

ESTÁ COM TUDO E NÃO ESTÁ PROSA: WALTER PINTO E SEU PAPEL DE MEDIAÇÃO CULTURAL NO TEATRO DE REVISTA BRASILEIRO

ESTÁ COM TUDO E NÃO ESTÁ PROSA: WALTER PINTO AND HIS ROLE OF CULTURAL MEDIATION AT THE BRAZILIAN THEATRICAL REVUE (TEATRO DE REVISTA)

*Maximiliano Marques*⁶⁷

Colégio Pedro II – Rio de Janeiro

Resumo: Este artigo visa examinar como se deu a construção do personagem Walter Pinto no teatro de revista brasileiro entre 1940 e 1961, abordando o esplendor visual e a dinâmica cultural de suas produções, resultantes do papel de ampla mediação exercido por ele no gênero no período. Ressalta-se que o produtor assumiu funções diversas e articulou, em sua obra teatral, concepções estéticas e dramáticas desenvolvidas em diferentes meios de entretenimento da época, tais como os espetáculos dos cabarés parisienses, o cinema hollywoodiano, os musicais da Broadway, os *shows* dos cassinos cariocas e o carnaval brasileiro.

Palavras-chave: Walter Pinto; teatro de revista brasileiro; mediação cultural.

Abstract: This article aims to examine how the character Walter Pinto was built in the Brazilian theatrical revue (teatro de revista) between 1940 and 1961, addressing the visual splendor and cultural dynamics of his productions, resulting from the broad mediation role he played in the genre in the period. It is emphasized that the producer assumed various functions and articulated, in his theatrical work, aesthetic and dramatic conceptions developed in different entertainment media of the time, such as the Parisian cabaret shows, Hollywood cinema, Broadway musicals, Rio de Janeiro casino shows, and Brazilian carnival.

Keywords: Walter Pinto; Brazilian theatrical revue (teatro de revista); cultural mediation.

Recebido em: 12/05/2025

Aceito em: 17/07/2025

⁶⁷ Doutor (2018) e pós-doutor (2019) pelo Programa de Pós-graduação em Artes da Universidade do Estado do Rio de Janeiro (UERJ). Professor Titular de Educação Musical do Colégio Pedro II.

Introdução

Este artigo⁶⁸ propõe examinar a construção do personagem Walter Pinto no teatro de revista⁶⁹ brasileiro (1940-1961) e o papel de mediação exercido por ele no gênero no período, abordando o esplendor visual e a dinâmica cultural de suas peças.

As montagens do produtor caracterizavam-se pela incorporação de elementos cênicos tomados à linguagem cinematográfica e pela valorização do estilo feérico⁷⁰ de altíssimo luxo, inspirando-se nos musicais franceses e norte-americanos (PAIVA, 1991; VENEZIANO, 1996; ANTUNES, 2004; BRANDÃO, 2005; CHIARADIA, 2011), bem como nos *shows* dos cassinos do Rio de Janeiro. Além disso, suas peças – em especial as de carnaval – encenavam aspectos diversos ligados à folia.

Nesse sentido, a concepção de mediação cultural, como aquela exercida pelos carnavalescos nas escolas de samba (CAVALCANTI, 2008), será útil ao presente trabalho, posto que Walter Pinto desempenhou várias funções e foi influenciado por diferentes meios socioculturais ao idealizar e realizar sua obra (MARQUES, 2018, 2022). A figura do carnavalesco é entendida, aqui, como “aquele que, além de conceber, realiza um enredo, tornando-se uma espécie de ‘diretor-geral’ de um espetáculo, ou de ‘maestro’ de uma ‘orquestra’ ao coordenar a preparação das várias partes de uma escola para o desfile” (CAVALCANTI, 2008, p. 72).

A concepção de mediação cultural de Cavalcanti (2008) será enriquecida, no texto, por observações de Ferreira (1999, p. 112). Segundo o autor, a figura do carnavalesco nas escolas de samba serve como “veículo ao diálogo” entre culturas diversas, o que contribui para a compreensão da atuação de Walter Pinto como mediador cultural, ressaltando seu papel na reformulação estética do teatro musicado no país.

⁶⁸ Resultante de uma das partes de minha tese de doutorado (MARQUES, 2018), realizada no Programa de Pós-graduação em Artes da Universidade do Estado do Rio de Janeiro (UERJ), sob a orientação do professor doutor Felipe Ferreira.

⁶⁹ Gênero de espetáculo teatral de origem francesa, associado a números musicais, que revisa, de forma crítica e cômica, fatos da atualidade.

