

Rotas do teatro musical: West End, Broadway e o Brasil da Lei Rouanet¹

Musical theatre routes – West End, Broadway and the Brazil of Lei Rouanet

Bernardo Fonseca Machado²
Universidade Estadual de Campinas – UNICAMP, Campinas/SP, Brasil
E-mail: bernardofmachado@gmail.com

Gustavo Guenzburger³
Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro – UNIRIO, Rio de Janeiro/RJ, Brasil
E-mail: gustavo.gruta@gmail.com

O teatro musical no Brasil sofreu uma mudança radical com a aproximação do século XXI, quando contextos locais e estrangeiros favoreceram a criação de novas rotas transnacionais para o comércio de musicais. Neste artigo analisamos os processos que levaram à recente recomposição do teatro musical no Brasil, que basicamente ocorreu em termos transnacionais. Na primeira parte, apresentamos o surgimento de “tecnopolíticas” que permitem à Inglaterra e aos Estados Unidos exportarem espetáculos, modelos e modos de produção da Broadway e do West End. Na segunda parte, discutimos contradições na importação e adaptação destas fórmulas para o Brasil, um processo viabilizado pela criação de uma legislação específica de fomento à cultura, a Lei Rouanet.

Musical theatre in Brazil underwent a radical change with the approach of the twenty-first century, when local and foreign contexts favored the creation of new transnational routes for the commerce of musicals. In this text, we analyze the processes that led to the recent renaissance of musical theatre in Brazil, which basically happened in transnational terms. In the first section, we present the emergence of theatrical ‘technopolitics’ that enable the UK and the USA to export Broadway and West End shows, models and modes of production. In the second section, we discuss the contradictions on the importation and adaptation of such formulae to Brazil, a process made possible by the creation of a specific legislation for culture funding, the Rouanet Law (Lei Rouanet).

Palavras-chave

Teatro musical. Política cultural. Musicais transnacionais, Brasil, EUA, Reino Unido

Keywords

musical theatre, cultural policies, transnational musicals, Brazil, USA, UK

1 O presente artigo é a versão em português, com ligeiras alterações, do texto encomendado por Christopher Balme e Nic Leonhardt para o livro organizado por eles, *Developing Theatre: Institutions, Networks, Experts*, a ser publicado em 2023 no Reino Unido pela editora UCL Press.

2 Bernardo Fonseca Machado é pesquisador do Departamento de Antropologia do IFCH/UNICAMP. Esta pesquisa foi financiada pela Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de São Paulo, (FAPESP, número do processo 2019/08713-2).

3 Gustavo Guenzburger é pesquisador do Programa de Pós-graduação em Artes Cênicas da UNIRIO - PPGAC/UNIRIO, com bolsa Pós-doutorado Sênior da Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado do Rio de Janeiro - FAPERJ.

O Brasil tem uma tradição no teatro musical que remonta à segunda metade do século XIX, quando um ciclo frenético de crescimento e modernização conectou a cidade do Rio de Janeiro às rotas do mercado teatral global. Nesse começo, a constante presença de companhias portuguesas, francesas e espanholas em turnês facilitou na cidade o desenvolvimento de uma grande indústria local do entretenimento cômico-musical (WERNECK; REIS, 2012). Através do humor e da música, espetáculos que iam desde variedades circenses a operetas ajudavam os espectadores a compreender as novidades do mundo e o crescimento desenfreado da sua própria cidade (SÜSSEKIND, 1986).

Na virada para o século XX, os espetáculos na praça Tiradentes da capital já atraíam multidões todos os dias às bilheterias, sustentando uma cadeia produtiva de artistas, técnicos, e até um cartel de empresários-investidores que agiam de maneira organizada, profissional e lucrativa, definindo detalhes como preços de ingressos e salários máximos a serem pagos às estrelas contratadas (MENCARELLI, 2003).

Em São Paulo, embora em menor escala do que no Rio, o teatro de diversão também propiciou o nascimento de uma cultura massificada, em um processo que antecedeu e acompanhou o surgimento do rádio e do disco (BESSA, 2012). Durante boa parte do século XX, o gênero do teatro de revista foi o principal responsável por criar e manter um meio profissional e especializado para o teatro cômico-musical no Brasil. Aos poucos, a estética e os artistas da revista foram sendo absorvidos por novos veículos como o rádio, a televisão e o cinema, em um processo que marcou a decadência da revista musical até sua extinção na década de 1970 (REIS; MARQUES, 2012).

Desde antes disso, o teatro brasileiro “falado” (e não-musicado) vinha passando por um longo processo de modernização que envolvia ramos mais elitizados de plateias e propostas artísticas. No final da década de 1930, grupos amadores formados por jovens intelectuais inauguram uma nova legitimação modernista para o teatro brasileiro. Esse teatro, que rejeita modos “populares” de produção, se baseava na montagem de um texto dramático de valor literário. Na década de 1950, esse teatro começa a se profissionalizar, especialmente em São Paulo, onde companhias importam textos e diretores europeus, estabelecendo novos padrões de produção, consumo e estética para o teatro brasileiro, mais afinados ao gosto das elites internacionais (BRANDÃO, 2002;

PONTES, 2010).

Com a demanda crescente por formas teatrais consideradas “mais artísticas” e a migração das formas populares de entretenimento para novos meios tecnológicos, a música virou um componente intermitente na cena de São Paulo e Rio de Janeiro. Durante boa parte da segunda metade do século XX, essas cidades viam apenas montagens locais e esporádicas de peças da Broadway (MACHADO, 2020; 2022) e, nos anos 1960, o surgimento de uma linhagem brasileira e despojada de musicais de temas políticos (MARQUES, 2014). Apesar de perdurar por todo o período militar, esses espetáculos com influência de Bertolt Brecht tampouco chegaram a estabelecer uma tradição ou um sistema de produção constante para a cena musical brasileira.

Mas essa tendência de rarefação musical do teatro no Brasil sofreu uma mudança radical com a aproximação do século XXI, quando contextos locais e estrangeiros favoreceram a criação de novas rotas transnacionais para o comércio do teatro musicado. Os fatores de influência têm múltiplas origens, desde Londres a Nova York, passando por São Paulo e Rio de Janeiro.

Neste artigo, nós analisamos os processos que levaram à recente recomposição do teatro musical no Brasil, que basicamente ocorreu em termos transnacionais. Na primeira parte, apresentamos o surgimento de “tecnopolíticas” que permitem à Inglaterra e aos Estados Unidos exportarem espetáculos, modelos e modos de produção da Broadway e do West End. Na segunda parte, discutimos contradições na importação e adaptação destas fórmulas para o Brasil, um processo viabilizado pela criação de uma legislação específica de fomento à cultura, a Lei Rouanet.

