



LA PEDAGOGÍA DEL ESPECTADOR: LOS PÚBLICOS COMO INTEGRANTES DEL MOVIMIENTO TEATRAL¹



Flávio Desgranges es profesor del Departamento de Artes Cênicas de la Universidade do Estado de Santa Catarina (UDESC), Brasil. Actúa en el Programa de Pós-Graduação em Artes Cênicas de la Universidade de São Paulo (USP), Brasil. Profesor del Departamento de Artes Cênicas da USP entre 2000 y 2015. Coordinador del iNerTE – Inestable Núcleo de Estudos de Recepção Teatral (www.eca.usp.br/inerte). Autor de los siguientes libros, entre otros: *A Pedagogia do Espectador*; *Pedagogia do Teatro: provocação e dialogismo*; *A Inversão da Olhadela: alterações no ato do espectador teatral*.

A propósito de la falta de públicos en las salas de teatro de Brasil, Flávio Desgranges plantea algunas interrogantes de fondo. ¿Cómo promover la actuación del espectador en las transformaciones del arte teatral? ¿Cómo hacer efectiva su participación? ¿Cómo llevarlo a la sala de teatro? ¿Cómo despertar su interés por frecuentarla? Para ello, revisa la óptica de distintos autores.

1. Traducción de Camila Scudeler.

El centro de gravedad de la actividad teatral cambió: no está más en la escena o en la obra solamente, se sitúa de alguna manera en el punto de intersección de la escena con la sala, o mejor aún, en el encuentro del teatro con el mundo.

Bernard Dort

La ausencia de público en las salas de teatro: contexto brasileño

A principios de la década de 1970, Anatol Rosenfeld, filósofo alemán refugiado en Brasil, quizás uno de los mayores teóricos del teatro que ha escrito en lengua portuguesa, atribuía la comentada crisis del teatro brasileño a la falta de público en las salas de teatro.

“Se habla actualmente con insistencia de una crisis del teatro brasileño. Empresarios, directores, autores, actores se reúnen, discuten la crisis, hacen levantamientos, analizan la situación, se encuentran asiduamente con el ministro de Educación y Cultura para presentar reclamaciones, propuestas, reivindicaciones, pedidos. La crisis de la que se habla casi exclusivamente es de público: una puesta en escena normal raramente logra atraer, en los días comunes,

más que cincuenta o setenta espectadores, si es que se consigue tanto”. (Rosenfeld, 1993, p. 43)

Más adelante, Rosenfeld afirmaba que si en Brasil los teatros fueran cerrados, no solo un porcentaje del público no lo notaría durante algunas semanas, como había dicho Grotowski refiriéndose al público europeo, sino que gran parte de la población brasileña probablemente nunca se daría cuenta de lo ocurrido.

Algunas décadas después, a finales de los años noventa, dicha crisis proseguía casi inalterada, por lo menos en lo que se refería al público. Según una encuesta publicada en la época por el *Jornal do Brasil*, era creciente el número de asientos vacíos en los teatros de las ciudades de Río de Janeiro y São Paulo, con una media de ocupación del 21% y del 22,7% respectivamente (Oliveira, 1997). Actualmente, la ausencia de público en las salas de teatro sigue siendo comentada entre artistas, educadores y productores culturales, así como las estrategias



y procedimientos necesarios para el fomento de la producción teatral, y los procedimientos para invitar al público a acercarse a las instancias del quehacer teatral.

Una diferencia sobresaliente de la década de 1970 en comparación con este inicio de siglo consiste en la amplia expansión y el predominio de los medios electrónicos y de una cultura audiovisual estandarizada. Además, a lo largo de estos años, el teatro, por el modo de producción

A veces, el narcisismo de los artistas y el mercantilismo de los emprendimientos teatrales hacen que los productores se preocupen más de la difusión de su trabajo que del contacto fundamental entre artista y espectador. Interesados principalmente en la divulgación y comercialización de su mercancía, los productores dejan de resaltar la efectiva presencia y participación del público, olvidándose de un compañero fundamental en este juego: el espectador.