⁷⁰ Conforme explica Veneziano (1996, p. 27), nas décadas de 1930 e 1940, “passaram a se denominar *féerie* os espetáculos derivados das revistas que se encaminharam para o modelo francês dos musicais, marcados pela influência do Folies Bergère, com grande luxo, grandes efeitos de luz e cenografia, também popularizados pelo cinema”.

Para tanto, serão focalizadas as várias facetas do produtor na realização de peças pautadas pela suntuosidade e monumentalidade; e as diferentes influências sobre essas peças.

Disso é que eu gosto: Walter Pinto e sua figura multifacetada

Após o falecimento de seu pai, Manoel Pinto – um dos principais nomes do teatro de revista brasileiro nos anos 1920 e 1930 –, e de seu irmão, Álvaro Pinto – vítima de um acidente de avião –, Walter Pinto (Figura 1) assumiu a direção da Empresa de Teatro Pinto Ltda. e realizou em 1940 sua primeira montagem, sob o título *Disso é que eu gosto*, por meio da qual o gênero “revista” tomou um novo rumo no país. Esse espetáculo, escrito por Miguel Orrico, Oscarito Brenier e Vicente Marchelli, “delimitou um estilo de revista” (PAIVA, 1991, p. 467), marcado por profundas transformações na *mise-en-scène* do teatro musicado nacional.



Figura 1: O produtor, diretor e empresário teatral Walter Pinto.
Fonte: Acervo Walter Pinto – Funarte/Centro de Documentação e Pesquisa.

Sob a gestão de Walter Pinto (1940-1961), um padrão cênico sem igual se impôs na revista teatral brasileira, com base no predomínio da visualidade sobre o texto, na crescente “modernização” e no mais alto profissionalismo, ao contratar artistas e técnicos

Revista Moringa Artes do Espetáculo, João Pessoa, UFPB, v. 16 n. 2, jul-dez 2025

em várias especialidades: figurinistas, cenógrafos, coreógrafos, diretores musicais, eletricitas, costureiras, contrarregras, orientadores de cena. A equipe do produtor é assim descrita pelo jornal *A Manhã* (24/05/1953, p. 5):

Luiz Marzullo, administrador cem por cento que sabe resolver os problemas [...]; Vicente Marzullo, homem que se movimenta como bom secretário [...]; Henrique Delff, assistente técnico e coreógrafo que sabe como ensaiar as garotas que constituem os corpos de baile; Angelo Lazary é um dos cenógrafos da empresa e dispensa referências pela fama que desfruta à custa de trabalhos dignificantes no teatro e nos prêmios carnavalescos da cidade; José Gonçalves, o popular “Juca”, é o chefe das montagens e tem um passado cheio de glórias no teatro; Juvenal Prio é o contrarregra que não esquece um só detalhe dos muitos que lhe são colocados sobre os ombros [...]; José Silva é o eletricitista-chefe que com Walter Pinto prepara os magistrais efeitos de luz que o público tanto tem admirado; Joselito Mattos é o desenhista e figurinista da empresa. [...] Juliana Santos [...] é a chefe do guarda-roupa há muitos anos. [...] Angelo Cunha, também secretário; Clio Novelino, outro grande elemento das montagens; Mario Cardoni, também contrarregra; Marina Sanches e Nair Cruz, do guarda-roupa; Manoel de Lima, Armando Iglésias e Octávio Goulart, cenógrafos; Antonino Ramos, chefe da carpintaria.

Embora movimentasse profissionais credenciados nas mais diversas áreas em seus espetáculos, Walter Pinto intervinha em cada uma delas, além de atuar como produtor, diretor e empresário, o que mostra sua capacidade de trabalho e preocupação com os mínimos detalhes das montagens. De acordo com a revista *Carioca* (12/01/1946, p. 57), Walter Pinto

não para um só instante quando vai pôr em cena uma peça nova. Traça o que quer e entrega aos carpinteiros, dá instruções aos eletricitas, orienta as costureiras, cria tipos, imagina cenários e transmite as suas ideias aos artistas do pincel, estuda efeitos de luz [...], escolhe músicas, corrige cenas e marcações e não termina exausto, fatigado da luta que travou para o êxito de seus espetáculos.

Nota-se, dessa forma, que Walter Pinto atuava em diferentes setores de criação e produção de sua companhia teatral e assumia igual “centralização de funções que caracteriza o atual tipo-ideal do carnavalesco” (CAVALCANTI, 2008, p. 84), personagem “responsável pelo intercâmbio entre diversos ‘momentos’ do processo criativo do desfile” das escolas de samba (FERREIRA, 1999, p. 116), cujas funções desempenhadas são desdobradas em 15 por Guimarães (apud CAVALCANTI, 2008, p. 93): “autor do enredo,

escritor e pesquisador, roteirista, cenógrafo, figurinista, aderecista, projetista, produtor de espetáculo, pesquisador de mercado, coordenador, diretor de espetáculo, contrarregra, relações públicas, artista plástico, arquiteto”.

