esforço das produções e artistas destes espetáculos. Mas antes que pudesse sentir qualquer satisfação, o público precisava conhecer e comparecer ao evento. É bastante provável que a utilização de celebridades no elenco e a importação de encenações já famosas na Broadway ou no cinema estadunidense tenham ajudado enormemente a implementação deste gênero teatral na cidade. Estas escolhas, propositalmente ou não, funcionaram como estratégia de aproximação do público com este novo tipo de evento, tanto que, após alguns anos de experiência, já é possível ver emergir espetáculos de teatro musicais com temáticas originais, nacionais, formando um novo hábito cultural em São Paulo-SP. Já vimos que estas mesmas estratégias não conseguem encaixar-se no teatro de grupo, mas podemos observar como tais trunfos foram trabalhados junto ao público.

Para que o reconhecimento do público fosse possível, as produções de teatro musical dedicam, até hoje, os esforços de divulgação de seus eventos justamente para atingir o público comum. Além de anúncios em jornais e revistas, até mesmo propagandas em pontos de ônibus da cidade podem ser vistas, lembrando ao cidadão desavisado que, afinal, há teatro acontecendo perto dele.

Por outro lado, nas produções de teatro de grupo, os esforços parecem tomar outra direção. Cartazes e flyers dos espetáculos são espalhados justamente em teatros, escolas de artes dramáticas e centros culturais, provocando o mesmo público especialista. Serviços de assessoria de imprensa contratados focam quase exclusivamente em sensibilizar os formadores de opinião da própria área teatral, entrando em contato com críticos e curadores. Até mesmo promoções de ingressos, comuns em algumas vias públicas da cidade, não são objeto de interesse destas produções, cautelosas em divulgar suas propostas artísticas lado a lado com o infame entretenimento. O saldo é que, para o espectador de fora do círculo de iniciados, a porta está sempre aberta – mas ele raramente descobre onde ela fica e raramente é convidado a entrar.

Consideremos que, para todos os grupos teatrais com quem conversamos durante esta pesquisa, perguntamos sobre o esforço de divulgação que foi feito para seu espetáculo. Chamou nossa atenção que cinco dos sete grupos disseram que parte da divulgação era direcionada a um círculo de pessoas já conhecidas, colegas e amigos. De mais veemente, identificamos que três espetáculos fizeram anúncios pagos em redes sociais, sendo que dois destes contrataram também um serviço de assessoria de imprensa (falaremos de possibilidades financeiras logo mais).

Se já falamos anteriormente nesta dissertação sobre o hábito do teatro se fechar em círculos de conhecidos e especialistas, e sua implicação no contato com o espectador comum, o uso da assessoria de imprensa sugere-nos um ponto que vale a pena comentar. Durante esta pesquisa, comparecemos a um debate sobre público teatral organizado pelo Movimento dos Teatros Independentes de São Paulo (MOTIN), no dia 8 de agosto de 2017, na cidade de São Paulo. Os comentários de artistas e participantes lá presentes reforçaram muitos dos pontos que abordamos nesta dissertação.

No evento, houve considerável discordância dos participantes quando uma pesquisa apontou que apenas 3% dos espectadores teatrais utilizam as críticas especializadas na imprensa como fonte de informação para os espetáculos. Remetendo à tradição e importância dos críticos teatrais, os artistas presentes refutaram bastante a informação.

De fato, como já comentamos bastante sobre a comunidade fechada que é o meio teatral, a procura por especialistas e colegas influenciadores que avalizem a qualidade das propostas artística é uma extensão natural. Mas o pesquisador de comunicação Henry Jenkins traz uma desconfiança sobre esta relação:

É fácil ver como esse conceito do “formador de opinião” se tornou popular junto com as noções do *marketing* viral: ambos admitem que existe algum atalho para a construção de interesse em torno da mensagem de alguém. [...] No caso dos “formadores de opinião”, o mito é que, se um marqueteiro alcança um grupo muito pequeno de fabricantes de sabores, esses poucos vão trazer junto “as ovelhas”. Em resumo, os desenvolvedores de marcas e os produtores de mídia ainda estão tentando descobrir qualquer ângulo das “relações públicas” que não exija muito no modo de se relacionar com o público. (JENKINS; GREEN; FORD, 2014, p. 115)

Quando Jenkins coloca a questão do formador de opinião sob um olhar de estratégia de *marketing*, é importante para frisar que não se está colocando em xeque a qualidade ou relevância da existência de críticos especializados para o teatro ou qualquer forma artística. O que ele coloca, sim, em xeque é a esperança de que direcionar os esforços de divulgação para a obtenção de um crítico que comente seu espetáculo seja algo efetivo no contato com o espectador comum. E, afinal, nesta tese é esta a nossa preocupação.

Tanto as esferas destes especialistas formadores de opinião e dos espectadores não especializados parecem não se misturar, que lembramos de uma passagem bastante elucidativa da *ombudsman* (profissional contratado por um veículo jornalístico para criticar o material publicado pelo próprio veículo) do jornal Folha de São Paulo. Ela condenava nos textos das críticas teatrais veiculadas no jornal uma postura bastante semelhante à que apontamos na postura de artistas teatrais, dizendo que “a preocupação em ser compreensível não existe. Os textos, alguns inexpugnáveis, são feitos para os que trabalham na área ou para ‘eruditos’” (SINGER, 2011). Não vamos entrar aqui na seara de discutir a qualidade das críticas teatrais, mas apenas delimitar que elas são muito mais próximas de um círculo de especialistas na área. E de maneira mais incisiva, Jenkins complementa:

Esse modelo [de buscar apenas os formadores de opinião] limita as relações significativas que um produtor ou marca podem desenvolver, desvaloriza as pessoas que não são inicialmente consideradas “formadoras de opinião” e, por fim, reforça a mentalidade de “um para muitos”, através da busca de um punhado de afiliados para compartilhar uma mensagem, em vez de ver as relações se desenvolverem e serem construídas por muitas interações diárias. (JENKINS; GREEN; FORD, 2014, p. 116)

Esta crítica sugere não apenas que é preciso se atualizar no uso das ferramentas de divulgação em uma sociedade do compartilhamento como a que vivemos. Mas também provoca que a eficiência dos produtores de conteúdo depende de um esforço muito maior do que entregar o conteúdo nas mãos de um formador de opinião. E ainda que o hábito de tanto procurar o reconhecimento dos pares pode nublar o desenvolvimento de uma relação mais efetiva com o público que realmente deveria nos importar. Neste sentido, o uso profissional das redes sociais, como apontado por alguns grupos com quem conversamos, dependendo de como for trabalhado, aparenta realmente ser um caminho com potencial muito mais coerente do que continuar mantendo o teatro em um diálogo fechado.

Mas é claro que quando se avalia a divulgação de eventos teatrais, é preciso levar em consideração os recursos financeiros disponíveis. Supondo que, finalmente, o teatro de grupo dedique-se a encontrar o público não especializado, seria difícil competir com a divulgação massiva realizada pelas produtoras de teatro musical. Como vimos anteriormente, este segmento, habitualmente, recebe patrocínios via leis de incentivo fiscal. Segundo as regras das principais leis que regem esta modalidade nos projetos artísticos paulistas, é possível destinar até 20% de seu orçamento total à divulgação. E a visualização dos orçamentos de tais projetos de teatro musical (como podemos perceber nas informações disponibilizadas nos

sites do Ministério da Cultura, como no portal de transparência encontrado no *link* <http://versalic.cultura.gov.br>) mostra que o fazem. Pois a divulgação é enxergada aqui como um investimento, não um gasto. Um investimento, diga-se, que não deve ser movido só pela vontade de contatar e convencer um novo público, mas também pela necessidade de atender aos desejos de *marketing* de seus patrocinadores. Em projetos que comumente chegam na casa dos milhões de reais, 20% do orçamento é uma soma considerável.

A situação muda quando temos a oportunidade de analisar o orçamento de projetos de teatro de grupo, como os contemplados pelo ProAC – Programa de Ação Cultural do Governo do Estado de São Paulo (também disponíveis para leitura pública no *link* <http://www.proac.sp.gov.br>). Tomemos como exemplo os projetos contemplados em 2017 na categoria de produção de espetáculo adulto inédito.

Apesar do fato do ineditismo dos espetáculos, de serem ainda desconhecidos do público, provocar com mais ênfase as relações com o que vimos sobre *marketing* de serviços e produtos novos, apenas dois dos 17 projetos de teatro de grupo contemplados previam destinar os tais 20% de seu orçamento à divulgação. E 11 dos projetos chegavam, no máximo, a 10% dos orçamentos dedicados à divulgação, havendo ainda quatro projetos em que esta parcela chegava apenas até 5%.

No entanto, é bastante compreensível que, com a verba limitada proporcionada por editais culturais (e mais ainda em produções que iniciam sem recurso algum, prática também recorrente), os artistas dos grupos teatrais considerem a divulgação como um fardo para suas finanças. Ainda neste exemplo do ProAC, não podemos ignorar que os projetos mencionados apresentam um orçamento total que varia de R\$ 80.000,00 a R\$ 160.000,00 – muito distante de projetos milionários como citamos anteriormente. Logo, qualquer gasto possui grande impacto nas possibilidades finais do projeto.

Não estamos minimizando uma possível falta de percepção dos artistas do teatro de grupo para a necessidade de melhor comunicar seus trabalhos. Pois R\$ 7.420,00 (próximo a 4,5%) destinados à divulgação (com apenas R\$ 200,00 para gastos com internet) dentro de um projeto de R\$ 160.000,00 é algo bastante questionável como estratégia de viabilização de um trabalho. Mais ainda quando, do mesmo valor de R\$ 160.000,00, o que se separa para comunicar um projeto é um montante de apenas R\$ 5.310,00 (próximo a 3,5%). Assim como, em outro projeto, uma verba de divulgação de apenas 6% e que considera apenas a impressão de banner e programas (vistos apenas por quem já comparece ao espetáculo) e a tradicional assessoria de imprensa que já mencionamos. Além de chamar a atenção o fato de que, dos quatro projetos com apenas 5% do orçamento para divulgação, três deles estão justamente na

categoria dos projetos que receberam maiores aportes financeiros, ou seja, que poderiam ter mais verba disponível.

