

**PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL PERÚ
FACULTAD DE ARTES ESCÉNICAS**



La necesidad de un “Teatro musical peruano” posicionado en la escena limeña

**TRABAJO DE INVESTIGACIÓN PARA
OBTENER EL GRADO DE BACHILLERA EN
ARTES ESCÉNICAS CON MENCIÓN EN TEATRO**

AUTORA

Mannucci Meza, Valeria Milagros

ASESOR

Casallo Mesias, Victor Francisco

2019

RESUMEN:

Este trabajo expone la problemática del teatro musical transnacional en oposición a las producciones nacionales originales de teatro musical en el Perú. Todo esto con el fin de generar una reflexión sobre nuestra industria y la influencia de las productoras de teatro en gran formato en el crecimiento de la misma. Se evalúan diversas ventajas y desventajas para la creciente industria teatral a partir de la diferenciación entre “teatro transnacional” y producciones originales locales. Así mismo se exploran términos como "glocalización", "*McTheatre*" y "cultura activa" tomando ejemplos de nuestro contexto, con el objetivo de relacionarlo a la responsabilidad ética de las productoras al apostar por obras de teatro musical nacional, por sobre otras propuestas transnacionales. Entre otras cosas, se concluye en que ninguna alternativa es intrínsecamente mejor que la otra, ya que finalmente toda producción teatral se relaciona con su contexto y ayuda al crecimiento, desarrollo y expansión del teatro musical en nuestro país, muy a pesar de lo que cada individuo puede considerar como un producto “valioso” para su cultura o no.

Palabras claves:

Teatro musical, musical peruano, teatro transnacional, cultura activa, glocalización, Mctheatre.

SUMMARY:

The following paper exposes the problems of transnational musical theatre in opposition to the original national productions of musical theatre in Peru. All this in order to generate a reflection on our industry and the influence of big format theatre producers on this industry's growth. Various advantages and disadvantages for the growing of theatre industry are evaluated based on the differentiation between "transnational theatre" and original local productions. Likewise, terms such as "glocalization", "McTheatre" and "active culture" are explored, taking examples from our context, with the aim of relating them to the ethical responsibility of the producers when it comes to betting on national musical theatre plays, over other transnational musicals. Among other things, it is concluded that neither alternative is intrinsically better than the other, since finally all theatrical production are related to its context and help the growth, development and expansion of musical theatre in our country, in despite of what each individual may or may not consider as a "valuable" product for their culture.

Palabras claves:

Musical theatre, Peruvian musical, transnational theatre, active culture, glocalization, McTheatre.

ÍNDICE

La necesidad de un “Teatro musical peruano” posicionado en la escena limeña.	4
Conclusiones.....	12
Bibliografía.....	14



LA NECESIDAD DE UN “TEATRO MUSICAL PERUANO” POSICIONADO EN LA ESCENA LIMEÑA.

El teatro musical es un género extranjero que en los últimos años ha sido de gran éxito en nuestro país y ha comenzado a atraer nuevo público. No obstante hasta hace poco tiempo toda obra que se pusiera en escena perteneciente a este género, era lo que el especialista en teatro contemporáneo David Savra llama “teatro transnacional” (2014: 319). Es decir, obras musicales americanas que se reproducen exactamente igual en los diferentes países a los que se traslada, como una marca, como cualquier empresa transnacional.

Esto genera cierta problemática cultural si lo evaluamos desde el aspecto del valor que tienen estas obras extranjeras en nuestra escena teatral limeña ¿son obras verdaderamente epidérmicas? ¿De menor valor por ser “solo copias” de las producciones extranjeras?, por lo tanto ¿Con casi ningún aporte cultural para nosotros extranjeros?, como lo indica Savra. O por el otro lado, son contribuyentes al teatro peruano al atraer mucho público nuevo que podría posteriormente también interesarse en otros estilos y generar un mayor público que le hace falta a la industria peruana. En los últimos años este género ha llenado salas y ha empezado a ser apropiado por la gente de teatro en nuestro contexto, generando teatro nuevo, peruano y original.

Entonces es ahí donde se ubica el conflicto. El teatro musical construye nuevos públicos pero la ausencia de contenido propio es un tema que podría resultar preocupante para diversos autores que se tratarán posteriormente. Pues sí, estas propuestas peruanas y originales están surgiendo, pero el no tener el respaldo de la fama que tienen las obras extranjeras juega en desventaja para que las productoras quieran poner en escena obras de este género no-populares, al ser estrenos.