Walter Pinto, além do mais, fez com que a figura do produtor-empresário se tornasse o protagonista do teatro de revista brasileiro e consolidou o gênero como um evento de grande porte, dentro de um viés empresarial e de uma escala industrial nunca antes vistos nessa forma teatral. Seu nome e sua imagem, aliás, sobrepujavam os dos(as) artistas principais de seu elenco nos enormes cartazes expostos no Teatro Recreio (onde eram exibidas suas peças) e na publicidade dos espetáculos veiculada na imprensa escrita, com as seguintes chamadas: “Walter Pinto apresenta”; “Uma realização de Walter Pinto”; “Você não precisa ir a Paris, Paris virá até você nos espetáculos de Walter Pinto”; e “de Paris para o Rio: um presente de Walter Pinto” (Figura 2). Em entrevista ao jornal *Gazeta de Notícias* (10/02/1942, p. 12), o produtor relata: “não é por vaidade que mantenho meu nome no cartaz do teatro em que me encontro. Sou também comercial, como todos os meus colegas, e desejo somente ficar conhecido pelo grande público, a fim de que ele prestigie os espetáculos apresentados por mim”.



Figura 2: Provável arte de propaganda do espetáculo *Está com tudo e não está prosa*, em 1949.
Fonte: Acervo Walter Pinto – Funarte/Centro de Documentação e Pesquisa.

Espectadores de diferentes classes sociais frequentavam as produções do empresário, cujas estreias no Teatro Recreio marcavam o ponto alto da temporada teatral da cidade e passaram a ser um acontecimento na vida da sociedade carioca. Sobre o início da temporada da revista *É de xurupito* (1957), o crítico teatral Augusto Maurício comenta no *Jornal do Brasil* (7º Caderno, 18/08/1957, p. 5): “um espetáculo anunciado por Walter Pinto constitui sempre um acontecimento artístico de mais elevado nível, e também social, porque atrai multidões, ávidas por conhecer a nova produção do vitorioso homem de teatro”.

Correspondendo a todos os *slogans* lançados pelos materiais de propaganda, suas montagens eram produzidas com investimento financeiro sem precedentes no teatro de revista brasileiro. Em texto publicado no jornal *O Semanário* (27/09-04/10/1956, p. 11), Sabino Canalini ressalta ter sido Walter Pinto o empresário que mais empregou capital e o maior detentor de lucros no gênero. A peça *Botando pra jambrar*, realizada por ele em 1956, foi anunciada, nessa fase, como “a revista dos 5 milhões”, para a qual contratou 200 profissionais, entre artistas e técnicos. Dela participaram 34 *girls*⁷¹ (16 argentinas, 10 brasileiras, 5 espanholas e 3 italianas), além de 20 costureiras e alfaiates para confeccionar 266 figurinos. De acordo com o periódico, a superprodução contava também com quilômetros de tecidos diversos, 300 plumas, 5 quilos de canutilhos e 30 de espelhos costurados nas roupas, 300 chapéus, 200 luvas, 200 pares de sapatos, efeitos de iluminação obtidos por 6.800 lâmpadas e pela luz negra, centenas de metros quadrados de madeira usados nas armações, 2 toneladas de ferro para elevadores e pontes, 800 litros de tinta para a execução de 34 cenários de 120 metros quadrados cada, orquestra formada por 20 instrumentistas (sob a batuta do maestro Vicente Paiva, executando 38 músicas), coro de 8 figuras e uma chuva de dois minutos que gastava 500 litros d’água.

Luis Iglesias, um de seus principais colaboradores, em depoimento ao jornal *A Manhã* (26/04/1953, p. 5), afirma:

[Walter Pinto] tem hoje na França, como na Argentina, como em Portugal ou na Espanha, e até na América do Norte, uma rede de amigos e de correspondentes que colaboram com ele e falam de seus cometimentos teatrais. [...] nunca, na história do teatro brasileiro, um empresário investiu em negócios teatrais tão grande capital como investe Walter Pinto nas suas revistas. [...] Só os brasileiros que viajam, os que vão conhecer as revistas

⁷¹ Termo referente às bailarinas do teatro de revista brasileiro.

de Paris, Londres e Nova York, podem aquilatar o que pela revista nacional tem feito esse empresário.