Tecnopolítica musical⁴

Até os anos 1980, a ideia de um modelo industrial para a produção e distribuição de musicais ainda não estava estabelecida. Na década seguinte, alguns agentes importantes deste campo, como An-

4 O termo tecnopolítica é usado neste artigo com seu sentido expandido para realidades culturais, como proposto por Christopher Balme em *Theatrical Institutions in Motion* (2017). No caso específico do teatro musical do fim do século XX, tecnopolítica diz respeito às estratégias e assimetrias de poder na transferência de expertise cultural para países em desenvolvimento durante a globalização neoliberal.

drew Lloyd Webber, ainda continuavam se opondo a ela:

Os musicais não são produzidos por fórmula. Existem empresas de grande porte que agora chegam ao teatro, seja pela exploração de propriedades comprovadas em outros campos, seja por considerar o teatro simplesmente como um negócio, mas estes caras não entendem realmente do que se trata (MORLEY; LEON, 1998, p. 9, tradução nossa).

Webber nasceu em Londres, em 1948, filho de um músico e uma professora de piano. Nos anos 1970 e 1980, ele se tornou conhecido por espetáculos de sucesso no Reino Unido, mas também em outros países, acumulando títulos como *Jesus Christ Superstar* [1970], *Evita* [1978], *Cats* [1981] e *The Phantom of the Opera* [1986]. Ao invés de assumir ou negar a veracidade do que o compositor defende, interessa entender o motivo pelo qual ele considera pertinente afirmar a inexistência de uma “fórmula”. No final dos anos 1980 e início dos anos 1990, a maneira de produzir grandes espetáculos musicais se alterou, revelando a construção de uma tecnologia particular que permitiu a expansão de peças por todo o globo e atraiu, como declara Webber, o interesse de grandes corporações.

Para compreender o trânsito desses grandes musicais pelo globo – e que têm origem no Reino Unido e em Nova York – vale retomar a trajetória do produtor Cameron Mackintosh. Suas ações foram centrais no desenho das estratégias que permitiram espetáculos como *Cats*, *Les Misérables*, e outros, ampliarem seu escopo e serem apresentados – seguindo exatamente a montagem original – em dezenas de cidades e países.

Nascido em 1946, Mackintosh é filho de Ian, um trompetista de jazz, e Diana, uma dona de casa de Malta. Aos 17 anos, em 1964, sem conseguir as notas necessárias para entrar nas universidades que ofereciam graduação em teatro – Manchester e Bristol – o rapaz ingressou no curso de *stage-management*⁵ no *Central School of Speech and Drama*. Uma vez formado, trabalhou nos bastidores de teatros londrinos como *stage manager* (MORLEY; LEON, 1998).

Para pagar as contas, Mackintosh passou a atuar como *touring manager*, especialista em levar espetáculos recém-saídos do distrito teatral de Londres – West End – para o interior do Reino Unido, em

5 Direção de palco - no sentido técnico e não artístico.

teatros regionais. Nessa época, no início dos anos 1970, ele se familiarizava com as estratégias do negócio: quais teatros eram adequados para cada tipo de espetáculo, quais facilitavam o retorno financeiro, quais tinham boa infraestrutura etc.

Em 1976, Mackintosh decidiu montar o musical *Side by Side with Sondheim* – um compilado de canções do compositor americano Stephen Sondheim – em terras britânicas. A produção obteve sucesso e garantiu lucro ao longo de dois anos em cartaz, resultando em considerável respeito ao produtor (MORLEY; LEON, 1998). O reconhecimento se materializou num convite para produzir a cerimônia da prestigiosa premiação da *Society of West End Theatre*. No ano seguinte, 1977, foi a vez da produção de *Oliver!* – musical com letra e música de Lionel Bart baseado no romance de Charles Dickens. Com familiaridade em realizar espetáculos fora de Londres, Mackintosh considerou pertinente escolher uma outra cidade para a estreia: Leicester, localizada a 159 km a noroeste da capital. Na época, era incomum que as peças no interior recebessem produções de grande porte com figurino, cenário e artistas da capital. A decisão se mostrou acertada e o espetáculo passou a circular pelo interior do país obtendo sucesso de público. A estreia em West End, no ano seguinte, já era esperada e a aclamação garantiu dois anos e meio em cartaz para o espetáculo.

Essa também foi uma época em que os teatros regionais do Reino Unido estavam passando por uma revitalização usando recursos governamentais na administração de James Callaghan (1976-1979). O então diretor de finanças do *Arts Council* – agência britânica para o desenvolvimento criativo e cultural –, Tony Fields⁶, propôs que Mackintosh montasse espetáculos grandiosos para promover os novos edifícios (MORLEY; LEON, 1998). Após negociações, escolheram produzir o musical *My Fair Lady*, obra de Alan Jay Lerner adaptada de *Pygmalion* de Bernard Shaw. A montagem viajou por dezenas de cidades e agradou os britânicos. Em 1979, o Arts Council desejou repetir o feito, e Cameron produziu o clássico americano *Oklahoma!*, de Rodgers & Hammerstein, novamente com os recursos públicos britânicos.

Na virada da década, em 1980, Mackintosh,

6 Formado como ator, passou a trabalhar no Arts Council em 1957 e conseguiu ampliar os recursos do departamento de £1 milhão para £300 milhões ao longo dos 28 anos em que ficou na cadeira. Informações obtidas em <https://www.ispa.org/news/168252/Remembering-Tony-Fields.htm>. Acesso em 01/07/2022.

com 34 anos, lograva de prestígio – como poucos produtores. Ele então recebeu um telefonema do compositor Andrew Lloyd Webber – que desfrutava de sucessos como *Jesus Cristo Superstar* [1971] e *Evita* [1978]. A proposta envolvia um novo projeto de adaptação do poema de T.S. Elliot, *Old Possum's Book of Pratical Cats*, de 1939, para os palcos. Desprovido de enredo elaborado, a peça se chamaria *Cats* e consistia em um apanhado de músicas e coreografias.