// CUALQUIER INICIATIVA DE FORMACIÓN DE ESPECTADORES DE TEATRO NO PUEDE SER REDUCIDA. COMO VIMOS EN AÑOS ANTERIORES EN BRASIL, A CAMPAÑAS DE PERSUASIÓN QUE A VECES CAEN EN UN TONO DEMAGÓGICO DEL TIPO “LA PERSONA MÁS IMPORTANTE DEL TEATRO ES USTED”. O PROCLAMAS QUE RECUERDAN CAMPAÑAS DE VACUNACIÓN, DEL TIPO “¡VAYA AL TEATRO!”, COMO SI DIJERAN: “¡VACÚNESE CONTRA LA IGNORANCIA!” //

que ha sido adoptado en algunos casos, corre el riesgo de convertirse menos en una experiencia artística para compartir y más en un mercado a conquistar, más en un producto a ser vendido para un espectador que se transformó en *consumidor objetivo*. Esto hace que algunos productores culturales conviertan sus esfuerzos en la difusión de su imagen y de la imagen de su trabajo por los medios de comunicación, concentrando la atención en la divulgación y en la venta de sus productos.

En nuestras sociedades y contemporáneas y espectacularizadas, de individuos viciados en la imagen -especialmente en la imagen de la propia imagen-, que viven bajo el monopolio de la apariencia, en la que “sólo aquél que aparece es bueno” (Debord, 1992), el artista de teatro, del arte del espectáculo, vive un dilema: ¿trabajar para la calidad de su hacer artístico o trabajar para aparecer y hacer parecer que su arte es de calidad?

La solución para la ausencia de público en las salas no se resume en facilitar su acceso; consiste también en hacer que los productores culturales perciban la importancia del espectador en el evento. No solo como alguien que sostiene financieramente o cubre de aplausos los espectáculos, sino como el otro imprescindible en un diálogo. De la misma manera como el público se pregunta *¿por qué ir al teatro hoy en día?*, tal vez sea imprescindible que los artistas de teatro se planteen cuestiones semejantes a sí mismos, tales como: *¿Por qué ir al público hoy? ¿Para qué? ¿Qué decir? ¿Para quién? ¿Cuál es la necesidad de esto, después de todo?* Solo respuestas muy claras de los artistas pueden suscitar el compromiso de los espectadores.

“La obsesión de todos los grandes reformadores del teatro fue la investigación no de las técnicas sino del sentido. Todas las grandes reformas tuvieron que pasar por esta cuestión: *¿por qué hacer teatro?*”. (Barba, 1996, p. 60)

Tal vez sea necesario emprender una lucha para que artistas y productores culturales abran las salas para los espectadores. Abrir el teatro no se trata solamente de facilitar el acceso financiero a todas las capas de la población, sino también de invitar al público a convertirse en aliado de los emprendimientos culturales. Abrir el teatro, de facto, de manera que el espectador se sienta participante efectivo de un movimiento artístico, haciendo de la institución teatral un espacio comunitario, de todos y abierto a todos.



No es cuestión solo para pedagogos

No existe teatro sin platea y la importancia de la presencia del espectador en el teatro necesita ser vista no solo por una razón económica, de sustentación financiera de las producciones. Es evidente que el factor económico es vital y no puede ser olvidado porque el precio del ingreso puede excluir de las salas a una parte del público que tal vez sea la más interesada. Como un libro que solo existe cuando alguien lo abre, el teatro no existe sin la presencia de este otro con el cual él dialoga sobre el mundo y sobre sí mismo. Sin espectadores interesados en este debate, el teatro pierde conexión con la realidad de la que se propone reflexionar y, sin la referencia

de este otro, su discurso se vuelve ensimismado, desencontrado, estéril. No hay transformación del teatro que se dé sin la efectiva participación de los espectadores.

“El teatro que nosotros hacemos tiene la necesidad de jugadores, estamos así llamando a los compañeros de juego que son los espectadores. Así, del lado de la platea, necesitamos también de jugadores [...]”. (Guénoun, 1997, p. 164)

La relación del espectador con el espectáculo sostiene el propio juego del teatro. La necesidad de compañeros de juego, compañeros de creación, anima el movimiento de formación de espectadores. Una pedagogía del espectador se justifica, así, por la necesaria presencia de un otro que exija diálogo, por la fundamental participación creativa de este jugador en el evento teatral, participación que se hace efectiva en su respuesta a las proposiciones escénicas, en su capacidad de elaborar los signos traídos a la escena y de formular un juicio propio de los sentidos.