Com sua visão empresarial, Walter Pinto ainda remodelou vários setores do Teatro Recreio com o que havia de mais confortável e “moderno”: ar-refrigerado, poltronas estofadas, som estereofônico, refletores de mudanças automáticas, saguão forrado com piso de mármore, sala de espera elegante com bar e parque de estacionamento ao lado da bilheteria.

O jovem produtor, por meio de seu tino empresarial e ideias “revolucionárias” para a época, se transformou na principal estrela de sua companhia teatral e, em pouco tempo, em líder dos espetáculos musicados no país, concentrando suas apresentações no Rio de Janeiro, porém viajando também com seu elenco para São Paulo e para o exterior.

Walter Pinto agia, assim, do mesmo modo que a figura do carnavalesco, cuja “responsabilidade sobre o enredo e sobre aspectos-chave da consecução do desfile” de uma agremiação coloca o seu lugar em evidência (CAVALCANTI, 2008, p. 74).

É xique xique no pixoxó: o aparato visual e a influência nacional e internacional nas produções de Walter Pinto

O discurso visual do teatro de revista brasileiro atingiu altos níveis na fase Walter Pinto (PAIVA, 1991; VENEZIANO, 1996, 2010; ANTUNES, 2004; BRANDÃO, 2005; CHIARADIA, 2011; COLLAÇO, 2012). O produtor comenta:

Comprei e tenho até hoje uma biblioteca de teatro com obras em francês e inglês, onde estudei plano de teatro, ballet, cenografia, luz, aliás fui eu quem lançou no Brasil a luz negra que hoje é usada até nos hotéis de alta rotatividade e que ninguém conhecia. Enfim, eu fiz cinema dentro do teatro. (PINTO, 1977, p. 169)

Seguindo a linha de encenação dos *shows* dos cabarés parisienses e do cinema hollywoodiano, seus espetáculos eram marcados pelos seguintes aspectos: belas mulheres, figurinos caros, profusão de plumas, cenários imponentes, coreografias e escadarias grandiosas, efeitos de luz inusitados, recursos de maquinaria “modernos”, fogos de artifício, truques realizados por jogos de espelhos e cascatas luminosas.

Na expressão da vedete Íris Bruzzi, as produções de Walter Pinto – com quem foi casada – lembravam as do Folies Bergère, do Lido e do Moulin Rouge⁷², três das casas de *shows* mais famosas de Paris, para onde o empresário viajava a fim de pesquisar novas tendências do teatro musicado. No final da década de 1940, por sinal, após estada de quase um ano na Europa, Walter Pinto trouxe, da capital francesa, para sua revista *Está com tudo e não está prosa*, cenários, figurinos luxuosos, maquinário de palco giratório, bailarinas e um *chansonier*⁷³ (NORTON, 25.08.1949, p. 31 e 62), atuando, assim, como a figura do carnavalesco, que serve “como veículo da inserção de novas ideias no espaço ‘tradicional’ das escolas de samba” (FERREIRA, 1999, p. 111).

Nessa linha de abordagem, o produtor sentiu-se igualmente atraído pela comunicação visual dos filmes norte-americanos assistidos por ele no cinema. Tanto os musicais de Hollywood quanto os da *Broadway*, aos quais os primeiros estavam alinhados, absorvendo ideias, artistas, técnicos e criadores em geral, se tornaram símbolos do espírito estadunidense, caracterizados por seus figurinos e cenários exuberantes, bem como por seus números grandiloquentes (ESTEVES, 2014), influenciando o teatro de revista brasileiro. Walter Pinto, aliás, era considerado o “Ziegfeld⁷⁴ Brasileiro” pela imprensa escrita, por conta de seus espetáculos lembrarem os do produtor americano em termos de grandeza, riqueza e esbanjamento. Em adição, as *féeries* de Walter Pinto bebiam na fonte dos filmes musicais do cineasta, produtor e coreógrafo americano Busby Berkeley, que, nas décadas de 1930 e 1940, transpôs para o cinema a espetacularização das *follies* teatrais de Ziegfeld. Uma prova disso encontra-se no número musical “The lady in the tutti-frutti hat”, do filme *The gang’s all here* (*Entre a loura e a morena*), estrelado em 1943 por Carmen Miranda⁷⁵, em que são exibidas frutas em tamanho muito superior ao normal (Figura 3).

⁷² Depoimento de Íris Bruzzi à Funarte, disponível na página eletrônica:

www.funarte.gov.br/brasilmemoriadasartes/acervo/walter-pinto/iris-bruzzi-a-primeira-dama-do-teatro-recreio/ . Acesso em: 2 dez. 2022.