Já experiente, Mackintosh elaborou uma estratégia de merchandising. Segundo suas definições, a identidade visual do espetáculo deveria ser imediatamente identificável e sintética: um logotipo que poderia ser usado em todo tipo de produto – do cartaz até uma camiseta –, em qualquer lugar do mundo. No caso de *Cats*, a equipe contratou uma agência de propaganda – a prestigiosa Dewynters – que desenhou os olhos felinos com dançarinos nas pupilas (MORLEY; LEON, 1998). Garantido o sucesso após a estreia, a produção passou a oferecer no lobby do teatro a venda de crachás, bonés de beisebol, chaves, camisetas, canecas e relógios e a gravação das músicas do espetáculo. Em todos os produtos, estavam impressos os já conhecidos olhos de gato.

Feita a estreia em Londres, o objetivo era ganhar o público americano. Musicais britânicos já haviam sido vendidos para a Broadway em décadas anteriores, mas, nesses casos, dramaturgos e compositores vendiam os direitos de uso do texto e das canções para produtores estrangeiros, permitindo aos compradores o controle da montagem dos espetáculos – a direção, a coreografia, a seleção de elenco, o figurino, o cenário e afins – cabendo também ao produtor local arcar com os custos e os riscos da empreitada. No caso de *Cats*, a produtora *Shubert Organization* [a ser apresentada adiante] decidiu não apenas pagar o valor dos direitos, mas solicitou à produção britânica reproduzir integralmente a encenação londrina em Nova York (MORLEY; LEON, 1998). O sucesso foi rápido, com longas filas de espera para o público.

Em pouco tempo, produtores de outros países – como Japão, Hungria, Áustria, Canadá, Austrália, Noruega e Finlândia – começaram a demonstrar interesse para comprar o espetáculo. Nas palavras de Mackintosh, a partir de *Cats*, produtores de teatro de outros países não queriam realizar uma versão ou montagem da peça, “eles pediam pelo original” (GAPPER, 2015). Mackintosh declara que “costumeiramente você mandaria o roteiro e, se eles pagassem £3000 você daria a eles os planos do cená-

rio e eles criariam a própria versão. Mas dessa vez eles diziam: ‘Nós queremos fazer *Cats* em Viena, ou *Cats* na Dinamarca, mas queremos a *sua* produção’ ” (GAPPER, 2015). Embora a demanda por produções fac-símile seja uma prática antiga – como a comédia musical do final da era vitoriana e eduardiana (DAVIS, 2000) – Mackintosh considerava suas produções como algo novo e extraordinário. O que parecia entusiasmar o público estrangeiro residia justamente na promessa de o espetáculo ser exatamente o mesmo em forma, conteúdo e execução que os originais londrinos.

Para atender a essa demanda e garantir a qualidade do produto, a equipe de Mackintosh instalou escritórios na América e na Ásia, mantendo Londres como a sede responsável por assegurar a liderança da marca (MORLEY; LEON, 1998). Além disso, o produtor inovou, passando a treinar equipes de diretores e coreógrafos residentes em outros países, encarregando-os de remontar as produções originais e manter a qualidade das peças em territórios estrangeiros.

Nos anos seguintes, Mackintosh aprimorou e aplicou as mesmas estratégias de marketing em outros três espetáculos: *Les Misérables* [1985], *O Fantasma da Ópera* [1986] e *Miss Saigon* [1989]. Com eles, o produtor formou uma cartela de musicais que poderiam ser vendidos em vários cantos do mundo. As estratégias tecnopolíticas elaboradas pelo produtor, forjadas em seus anos de estrada no reino britânico e em parte financiadas pelo governo local – considerando os incentivos do Arts Council –, lhe permitiram aterrissar com suas produções em território estadunidense em condições competitivas num mercado que havia passado anos em dificuldade.

Em Nova York, as condições de produção teatral eram difíceis. Durante as décadas de 1970 e 1980, o chamado “distrito teatral” fechou as portas de muitos palcos que passaram a receber espetáculos de sexo explícito (MACHADO, 2020). Edifícios da região foram ocupados por livrarias pornográficas, *sex shops*, casas de massagem e cinemas pornô.

Diversos fatores podem ser listados para a compreensão daquele cenário: o embargo de petróleo em 1973, a competição internacional crescente, a desvalorização do dólar, a crise fiscal nova-iorquina, a ampliação de déficits orçamentários e a falência do município. Como resultado, investidores deixaram de apoiar financeiramente as peças, o que levou à interrupção de várias produções teatrais (STEMPEL, 2010). Na década de 1980, a média de

espetáculos caiu vertiginosamente e as estreias da Broadway atingiram números mais baixos comparados aos anos anteriores.

Diante do cenário, agentes públicos e privados passaram a elaborar estratégias para solucionar os problemas econômicos, sociais e políticos que impactavam a cidade. Após duas propostas de reforma urbanas fracassadas (SAGALYN, 2001; MACHADO, 2022), uma terceira alinhou interesses do município, do estado, do mercado privado e do setor teatral. A agenda era voltada para o entretenimento e o turismo, visando apresentar Nova York como uma metrópole multicultural. Para isso, entidades sem fins lucrativos e organizações privadas promoveram as reformas almejadas. Por exemplo, em 1990 formou-se o *Times Square Business Improvement District* (BID), uma parceria público-privada na qual proprietários de terrenos e empresários decidem contribuir para a manutenção, o desenvolvimento e a promoção de um distrito comercial (SAGALYN, 2001).

Em paralelo a essa reforma urbana, o modelo de investimento em espetáculos da Broadway sofreu uma transformação nos anos 1980: a queda na relevância de pequenos investidores independentes e a ascensão das grandes corporações (ADLER, 2004). Uma das grandes produtoras do momento era a Shubert Organization. Criada em 1900 pelos irmãos Sam [1876-1905], Lee [1875-1953] e Jacob J. [1880-1963] a organização é a mais velha companhia profissional de teatro dos Estados Unidos (LEONHARDT, 2018). Através de uma manobra fiscal que envolvia o registro das entradas financeiras em nome de sua fundação, a empresa conseguiu superar as difíceis décadas de 1970 e 1980 e se tornou uma das principais produtoras da cidade, possuindo 17 edifícios de teatro e o capital para investir em novos espetáculos.

Em 1982, a Shubert Organization viu uma oportunidade de negócios: ao pagar os direitos autorais de um espetáculo inglês que já estava pronto, ela poderia economizar com o processo produtivo e reduzir os riscos de, ao final de um processo longo, obter um musical que poderia fracassar. Comprando *Cats* de Mackintosh, a companhia ganhava tempo, economizava recursos e garantia um certo “prestígio” britânico em palcos estadunidenses. Essa decisão se mostrou acertada – dado o sucesso do musical – e impactou o modelo de produção teatral dos anos seguintes.