Todos estes são raciocínios bastante dissonantes em relação à lógica dos grandes eventos que os espetáculos de teatro musical representam. No entanto, um evento não percebido é um evento não assistido, e a longo prazo esta falta de investimento cobra a sua conta. Para a sobrevivência do setor, é preciso aprender a se comunicar com outras esferas – e, antes disso, é preciso querer aprender e querer comunicar.

Mas sejamos justos, dentre os projetos no ProAC que observamos, mesmo nos que estavam separadas as maiores verbas de divulgação, de 20%, isto representava, no fim das contas, um valor aproximado de apenas R\$ 17.000,00 – nada comparável a eventos que podem ter centenas de milhares (ou ainda mais) reservados apenas à divulgação. Como competir, comunicar, aparecer e não ser engolido em meio a todo o cardápio cultural que se oferece aos olhos do público paulistano?

A consciência da necessidade desta comunicação precisa chegar a todos os elementos da cadeia de produção teatral. Tomando novamente o exemplo dos editais culturais públicos, se o seu desejo é verdadeiramente fomentar a prática teatral na cidade (ou no estado ou país), não se pode apenas dedicar alguma verba para a produção de espetáculos e deixar que os grupos se virem sozinhos em uma guerra de informações com a qual eles não estão preparados para lidar e nem têm recursos para vencer. A máquina estatal teria condições financeiras de trabalhar para ampla divulgação dos espetáculos que ela mesmo produz. Fomentar apenas a oferta, e esquecer da demanda, é uma atuação aleijada em qualquer setor da economia, limitadora a longo prazo para o próprio setor que se propôs incentivar. Ao consumo cultural, restam poucos incentivos. O Vale-Cultura, do governo federal, que institui um benefício de R\$ 50,00 mensais para gastos com atividades culturais oferecido por empresas subsidiadas a seus trabalhadores, é apenas mais uma iniciativa infimamente conhecida, ainda muito aquém de seu potencial, revelando parco crescimento no oferecimento e utilização do benefício (BERGAMO, 2017).

No próprio âmbito federal, a obrigação em lei de maior conteúdo nacional nas televisões por assinatura tem estimulado uma demanda por produções nacionais – uma oferta que já existia, mas que não encontrava consumo. E para as artes cênicas, quais ações devem ser tomadas? Até o momento, a impressão é que ainda se pensa que a simples realização de apresentações a ingressos populares, ou gratuitos, é suficiente. Compare-se os preços dos ingressos dos teatros musicais com os ingressos dos teatros de grupo, ou mesmo sua

localização. Estes últimos são mais baratos, espalhados por mais regiões da cidade, mais próximos de diferentes camadas da população e, ainda assim, mais ignorados.

Seja tomando emprestado o pensamento de *marketing* de Kotler, seja simplesmente observando a realidade prática, é claro que não basta oferecer espetáculos, nem mesmo oferecer espetáculos gratuitos. É preciso mudar o hábito do espectador, atraí-lo, algo complexo e que exige um esforço contínuo e conjunto. Em nome de um mercado teatral sustentável no futuro, que não seja dominado apenas por um tipo de produção, é preciso que todos que fazem parte desta cadeia tomem a responsabilidade de aproximar o teatro da sociedade. À obrigação pública de uma formação educacional digna, devem somar-se uma modificação na postura dos artistas, políticas culturais que observem todo o ciclo econômico da produção teatral e estratégias emprestadas de outras áreas do conhecimento que possam potencializar a apresentação artística. Potencial também é o público de uma cidade do tamanho de São Paulo. Espetáculos para diferentes bolsos, em diferentes regiões, já são oferecidos continuamente. Agora falta o espectador sentir que esta produção não só existe, mas que é acessível para ele, que sua presença é determinante. O problema pode ser resolvido, mas não sem esforço.

5.4 O PÚBLICO ESTÁ SENDO ALCANÇADO? OS ESFORÇOS NA FORMAÇÃO DE PLATEIA

Reiteremos que o teatro de grupo é o foco desta dissertação e a forma de produção teatral dominante no município de São Paulo. E é justamente nestas produções que percebemos a dificuldade do espectador comum em se aproximar, por livre escolha, do teatro em seu tempo de lazer, e é também justamente aí que podemos perceber a gravidade e a urgência de se tratar sobre o que é feito – se é que é feito – para resolver tal problema. Chegamos, enfim, a nosso último ponto de análise antes de prosseguirmos para as conclusões finais desta tese.

Muitos profissionais da área teatral delegam a culpa do desinteresse do espectador à falta de campanhas e projetos para estimular o contato com o teatro – sobretudo em ações que complementem as atividades escolares de crianças e adolescentes. Assim, neste momento do texto, pretendemos analisar criticamente o pensamento que parece permear tais iniciativas atualmente realizadas, focando na atual situação da cena teatral paulistana. Será que tais iniciativas estão sendo bem-sucedidas em ampliar o hábito de assistir a teatro no público não especializado?

Quando se trata de iniciativas para aproximar as pessoas do teatro, é importante fazer uma distinção trazida pelo professor e animador cultural português Avelino Bento:

Todavia, separamos as actividades artísticas profissionais das actividades artísticas não profissionais, uma vez que os objectivos as diferenciam em grande parte. Associamos, às primeiras, o processo de democratização cultural através de uma ampla divulgação cultural, ao mesmo tempo que se acentua o processo de criação de igualdade de oportunidades de modo a que a obra de arte, ou o espectáculo artístico, chegue ao maior número de pessoas. Às segundas, as actividades artísticas não profissionais, encaminhamo-las, através do processo de democracia cultural, para as estratégias da animação sociocultural, transformando esta [...] em formas de educação pela arte. (LOPES; PEREIRA, 2011, p. 258)

Ou seja, qualquer iniciativa de aproximar o público do teatro pode ter dois focos distintos: **fazer teatro** ou **ver teatro**.

Se já fazemos a interpretação de que estes dois focos distintos trazem consequências e benefícios distintos, isto não parece ser percebido desta maneira nas atividades que se denominam como formadoras de público. Se o problema elencado neste momento do texto diz respeito à falta de espectadores para os espetáculos teatrais profissionais, são as iniciativas com foco no **ver teatro** que deveriam interessar. Porém, parece que é o foco no **fazer teatro** que domina quase todas as iniciativas percebidas em São Paulo-SP.

Apesar de ser nítida a grandeza da oferta teatral da cidade, como já salientamos muitas vezes antes, é difícil encontrar neste mesmo lugar qualquer potente projeto de formação de plateia. Como um exemplo de muito valor, de 2001 a 2004 a cidade conheceu o projeto Formação de Público, que tinha o intuito de promover o contato com o teatro para estudantes da rede pública de ensino (CARNEIRO, 2016, p. 76) – falaremos desta relação entre teatro e escola mais adiante.

Conforme relata o pesquisador Leonel Carneiro, o Formação de Público atuava especialmente com moradores da periferia e, após diversos reajustes em sua organização, concentrou-se no oferecimento de espetáculos pertencentes ao segmento de teatro de grupo, foco deste artigo. Em 2001, seu primeiro ano de existência, o projeto já começou com um considerável número de 34.923 espectadores, mas, crescendo substancialmente, chegou a 257.000 espectadores no ano de 2004, totalizando, de 2001 a 2004, 551.800 espectadores (CARNEIRO, 2016, p. 80). Inquestionavelmente, uma iniciativa de proporções raras, mas, justamente quando encontrou seu ápice, sujeito à troca de gestão no governo municipal, o projeto foi extinguido. Ou seja, o projeto com maior potencialidade e de resultados mais expressivos no estímulo para **ver teatro** (sobretudo o teatro de grupo) na cidade de São Paulo teve uma duração de apenas quatro anos.

Se a realidade já parece dura, cabe lembrar rapidamente de um outro exemplo. Em 2009 e 2010, a cidade de São Paulo sentiu um interessante burburinho proporcionado por uma campanha chamada *Vá Ao Teatro*, organizada pela Associação Paulista dos Amigos da Arte (APAA) e financiada pelo Governo do Estado de São Paulo (TAIRA, 2010). Se o impacto do Formação de Público no **ver teatro** consistia em conduzir uma grande quantidade de estudantes às plateias teatrais, a campanha *Vá Ao Teatro* destacava-se por incentivar a formação de plateia junto a espectadores comuns, sem quaisquer vínculos institucionais ou escolares e sem quaisquer restrições de caráter social, etário ou geográfico. Neste caso, espectadores tinham a oportunidade de assistir a quase uma centena de espetáculos, alguns deles com preços de ingressos costumeiramente elevados, pagando apenas um valor de R\$ 5,00 por cada entrada.

Se esta não era uma iniciativa voltada exclusivamente ao teatro de grupo, não deixava de incluir tal modalidade no rol de espetáculos participantes. Com bilheterias montadas em locais de acesso popular da cidade, como postos de atendimento do Poupatempo, ou mesmo em uma van que circulava pela cidade, o grande mérito aqui era o de proporcionar a livre escolha de espectadores e facilitar sua entrada na vida teatral paulistana. Do outro lado desta relação, as produções dos espetáculos participantes inscreviam-se espontaneamente na campanha, enxergando aí uma forma de divulgação de seus trabalhos para outros públicos.