⁷³ Cantor popular de repertório lírico e sentimental. “A figura do *chansonier* foi fundamental para a expansão da música popular na revista. Eram cantores talentosos que muitas vezes representavam também o papel de galã” (ANTUNES, 2004, p. 50).

⁷⁴ Florenz Ziegfeld foi um famoso produtor e empresário da Broadway, conhecido por suas revistas teatrais, as *Ziegfeld Follies* (1907-1931), caracterizadas pelos esquetes cômicos, pela *performance* de belas mulheres e pelo esplendor cênico, sob a influência do Folies Bergère (HARTNOLL; FOUND, 1996).

⁷⁵ Nos anos 1940, Carmen Miranda tornou-se uma grande estrela nos Estados Unidos.



Figura 3: Cena do filme musical *The gang's all here*, dirigido por Busby Berkeley em 1943.
Fonte: Museu Carmen Miranda/Funarj/Secretaria de Estado de Cultura e Economia Criativa.

Vale destacar que a grandiosidade do cinema estadunidense estava presente nos espetáculos de Walter Pinto, o que é notado, por exemplo, no uso da *escada-gigante*, criada por ele no gênero (VENEZIANO, 2010) como espaço, por excelência, no qual vedetes e *girls* realçavam a beleza feminina (COLLAÇO, 2012), descendo, degrau por degrau, com elegância e de cabeça erguida⁷⁶ (Figura 4). Essas escadarias guardavam elementos em comum com as apresentadas nos filmes musicais norte-americanos do período, os quais inspiravam, do mesmo modo que o teatro musicado francês, a criação de trajes custosos nas revistas do Teatro Recreio, repletos de plumas, paetês, penas, miçangas e lantejoulas. Muitos desses trajes, desenhados por Joselito Mattos e Aelson Nova Trindade – os principais figurinistas da Companhia Walter Pinto –, eram, a pedido do empresário, confeccionados em ateliês parisienses (*Vida Doméstica*, jan. 1955, p. 47; *Revista do Rádio*, 17/08/1957, p. 24).

⁷⁶ O “nu artístico” também era apresentado nas realizações de Walter Pinto, que aumentou o salto dos sapatos das artistas de 4,5 para 7,5 centímetros, dando-lhes mais elegância (CANALINI, 27.09 a 04.10.1956, p. 11).



Figura 4: Visualidade feérica e *performance* de artistas da Companhia Walter Pinto, na revista *É xique xique no pixoxó* (1960).
Fonte: *Manchete* (26/08/1961, p. 37).

Essas descrições reforçam a função mediadora desempenhada conscientemente por Walter Pinto, encarregado, assim como o carnavalesco na escola de samba, de levar à sua cena “concepções estéticas e dramáticas desenvolvidas em outros meios culturais” (CAVALCANTI, 2008, p. 72), incluindo as do carnaval carioca.

O produtor, a propósito, montou, nos anos 1940, várias revistas carnavalescas⁷⁷, forma teatral tipicamente brasileira e carioca apresentada no período que antecedia a folia e marcada pelo emprego de um rol de aspectos carnavalizantes. A apoteose do primeiro ato da revista *Carnaval da vitória* (1946) (Figura 5), por exemplo, inspirava-se no festejo de Momo, com destaque para a representação da figura de uma enorme baiana estilizada (como a que decorava anualmente a Praça 11), bem como para a utilização de serpentinas, guizos, pandeiros, atabaques e fitas coloridas decorativas em seu cenário (MARQUES, 2018, 2022). Há ainda, nessa apoteose, a presença de dois estandartes: o “Cordão dos Puxa-sacos” (à esquerda) e o “Bloco do Amor” (à direita); e a caracterização cênica de quatro colombinas (à esquerda), tendo em seus ombros bonecos personificando pierrôs (MARQUES, 2018, 2022).

⁷⁷ Subgênero do teatro de revista brasileiro.



Figura 5: Apoteose do primeiro ato da revista *Carnaval da vitória* (1946):
ao centro, em primeiro plano, a vedete Renata Fronzi.
Fonte: Acervo Walter Pinto – Funarte/Centro de Documentação e Pesquisa.

Além disso, Walter Pinto incorporou às suas peças traços da estrutura espetacular dos *shows* dos cassinos do Rio de Janeiro⁷⁸ (ANTUNES, 2004), montados nos moldes das produções de Las Vegas. O produtor chegou, mesmo, a comprar, em 1947, o guarda-roupa do Cassino da Urca⁷⁹ por 200.000 cruzeiros (*O Cruzeiro*, 18.10.1947, p. 25) e a contratar dançarinas do famoso cassino carioca (PINTO, 1977).