La pedagogía del espectador no es cuestión solo para pedagogos. El estímulo para que el espectador participe activamente del evento teatral está fundamentalmente vinculado a la proposición artística que se le dirige. La participación del espectador se establece también por la manera como el artista trabaja y comprende el punto de intersección entre la escena y la sala, la actuación del espectador no se hace efectiva sin el reconocimiento de su presencia. La voz de este otro integrante del diálogo situado en la platea solo puede ser escuchada si la palabra le es abierta. El interés del espectador en enfrentar el debate estético propuesto en una obra está directamente ligado con la manera en que artistas y agentes

culturales lo invitan, lo provocan y lo desafían a lanzarse en el diálogo.

El acceso al teatro

Sin embargo, ¿cómo promover de facto la actuación del espectador en las transformaciones del arte teatral? ¿Cómo hacer efectiva su participación en el evento? ¿Cómo llevarlo a la sala de teatro? ¿Cómo despertar su interés por frecuentarla?

Cualquier iniciativa de formación de espectadores de teatro no puede ser reducida, como vimos en años anteriores en Brasil, a campañas de persuasión que a veces caen en un tono demagógico del tipo “la persona más importante del teatro es usted”. O proclamas que recuerdan campañas de vacunación, del tipo

LA PRESENCIA DEL PÚBLICO PARTICIPATIVO SE HACE EVIDENTE EN LA COMPLICIDAD QUE ESTABLECE CON EL ESCENARIO, EN LA VOLUNTAD DE PACTAR CON EL EVENTO, EN LA ATENCIÓN A LAS PROPOSICIONES ESCÉNICAS, EN LA ACTITUD DESPIERTA, EN LA MIRADA ENCENDIDA //

“¡vaya al teatro!”, como si dijeran: “¡Vacúnese contra la ignorancia!”. Se puede aprender a disfrutar del teatro; lo difícil es ser convencido de hacerlo (o ser convencido de disfrutar cualquier cosa). El placer viene de la experiencia, el gusto por el disfrute artístico necesita ser estimulado, provocado, vivenciado, lo que no se resume a una cuestión de *marketing*.

El despertar del interés del espectador no puede suceder sin la implementación de medidas y procedimientos que hagan viables su acceso al teatro. En realidad, doble acceso: el físico y el lingüístico. Es decir, tanto la posibilidad del individuo de frecuentar los espectáculos como su interés por la lectura de las obras teatrales. Es un hecho que, antes de

eso, se hace necesario que tengamos buenas condiciones de producción para una oferta cuantitativa y cualitativa de espectáculos teatrales. Sin embargo, no es suficiente tener obras en cartelera, hay que mediar este encuentro entre escenario y platea. En primer lugar, es necesario crear condiciones para que el espectador vaya al teatro, lo que implica una serie de medidas para favorecer la frecuencia tales como: divulgación competente de las obras en cartelera que alcance públicos de diversas regiones y clases sociales; promociones e incentivos que hagan viable el acceso financiero a las diferentes franjas de público; condiciones de seguridad; red de transporte eficiente; y tantas otras actitudes de apoyo y estímulo que permitan, en última instancia, ubicar al espectador delante del espectáculo (o viceversa). El acceso al teatro, no obstante, no se limita a posibilitar la ida a las salas (o a llevar espectáculos itinerantes a regiones menos favorecidas). Formar espectadores no se restringe a apoyar y estimular la asistencia; es necesario involucrar al espectador, motivándolo para un rico e intenso diálogo con la obra, creando así el deseo por la experiencia artística.

Por lo tanto, la pedagogía del espectador está basada fundamentalmente en los procedimientos para crear el gusto por el debate estético, para estimular en el espectador el deseo de lanzar una mirada singular al espectáculo teatral, de emprender una investigación personal en la lectura que hace de la obra, despertando su interés por una batalla que se da en los campos del lenguaje. Así se contribuye a formar espectadores que se sientan estimulados a elaborar un camino propio en el acto de lectura, poniendo en juego su subjetividad, su punto de vista, partiendo de sus



Tuur Tisseghem from Pexels

experiencias, de la posición y del lugar que ocupa en la sociedad. La experiencia teatral es única e intransferible, cada espectador descubrirá su forma de abordar la obra y de estar disponible para el evento.