Ponderando que apenas uma porcentagem dos ingressos dos espetáculos era destinada à venda popular, e que a maior procura era nitidamente por espetáculos com artistas mais famosos, não deixava de ser animador observar a correria de espectadores empolgados em comprar ingressos para a produção teatral paulistana. Porém, apesar da organização noticiar sucesso e milhares de pessoas atingidas, em 2010, após um tempo de vida extremamente curto, a campanha viu seus últimos dias.

Por fim, para completar um breve panorama sobre os recentes esforços voltados ao **ver teatro** em São Paulo-SP, a campanha *Teatro é um Barato!*, da Associação de Produtores de Espetáculos Teatrais do Estado de São Paulo (APETESP), se não tão midiática quanto a anterior, chama a atenção pela longevidade. Segundo informações fornecidas no *site* da própria instituição (possível de ser acessado pelo endereço <http://apetesp.org.br/>), por 35 anos, de 1974 a 2009, a campanha (que sofreu diversas alterações de nome durante sua existência) concretizava um objetivo de seus organizadores na popularização do teatro, oferecendo ingressos promocionais para dezenas de espetáculos (em quantidades variáveis, a depender da edição) e mesmo utilizando bilheterias móveis, instaladas em veículos do tipo Volkswagen Kombi, em seus primórdios. No entanto, dependente da Secretaria de Estado da Cultura, após

quase quatro décadas da iniciativa e mais de 6.000.000 de espectadores atingidos, segundo dados da própria APETESP, a associação teve o apoio governamental suspenso em 2009, encerrando a iniciativa.

Curiosamente, agora em 2018, quando já estávamos finalizando esta pesquisa, soubemos que seria realizada uma nova campanha pela APETESP, em associação com a Secretaria Municipal de Cultura (SECRETARIA MUNICIPAL DE CULTURA, 2018). De maneira ainda mais curiosa, esta nova campanha emprestou tanto o nome quanto as principais características da extinta Vá ao Teatro, mas com perfil reduzido, contendo 40 espetáculos e com valores de ingressos de R\$ 5,00, R\$ 10,00 e R\$ 20,00. Não tomamos contato com grandes repercussões desta nova campanha, mas talvez seja por demais recente para analisarmos se esta retomada em proporções menores representa um último suspiro ou um renascimento das antigas iniciativas.

Mas será que nada mais é feito pelo poder público para aproximar as pessoas da linguagem teatral na cidade de São Paulo? Importante frisar que não se leva em conta aqui a simples oferta de espetáculos, ainda que gratuitos, nem o financiamento à produção teatral profissional. O que está em jogo é o esforço evidente, organizado e direcionado em prol da aproximação entre as pessoas e o teatro. Ainda assim, repetindo a pergunta se algo tem sido feito atualmente, a resposta com certeza é sim, mas é preciso voltar à distinção anterior entre **ver teatro e fazer teatro**.

O guia Em Cartaz, da Secretaria Municipal de Cultura de São Paulo, responsável por divulgar mensalmente as iniciativas culturais do governo municipal e disponível na internet desde sua edição de outubro de 2010 (através do link <https://issuu.com/emcartaz>), divulgava, em setembro de 2016, oito oficinas ligadas às técnicas teatrais; em outubro de 2016, eram 23 atividades; e em novembro do mesmo ano, 32 oficinas do tipo. Para efeitos de comparação, em todos os meses de 2010 não há menção a nenhuma oficina teatral ocorrendo na cidade.

Não é possível conferir às informações do guia um valor científico, uma vez que a quantidade de páginas da seção de oficinas é inconstante, dificultando qualquer comparação, e também pelo fato de ele não necessariamente encerrar toda a atividade cultural oferecida pela Prefeitura de São Paulo. Mas é possível utilizá-lo para prestar atenção a um crescente foco no oferecimento de oficinas com aulas de teatro para a população, como, aliás, o Prof. Dr. Walter Lima Torres Neto atesta como um movimento de âmbito nacional:

São inúmeros os cursos de teatro, públicos ou privados, que proliferam pelo Brasil. Nas atividades complementares do estudante, do ensino fundamental e médio, seja na rede pública ou na rede particular, a atividade teatral é tão procurada, quando oferecida, quanto as atividades esportivas. (TORRES NETO, 2012, p. 2)

Sabe-se, pelas informações obtidas diretamente de seus *sites* oficiais, que a Prefeitura de São Paulo, em suas atuais 15 Casas de Cultura e 46 Centros Educacionais Unificados (CEUs), mantém uma programação constante de oficinas de teatro para crianças e adultos, utilizando o serviço de oficineiros profissionais contratados todos os anos via editais. O programa Recreio nas Férias, que, entre outras atividades, contrata oficineiros para ministrar, inclusive, aulas de teatro para crianças em dezenas de locais da cidade, já passou de 30 edições (SECRETARIA MUNICIPAL DE EDUCAÇÃO, 2016). Além disso, os próprios grupos teatrais financiados pelas edições do Programa Municipal de Fomento ao Teatro, via de regra, oferecem atividades que democratizam o **fazer teatro** na cidade. Sem contar outros cursos de teatro oferecidos por organizações sociais, instituições privadas e demais esferas do governo.

Por fim, é comum que, no circuito cultural paulistano, seja entendido que a grandeza do antigo projeto Formação de Público tem um sucessor de espírito no vigente Programa Vocacional, um projeto também capaz de permitir o acesso ao teatro de pesquisa a grandes quantidades de jovens moradores da periferia. Mas a diferença crucial neste caso é que o Programa Vocacional, ainda que sem nenhuma pretensão profissionalizante, foca justamente no **fazer teatro**, com expresse objetivo de emancipação desses jovens por meio do trabalho artístico-pedagógico (SECRETARIA MUNICIPAL DE CULTURA, 2015).

O panorama resultante é que, se existe um cidadão curioso pelas linguagens teatrais, São Paulo-SP oferece inúmeras oportunidades. Ou, da maneira bem direta de Walter Lima Torres Neto, “enfim, o teatro parece estar em todos os lugares” (TORRES NETO, 2012, p. 2). Espetáculos continuam sendo realizados, é claro, inclusive financiados pelo poder público, inclusive gratuitos e inclusive participando de eventos públicos e em espaços públicos, mas sem nenhum grande esforço organizado para incutir o teatro como hábito nos cidadãos, como visto nos exemplos das iniciativas já extinguidas. Comparando as datas de tudo o que foi elencado até agora, é possível enxergar que os esforços em dar condições às pessoas para **fazer teatro** têm sobrepujado aqueles destinados a levar pessoas a **ver teatro**. No fim, tudo dá no mesmo, é possível dizer. Uma coisa leva à outra, é possível dizer. Será?

“O prazer do teatro vem do domínio da linguagem” (DESGRANGES, 2003, p. 33). Há pouco, nesta dissertação, utilizamos esta mesma citação como uma fala representativa de uma certeza recorrente na área teatral, de que o interesse do espectador se relaciona diretamente com o seu conhecimento técnico sobre teatro. No que compreendemos a sugestão do dramaturgo Alexandre Dal Farra, para quem “precisa haver aula de teatro nos ensinos básico e

fundamental, as pessoas têm que ler dramaturgia na escola. Porque ver a coisa de dentro é o que gera a vontade de se ver no palco” (MARINHO, 2014).

O raciocínio é o de que o gosto vem do entendimento, e o entendimento vem dos estudos. Logo, a proliferação de cursos de teatro se converteria em espectadores ávidos – e bem treinados – pela arte teatral. No resumo mais claro que emprestamos da Prof.^a Dr.^a Maria Lúcia de Souza Barros Pupo, este tipo de iniciativa “parte do princípio de que o contato direto com processos de criação contribuirá para que a fruição seja mais intensa e prazerosa” (PUPO, 2015, p. 12).

Acreditamos que a preocupação com a formação artística como forma de valorizar os cidadãos e aproximá-los da arte (neste caso, teatral) é legítima e de extrema importância. Retomando o pensamento de Avelino Bento, atividades como estas possuem duas dimensões fundamentais:

Uma, de tipo individual, que se faz a partir dos processos de desinibição, da melhoria da expressão oral e da capacidade de utilizar a memória em processos de maturidade, de afirmação da personalidade mas, também, como um modo de ultrapassar receios e inibições. Outra, de tipo social, ou o ponto de vista colectivo, que mostra claramente como as actividades teatrais são um meio de sensibilização cultural, de encontro e de partilha. (LOPES; PEREIRA, 2011, p. 259)

Entendemos então que é um tipo de atividade que oferece um enriquecimento humano inegável. Mas daí a entendê-la como agregadora de novos espectadores teatrais já é uma conversa diferente. Ao contrário do que alguns parecem deduzir, apesar de observarmos um crescente ao longo dos anos na quantidade de aulas de teatro, oferecidas nos mais diversos locais e regiões, já tomamos um exaustivo contato com diversas estatísticas e depoimentos que atestam que isto não se traduziu em uma realidade com maior público para o teatro.

A aproximação entre o público não especializado, aquele que não é profissional de teatro, e a linguagem teatral, tem sido encarada muito mais pelo viés do processo teatral do que pelo resultado teatral. Pelo exposto, é possível considerar que cada vez mais pessoas estão sendo treinadas para decodificar o teatro, até para fazer, atuar e produzir teatro – mas isso não quer dizer que mais pessoas estão interessadas em ver teatro. Aliás, mesmo que todos os participantes destas atividades pedagógicas mergulhem tanto no universo do teatro profissional que passem a fazer parte dele, nosso saldo ainda seria de muita competência na renovação da cena teatral, mas não significaria que cumprimos nosso objetivo de formação de plateia. Uma distinção que o ator e diretor Celso Frateschi percebe testemunhando que “o número de grupos teatrais aumentou consideravelmente, e parece que a necessidade de atuar

em teatro supera em muito a necessidade de ser espectador de teatro (ARAUJO; AZEVEDO; TENDLAU, 2011, p. 64).