Essas narrativas e imagens evidenciam, portanto, a atuação de Walter Pinto como “agente mediador entre concepções ‘modernas’ e ‘externas’ [...] e aquelas ‘tradicionais’ e internas” (FERREIRA, 1999, p. 112), lembrando o trabalho realizado pelo carnavalesco, que articula estéticas visuais de diferentes espaços culturais nos desfiles das agremiações. De igual importância foram os contatos feitos pelo empresário com o exterior (com a loja parisiense “Lido”, com o Theatre Production Service da Broadway, etc.), para solicitação de catálogos de materiais, cotação de preços, compra de figurinos e adereços.

⁷⁸ Os *shows* dos cassinos cariocas eram “espetáculos do gênero Folies Bergère parisiense: minirevistas, seguidas de apresentações de cabaré, com serviços de bebidas e comidas nas mesas e camarotes, semelhantes às apresentações do *Alcazar Lyrique*, no século XIX” (ANTUNES, 2004, p. 94).

⁷⁹ Os jogos de azar foram proibidos no Brasil em 1946.

Seu perfil empreendedor também é notado em relação aos amplos recursos técnicos adotados em suas montagens. Em meados da década de 1940, o produtor informa ao jornal *Gazeta de Notícias* (11/02/1945, p. 6):

exibirei aos frequentadores do Recreio um moderníssimo aparelho elétrico, adquirido agora em São Paulo, e do qual não existe outro exemplar no Brasil. Possuindo lentes de projeção e um poder extraordinário de iluminação, esse aparelho, de fabricação americana, tem a faculdade de transformar, em plena cena, os cenários e o guarda-roupa, dando a exata impressão de que houve uma “mutação à vista”.

Na mesma fase, o Recreio foi o primeiro teatro do país a empregar um novo efeito importado de iluminação: a luz negra, lançada por Walter Pinto na revista *Canta Brasil* (PAIVA, 1991, p. 514).

Outra novidade em sua gestão foi a aquisição do microfone Altec, utilizado na revista *É fogo na jaca* (1953): um aparelho que era “a última palavra em matéria de eletrônica” (CAMPOS, 14/04/1953, p. 5), projetando com perfeição o som por todo o teatro.

Paralelamente à importação de equipamentos de luz e som, geralmente vindos dos Estados Unidos, Walter Pinto mantinha-se atualizado no que se refere às tendências coreográficas da época, haja vista as várias publicações sobre o tema localizadas em seu acervo, depositado no Centro de Documentação e Pesquisa da Funarte. A fim de melhorar o nível coreográfico de suas revistas, destaca-se todo o rigor na preparação e execução dos números de dança, cujo corpo de baile contou, na revista *Eu quero é me badalar* (1954), com a *performance* de 52 *girls*, muitas das quais recrutadas por ele no exterior, principalmente em Paris e Buenos Aires. Essas grandes coreografias, dirigidas, muitas vezes, por profissionais estrangeiros contratados, tinham como fontes de inspiração os musicais da Broadway e de Hollywood. A propaganda da revista *É de xurupito* (1957) na imprensa escrita, por exemplo, anunciava a exibição, na peça, de “moderníssimos bailados americanos” (*O Jornal* 2ª seção, 08.09.1957, p. 8), integrados por dançarinas de várias nacionalidades, sob a direção do coreógrafo inglês Bernard Hall. Em texto publicado na *Revista da Semana* (05/10/1957, p. 30), Francisco Manoel afirma que a coreografia desse espetáculo era “do tipo ‘musical da Metro’ [...]. As garotas... (quanta menina bonita!...)”

marcam com desembaraço e, em alguns quadros, lembram as famosas ‘Rockettes’⁸⁰ do Radio City de Nova York”. Alguns anos mais tarde, era a vez da revista *Tem bububu no bobobó* (1959) apresentar números de dança criados por coreógrafos internacionais. Conforme observa o jornal *Diário da Noite* (17/03/1959, p. 6),

Walter Pinto não mede sacrifícios para que as suas produções sejam sempre apoiadas em magníficos elencos, técnicos e artísticos. No terreno dos técnicos a coisa toma vulto notável e além de mandar vir bailarinos, bailarinas, *girls* e modelos da Argentina e da Europa, Walter Pinto contrata cenógrafos e coreógrafos dos mais destacados e famosos. Agora mesmo vem ele contratar os coreógrafos Mário Marozzi, assistente de Michael Kidd, coreógrafo do filme “Eles e Elas” da Metro, e Domingo Otero, que foi assistente de Alfredo Alaria, coreógrafo e bailarino atualmente no Lido de Paris.