A tecnopolítica desenhada por Mackintosh passou a servir de estímulo competitivo para outros importantes atores no mercado, como o conglome-

rado Disney. A companhia vinha de um crescimento de receita na última década, de US\$1,46 bilhões em 1984, para \$5,76 bilhões em 1990, e um lucro que saltara de \$97,8 milhões para \$824 milhões (SAGALYN, 2001). Para diversificar suas estratégias e conseguir garantir crescimento no decênio seguinte, a empresa decidiu que o mercado do teatro poderia lhe oferecer rendimentos. A montagem de *a Bela e a Fera* no Palace Theatre, em 1994, inaugurou essa nova etapa para a empresa. Com orçamento de US\$15 milhões, laureou-se como o mais caro musical da Broadway. Os US\$ 6 milhões despendidos em publicidade garantiram que *A Bela e a Fera* batesse o recorde de vendas de ingressos em um único dia, atingindo a marca de US\$ 1.296.772,00 – ultrapassando *O Fantasma da Ópera* [1988] em mais de US\$ 350.000,00 (NELSON, 1995).

Ao lograr tal sucesso na Broadway, a Disney vislumbrou novos palcos para as suas produções e considerou apropriado criar um segmento dentro da empresa: a divisão teatral, autorizada a planejar e a executar as empreitadas futuras.

Em poucos anos, as estratégias de produção de Cameron Mackintosh passaram a servir de referência para a expansão de grandes espetáculos musicais. A própria reforma urbana redesenhou o espaço de Nova York para receber e exportar peças da Broadway para outras cidades. As grandes produtoras americanas também passaram a ver nessas estratégias uma maneira de otimizar a expansão de seus espetáculos e seu lucro (MACHADO, 2022).

No Brasil, essa nova tecnopolítica encontrou terreno particularmente fértil para prosperar, especialmente em São Paulo e no Rio de Janeiro.

Uma lei para a cultura

A explosão do teatro musical no Brasil das últimas décadas é um processo que, apesar de envolver a retomada de algumas tradições nacionais, se baseia principalmente na importação e na adaptação de procedimentos artísticos e institucionais usados no estrangeiro. Tal processo não se deu de maneira premeditada e nem pode ser compreendido fora do contexto que gerou a criação de uma lei federal de incentivos fiscais para a cultura, a chamada Lei Rouanet.

Desde os anos 1970, as grandes cidades brasileiras, Rio de Janeiro e São Paulo, possuíam um mercado estável de teatro de arte, viabilizado pela fama que suas estrelas adquiriam ao atuar em

novelas na televisão⁷. Na década de 1980, aquele mercado de teatro realista, baseado na bilheteria, começa a entrar em decadência ao ter que competir com a universalização da própria televisão, que antes o ajudava (GUENZBURGER, 2020). No momento em que a telenovela captura boa parte do público consumidor de dramaturgia realista, o teatro gera estéticas alternativas e autorreferentes, usando elementos da própria tradição cênica brasileira mas também de novas linguagens da arte contemporânea, como a dança-teatro e a *performance-art* (GUENZBURGER, 2019).

À procura de novos mercados independentes da bilheteria, essa cena das novas linguagens se voltava para o patrocínio de empresas privadas que se interessavam em conectar suas marcas a uma imagem de inovação. Nas últimas décadas do século XX, o patrocínio à cultura passa a ser uma realidade que cresce junto com novos ramos de teatro experimental e uma espécie de renascimento do musical.

De início, o novo musical brasileiro que começava a surgir nos anos 1980 não repetia a antiga tradição brasileira do entretenimento massivo baseado na bilheteria. Em lugar disso, o gênero reformava-se para os novos modos de produção do teatro de arte, transformando-se em um bem cultural a ser apreciado artisticamente, patrocinado por empresas e fomentado pelo governo (MACHADO, 2013). Nessa busca por uma justificativa artística, o teatro musical resgatava a memória cultural brasileira, abordando temas, músicas, cantores, autores e textos da tradição popular dos séculos XIX e XX.

Ainda não havia políticas públicas sistemáticas de fomento cultural no país. Leis de incentivo foram criadas nessa época justamente no intuito de viabilizar tanto os novos mercados das experiências artísticas quanto a preservação da memória e patrimônios culturais, não apenas no teatro, mas em todas as áreas da cultura. Entretanto, o contexto do período pós-ditadura atrelou a gênese dessa legislação cultural ao embate de duas forças contraditórias: a urgência de uma política sistemática para a cultura e o receio de um possível dirigismo governamental. Nos anos 1980, o ideal neoliberal de Estado mínimo se fortalecia mundialmente e mais ainda no Brasil,

onde até mesmo setores de esquerda tinham a intromissão cultural do Estado após 21 anos de uma ditadura fascista fortemente marcada pela censura (MICHALSKI, 1985). Além disso, a crise econômica, a hiperinflação e a dívida externa galopantes amarravam as possibilidades de investimento estatal em qualquer área.

Esse contexto paradoxal onde a premência pela criação e sistematização de políticas culturais se choca com o desprestígio de um Estado autoritário e falido está na origem da especificidade e ambiguidade da legislação cultural brasileira. A solução que os governos brasileiros dos anos 1980 e 1990 escolheram para o dilema do financiamento à cultura foi a criação de legislações de incentivo governamental indireto. Inspirado na legislação estadunidense de incentivo a doações filantrópicas, esse tipo de incentivo se dá pelo desconto de imposto aos patrocinadores das artes e da cultura, visando facilitar o investimento de recursos da sociedade civil no mercado cultural.

Primeiro presidente brasileiro eleito pelo voto direto depois da ditadura, Fernando Collor de Melo reduziu os investimentos em cerca de 40% e extinguiu diversas entidades federais de fomento às artes cênicas, ao cinema e outras (REIS, 2003). Collor apostou todas as suas fichas na cultura como mercado e na política de isenção fiscal (MENDES, 2015). A Lei Rouanet foi editada em 1991 e previa a renúncia fiscal como alternativa ao investimento direto do Estado (BRASIL, 1991). De 1991 a 1997, a legislação permitia o desconto de apenas uma parte do imposto de renda de empresas que patrocinassem cultura. Naquele início, empresários brasileiros não se entusiasmaram com a ideia de deduzir, em impostos, até 30% daquilo que investissem em patrocínios à cultura, além do abatimento para fins fiscais desses mesmos valores, como despesas operacionais.