O olhar no processo teatral é democratizante, emancipatório, cumpre orgulhosa e dignamente uma preciosa função. Mas que nada tem a ver com auxiliar a manutenção de uma forma artística profissional sustentável. São iniciativas de grande sucesso educativo, provavelmente; mas de sucesso para a arte paulistana, já é de se refletir um pouco mais.

Depois de explanado o principal ponto desta seção da dissertação, ainda cabe uma última reflexão. Talvez mais do que uma reflexão, uma desconfiança a respeito de um pilar que parece sustentar quase todo raciocínio de formação de plateia para teatro. Na realidade, no que aqui foi chamado genericamente de formação de plateia, a pesquisadora Ingrid Koudela vê uma distinção que vale conhecer. Projetos de formação de público seriam aqueles que almejam “a ampliação dos frequentadores e criando em determinada parcela da população o hábito de ir ao teatro” (KOUDELA, 2010, p. 5). Enquanto um projeto de formação de espectadores “visa não apenas a facilitação do acesso físico, mas também ao acesso aos bens simbólicos. Almeja-se inserir o espectador na história da cultura” (KOUDELA, 2010, p. 5).

A pesquisadora lembra ainda da contribuição do encenador e dramaturgo alemão Bertolt Brecht, que diz que “a arte necessita de conhecimento” (KOUDELA, 2010, p. 6). Sendo sensato, é impossível desprezar o valor de tais reflexões, que consideram como mais urgente, na distinção feita por Koudela, a formação de espectadores, como forma de conquistar, através do teatro, uma autonomia crítica e criativa. Também sendo sensato, é impossível ir contra qualquer proposta que tenha boas intenções educacionais. Mas, com o olhar atento ao desinteresse do espectador em inserir o teatro em seu tempo livre, é possível desconfiar de algumas certezas.

Não apenas no citado texto de Koudela, mas na maior parte do material bibliográfico que reflete sobre a relação entre teatro e espectador, confere-se grande importância à união entre o teatro e a escola. Mais especificamente, ao momento em que o espectador tem um encontro com o espetáculo (quando vai **ver teatro**), confere-se grande importância à atuação de um especialista na mediação teatral, favorecendo o encontro entre o espectador e a cena teatral (DESGRANGES, 2008).

Neste diálogo entre a pedagogia e a arte teatral, há dois lados para se olhar. Um deles, sobre a necessidade de um manual de instruções, que pode trazer a desconfiança sobre quando há necessidade e quando há elitismo e falta de autocrítica, já foi mencionado aqui e não vale a pena opinar ainda mais sobre ele neste momento do texto. O outro lado é a utilização do teatro dentro da sala de aula, com um viés utilitário para estudantes e professores. Como identifica a

Prof.^a Dr.^a Maria Lúcia de Souza Barros Pupo, uma “suposta rentabilidade da ida ao teatro, como se ela se justificasse, sobretudo, pelas ligações que pode promover com temas tratados no programa escolar” (PUPO, 2015, p. 7).

Sem dúvidas, toda forma artística pode servir de trampolim para o aprofundamento educacional, seja um livro, um filme ou, claro, um espetáculo teatral. O que é colocado agora em questão é se a quase obrigatoriedade percebida nas ações de formação de plateia atuais, de unir a ida ao teatro a uma formalidade escolar, aproxima o teatro de tais estudantes ou se afasta os dois polos, corroborando uma ideia de que o teatro é chato, uma obrigação, quase uma lição de casa. Mais do que uma opinião, algumas observações sustentam a percepção sobre a falta de livre interesse pelo teatro e, por consequência, a urgência de se pensar em muitos outros fatores além da decodificação da cena teatral, e ainda de se refletir se as melhores estratégias estão sendo usadas para uma arte que já não goza de um lugar muito privilegiado entre a população.

A Fundação Para o Desenvolvimento da Educação (FDE), do Governo do Estado de São Paulo, mantém uma rara exceção de grande projeto voltado à formação de plateia. Como informado no *site* da instituição, o projeto Escola em Cena ocupa-se de levar estudantes a espetáculos teatrais. Coerente com o raciocínio exposto acima, o projeto possui um material de apoio elaborado por notáveis profissionais da área teatral e pensa a ida ao teatro de forma mais estendida, envolvendo uma preparação pré-espetáculo e atividades educacionais pós-espetáculo.

O mais interessante deste caso é poder ler, no mesmo *site* da fundação, uma enorme quantidade de depoimentos de espectadores atingidos pelo projeto, indo de maio de 2011 a dezembro de 2014 (embora oficialmente o projeto continue ativo, não há informações precisas a este respeito disponíveis no endereço online). Quase a totalidade dos depoimentos, na maioria escritos por professores, termina declarando a empolgação dos estudantes em assistir ao espetáculo, afirmando que os estudantes nunca tinham ido ao teatro antes e solicitando outras oportunidades de levar sua escola ao teatro. Se é possível deduzir que há, sim, um interesse inicial dos cidadãos (no caso, jovens) pelo teatro, quando se soma a análise dos depoimentos com a quantidade de estudantes já atingidos pela iniciativa e com a insistente e conhecida realidade de baixa frequência nas plateias teatrais, também é possível deduzir que este mesmo interesse se perde no momento em que o teatro não é mais conduzido pela escola. Alunos que assistem teatro em seu horário escolar não necessariamente se transformam em espectadores que assistem teatro em seu tempo livre.

O próprio projeto Formação de Público, enaltecido no início deste texto, era um projeto amplamente amparado pela ideia de mediação teatral. Porém, mesmo após um volume tão grande de espectadores atingidos, é difícil acreditar que qualquer diferença no interesse dos espectadores pela produção teatral paulistana tenha sido tão relevante. O teatro permanece encerrado como atividade escolar.

Sem querermos ser superficiais ou menosprezar as ações realizadas, todas com inúmeros pontos positivos, é de se pensar se realmente a quase tradução do teatro em atividade escolar é tão favorável à cena teatral – lembrando que a preocupação deste texto está nas condições da produção teatral profissional, esta dependente, artística e financeiramente, de um contato mais amplo com o público. É de se pensar por que não conseguimos perceber grandes esforços governamentais não em ensinar como se ver teatro, mas em oferecer, ampla e insistentemente, uma oferta teatral, trabalhando para que ela pareça próxima do público, seja em âmbitos financeiros, geográficos, de divulgação ou em qualquer outra camada que ofereça ao espectador a sensação de pertencimento à plateia teatral. É de se pensar por que, à já grande quantidade de espetáculos gratuitos oferecidos pelo poder público, não se aliam esforços potentes em alcançar não estudantes, mas famílias, em seu tempo livre, para que o teatro não seja mais uma condução, e sim uma escolha. Reaproveitamos uma citação do Prof. Dr. Luiz Fernando Ramos que utilizamos anteriormente, agora de maneira estendida, na qual ele sugere:

Se o Estado deve ter uma política cultural em relação ao teatro, além de estar financiando pesquisa, ele deveria estar formando público, porque esse público está caindo. E formar público não no sentido pedagógico, didático, mas no sentido das pessoas terem uma boa experiência com o teatro. (GOMES; MELLO, 2014, p. 32)

Talvez aí teríamos a percepção pública de que a produção teatral é relevante para a cidade, quando ela for escolhida de maneira autônoma e espontânea pelo cidadão. Muitos bons esforços já foram realizados, mas se algo não está funcionando, pode ser importante assumir o problema e mudar as estratégias.

Analisando a criação de demanda para espetáculos, o pesquisador Alan Brown relata um comentário de Michael Tilson Thomas, diretor musical da sinfônica de São Francisco. Este sugere que o contato com o espectador deveria apoiar-se muito mais em oferecer possibilidades, apresentar-se próximo, para se tornar depois uma opção, do que se apoiar em uma crença no dever, na condução ou na obrigação:

Os amantes da música, afirma ele, precisam ter oportunidades não planejadas de encontrar música que ainda não ouviram para impulsioná-los através do arco do

desenvolvimento estético. A esperança é que um encontro aleatório acenda uma nova paixão por um compositor ou estilo de música desconhecido, ou mais realisticamente, construa lentamente tolerância por novos sons. (BROWN, 2013, p. 1)

Mas, mesmo após as propostas concretas que vimos aqui, nosso teatro ainda não se configura como uma atividade interessante para o tempo livre do cidadão. E se este texto não tem a prepotência de resolver o problema, pode ter alguma utilidade em convidar a desconfiar de algumas premissas tão em voga atualmente. Para melhores condições e maior alcance do profissional teatro de grupo paulistano, talvez seja necessário diminuir a firme crença na responsabilidade em uma formação, no sentido didático, do espectador, e focar em outros problemas.