Observam-se, assim, as influências variadas atuantes sobre a concepção cênica das produções de Walter Pinto. O diálogo entre diferentes espaços e tempos presentes em suas realizações é destacado por Paiva (1991, p. 452) ao afirmar que o produtor “assumiu a responsabilidade de fazer um teatro de revista à imagem e semelhança de Florenz Ziegfeld, [Lee] Shubert, Earl Carroll, George White e os manipuladores do Lido de Paris, antecipando, mesmo inconscientemente, os superespetáculos ofuscantes e fugazes de Las Vegas”.

Agindo de modo similar ao personagem carnavalesco – este incumbido de “dar personalidade a uma escola [de samba]” em seu desfile (CAVALCANTI, 2008, p. 76) –, Walter Pinto criou uma identidade inconfundível para suas revistas teatrais, com base no luxo e no *glamour*, marcas de expressão estética de altíssima qualidade.

Considerações finais

Walter Pinto herdou de sua família o amor pelo teatro de revista brasileiro e foi o principal responsável pela expansão estética e conceitual do gênero entre 1940 e 1961, redimensionando o *showbiz* nacional.

⁸⁰ As Rockettes do Radio City de Nova York integram uma companhia de dança que se apresenta no Radio City Music Hall desde o início da década de 1930. Disponível em <http://www.rockettes.com/history/>. Acesso em: 2 dez. 2022.

Embora contasse com a colaboração de profissionais de primeira grandeza, o multifacetado “revisteiro” participava ativamente do processo de criação e produção de todos os setores de sua empresa teatral, fruto de sua ação empreendedora.

Ele era, aliás, seu próprio *public relations* e aparecia sempre sorridente nas retumbantes campanhas de publicidade divulgadas em torno do lançamento e da temporada de suas peças, estratégia de *marketing* do “selo” Walter Pinto.

Em adição, o produtor montou espetáculos de forma quase industrial, apoiado em uma forte base econômica, não medindo esforços e economias para elevar o nível da revista teatral nacional ao das grandes metrópoles do mundo.

Além de incorporar elementos da festa carnavalesca brasileira e das montagens dos cassinos do Rio, a *mise-en-scène* de Walter Pinto se inspirou nos musicais internacionais (de Paris, Nova York, Hollywood), influenciando, por extensão, os desfiles das escolas de samba, que passaram a assimilar, gradualmente, o espírito do *show* de grande porte típico do empresário (MARQUES, 2018, 2020, 2022).

Ressalta-se, assim, que a ideia de agregar influências diversas no teatro de Walter Pinto é resultado das mediações do produtor em diferentes níveis simbólicos e sociais. Ou seja, tal como a figura do carnavalesco na escola de samba, Walter Pinto serviu de veículo ao diálogo entre diferentes culturas, ampliando, ainda mais, o sentido do espetáculo e o sentimento do espetacular em suas produções, tornando-se um “vendedor de imagens”, um “fabricante de emoções”, e seus *shows* “vitrines” repletas de “fantasias” que hipnotizavam o público.

Destaca-se, portanto, a importância do conjunto de elementos reunidos em sua obra, como espaço de considerável liberdade para o indivíduo criador e criativo que nele podia articular aspectos de origens diversas.

Referências

A MANHÃ. Rio de Janeiro, ano 12, n. 3.591, p. 5, 26 abr. 1953.

A MANHÃ. Rio de Janeiro, ano 12, n. 3.613, p. 5, 24 mai. 1953.

ANTUNES, Delson. **Fora do sério**: um panorama do teatro de revista no Brasil. Rio de Janeiro: Funarte, 2004.

BRANDÃO, Tania. Um teatro se improvisa: a cena carioca de 1943 a 1968. In: KAZ, Leonel (org.). **Brasil palco e paixão**: um século de teatro. Rio de Janeiro: Aprazível, 2005, p. 126-177.

CAMPOS, Henrique. Teatro. **A Manhã**, Rio de Janeiro, ano 12, n. 3.581, p. 5, 14 abr. 1953.

CANALINI, Sabino. Fazer teatro de revista não é fácil como parece. **O Semanário**, Rio de Janeiro, ano 1, n. 26, p. 11, 27 set. a 4 out. 1956.

CARIOCA. Rio de Janeiro, ano 11, n. 536, p. 49 e 57, 12 jan. 1946.

CAVALCANTI, Maria Laura Viveiros de Castro. **Carnaval carioca: dos bastidores ao desfile**. 4. ed. Rio de Janeiro: UFRJ, 2008.