As outras duas modalidades de subvenção previstas no texto da Lei Rouanet – que não a do mecenato com isenção fiscal – nunca saíram do papel [FICARTs], ou serviram principalmente para financiar projetos do próprio governo [FNC]⁸. Daí a insuficiência do sistema de subvenções idealizado

7 Diferentemente da maioria dos países, a profissionalização do teatro de arte durante a segunda metade do século XX no Brasil não se viabilizou por políticas de mecenato público ou privado, mas graças a uma solução de conciliação com a emergente indústria televisiva nacional (GUENZBURGER, 2020).

8 O Fundo Nacional da Cultura (FNC) é um instrumento de investimento direto do governo, enquanto os Fundos de Investimento Cultural e Artístico (FICARTs) foram previstos como geradores de títulos de investimentos retornáveis e parcialmente incentivados de atividades culturais que geram lucro. Este último mecanismo da lei nunca chegou a ser regulamentado.

pela legislação, que falhou ao tentar disponibilizar diferentes maneiras de o governo atuar sobre diversas formas de produção cultural (MENEZES, 2016). A prevalência do mecanismo de mecenato sobre os demais pode ser explicada por distorções que a Lei Rouanet sofreu na década de 1990, como resultado de lutas políticas internas do campo cultural brasileiro.

Para tentar compensar a desestruturação que o setor do cinema havia sofrido na era Collor, uma ampla movimentação de produtores e cineastas brasileiros conseguiu emplacar, a partir de 1993, uma legislação específica. O novo dispositivo garantia o desconto de 100% no imposto de renda devido e passava a proporcionar lucros de até 24% para o patrocinador de cinema (SARKOVAS, 2005). Diante disso, outras categorias artísticas passaram a exigir uma equiparação com o setor cinematográfico. Em 1997, a Lei Rouanet foi alterada para também conceder 100% de dedução fiscal aos patrocínios de áreas como dança, artes visuais, circo e teatro. A partir de então, a Lei Rouanet começa a realmente “funcionar”⁹.

Esquecido o objetivo original da Lei, que era atrair capital privado para o fomento à cultura, inaugurou-se um dos mais discutíveis sistemas de incentivo no mundo, no qual as empresas patrocinadoras definem a obra, artista, grupo ou projeto a ser incentivado – de acordo com o potencial de retorno de marca – e o governo entra com todo o capital investido, através do mecanismo da renúncia fiscal integral.

Quando zerou o custo dos “patrocinadores”, a Rouanet começou a incentivar um tipo de marketing imediato e pouco preocupado com questões socio-culturais ou com a imagem de inovação do patrocinador. O pseudomercado cultural do incentivo fiscal integral tende a beneficiar, no teatro, as peças com atores famosos ou com apelo de mídia e as gran-

des produções musicais, reforçando e premiando o sistema de estrelato de atores e atrizes da indústria cultural.

No caso do teatro e de muitos outros segmentos culturais, essa política, que dificilmente poderia ser chamada de pública, tem sobrevivido a muitas crises econômicas. A longevidade da Rouanet acontece justamente por ela não estar legalmente atrelada a contingenciamentos orçamentários do governo, e por favorecer uma política cultural clientelista e elitista com fortes lobbies no poder¹⁰. Além disso, o elitismo e o viés antiliberal deste mecanismo de “desincentivo” ao investimento privado em cultura não são percebidos e nem compreendidos sequer por grande parte dos próprios agentes culturais brasileiros, quanto mais pela população em geral.

Nos anos seguintes a essa mudança da Lei Rouanet, produtoras de teatro conseguiram investimentos massivos para a realização de musicais no Brasil. *Les Misérables*, montado em 2001, captou pela Rouanet R\$ 1.331.541,00 na época (ou R\$ 7.135.562,04 em valores atualizados para novembro de 2022)¹¹, a *Bela e a Fera*, recebeu R\$ 1.640.000 (ou R\$ 7.260.454,82 em 11/2022) na primeira temporada, em 2002. Já o coreógrafo *Chicago*, de 2004, conseguiu R\$ 3.952.000,00 (ou R\$ 13.901.408,98 em 11/2022), e *O Fantasma da Ópera* recebeu R\$ 16.442.837,41 em duas temporadas [2005 e 2006] (ou R\$ 54.809.885,00 em 11/2022)¹². O público brasileiro recebia com entusiasmo as novas montagens. Por exemplo, *Les Misérables* atraiu 350 mil espectadores nos 11 meses em que ficou em cartaz;

9 Nos primeiros quatro anos de aumento do percentual de isenção, o número de projetos de artes cênicas que conseguiram captação triplicou de 126, em 1997, para 367, em 2001. Em valores captados, o salto foi de aproximadamente 22 para 82 milhões de reais nesse mesmo período. Hoje, estes números giram em torno de 3 bilhões de reais, distribuídos em 1.100 projetos por ano, e mostram a incrível inflação dos custos por projeto desde a entrada em vigor dos 100% de isenção. O cálculo destes valores mostra que, só de 2001 a 2014, o valor de cada projeto subiu cerca de 1.050% acima dos 158% de inflação no período (IGP-M). Fonte: <http://sistemas.cultura.gov.br/salicnet/Salicnet/Salicnet.php#>. Acesso em 20/02/2015.

10 André Coutinho Augustin (2011) discute o caráter concentrador de renda das leis de incentivo à cultura no Brasil para sugerir que elas exemplificam as teses de alguns críticos como David Harvey, Dominique Lévy e Gérard Duménil. Segundo estes autores, o neoliberalismo serve para estimular políticas de restauração do poder de uma classe, antes de pretender a minimização do envolvimento estatal na economia.

11 Todos os valores foram corrigidos pelo IGP-M da Fundação Getúlio Vargas utilizando a ferramenta disponibilizada pelo Banco Central.

12 Neste artigo, apresentamos apenas valores de captação de recursos. Por falta de uma regulação específica para o setor cultural, as receitas de bilheteria são uma informação de acesso restrito no Brasil, ao contrário do que acontece em outros países. Essa falta de transparência prejudica tanto a pesquisa acadêmica quanto a fiscalização do pagamento de impostos no setor cultural brasileiro.

A Bela e a Fera foi vista por 600 mil pagantes em 19 meses de temporada, entre 2002 e 2003. Já *O Fantasma da Ópera* recebeu 880 mil pessoas entre 2005 e 2007. (CARDOSO; FERNANDES; CARDOSO FILHO, 2016).