Não escondemos, em diversos momentos desta dissertação, que temos um ideal (não sabemos se utópico) de que o teatro se configure como uma escolha do cidadão para ocupar seu tempo livre. Não nos contentaríamos com qualquer aumento numérico que se desse por obrigação, que não refletisse de fato um diálogo entre duas partes se concretizando, que não significasse um encontro de interesses. Não escondemos que pensamos que este é um desafio, mas um desafio que achamos importante tentar lidar, mesmo que difícil, mesmo que desconfortável. Por isso, nas mesmas investigações que fazíamos sobre projetos de formação de plateia, o texto de Maria Lúcia de Souza Barros Pupo nos trouxe um olhar do encenador italiano Romeo Castelucci que gostaríamos de reproduzir aqui, complementando o que tratamos nesta seção:

Confiar no espectador, [...] atribuir-lhe o poder de criar, através de seu olhar, o espetáculo que vê. E esse poder de engendramento é dado a todo mundo. Meu espectador ideal seria aquele que cairia na plateia (sic) por acaso: sem ferramentas intelectuais, seu olhar é inteiramente sensação, conhecimento pelos sentidos, pura abertura física à representação, poro aberto às afetações que lhe vêm (sic) da cena. Sem pressuposto, sem aviso prévio, o encontro torna-se, então, o mais forte possível, quando o espectador é como uma criança. (PUPO, 2015, p. 21)

Mas, saindo do ideal e voltando ao concreto, retornam as diversas questões que instigam toda esta dissertação. Será que o cidadão comum atualmente não enxerga o valor do teatro puramente como processo, e não como resultado? Será que a produção cênica dos grupos de teatro, seus temas, formatos, proposições, tem as características necessárias para se fazer interessar ao espectador? Será que a culpa da falta de interesse pelo teatro é mesmo do espectador que não entende a linguagem? Será que a aproximação deste espectador não especializado é mesmo desejada, valendo um esforço diferente? Será que a divulgação dos espetáculos de teatro de grupo, em tese mais acessíveis geográfica e financeiramente, é

potente para fazer frente a outras formas de entretenimento ao vivo, inclusive aos grandes espetáculos teatrais com celebridades ou do gênero teatro musical?

E, chegando ao fim deste capítulo, será que, para o poder público, basta oferecer simplesmente financiamento a novas produções de teatro de grupo, sem interferir em outras etapas da relação oferta-procura? Será que algum esforço real é feito para ir além do oferecimento de espetáculos gratuitos, fazendo com que pessoas, adultos, crianças, famílias, considerem inserir o teatro em sua agenda de tempo livre? Será que as lutas políticas da classe teatral deveriam ter como única direção mais financiamento para seus trabalhos?

Muitos **serás** e apenas uma certeza: os códigos teatrais estão cada vez mais próximos do cidadão paulistano; mas o hábito de frequentar uma plateia teatral, cada vez mais distante.

CONCLUSÃO

Pretendemos ser bastante concisos neste momento de conclusões finais da dissertação, procurando não tornar cansativa a leitura de quem nos acompanhou até aqui. Pois optamos por, ao longo de cada capítulo, tecer as pequenas conclusões que fazíamos a cada novo material que analisávamos. Assim, esperamos ter feito o leitor percorrer o mesmo raciocínio que tivemos, demonstrando com fidelidade o percurso de descobertas que tivemos durante esta pesquisa de Mestrado. Além de também ter sido uma preocupação nossa pensar em futuros pesquisadores que poderiam utilizar este nosso registro com interesse em apenas um outro assunto abordado, então procuramos sempre deixar claro qual o significado e quais as relações que enxergávamos em cada seção.

Dito isto, podemos retomar os resultados de nossas investigações. Foi possível constatar que a fragilidade de público nas plateias teatrais – e mais especialmente no teatro de grupo – é uma situação concreta na cidade de São Paulo – para não dizer nas demais regiões do país. Não apenas a quantidade de público presente é aquém do que os produtores e artistas teatrais desejariam e necessitariam, como é bastante relevante a parcela daqueles que nunca compareceram a um evento teatral, para quem esta atividade permanece como algo desconhecido.

Aliás, devemos considerar ainda como um grupo semelhante aqueles para quem o contato com o teatro se deu de maneira tão passageira (em um passado longínquo ou levados por compromissos pontuais, e não pela escolha espontânea) que o teatro ainda se mantém como algo distante, e para quem a própria percepção sobre as características da oferta teatral (sua estética, preço, locais de realização) não é muito clara. Por fim, espectadores habituais – um público de fato, e não uma audiência pontual – não é a tônica da realidade teatral paulistana.

Apesar de nós também partirmos de uma premissa bastante difundida de que o público de teatro se afastou – ou seja, de que o problema de falta de público teatral seria um fenômeno recente, a pesquisa contrariou esta nossa verdade infundada. Pudemos notar muitos indícios de que a situação de décadas atrás era muito semelhante ao que vivemos, com o teatro fazendo parte de um círculo bastante restrito, e não justificando uma nostalgia generalizada que percebemos ao nosso redor, nem oferecendo um passado com soluções que poderíamos emprestar para os dias de hoje.

Quando tanto comentamos sobre problema de falta de público teatral, foi importante compreender que os números brutos de quantidade de espectadores não necessariamente

representam a realidade de nossas plateias. Pois é bastante expressiva tanto a parcela de espectadores que fazem parte do próprio círculo de especialistas teatrais (estudantes e profissionais da área) quanto a presença de espectadores que comparecem pontualmente a um evento teatral por laços de amizade com os profissionais que compõem a ficha técnica da produção. De qualquer maneira, o resultado nos faz deduzir que um público não especializado e espontâneo ainda não é uma conquista do teatro de grupo paulistano.

No entanto, este é justamente o público que o teatro de grupo necessita e deveria desejar. Pois conceitualmente, pela natureza de sua forma artística e pela responsabilidade de suas proposições políticas e sociais, este teatro só consegue fazer sentido quando se coloca em diálogo com a sociedade, modificando e sendo modificado na relação com o que está ao seu redor. A sustentabilidade artística dos discursos teatrais só se concretiza com o efetivo contato com o cidadão comum.

Mais ainda, o respaldo da sociedade, de uma maior quantidade de espectadores não especializados, está intimamente ligado às condições econômicas que podem permitir a este teatro continuar existindo, seja pela ação direta da bilheteria ou por justificar e encorajar o interesse de financiadores terceiros. A sustentabilidade financeira desta forma de produção também depende do efetivo relacionamento com o cidadão comum.

Estas duas últimas conclusões justificam a preocupação presente em nossa pesquisa e demonstram que a reflexão sobre o contato com o público não é um luxo e nem mesmo uma opção, mas sim uma necessidade de sobrevivência do teatro. Por isto, muito além desta dissertação, o que esperamos é que mais e mais pesquisadores, artistas, produtores e gestores tomem para si a responsabilidade de pensar e propor como o diálogo entre teatro e público pode acontecer.

Quando iniciamos esta pesquisa, chegamos a pensar que o fato dos espetáculos de teatro de grupo em São Paulo-SP cobrarem ingressos mais baratos do que outras atividades culturais e ainda se apresentarem em uma localização privilegiada, espalhados pelo centro e periferia da cidade, seria motivo suficiente para torná-lo uma preferência nos hábitos de lazer do paulistano. Porém, vimos que não podemos ignorar a força do fator humano de um dos elos de nossa análise: o espectador. Não nos referimos às condições de nossos espectadores, como as econômicas e educacionais, mas ao comportamento deste público.

Nossa análise destacou dois aspectos do público contemporâneo. Primeiramente, observamos uma lógica do hiperespetáculo, uma hipertrofia da ânsia por diversão, grandiosidade, prazer. Uma lógica hedonista e presentista que teria dificuldades em se harmonizar com a proposta íntima, experimental, política, de dimensões reduzidas do teatro

de grupo. No entanto, o valor que este mesmo público dá à experiência, ao momento único, à lembrança inesquecível, ao evento em que participa e interage ativamente, pode ser um elemento propício para ser explorado no próprio teatro de grupo, que tem na ação ao vivo, na interação direta, exclusiva e irreproduzível com seu espectador a natureza de sua atividade. Quem sabe, se for possível ao teatro de grupo transformar este potencial de experiência na percepção pública sobre suas produções, não surja um lugar mais favorável para ocupar em meio às preferências do público?

Porém, há outro componente que observamos no perfil do público contemporâneo, desta vez mostrando-se um desafio ainda maior para o teatro de grupo. Parece que nossos espectadores são pouco afeitos ao risco quando fazem suas escolhas em meio ao vasto cardápio cultural. O que vemos é uma clara procura por âncoras de segurança, que se manifestam no apego a celebridades, gêneros, narrativas e formatos conhecidos – quando possível, somando vários destes elementos. Algo pouco favorável aos modos de produção do teatro de grupo, que ou não tem condições ou nem mesmo se interessa por agregar estes elementos a seus espetáculos, sendo uma forma artística naturalmente experimental, em constante mutação e apoiada mais na coletividade do que na figura individual de seus artistas.

Mas se diagnosticamos certo perfil comportamental na figura do espectador, também o fizemos, ainda com mais minúcias, em relação ao lado dos artistas teatrais, procurando entender o significado das ações realizadas pelo teatro de grupo. Inicialmente, as formas de financiamento buscadas pela classe teatral provocam que o público não seja a maior das preocupações das produções teatrais. Sem um público que represente uma fonte financiadora, a procura mais urgente parece ser a de conquistar o interesse de bancas curadoras, programadores culturais e diretores de *marketing*, ao invés dos espectadores comuns. Uma situação bastante paradoxal que, ao procurar condições de realizar a atividade teatral, pode acentuar o afastamento entre ela e seu público.

Mas desconfiamos que nem sempre o contato com este espectador não especializado que tanto comentamos é realmente desejado pelo teatro de grupo. É legítimo criticar a postura dos próprios artistas teatrais quanto a este assunto e intuir uma concepção elitista de seu ofício. Recorrentemente, a explicação sobre o descompasso entre teatro e público é reduzida à incapacidade dos espectadores, insistindo em colocar a obra artística em um patamar superior. É importante que o teatro de grupo esteja aberto a fazer uma autocrítica sobre o resultado de suas produções, e também que seja desejoso deste espectador comum, propondo-se a investigar não só o que está dentro da cena, mas também como se conectar com quem está fora dela. Mesmo que isto faça com que tenha que se adaptar, se modificar, em nome de um

contato com alguém que ainda não lhe é fiel e ainda pouco lhe conhece. Pois o contentamento dos artistas em dialogar com os próprios pares, o fortalecimento de seu meio como uma comunidade fechada, não é coerente com a sustentabilidade de sua própria produção.