CHIARADIA, Filomena. **Iconografia teatral: acervos fotográficos de Walter Pinto e Eugênio Salvador**. Rio de Janeiro: Funarte, 2011.

COLLAÇO, Vera. Entre telões e cortinas: a féerie cenográfica do musical revisteiro. **O Percevejo Online**, Rio de Janeiro, v. 3, n. 2, p. 1-26, jan.-jul. 2012.

DIÁRIO DA NOITE. Rio de Janeiro, ano 31, n. 11.450, p. 6, 17 mar. 1959.

ESTEVES, Gerson da Silva. **A Broadway não é aqui, teatro musical no Brasil e do Brasil: uma diferença a se estudar**. Dissertação (Mestrado em Comunicação). Faculdade Cásper Líbero, São Paulo, 2014.

FERREIRA, Felipe. **O marquês e o jegue: estudo da fantasia para escolas de samba**. Rio de Janeiro: Altos da Glória, 1999.

GAZETA DE NOTÍCIAS. Rio de Janeiro, ano 68, n. 34, p. 12, 10 fev. 1942.

GAZETA DE NOTÍCIAS. Rio de Janeiro, ano 71, n. 35, p. 6, 11 fev. 1945.

HARTNOLL, Phyllis; FOUND, Peter. **The concise Oxford companion to the theatre**. 2. ed. Oxford: Oxford University Press, 1996.

MANCHETE. Rio de Janeiro, ano 9, n. 488, p. 37, 26 ago. 1961.

MANOEL, Francisco. Garotas de Xurupito. **Revista da Semana**, Rio de Janeiro, ano 57, n. 40, p. 30, 5 out. 1957.

MARQUES, Maximiliano. *A cuíca está roncando: uma abordagem dos aspectos visuais das revistas carnavalescas de Walter Pinto dos anos 40 e seu diálogo com o carnaval carioca*. Tese (Doutorado em Arte e Cultura Contemporânea). Instituto de Artes, Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2018.

MARQUES, Maximiliano. Tem bububu no bobobó: o teatro de revista de Walter Pinto e as escolas de samba. In: CAVALCANTI, Maria Laura; GONÇALVES, Renata de Sá (orgs.). **Carnaval sem fronteiras: as escolas de samba e suas artes mundo afora**. Rio de Janeiro: Mauad X, p. 125-151, 2020.

MARQUES, Maximiliano. Folia em revista: o teatro de Walter Pinto e a festa carnavalesca carioca. **Revista Sala Preta**, v. 21, n. 2, p. 91-115, dez. 2022.

MAURÍCIO, Augusto. Teatro: É de xurupito. **Jornal do Brasil**, Rio de Janeiro, ano 67, n. 191, p. 5, 18 ago. 1957, 7º Caderno.

NORTON, Barbara. Está com tudo e não está prosa. **Carioca**, Rio de Janeiro, ano 14, n. 725, p. 31, 62 e 63, 25 ago. 1949.

O CRUZEIRO. Rio de Janeiro, ano 19, n. 52, p. 25, 18 out. 1947.

O JORNAL. Rio de Janeiro, ano 37, n. 11.349, p. 8, 8 set. 1957, 2ª seção.

Revista Moringa Artes do Espetáculo, João Pessoa, UFPB, v. 16 n. 2, jul-dez 2025

PAIVA, Salvyano Cavalcanti de. **Viva o Rebolado!**: vida e morte do teatro de revista brasileiro. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1991.

PINTO, Walter. In: MEC. **Depoimentos III**. Rio de Janeiro: Funarte/SNT, 1977, p. 163-175.

REVISTA DO RÁDIO. Rio de Janeiro, ano 10, n. 414, p. 24, 17 ago. 1957.

VENEZIANO, Neyde. **Não adianta chorar**: teatro de revista brasileiro... Oba! São Paulo: Unicamp, 1996.

VENEZIANO, Neyde. **As grandes vedetes do Brasil**. São Paulo: Imprensa Oficial do Estado de São Paulo, 2010.

VIDA DOMÉSTICA. 2 horas de espetáculo. Rio de Janeiro, ano 35, n. 442, p. 46-49, jan. 1955.

Sites consultados

BRASIL. Ministério da Cultura. Fundação Nacional das Artes (Funarte). *Íris Bruzzi, a primeira dama do Teatro Recreio*. Disponível em: www.funarte.gov.br/acervo_artes/walter-pinto/iris-bruzzi-a-primeira-dama-do-teatro-recreio/. Acesso em: 2 dez. 2022.

History of the Radio City Rockettes. Disponível em: www.rockettes.com/history/. Acesso em: 2 dez. 2022.