As produções desses espetáculos – ora de Mackintosh ora da Disney – foram realizadas no Brasil por uma empresa mexicana chamada Corporación Interamericana de Entretenimiento [CIE]. Fundada em 1990, ela promovia eventos ao vivo na Cidade do México. Em 1991, um acordo com a Ticketmaster Corp. – empresa americana de venda de ingressos – permite que a CIE se responsabilize pela venda de ingressos para eventos ao vivo em toda a América Latina. Pouco depois, em 1996, um outro acordo de licenciamento, dessa vez com o departamento da Disney para o teatro – a Walt Disney Theatrical Worldwide Inc. – autorizou a CIE encenar produções do conglomerado na América Latina, Espanha e Portugal (MACHADO, 2022). A primeira produção é *La Bella y la Bestia* na Cidade do México, em 1997, um sucesso: os assentos foram ocupados por 650 mil pessoas em 420 apresentações.

A capitalização da CIE permitiu a expansão de suas operações para o Brasil. Após a compra de parte de uma empresa de entretenimento local, a empresa mexicana construiu novas casas de espetáculo e passou a investir no mercado de musicais. Segundo matéria da Folha de São Paulo, a empresa já era o maior conglomerado de entretenimento ao vivo da América Latina, com um faturamento de US\$ 400 milhões em 2000. Na ocasião, o CEO da empresa no Brasil, declarou:

[A CIE] é um parceiro que pode trazer um grande volume de shows internacionais e que tem acesso direto ao mercado americano [...]. Isso possibilita preços mais reduzidos das turnês internacionais na América Latina, melhores condições técnicas e maior número de shows (MEDEIROS, 2001, B30).

Em 24 de abril de 2001, para a estreia de *Les Misérables* no Brasil, o produtor Cameron Mackintosh, o compositor Claude-Michel Schönberg e o diretor Ken Caswell viajaram para São Paulo com o objetivo de avaliar a qualidade final da montagem. Na ocasião, o compositor declarou: “quando se trata de *Les Misérables*, se está falando de uma das obras de maior importância cultural no mundo” (SANTOS, 2001, E1).

Alguns anos depois, para a montagem de 2005 de *O Fantasma da Ópera* – outro espetáculo de Mackintosh – a CIE levantou R\$ 6.267.126,91 (ou R\$ 21.620.936,06 em 11/2022) em recursos públicos

da Lei Rouanet, captados através de patrocinadores internacionais como Credicard, Bosch e Ericsson¹³. Na ocasião, o CEO Fernando Alterio declarou “sinto-me confortável em recorrer à Lei Rouanet para a produção de nossos espetáculos. Durante os 18 meses de temporada de *O Fantasma*, cerca de 200 pessoas, entre técnicos e artistas, estarão empregadas” (FOLHA DE SÃO PAULO, 2005, p. E3). O empresário encerrava sua reflexão desviando-se das críticas que recebia por usar a Lei. Segundo ele, o mal-estar viria de “produtores menores, que se sentem prejudicados pelos grandes musicais” (FOLHA DE SÃO PAULO, 2005, p. E3)¹⁴.

Com o passar dos anos, alguns artistas que, desde a década de 1990, já eram especialistas em musicais do estilo Broadway, como Jorge Takla e a dupla Claudio Botelho e Charles Möeller, incrementaram a escala de produção com novos musicais (MACHADO, 2020). Os valores de captação via Lei Rouanet também cresceram: *My Fair Lady* (2007) recebeu R\$ 5.389.000,00 (ou R\$ 17.906.873,14 em 11/2022); *Cats* (2010) obteve R\$ 5.426.500,00 (ou R\$ 15.505.862,89 em 11/2022); *Mamma Mia!* (2010) conseguiu R\$ 12.623.000,00 (ou R\$ 32.624.851,65 em 11/2022); e *O Rei Leão* (2013-2014) captou R\$ 28.112.579,33 (ou R\$ 58.570.906,94 em 11/2022) garantindo, inclusive, 800 mil assentos ocupados nos quase 20 meses em cartaz – um recorde da época (BRASIL, 2014).

A possibilidade de cobrir todos os custos com dinheiro público faz da produção de musicais uma atividade segura e duplamente lucrativa para o pequeno círculo de produtores que conseguem fazer uso do sistema Rouanet. Além das altas remunerações das equipes de produção, muito maiores que a dos artistas, a lei também garante que os produtores

13 Esse mercado expandiu seus patrocinadores, produtoras e valores de captação por quase duas décadas. A partir de 2018, mudanças políticas no país iniciaram um ciclo de migração de patrocínios para projetos de museus e grandes fundações, que se acentuou na pandemia de Covid-19. Ainda é cedo para avaliar se a decorrente diminuição de captação de recursos para musicais será sazonal ou tendencial, e se a chamada “Broadway brasileira” poderá sobreviver a ela.

14 Poucos anos depois, em maio de 2007, Fernando Alterio assegurou 56% do grupo deixando para a CIE 24% das ações – o restante ficou com um grupo de investimentos. Com capital majoritariamente brasileiro, a administração passou a ser sediada na cidade de São Paulo e a empresa foi renomeada: *Time For Fun* ou *T4F Entretenimento S.A.*

fiquem com a totalidade das bilheterias para si. Foi a atração exercida por essa lógica de dupla remuneração que permitiu ao mercado se expandir com a presença de musicais importados e de produtores especializados como Aniela Jordan, Sandro Chaim, Luiz Calainho, Frederico Reder e alguns outros. Com a estreita rede de contatos que estes grandes produtores mantêm com patrocinadores e a capacidade de organização de lobbies junto ao governo, de certa forma, eles revivem no Brasil a estrutura de cartel do início do século XX, citada no início deste artigo (GUENZBURGER, 2020).

Nos últimos anos, em paralelo às versões musicais de West End e da Broadway, dramaturgos e músicos brasileiros começaram a apostar no que chamavam de “modelo Broadway” para montar projetos originais. Artistas e produtores brasileiros assumiram tanto convenções estéticas quanto uma forma de administração inspirada em referências estrangeiras. Se Andrew Lloyd Webber negava, em 1998, a existência de uma “fórmula”, no Brasil, produtores, imprensa, artistas e mesmo o público alegam que ela existe – ao menos enquanto modo de produção (DUARTE, 2015). Nessa esteira, chegaram aos palcos montagens milionárias com histórias de personalidades e eventos brasileiros, como *Tim Maia – Vale Tudo, o Musical* (2012), *Rock In Rio – O musical* (2013), *Elis – A musical* (2014), e muitas outras. O diretor Gustavo Gasparani, por exemplo, consegue atrair de 3000 a 4000 espectadores pagantes nas sessões duplas das turnês nacionais de seus espetáculos, em que revive, no “modelo Broadway”, expedientes criativos do antigo teatro de revista, com temas nacionais, cantores famosos do mundo pop brasileiro e captações de cerca de R\$ 28 milhões (ou aproximadamente R\$ 43 milhões em 11/2022) via Lei Rouanet (REIS, 2020).