Se estamos em uma sociedade do espetáculo hipertrofiado, em que aparecer é fundamental, este excesso é combinado também com uma era do compartilhamento, na qual se comunicar, estar em todos os lugares, é igualmente fundamental. Assim, furar o círculo de especialistas do teatro, atrair o interesse de novos espectadores, mudar a percepção sobre o que é o evento teatral, depende em grande medida da capacidade de se comunicar com o público. Em outros termos, depende de estratégias para gerar demanda para o serviço que oferece a seus consumidores em potencial. Porém, se é perceptível que os artistas e produtores teatrais ainda pouco reconhecem e dominam as ferramentas de divulgação, é um fato que as condições econômicas vividas pelo teatro de grupo dificultam imensamente que ele consiga fazer frente ao potencial de *marketing* das produções de grandes espetáculos. É importante então que a sensibilidade sobre esta situação contamine não apenas artistas e produtores, mas também os responsáveis sobre nossas políticas culturais, enxergando que o simples financiamento de espetáculos não é suficiente se não acompanhado de estratégias para fazer com que tais produções sejam percebidas pelo público.

E o esforço em prol de ampliar o público teatral é justamente o que pouco encontramos – ao menos, com uma eficiência clara. É difícil imaginar esta responsabilidade sendo assumida por outro que não o Estado, mas se conseguimos encontrar registros de iniciativas estatais interessantes, elas padecem de falta de continuidade. O que temos de contínuo – e crescente – são as iniciativas de aulas de teatro para o público leigo, aproximando pessoas da linguagem e dos códigos teatrais. No entanto, a despeito das inúmeras importâncias que podemos enxergar em permitir que mais pessoas possam fazer teatro, não conseguimos encontrar aí uma relação direta para atrair mais pessoas para ver teatro. É, sim, uma ação de especializar indivíduos, mas não de conversar com não-especialistas. Não devemos confundir fazer teatro e ver teatro, pois as atividades que priorizam uma ou outra ação terão consequências e resultados distintos. E iniciativas com foco no ver teatro, na criação de estratégias que encorajem os espectadores a incluírem o teatro em seu tempo livre, no esforço para conquistar um público espontâneo e não especializado, são justamente aquelas que menos encontramos e de que mais precisamos.

Muitas descobertas foram se apresentando para nós a cada passo da pesquisa. Pensando nas hipóteses que fizemos com que iniciássemos nossa pesquisa, percebemos que, de fato, a distância do espectador não especializado em relação ao teatro de grupo possui

muito mais camadas do que apenas aquelas centradas em déficits socioeconômicos. Outras camadas, as quais optamos por investigar, tornam o problema muito mais complexo, envolvendo perfil comportamental do espectador contemporâneo, posicionamento dos artistas, mecanismos de financiamento à cultura, estratégias de divulgação e precisão das ditas iniciativas de formação de público.

Também percebemos que, por mais complexo ou desconfortável que o problema possa parecer, o teatro de grupo não pode esquivar-se de tentar travar contato com o público não especializado. Pois, artisticamente e financeiramente, ele é a única chave que se mostrou possível para nós como capaz de efetivar o teatro de grupo como um modo de produção realmente sustentável.

E ainda continuamos defendendo que o teatro de grupo deve abraçar seu lugar como entretenimento. Com a noção de que isto não significa a redução de sua qualidade ou desvio de suas propostas, mas sim um olhar paralelo. A noção de que, ao mesmo tempo em que um espetáculo teatral representa um processo de criação artística, ele representa também um momento no tempo livre de um espectador que não participou deste processo. Que, ao olhar e expectativas do artista em relação à sua obra, acrescentam-se o olhar e expectativas do público em relação ao seu lazer. Então, pensar sob a ótica do entretenimento significa compreender as maneiras e condições sob as quais sua atividade entra em contato com o público. Pois se podemos enxergar e até criticar a responsabilidade do público na aceitação ou não de algumas manifestações culturais, o artista pouco pode fazer sobre isso em um primeiro momento – a parte que lhe compete, que pode controlar, são suas próprias ações.

Se uma crítica que fazemos é que observamos menos reflexões, esforços e mobilizações sobre o contato com o público não especializado do que o teatro de grupo mereceria, ficamos muito satisfeitos ao empreender esta pesquisa. Satisfeitos por termos a oportunidade de registrar e documentar a atual situação do relacionamento entre teatro e público, coletando dados e testemunhos, e aplicando a eles nossas opiniões. Opiniões estas que muitos podem discordar, mas o que mais pretendemos não é encerrar a discussão, e sim colocá-la em evidência, provocando que outros opinem, articulem-se, movimentem-se. Não queremos que a escassez de material, inclusive acadêmico, dedicado ao público teatral seja suprida por nossa pesquisa, e sim por várias outras que procurem, do seu modo, contribuir para uma situação mais favorável para nossa arte teatral no futuro.

Quem sabe o quanto um direcionamento coletivo, uma preocupação generalizada, vários olhares voltados a um objetivo comum, poderá ser útil para encontrarmos soluções para nosso problema? Para começar, podemos tentar.

REFERÊNCIAS⁷

- AKEL, J. O teatro e a falta de público. **Folha de São Paulo**, São Paulo, 27 set. 2015. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/opinia0/2015/09/1686816-o-teatro-e-a-falta-de-publico.shtml>>. Acesso em: 21 jun. 2018.
- ALVES JR., D. Espaço Cia. da Revista pede socorro com boas atrações. **Veja São Paulo**, São Paulo, 25 abr. 2018. Disponível em: <<https://vejasp.abril.com.br/blog/dirceu-alves-jr/espaco-cia-da-revista-pede-socorro-com-boas-atracoes/>>. Acesso em: 21 jun. 2018.
- ALVES JR., D. Sites especializados em financiamento coletivo ajudam espaços culturais. **Veja São Paulo**, São Paulo, 18 jul. 2015. Disponível em: <<https://vejasp.abril.com.br/cultura-lazer/teatro-financiamento-coletivo-centros-culturais/>>. Acesso em: 21 jun. 2018.
- APETESP. Disponível em: <<http://apetesp.org.br/>>. Acesso em: 21 jun. 2018.
- ARAÚJO, A.; AZEVEDO, J. F.; TENDLAU, M. (Org.). **Próximo ato: teatro de grupo**. São Paulo: Itaú Cultural, 2011.
- ARISTÓTELES. **Arte Poética**. São Paulo: Martin Claret, 2003.
- ARISTÓTELES. **Ética a Nicômacos**. Brasília: Editora Universidade de Brasília, 1999.
- ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE EMPRESAS DE PESQUISA. **Critério Brasil 2015 e atualização da distribuição de classes para 2016**. São Paulo: ABEP, 2016. Disponível em: <<http://www.abep.org/criterio-brasil>>. Acesso em: 21 jun. 2018.
- BAPTISTA, M. M. Estudos culturais: o quê e o como da investigação. In: _____. (Ed.). **Cultura: metodologias e investigação**. Lisboa: Ver o Verso ed e Centro de Línguas da Universidade de Aveiro, 2009.
- BARKER, C. **Cultural studies – theory and practice**. Los Angeles/London: Sage, 3rd, 2008.
- BENHAMOU, F. **A economia da cultura**. São Paulo: Ateliê Editorial, 2007.
- BENJAMIN, W. **A obra de arte na época de sua reprodutibilidade técnica**. Porto Alegre: Zouk, 2012.
- BERGAMO, M. Número de usuários do Vale-Cultura cresce em ritmo menor em 2016. **Folha de São Paulo**, São Paulo, 5 nov. 2016. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/colunas/monicabergamo/2016/11/1829412-adesao-de-empresas-ao-vale-cultura-deve-crescer-em-ritmo-menor-em-2016.shtml>>. Acesso em: 21 jun. 2018.
- BERTHOLD, M. **História mundial do teatro**. São Paulo: Perspectiva, 2001.

⁷ De acordo com a Associação Brasileira de Normas Técnicas. NBR 6023 (2002).

BIDERMAN, I. Profissionais da dança protestam em SP contra cancelamento de edital. **Folha de São Paulo**, São Paulo, 13 mar. 2017. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/ilustrada/2017/03/1866178-profissionais-da-danca-protestam-em-sp-contr-cancelamento-de-edital.shtml>>. Acesso em: 21 jun. 2018.

BOTELHO, I.; FIORE, M. **O uso do tempo livre e as práticas culturais na região metropolitana de São Paulo**. Coimbra: CES, 2004. Disponível em: <http://www.ces.uc.pt/lab2004/pdfs/IsauraBotelho_MauricioFiore.pdf>. Acesso em: 21 jun. 2018.

BOURDIEU, P. **A economia das trocas simbólicas**. São Paulo: Perspectiva, 2007.

BRASIL. Lei nº 8.313, de 23 de dezembro de 1991. Restabelece princípios da Lei nº 7.505, de 2 de julho de 1986, institui o Programa Nacional de Apoio à Cultura (Pronac) e dá outras providências. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/L8313cons.htm>. Acesso em: 21 jun. 2018.

BRASIL, U. ‘O Rei Leão’ encerra temporada no Brasil com recorde de público. **O Estado de São Paulo**, São Paulo, 10 dez. 2014. Disponível em: <<http://cultura.estadao.com.br/noticias/teatro-danca,o-rei-leao-encerra-temporada-no-brasil-com-recorde-de-publico,1604420>>. Acesso em: 21 jun. 2018.

BRECHT, B. Pequeno organon para o teatro. In: _____. **Estudos sobre teatro**. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2005.

BROWN, A. **Extrato de “Construindo demanda para as artes do espetáculo**. São Paulo: SESC, 2013. Disponível em: <<http://centrodepesquisaeformacao.sescsp.org.br/issuu/NjI0NjgyOS84MjM0OTQw>>. Acesso em: 21 jun. 2018.

CABALLERO, I. D. Cenários expandidos. (Re)presentações, teatralidades e performatividades. **Revista Urdimento**, Florianópolis, v. 2, 2010.