El público participativo es aquel que, durante el acto de la representación, exige que cada instante del espectáculo no sea gratuito, lo que no significa que sea necesario, pues puede manifestarse o intervenir directamente en el evento. Su presencia se hace evidente en la complicidad que establece con el escenario, en la voluntad de pactar con el evento, en la atención a las proposiciones escénicas, en la actitud despierta, en la mirada encendida. Y esta presencia debe ser encarada por los actores “como un desafío positivo, tal cual un amante ante el cual no nos presentamos de cualquier manera” (Brook, 1991, p. 27). Este espectador crítico, exigente y participativo es aliado fundamental en los diálogos realizados acerca de los rumbos del arte teatral.

En el teatro como en los campos deportivos

Ir al teatro o disfrutar del teatro también se aprende. Y a nadie le gusta algo sin conocerlo. ¿De

qué manera se puede considerar relevante, e incluso imprescindible, aquello que no conocemos en todas sus posibilidades? El aprecio está directamente vinculado con el grado de intimidad y, apenas entrando en contacto con el teatro, sus meandros, sus técnicas y su historia, el espectador puede reconocer en él un importante espacio de debate de las cuestiones contemporáneas y, principalmente, percibir cómo puede ser placentera y gratificante esta relación.

Brecht soñaba con una platea teatral constituida de iniciados, espectadores aptos para evaluar las propuestas traídas a la escena, listos para elaborar un juicio acerca de los significados presentes en los elementos escénicos. El autor alemán quería que los espectadores de teatro fueran tan interesados y apasionados como la platea de un evento deportivo, que conoce las reglas del juego, su historia, sus recovecos y fundamentos técnicos. El conocimiento táctico y técnico del juego permite que el espectador deportivo, incluso emocionalmente involucrado con el partido, identificado con los *héroes* en el campo, cuestione la actuación de los jugadores. En

los partidos de fútbol, podemos percibir con claridad esta actitud del espectador que se involucra emocionalmente, y también conserva la actitud crítica sobre el evento.

“A eso [la identificación íntima del hincha con el juego y los jugadores] se conecta, a pesar de toda la identificación, la posibilidad de distanciamiento crítico (“Yo no habría pateado hacia fuera”), en virtud de lo que, por otro lado, se estimula una coparticipación aún más apasionada”. (Rosenfeld, 1993, p. 95)

La conclusión del espectador del partido de fútbol -espectáculo para el cual los brasileños en general son, desde la infancia, especialmente formados- de que no habría

de los niños y jóvenes brasileños de ir al teatro o incluso de recibir la visita de un grupo teatral, es un hecho. Crear condiciones para que ellos puedan ver el espectáculo tal vez sea el primer paso a dar. Pero la cuestión no se encierra ahí, pues posibilitar el acceso al teatro no significa simplemente colocar al espectador ante un espectáculo, sino crear condiciones para que se sienta participante del acontecimiento. Transformarlo en un espectador más íntimo del arte teatral y estimularlo a una inmersión divertida. Esto puede ampliar su interés en el espectáculo, además de favorecer su socialización, acceso al debate contemporáneo, integración y participación social.

Democratizar el acceso al teatro se traduce, por lo tanto, en viabilizar la ida a los espectáculos y, al mismo tiempo, crear estrategias de aproximación, fundamentales para este acceso, ofreciendo las condiciones necesarias para que el espectador poco acostumbrado a frecuentar las salas teatrales tenga posibilidad y voluntad de integrar el evento.

EL INTERÉS DEL ESPECTADOR EN ENFRENTAR EL DEBATE ESTÉTICO PROPUESTO EN UNA OBRA ESTÁ DIRECTAMENTE LIGADO CON LA MANERA EN QUE ARTISTAS Y AGENTES CULTURALES LO INVITAN. LO PROVOCAN Y LO DESAFÍAN A LANZARSE EN EL DIÁLOGO

malgrado el chute para el arco, se da por el conocimiento técnico adquirido en los juegos. El dominio de los meandros de la actividad futbolística viene tanto de los juegos en que participó como jugador como de su experiencia como espectador, reforzado especialmente por los debates con otros hinchas y en los análisis de los comentaristas deportivos. La aprehensión de las reglas y el amplio conocimiento táctico y técnico de las jugadas, como resalta Rosenfeld en el texto anterior, estimula la coparticipación del espectador, intensifica el placer en su relación con el evento.