Considerações finais

Fica patente, portanto, que a transformação de espetáculos Broadway em commodities envolveu políticas empresariais transnacionais e até mesmo uma reforma urbana. Sua implantação no mercado brasileiro foi favorecida por um contexto local em que também participaram empreendedores e intermediários, além de políticas públicas (britânicas, americanas e brasileiras) que não foram pensadas inicialmente para esse fim. Apesar disso, essas políticas foram decisivas para o sucesso de um vasto mercado Broadway no País.

Em Nova York, a Broadway não faz uso do sistema de dedução fiscal dos Estados Unidos, cujas doações são destinadas exclusivamente a entidades sem fins lucrativos. Nas terras do Tio Sam, apesar da atuação concentradora de fundações ligadas a grandes corporações – tais como Ford, Rockefeller e Carnegie –, existe uma ecologia de pequenos doadores que é responsável pelo grosso dos recursos em filantropia¹⁵ e por garantir alguma pluralidade e, até certo ponto, um efeito democratizante dos investimentos em cultura (PARMAR, 2012). Isso porque, nos Estados Unidos, praticamente todos – pessoas físicas e jurídicas – podem deduzir, do cálculo do imposto de renda, parte de suas doações. No caso brasileiro, com a Lei Rouanet, apenas 2% das maiores e mais lucrativas empresas conseguem realmente fazer uso das deduções legais. Como resultado, na versão brasileira de incentivo fiscal integral, o Estado finge que tem uma política cultural, pagando o marketing de empresas muito ricas que fingem que investem em cultura, mas, na verdade, apenas decidem quais projetos recebem as verbas governamentais (SARKOVAS, 2005). Já no caso britânico específico, o departamento de cultura incentivou especificamente um produtor que, capitalizado, passou a “promover” suas produções inglesas em diferentes países.

Além disso, na primeira metade do século XX nos EUA, o sistema de doações esteve associado a uma parte da decadência do teatro de diversões e a ascensão do teatro de arte segundo o modelo de alta cultura. O resultado foi a criação de um novo modo de produção, não mais calcado nas turnês e bilheterias de espetáculos para divertir multidões, mas na captação de recursos, através de entidades curatoriais sem fins lucrativos, para espetáculos “não comerciais”, legitimados como de alto valor artístico por elites cultivadas. Desta forma, o teatro norte-americano, assim como a ópera e a dança, entrou para o restrito circuito que antes era dos museus e das artes plásticas (DIMAGGIO, 1992). Isto é, a passagem da bilheteria para a curadoria foi capaz de estabelecer bases sólidas

15 O sistema estadunidense, iniciado em 1913, concede deduções parciais para quem faz doações particulares, incidindo em várias áreas sociais, entre as quais a cultura. Em seu livro sobre o tema, Inderjeet Parmar descreve como, no século XX, a atuação transnacional das fundações fez parte de uma estratégia das elites estadunidenses para fazer avançar seus interesses sobre outras nações através de redes filantrópicas (PARMAR, 2012).

para um teatro de arte realista que iria se manter profissionalmente por décadas e influenciar o cinema e, finalmente, o mundo todo. Nesse processo de institucionalização através de recursos privados, incentivados ou não pelo governo, sociedades sem fins lucrativos institucionalizaram um teatro artístico ao mesmo tempo em que se tornavam, elas mesmas, instituições reconhecidas.

No Brasil, essa mutação econômica do teatro, que migra lentamente da bilheteria para sistemas de curadoria e de captação, só começou a acontecer a partir das décadas finais do século XX, com processos e efeitos bastante diversos daqueles dos EUA. Criada com o intuito inicial de fomentar projetos nacionais sem caráter comercial, a política de incentivos fiscais à brasileira acabou criando o ambiente perfeito para a implementação de um mercado interno para espetáculos internacionais forjados numa tecnopolítica pensada para expansão dos lucros – tal como desenhada por Mackintosh nas ilhas do reinado britânico.

Ao focar na marca do patrocinador e não no caráter sociocultural do projeto artístico, a Lei Rouanet organizou o mercado cultural brasileiro segundo interesses privados. Ao cobrir todos os custos desse mercado com dinheiro público, a lei brasileira acabou com a necessidade de investimento próprio dos patrocinadores e dos empresários teatrais: eliminando os riscos, multiplicando os lucros e criando um cenário perfeito para o surgimento de uma experiência tipicamente brasileira de musicais forjados ou inspirados em West End ou na Broadway.

Referências

- ADLER, Steven. *On Broadway: art and commerce on the great white way*. Illinois: Southern Illinois University Press, 2004.
- AUGUSTIN, André Coutinho. “O neoliberalismo e seu impacto na política cultural brasileira”. In: *II Seminário Internacional Políticas Culturais*. Rio de Janeiro: Fundação Casa de Rui Barbosa, 2011.
- BALME, Christopher. Theatrical Institutions in Motion: Developing Theatre in Postcolonial Era. *Journal of Dramatic Theory and Criticism* 31(2), 2017, p. 125-140. doi:10.1353/dtc.2017.0006.
- BESSA, Virgínia de Almeida. *A cena musical paulis-*
- tana: teatro musicado e canção popular na cidade de São Paulo (1914-1934)*. 2012, 358p. Tese. (Doutorado em História Social). Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas da Universidade de São Paulo, São Paulo, em co-tutela com a Université Paris Ouest Nanterre de la Défense, Naterre, 2012.
- BRANDÃO, Tânia. *A máquina de repetir e a fábrica de estrelas: Teatro dos Sete*. Rio de Janeiro, Brazil: 7Letras, 2002.
- BRASIL. Lei no 8.313, de 23 de dezembro de 1991. Diário Oficial [da] República Federativa do Brasil, Brasília, DF, 24 dez. 1991. Seção 1, p. 30261.
- BRASIL, Ubiratan. ‘O Rei Leão’ encerra temporada no Brasil com recorde de público. *O Estado de São Paulo*. Caderno 2, 10 de Dezembro. 2014. s/p.
- CARDOSO, Adriana; FERNANDES, Angelo José; CARDOSO FILHO, Cassio. Breve história do Teatro Musical no Brasil, e compilação de seus títulos. *Revista Música Hodie*, Goiânia, v. 16, p. 29-44, 2016.
- DAVIS, Tracy. *The Economics of the British Stage, 1800-1914*. Cambridge and New York: Cambridge University Press, 2000.
- DIMAGGIO, Paul. “Cultural Boundaries and Structural Change: The Extension of the High Culture Model to Theater, Opera, and the Dance, 1900-1940”. In LAMONT, Michèle; Fournier, Marcel (orgs.) *Cultivating Differences: Symbolic Boundaries and the Making of Inequality*. Chicago: University of Chicago Press, 1992, p. 21-67.
- DUARTE, Márcia de Freitas. *Práticas de organizar na indústria criativa: a produção de um espetáculo de Teatro Musical em São Paulo – SP*. 2015, 469 p. Tese, Fundação Getúlio Vargas, São Paulo, 2015.
- FOLHA DE SÃO PAULO. Produtora se diz ‘confortável em usar lei de incentivo’. *Folha de São Paulo*, Ilustrada, 20 de Abril, 2005. E3.
- GAPPER, John. “Interview: Cameron Mackintosh”. *Financial Times*, London. Jan 15. 2015.: <https://www.ft.com/content/af6b04f6-ba34-11e5-bf7e-8a339b6f2164>.
- GUENZBURGER, Gustavo. Transnationality, Spon-