CAESAR, G. São Paulo abriga 1/3 das salas de cinema do país. **G1**, São Paulo, 3 nov. 2017. Disponível em: <<https://g1.globo.com/pop-arte/cinema/noticia/sao-paulo-abriga-13-das-salas-de-cinema-do-pais.ghtml>>. Acesso em: 21 jun. 2018.

CANDIDO, A. O Direito à literatura. In: _____. **Vários escritos**. Rio de Janeiro: Ouro sobre azul, 2011.

CARASSO, J. G. Ação cultural, ação artística. Se há duas palavras... há duas coisas!. **Revista Sala Preta**, São Paulo, v. 12, p. 18-23, 2012.

CARNEIRO, L. M. **A experiência do espectador contemporâneo: memória, invenção e narrativa**. 2016. Tese (Doutorado em Teoria e Prática do Teatro) – Escola de Comunicações e Artes, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2016.

CASSETA & Planeta vai fundo. **Programa do dia 07/12/2012**. Rio de Janeiro: Rede Globo, 2012.

CASTRO, D. Crise econômica obriga brasileiro a bater recorde na frente da TV. **UOL**, São Paulo, 16 jan. 2017. Disponível em: <<http://noticiasdatv.uol.com.br/noticia/televisao/crise-economica-obriga-brasileiro-bater-recorde-na-frente-da-tv--13826>>. Acesso em: 21 jun. 2018.

CERIONI, C. Organização, experiência e grandes shows marcam Lollapalooza 2018. **Exame**, São Paulo, 26 mar. 2018. Disponível em: <<https://exame.abril.com.br/estilo-de-vida/com-artistas-de-peso-llollapalooza-conquista-espaco-no-mundo-dos-festivais/>>. Acesso em: 21 jun. 2018.

CILO, H.; RUBIN, R. Uma saída para os museus. **Istoé Dinheiro**, São Paulo, 5 jan. 2018. Disponível em: <<https://www.istoedinheiro.com.br/uma-saida-para-os-museus/>>. Acesso em: 21 jun. 2018.

CINEMARK. Disponível em: <<https://www.cinemark.com.br/>>. Acesso em: 21 jun. 2018.

CINÉPOLIS. Disponível em: <<http://www.cinepolis.com.br/>>. Acesso em: 21 jun. 2018.

D'ALAMA, L. Diretor atribui sucesso de musicais biográficos ao inconsciente coletivo. **UOL**, São Paulo, 14 abr. 2016. Disponível em: <<https://entretenimento.uol.com.br/noticias/redacao/2016/04/14/com-mamonas-e-rita-lee-de-volta-musicais-biograficos-ganham-forca.htm>>. Acesso em: 21 jun. 2018.

DEBORD, G. **A sociedade do espetáculo**. Rio de Janeiro: Contraponto Editora, 1997.

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

DESGRANGES, F. Mediação teatral: anotações sobre o projeto formação de público. **Revista Urdimento**, Florianópolis, v. 10, p. 75-83, 2008.

DUMAZEDIER, J. **Lazer e cultura popular**. São Paulo: Perspectiva, 2002.

EM CARTAZ. Revista da Secretaria Municipal de Cultura de São Paulo. Disponível em: <<https://issuu.com/emcartaz>>. Acesso em: 21 jun. 2018.

FÉRAL, J. **Além dos limites – teoria e prática do teatro**. São Paulo: Perspectiva, 2015.

FIORATTI, G. Teatro fracassou com público jovem, diz autor escocês; brasileiros discutem crise. **Folha de São Paulo**, São Paulo, 4 out. 2013. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/ilustrada/2013/10/1351317-teatro-fracassou-com-publico-jovem-diz-autor-escoces-brasileiros-discutem-crise.shtml>>. Acesso em: 21 jun. 2018.

FREIRE, V. **Do tobogã à poltroninha: há espectador?**. São Paulo, 2016. Não publicado.

FRIEDMANN, G. **7 estudos sobre o homem e a técnica**. São Paulo: Difusão Europeia do Livro, 1968.

FUNDAÇÃO PARA O DESENVOLVIMENTO DA EDUCAÇÃO. Disponível em: <<http://www.fde.sp.gov.br>>. Acesso em: 21 jun. 2018.

GADOTTI, M. **Concepção dialética da educação: um estudo introdutório**. São Paulo: Cortez, 2006.

GARCIA, S. **Odisséia do teatro brasileiro**. São Paulo: SENAC, 2002.

GARRAHAN, M. O crescimento sem fim das franquias nos filmes de Hollywood. **Folha de São Paulo**, São Paulo, 21 dez. 2014. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/ilustrissima/2014/12/1564580-o-crescimento-sem-fim-das-franquias-nos-filmes-de-hollywood.shtml>>. Acesso em: 21 jun. 2018.

GODOY, K. M. A. A arte no contexto da motricidade humana. **Revista MOTRIZ**, São Paulo, v. 5, p. 47-48, 1999. Disponível em: <http://www.rc.unesp.br/ib/efisica/motriz/05n1/5n1_ART13.pdf>. Acesso em: 21. Jun. 2018.

GOMES, C. A. M.; MELLO, M. L. (Org.). **Fomento ao teatro: 12 anos**. São Paulo: Secretaria Municipal de Cultura, 2014.

GONÇALVES, R. F. Spin-off, reboot, prequel... entenda a diferença dos termos. **365 Filmes**. Juiz de Fora, mai. 2017. Disponível em: <<http://www.blog.365filmes.com.br/2017/05/spin-off-reboot-sequel-prequel-remake-entenda-a-diferenca.html>>. Acesso em: 21 jun. 2018.

GROTOWSKI, J.; BARBA, E.; FLASZEN, L. **O teatro laboratório de Jerzy Grotowski 1959-1969**. São Paulo: Perspectiva; SESC; Pontedera, IT: Fondazione Pontedera Teatro, 2007.

GUIA DA FOLHA DE SÃO PAULO. Disponível em: <<http://guia.folha.uol.com.br>>. Acesso em: 21 jun. 2018.

GUIA OFF SÃO PAULO. Disponível em: <<https://issuu.com/guia-off/stacks/acf362660ef647c1a9550f611b50d761>>. Acesso em: 21 jun. 2018.

GUZIK, A. **TBC: crônica de um sonho**. São Paulo: Perspectiva, 1986.

HERMES e Renato. **Oficina de teatro bacanal**. São Paulo: MTV, [2013?].

HERMSDORFF, R. Conheça a ‘Sala Júnior’, experiência que combina cinema e mini parque de diversões para crianças. **Adoro Cinema**, São Paulo, 8 abr. 2018. Disponível em: <<http://www.adorocinema.com/noticias/filmes/noticia-139200/>>. Acesso em: 21 jun. 2018.

HOBERMAN, J. Then and now: Hollywood remakes as election-year players. **The New York Times**, Nova Iorque, 2016. Disponível em: <<https://www.nytimes.com/2016/10/05/movies/then-and-now-hollywood-remakes-as-election-year-players.html>>. Acesso em: 21 jun. 2018.

IBGE. Disponível em: <<https://www.ibge.gov.br/>>. Acesso em: 21 jun. 2018.

IBOPE INTELIGÊNCIA. **Pesquisa de opinião pública - viver em São Paulo – hábitos culturais**. São Paulo: IBOPE Inteligência, 2018. Disponível em: <https://www.nossasaopaulo.org.br/pesquisas/viver_em_sp_cultura_2018_completa.pdf>. Acesso em: 21 jun. 2018.

ITAÚ CINEMAS. Disponível em: <<http://www.itaucinemas.com.br>>. Acesso em: 21 jun. 2018.

JENKINS, H.; GREEN, J.; FORD, S. **Cultura da conexão**. São Paulo: Aleph, 2014.

KELLNER, D. **A cultura da mídia: estudos culturais, identidade e política entre o moderno e o pós-moderno**. Bauru: EDUSC, 2001.

KONDER, L. **O que é dialética**. São Paulo: Brasiliense, 2008.

KOTLER, P.; ARMSTRONG, G. **Princípios de Marketing**. São Paulo: Prentice Hall do Brasil, 2007.

KOTLER, P., KELLER, K. L. **Administração de marketing**. São Paulo: Pearson Education BR, 2006.

KOUDELA, I. **A ida ao teatro**. São Paulo: FDE, [2010?]. Disponível em: <<http://culturaecurriculo.fde.sp.gov.br/administracao/Anexos/Documentos/420090630140316A%20ida%20ao%20teatro.pdf>>. Acesso em: 21 jun. 2018.

LAGE, B. H. G.; MILONE, P. C. **Turismo: teoria e prática**. São Paulo: Atlas, 2000.

LEIVA, J. (Org.). **Cultura SP: hábitos culturais dos paulistas**. São Paulo: Tuva Editora, 2014.

LIMA, J. D.; LOPES, M. S.; RODRIGUEZ, R. P. (Coord.). **O estado do teatro em Portugal**. Chaves: Intervenção, 2010.

LIPOVETSKY, G.; SERROY, J. **A estetização do mundo – viver na era do capitalismo artista**. São Paulo: Cia. das Letras, 2014.

LOPES, M. S.; PEREIRA, J. D. L. (Coord.). **As fronteiras da animação sociocultural**. Chaves: Intervenção, 2011.

LOPES, M. S.; PEREIRA, J. D. L.; VIEITES, M. F. (Coord.). **Teatro e intervenção social**. Chaves: Intervenção, 2012.

MAGALDI, S.; VARGAS, M. T. **Cem anos de teatro em São Paulo**. São Paulo: SENAC, 2001.