Sin embargo, a diferencia de lo que sucede con el fútbol, la imposibilidad (no solo financiera) de la gran mayoría

La posición del espectador

En una sociedad basada en la espectacularidad de los acontecimientos, que “no es fortuitamente o superficialmente espectacular, ella es fundamentalmente ‘espectacularista’”, donde el espectáculo es “el sol que no se esconde jamás sobre el imperio de la pasividad moderna” (Debord, 1992, p. 21), formar espectadores consiste también en estimular a los individuos (de todas las edades) a ocupar su lugar no solamente en el teatro, sino en el mundo. La mirada atenta busca una interpretación aguda de los signos utilizados en los espectáculos diarios, de la propaganda a los programas electorales. Con un sentido crítico apurado, este

ciudadano-espectador, consumidor-espectador, elector-espectador busca establecer nuevas relaciones con el entorno y con las diferentes manifestaciones espectaculares que buscan retractarlo.

Si en esta sociedad “el lenguaje del espectáculo está constituido por los signos de la producción reinante” (Debord, 1992, p. 18), tomar conocimiento de los mecanismos que envuelven una puesta en escena, desentrañar y aprehender la lógica de la teatralidad significa conquistar medios que viabilicen la reflexión acerca de los procedimientos utilizados en las diferentes producciones espectaculares. El espectador se percibe en condiciones de decodificar los signos y de cuestionar los significados producidos, ya sea en el escenario o fuera de él.

Una pedagogía del espectador se justifica también por la urgencia de una toma de posición crítica frente a las representaciones dominantes, por el necesario compromiso del individuo-espectador para cuestionar los procedimientos y desmitificar los códigos espectaculares hegemónicos.

Los proyectos artísticos y pedagógicos que tienen por objetivo proponer a los espectadores no especialistas un descubrimiento activo del teatro no suscitan evidencias tranquilas ni facilidades inesperadas. El teatro, en su etapa contemporánea, puede ser percibido por los espectadores, niños y adultos, acostumbrados a las producciones audiovisuales dominantes, como un espacio totalmente extraño en el que puede ser extremadamente difícil situarse. Los gestos, movimientos, intenciones sutiles de los actores, un mosaico complejo de signos y códigos específicos proponen un modo de relación y de comunicación fundado en la participación sensible y reflexiva del espectador, en una actitud concentrada de observación.

No sería exagerado suponer que el arte teatral pueda ser encarado como una proposición espectacular poco habitual, o incluso frustrante, para este sobreestimulado espectador contemporáneo. Al pensar en una pedagogía del espectador, por lo tanto, no se puede despreciar el anhelo, el hábito, la expectativa que condiciona al individuo-espectador de nuestro tiempo en su relación con los variados medios comunicacionales que tienen la hegemonía de





Victor Freitas from Pixels

los procedimientos estéticos espectaculares y de la producción de sentidos.

En la boca del pueblo

La búsqueda de un teatro abierto, participativo, que conmueva, movilice, apasione y que estimule el acto de pensar es un deseo expresado en varias lenguas. El debate sobre la formación de espectadores teatrales no se restringe al contexto sociocultural brasileño, lo sabemos bien. Tal vez tengamos que acostumbrarnos al hecho de que el teatro se ha convertido hoy en un evento para pocos, como indica Peter Brook, y, por eso, ya no podemos alimentar la visión antigua y romántica de esta práctica artística como una institución de educación y de reunión de todo el pueblo.

“En algunos lugares, hay una minoría de personas que necesitan algo diferente, algo más humano, que solo puede ocurrir en una escala menor. Y entonces, el teatro será siempre para un porcentaje pequeño de personas. Eso no lo hace elitista, solo lo hace algo que está ahí para gente que realmente tiene interés”. (Brook, 2000, p.1)

Todas estas luchas por la democratización del teatro, por la práctica de proyectos de formación de espectadores, por afirmarlo como instrumento de transformación social, por el libre entendimiento entre actores y espectadores, todo eso tal vez sea una de estas utopías que se vive sin realizar, pero que, al mismo tiempo, no hay cómo sentirse realizado sin el intento de vivirlas. ¿Será así?