- sorship and Post-Drama: 'The Flash and Crash Days' of Brazilian Theatre. *Journal of Global Theatre History*, v.3, p.38-52, 2019. Disponível em: <https://gthj.ub.uni-muenchen.de/gthj/article/view/5099>.
- GUENZBURGER, Gustavo. *Rio, o teatro em movimentos: estética, política e modos de produção*. Rio de Janeiro: Garamond, 2020.
- LEONHARDT, Nic. *Theatre Across Oceans: Mediators of Transatlantic Exchange, 1890-1925*. Cham: Palgrave Macmillan, 2018.
- MACHADO, Bernardo Fonseca. A pesquisa em teatro: uma convenção. *PROA – Revista de Antropologia e Arte*, v. 1, n. 4, n. p., 2013.
- MACHADO, Bernardo Fonseca. Social experience and US musical theatre on São Paulo's stages. *Sociologia e Antropologia*, v.1, p. 957-980, 2020.
- MACHADO, Bernardo Fonseca. *Discourses on American Musical Theatre Between São Paulo and New York: Theatrical flows at the beginning the twenty-first century*. Lanham: Lexington Books, 2022.
- MARQUES, Fernando. *Com os séculos nos olhos: Teatro Musical e político no Brasil dos anos 1960 e 1970*. São Paulo: Perspectiva, 2014.
- MEDEIROS, Jotabê. 'Grupo mexicano domina mercado de show biz'. *O Estado de São Paulo, Caderno de Economia*, São Paulo. (31 de março, 2001): B30.
- MENCARELLI, Fernando. *A voz e a partitura: teatro musical, indústria e diversidade cultural no Rio de Janeiro (1868-1908)*. 308p. Tese (doutorado). IFCH UNICAMP, 2003.
- MENDES, Helen Miranda. *O palco de Collor: A precarização da política cultural no governo de Fernando Collor*. Rio de Janeiro: Editora Multifoco, 2015.
- MENEZES, Henilton. *A Lei Rouanet muito além dos (f) atos*. São Paulo: Fons Sapientiae, 2016.
- MICHALSKI, Yan. *O Teatro sob pressão: uma frente de resistência*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 1985.
- MORLEY, Sheridan; LEON, Ruth. *Hey Mr. Producer! The musical world of Cameron Mackintosh*. New York: Back Stage Books, 1998.
- NELSON, Steve. Broadway and the Beast: Disney comes to Times Square. *The Drama Review*, v. 39, n. 2 (Summer 1995): 71-85.
- PARMAR, Inderjeet. *Foundations of the American Century: The Ford, Carnegie, and Rockefeller Foundations in the Rise of American Power*. New York: Columbia University Press, 2012.
- PONTES, Heloisa. *Intérpretes da Metrópole: História Social e relações de gênero no teatro e no campo intelectual, 1940-1968*. São Paulo: EDUSP, 2010.
- REIS, Ana Carla Fonseca. *Marketing cultural e financiamento da cultura: teoria e prática em um estudo internacional comparado*. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2003.
- REIS, Angela de Castro. Aspectos da tradição teatral brasileira na criação artística contemporânea: apontamentos sobre a obra de Gustavo Gasparani. In: ANDRADE, Clara; GUENZBURGER, Gustavo; PENONI, Isabel (org). *Cenas Cariocas: modos, políticas e poéticas teatrais contemporâneas*. Rio de Janeiro: Garamond, 2020.
- REIS, Angela; MARQUES, Daniel. A permanência do teatro cômico e musicado. In: Faria, João Roberto; Guinsburg, Jacó (Org.). *História do teatro brasileiro. Volume I: das origens ao teatro profissional da primeira metade do século XX*. São Paulo: Perspectiva/Edições SESCSP, 2012, p. 321-335.
- SAGALYN, Lynne B. *Times Square Roulette: re-making the City Icon*. Cambridge/London: The MIT Press, 2001.
- SANTOS, Valmir. Miseráveis milionários – “Les Misérables” estreia amanhã em São Paulo. *Folha de São Paulo*, São Paulo, 24 abr. 2001. Ilustrada, p. E1.
- SARKOVAS, Yacoff. Uma herança incômoda. *O Estado de São Paulo*. São Paulo, 15/4/ 2005. Caderno 2, p. D-11.
- STEMPEL, Larry. *Showtime: a history of the Broadway musical theater*. New York: W.W. Norton & Company Inc., 2010.
- SÜSSEKIND, Flora. *As revistas do ano e a invenção*

do Rio de Janeiro. Rio de Janeiro: Nova Fronteira/Casa de Rui Barbosa, 1986.

WERNECK, Maria Helena; REIS, Angela de Castro (Org.). *Rotas de teatro: entre Portugal e Brasil*. Rio de Janeiro: 7 Letras, 2012.

Recebido: 23/12/2022

Aceito: 20/02/2023

Aprovado para publicação: 13/03/2023

Este é um artigo de acesso aberto distribuído sob os termos de uma Licença Creative Commons Atribuição 4.0 Internacional. Disponível em: <http://creativecommons.org/licenses/by/4.0>.

This is an open-access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution License 4.0 International. Available at: <http://creativecommons.org/licenses/by/4.0>.

Ce texte en libre accès est placé sous licence Creative Commons Attribution 4.0 International. Disponible sur: <http://creativecommons.org/licenses/by/4.0>.