MARINHO, M. ‘Falta cultura teatral em SP’, diz dramaturgo ganhador do prêmio Shell. **Folha de São Paulo**, São Paulo, 22 mar. 2014. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/saopaulo/2014/03/1428992-falta-cultura-teatral-em-sp-diz-dramaturgo-ganhador-do-premio-shell.shtml>>. Acesso em: 21 jun. 2018.

MARINHO, M. “O teatro é consequência do baixo nível de educação do brasileiro”. **Cult**, São Paulo, mai. 2013.

MARTEL, F. **Mainstream – a guerra global das mídias e das culturas**. São Paulo: Civilização Brasileira, 2012.

MENDES, L. Exposições pop atraem visitantes que não frequentavam museus de SP. **G1**, São Paulo, 8 ago. 2014. Disponível em: <<http://g1.globo.com/pop-arte/noticia/2014/08/exposicoes-pop-atraem-visitantes-que-nao-frequentavam-museus-de-sp.html>>. Acesso em: 21 jun. 2018.

MENON, I. Pessoas calçam sapatos de outras em exposição que promove a empatia. **Folha de São Paulo**, São Paulo, 20 nov. 2017. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/ilustrada/2017/11/1936746-pessoas-calcam-sapatos-de-outras-em-exposicao-que-promove-a-empatia.shtml>>. Acesso em: 21 jun. 2018.

MIRANDA, D. S. **Cultura global e cosmopolitismo estético**. São Paulo: SESC, 2016. Disponível em: <https://www.sescsp.org.br/pt/sobre-o-sesc/palavras-do-diretor/192_CULTURA+GLOBAL+E+COSMOPOLITISMO+ESTETICO#texto>. Acesso em: 21 jun. 2018.

MORIN, E. **Cultura de massas no século XX: neurose**. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1997.

NICOLESCU, B. **O manifesto da transdisciplinaridade**. São Paulo: Triom, 1999.

NISBET, R. A. Comunidade. In: FORACCHI, M. M.; MARTINS, J. S. (Orgs.). **Sociologia e sociedade. Leituras e introdução à sociologia**. São Paulo: LTC, 1977.

OLIVEIRA, I. M. G. **O especialista e o espectador**. Curitiba: Editora Prismas, 2016.

PAVIS, P. **Dicionário de Teatro**. São Paulo: Perspectiva, 2008.

PINHO, D. B. **A arte como investimento. A dimensão econômica da pintura**. São Paulo: Nobel: Editora da Universidade de São Paulo, 1988.

PLAYARTE. Disponível em: <<http://playartecinemas.com.br>>. Acesso em: 21 jun. 2018.

PROAC SP: incentivo à cultura do estado de São Paulo. Disponível em: <<http://www.proac.sp.gov.br>>. Acesso em: 21 jun. 2018.

PUPPO, M. L. S. B. Luzes sobre o espectador: artistas e docentes em ação. **Revista Brasileira de Estudos da Presença**, Porto Alegre, v. 5, p. 330-355, 2015.

RANCIÈRE, J. **O espectador emancipado**. São Paulo: Martins Fontes, 2014.

REIS, A. C. F. **Marketing cultural e financiamento da cultura**. São Paulo: Cengage Learning, 2002.

REIS, V. Protesto contra congelamento de Dória na cultura tem geladeiras, música e intervenções artísticas. **G1**, São Paulo, 27 mar. 2017. Disponível em: <<http://g1.globo.com/sao-paulo/noticia/movimentos-artisticos-e-sociais-protestam-em-sp-contras-cortes-de-doria-na-cultura.ghtml>>. Acesso em: 21 jun. 2018.

ROCHA, C.; TONGLET, A. #museupop. **Nexo**, São Paulo, 23 mar. 2016. Disponível em: <<http://meca.love/post/o-novo-museu-e-pop-imersivo-interativo-e-amigo-das-selfies>>. Acesso em: 21 jun. 2018.

RODRIGUES, P. Teatro: especulação imobiliária x cena independente. **Carta Capital**, 27 fev. 2014. Disponível em: <<http://www.cartacapital.com.br/cultura/pequenos-teatros-sofrem-com-iptu-e-esperam-receber-novos-incentivos-8350.html>>. Acesso em: 21 jun. 2018.

ROSENFELD, A. **O teatro épico**. São Paulo: Perspectiva, 2004.

SANTIAGO, S. **Vale quanto pesa**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1982.

SÃO PAULO (MUNICÍPIO). Edital nº 06/2016/SMC-NFC: Programa municipal de fomento ao teatro para a cidade de São Paulo – 29ª edição. Disponível em: <<https://fomentoateatro.files.wordpress.com/2014/08/edital-29c2b0-fomento-ao-teatro2016.pdf>>. Acesso em: 21 jun. 2018.

SECRETARIA MUNICIPAL DE CULTURA. Secretaria Municipal de Cultura promove campanha que estimula o acesso do público aos teatros com ingressos a partir de R\$ 5. **Secretaria Municipal de Cultura**, São Paulo, 30 abr. 2018. Disponível em: <<http://www.prefeitura.sp.gov.br/cidade/secretarias/cultura/noticias/?p=23174>>. Acesso em: 21 jun. 2018.

SECRETARIA MUNICIPAL DE CULTURA. Programa vocacional. **Secretaria Municipal de Cultura**, São Paulo, 22 abr. 2015. Disponível em: <<http://www.prefeitura.sp.gov.br/cidade/secretarias/cultura/dec/formacao/vocacional/index.php?p=7548>>. Acesso em: 21 jun. 2018.

SECRETARIA MUNICIPAL DE EDUCAÇÃO. 31ª edição do Recreio nas Férias. **Secretaria Municipal de Educação**, São Paulo, 29 jun. 2016. Disponível em: <<http://portal.sme.prefeitura.sp.gov.br/Main/Noticia/Visualizar/PortalSMESP/31-edicao-do-Recreio-nas-Ferias>>. Acesso em: 21 jun. 2018.

SESC. **Públicos de Cultura**. 2013. Disponível em: <<http://www.sesc.com.br/portal/site/publicosdecultura>>. Acesso em: 21 jun. 2018.

SIMÕES, I. **Salas de cinema em São Paulo**. São Paulo: Secretaria Municipal de Cultura, 1990.

SINGER, S. Vá ao teatro, mas não me chame. **Folha de São Paulo**, São Paulo, 21 ago. 2011. Disponível em: <<https://www1.folha.uol.com.br/fsp/ombudsma/om2108201101.htm>>. Acesso em: 21 jun. 2018.

SP NOTÍCIAS. Museus de SP participam nesta quarta do #Museum Selfie Day. **Portal do Governo do Estado de São Paulo**, São Paulo, 17 jan. 2018. Disponível em: <<http://www.saopaulo.sp.gov.br/spnoticias/ultimas-noticias/museus-de-sp-participam-nesta-quarta-do-museum-selfie-day/>>. Acesso em: 21 jun. 2018.

SP NOTÍCIAS. Secretaria da Cultura comemora novo recorde de público em seus museus. **Portal do Governo do Estado de São Paulo**, São Paulo, 30 jan. 2015. Disponível em: <<http://www.saopaulo.sp.gov.br/sala-de-imprensa/release/secretaria-da-cultura-comemora-novo-recorde-de-publico-em-seus-museus/>>. Acesso em: 21 jun. 2018.

SZONDI, P. **Teoria do drama moderno**. São Paulo: Cosac Naify, 2011.

TÁ no ar: a tv na tv. **Programa do dia 29/05/2014**. Rio de Janeiro: Rede Globo, 2014.

TAIRA, C. Campanha Vá ao Teatro tem peças por R\$ 5. **Veja São Paulo**, São Paulo, 5 dez. 2010. Disponível em: <<https://vejasp.abril.com.br/cidades/campanha-va-ao-teatro/>>. Acesso em: 21 jun. 2018.

TORRES NETO, W. L. O direito ao teatro. **Revista Sala Preta**, São Paulo, v. 12, p. 149-159, 2012. Disponível em: <<http://www.revistas.usp.br/salapreta/article/view/57554/60601>>. Acesso em: 21 jun. 2018.

TRIAU, C. L'illusion ludique. **Théâtre/Public**, Flers Cedex, v. 194, 2009.

TRIGO, L. **A grande feira: uma reação ao vale-tudo na arte contemporânea**. Rio de Janeiro: Record, 2009.

TRIGO, L. G. G. **Entretenimento: uma crítica aberta**. São Paulo: Senac São Paulo, 2003.

UCI. Disponível em: <<https://www.ucicinemas.com.br/>>. Acesso em: 21 jun. 2018.

VERSALIC: portal de visualização do sistema de apoio às leis de incentivo à cultura. Disponível em: <<http://versalic.cultura.gov.br>>. Acesso em: 21 jun. 2018.

WATTERSON, B. **O mundo é mágico: as aventuras de Calvin & Haroldo**. São Paulo: Conrad Editora do Brasil, 2007.

WILLIAMS, R. A cultura é de todos (Culture is Ordinary), tradução de Culture is ordinary. In: _____. **Resources of hope**. London: Verso, 1989.

WOLF, L. Teatros de rua em SP são ameaçados pela alta dos aluguéis e podem fechar. **Folha de São Paulo**, São Paulo, 17 out. 2014. Disponível em: <<http://guia.folha.uol.com.br/teatro/2014/10/1533456-teatros-de-rua-em-sp-sao-ameacados-pela-alta-dos-alugueis-e-podem-fechar.shtml>>. Acesso em: 21 jun. 2018.

YASSUDA, S. Experiências que combinam comida e entretenimento se popularizam. **Veja São Paulo**, São Paulo, 10 set. 2016. Disponível em: <<https://vejasp.abril.com.br/cultura-lazer/experiencias-gastronomicas-inusitadas/>>. Acesso em: 21 jun. 2018.

ZORRA. **Programa do dia 21/04/2018**. Rio de Janeiro: Rede Globo, 2018.