En Brasil, sin embargo, el debilitamiento del debate sobre la redefinición de la relación del teatro con la sociedad contemporánea se acentúa en virtud de la inexistencia de un amplio público debidamente comprometido, habituado a participar de eventos teatrales, con el gusto y el alma despiertos para este arte. ¿Será que, como decía Ziembinski, artista teatral polaco que migra a Brasil durante la segunda guerra mundial, el arte del teatro, tal cual lo conocemos, no se adapta a nuestra personalidad?

“¿Será que a nosotros los brasileños realmente nos gusta el teatro y lo necesitamos? ¿Cuál debería ser este arte para que el pueblo se

LA BÚSQUEDA DE UN TEATRO ABIERTO, PARTICIPATIVO, QUE CONMUEVA, MOVILICE, APASIONE Y QUE ESTIMULE EL ACTO DE PENSAR ES UN DESEO EXPRESADO EN VARIAS LENGUAS

interesara por él? [...] El conflicto, la situación de conmoción interna, el juego de contrastes entre el negro y el blanco, todos estos elementos que caracterizan el fenómeno dramático no parecen ser el fuerte de nuestro temperamento nacional. No hay voluntad de involucrarse en el conflicto de los demás; hay voluntad, esto sí, de quedarse en la playa, en los campos, en una actitud contemplativa. [...] Lo que pasa es que esta nación todavía se prepara para encontrar su propia forma de lo que sería el espectáculo teatral, aunque tal vez no se llame más de espectáculo teatral, pero en el que la nación se realizaría a través de conceptos afines al drama, y adaptación a su temperamento, su sangre, su paisaje y su sensibilidad melódica. [...] Entonces ya no será necesario escribir “Vamos al teatro”, porque el pueblo irá espontáneamente”. (Ziembinski, apud Michalski, 1996)

¿Será una cuestión de personalidad de nuestra gente y no una falta de incentivo a proyectos político-culturales que apunten a la formación amplia de un público teatral brasileño?

¿Tal vez los dos juntos? ¿O es que el teatro, tal cual sus formas están establecidas, no ofrece respuestas a la necesidad de teatro que la vida contemporánea produce o permite suponer? El hecho es que para que se pueda anhelar el nacimiento de una práctica teatral genuinamente brasileña, difundida por todos los sectores de la sociedad, como soñaba Ziembinski, es preciso que exista una intimidad con este arte, que se ponga en la boca (y en los ojos) del pueblo.

La efectividad de una pedagogía del espectador, sin embargo, requiere la organización y la proposición de proyectos y procedimientos específicos enfocados a su formación. La lectura del teatro, el paseo interpretativo por los significantes que constituyen una puesta en escena, no es una actitud evidente y sí algo que se adquiere, que demanda placer e interés investigativo. El interés por los entresijos de la actividad artística no es solamente una aptitud natural, sino también una conquista cultural. Democratizar el acceso al teatro consiste, pues, en aproximar al espectador a las instancias del quehacer teatral, comprometiéndolo en el ámbito del propio movimiento artístico y cultural. ▀

Referencias bibliográficas

- BARBA, Eugenio. *L'espace au milieu*. In: _____. *La position de spectateur aujourd'hui dans la société et dans le théâtre*. Paris, Actes Sud, hors série n° 5, mar., 1996.
- BROOK, Peter. *L'espace vide: écrits sur le théâtre*. Paris, Seuil, 1977.
- _____. *Le diable c'est l'ennui*. Paris, Actes Sud-Papiers, 1991.
- _____. In: CYPRIANO, F. *Peter Brook: encenador remete seu "traje" ao Brasil*. Folha de São Paulo, São Paulo, set. Ilustrada, p. 1, 2000.
- DEBORD, Guy. *La société du spectacle*. Paris, Gallimard, 1992.
- DORT, Bernard. *O Teatro e sua Realidade*. São Paulo, Perspectiva, 1977.
- DESGRANGES, Flávio. *A Pedagogia do Espectador*. São Paulo, Hucitec, 2003.
- GUÉNOUN, Denis. *Le théâtre est-il nécessaire?* Marseille, Circé, 1996.
- OLIVEIRA, Roberta. S.O.S. *Teatro*. *Jornal do Brasil*, Rio de Janeiro, 27 fev. Caderno B, p. 1, 1997.
- ROSENFELD, Anatol. *Prismas do Teatro*. São Paulo, Perspectiva, 1993.
- MICHALSKI, Yan. *Ziembinski e o Teatro Brasileiro*. São Paulo, Hucitec, 1996.