Por lo tanto, surge la pregunta de ¿Cuál es la responsabilidad ética de las productoras al apostar por poner en escena obras de teatro musical nacional, por sobre otras propuestas transnacionales? Pues a pesar de la contribución a la industria teatral limeña de cualquier obra que pueda llenar una sala, la necesidad de tener productos peruanos en escena es importante en consideración con el talento que aquí se gesta. Jan Cohen Cruz, autora de *Local Acts*, señala la importancia de un teatro que responda a su realidad, con responsabilidad sobre su comunidad y que sea capaz de promover una

“cultura activa”, una relación activa con el teatro, que pueda emular su posterior relación con su contexto político y su identidad como ciudadano (Cohen-Cruz, 2005: 100)¹. A pesar de que en este libro la autora se refiere más específicamente a un teatro de comunidad practicado por la misma comunidad para el desarrollo de una cultura propia y de la participación ciudadana, podemos tomar la idea con la importancia de conocer la propia historia del contexto de uno a través del arte para la construcción de la identidad local.

En tal caso podríamos señalar a las productoras grandes de teatro de Lima como las principales “responsables” en difundir esta “cultura activa” para permitir una mayor conexión del ciudadano con la realidad que lo rodea, pero existen diversos argumentos en contra de dicha tarea.

Inicialmente podemos volver al argumento económico, brevemente mencionado en la introducción del problema, en el que nos referimos al éxito comercial de las obras de teatro musical famosas y transnacionales como una propuesta “segura” para productoras prominentes. Al respecto Hortal hace alusión en *Ética general de las profesiones* (2002: 66), a como para cualquier profesional es imposible prescindir de un salario frente a un acto “altruista” y al manejar una empresa cualquiera, en este caso una productora de teatro musical, debe tomarse en cuenta primero las necesidades de la empresa y del trabajador como individuo antes de invertir en cualquier proyecto riesgoso. Sin embargo es oportuno tomar un fragmento externo a dicho libro, rescatado a su vez de *Ética de la Empresa*, que ayudará a plantear un ejemplo específico sobre este aspecto:

No hay por qué concebir las empresas en las que trabajan los profesionales como exclusive o unilateralmente dirigidas a la maximización del beneficio económico de los que ponen en ellas su capital. La empresa no es sólo una unidad de producción, sino a la vez un proyecto de cooperación (Hortal, 2002: 67)

En un conversatorio llamado “El ingrediente original en el teatro musical peruano” llevado a cabo el pasado jueves 21 de noviembre del 2019 en la PUCP, el productor general y presidente de la independiente *Playbill Asociación Cultural*, productora de teatro musical original peruano, comenta sobre la organización de Playbill,

¹ “Being rooted in a comunal context is enabled by deep, reciprocal interaction with the people who identify with the context. Expanding participation [...]Community-based performance is as much about building community as it is about expressing it” (Cohen-Cruz, 2005:100)

como empresa para generar un ciclo lucrativo a través de las obras musicales que producen, de modo que aunque todas sean obras inéditas hasta haberlas puesto ellos en escena, rápidamente unas generan un mayor éxito comercial que otras, transformándose en las productoras de capital de las demás, a través de reposiciones. Esto él lo llama estrategia pero no es más que la evidencia del argumento de Hortal. Argumento que podríamos deducir, en la práctica serviría igual para productoras más grandes y con mayor presencia en la industria para sí, poner en escena obras musicales que como fue el caso de *Mamma Mia (2016)* de Los Productores, por ejemplo, genere gran retribución económica que permita la creación de teatro musical original y propio de nuestro contexto como una inversión válida hacia un entrenamiento más rico.

Savra diría al respecto que esa posibilidad ya es poner a la productora en una posición comprometedora, porque siempre una producción de Broadway hecha en el extranjero traerá, por sí misma, más gloria que cualquier intento de un musical original (2014:320). Él pone como ejemplo el caso de la exitosa industria que hoy en día ya existe en Corea del Sur alrededor este género, si bien ellos la tienen exageradamente más desarrollada que nuestra incipiente industria teatral, la comparación es válida, pues en este punto ya no se refiere solamente a la “gloria” obtenida por poner en escena un musical destacable, sino la conexión que esto genera con la famosa industria de Broadway, casi tan “brillante” como la idea de tener una relación con Hollywood. Sobre esto, Savran rescata una cita de una importante figura de la producción de musicales en Broadway Asia, Simone Gennat, quién dijo al respecto:

Broadway es una marca increíblemente poderosa. Mucho más poderosa en el extranjero [...] que en el sistema americano. Realmente significa dinero, lo mejor de occidente, y un entretenimiento no político, que cruza barreras culturales en todas partes y que atrae mucho soporte financiero y auspiciadores. Y que cuando emerge (en otro lugar) [...] la economía emerge también, la producción tiende a exponer los lazos con Broadway. Eso es lo que ha ido pasando en los últimos veinte años, así el mercado emergente se va alineando al sistema, ya sea en Latinoamérica o China o Dubai [...] ellos tienden a etiquetarse como un show de Broadway para mostrarse como parte de un mercado que debe ser reconocido, un mercado que tiene presencia y dinero². (Gennat, SF)

² “Broadway is an incredibly powerful brand. Much more powerful [abroad] ... than in the American system. It really denotes money, the best of the West, and nonpolitical entertainment, which crosses cultural barriers everywhere and which draws a lot of financial support and sponsorship. And when ... an economy emerges, they tend to brand themselves with Broadway. That’s what’s happened over the last twenty years, so that as the emerging markets have come into the system, whether Latin America or China or Dubai they tend to brand themselves with Broadway to show that they are a market to be reckoned with and a market that has clout and money” (Gennat, SF)

Si bien el mercado del teatro musical en el Perú no es tan grande como en Asia, las ideas mencionadas por esta figura, se cumplen. La fama internacional de un show siempre es un “plus” publicitario, dejar de tener este beneficio tampoco es algo que podríamos reclamar de las productoras peruanas, si se espera que sean ellas quienes impulsen aún más nuestra incipiente industria.

El anterior no era necesariamente un argumento a favor de la “transnacionalización” de nuestro teatro, sin embargo, es una justificación considerable. No obstante, en verdadera defensa de la producción en masa de este tipo tenemos el prefacio de *Theatre and Globalization*, en donde podemos ver la perspectiva de un autor cuyo trabajo ha sido distribuido alrededor del mundo, de un “cosmopolizado” o “globalizado” Mark Ravenhill, quién desde su posición de privilegio reflexiona sobre la manera en la que todos se ven unificados o más cercanos al saber que alrededor del mundo, personas completamente diferentes pueden experimentar los mismos sentimientos, las mismas situaciones (Ravenhill, 2009: 12). Y que conflictos políticos externos pueden adaptarse a diversas sociedades y generar un efecto o una perspectiva totalmente distinta de la misma obra en Inglaterra o en el Perú, por ejemplo.

Esto, aunque no lo ponga en esas mismas palabras me recuerda al argumento de la *glocalización* de Huber “Según este punto de vista, los flujos culturales transnacionales se acomodan a situaciones locales muy variadas y el proceso de la integración global incentiva múltiples respuestas a nivel nacional, regional y local.” (2008: 18) El autor alude a la transformación de “lo americano” a cualquier contexto al que se traslada, y esto podemos verlo claramente en el caso a estudiar del teatro musical. Este es un género propiamente americano, desarrollado y popularizado desde EEUU a todo el mundo, sin embargo los mismos productos a los que me referí líneas arriba, retomando el ejemplo de *Mamma Mia (2016)*, han sido adaptados desde el idioma y el humor por lo menos. Es decir, la obra está escrita originalmente, a su vez, las canciones de Abba del mismo musical también lo han sido, y para poder ser puestas en escena en Lima-Perú han tenido que pasar por un proceso de traducción exhaustiva, en el que seguramente no se han perdido solo rimas o frases referenciales, sino que también se ha ganado nuevas referencias al contexto en que se pone en escena, con modismos de ese lugar en específico, lo que inmediatamente, para Huber sería ya una *glocalización*. Todo esto sin

ahondar en el humor peruano, muy específico, reflejado en la puesta en escena de *Los Productores*, pero que definitivamente no funcionaba así en la versión original de Broadway sino que fue transformado y adaptado para pertenecer a este nuevo contexto y atraer mayores audiencias.

Sin embargo en el mismo libro antes mencionado *Theater and Globalization*, el autor de la mayor parte del contenido Dan Rebellato, no le tiene tanta estima al término “glocalización” e incluso pone en duda la verdadera efectividad de la “localidad” mencionada casi al inicio de este texto. Sobre el segundo término dice que en todo el mundo, dentro de una sociedad capitalista, el disfrutar los productos del mundo entero es algo común y no hay nada inherentemente malo con eso (2008: 55). Se refiere también a los peligros de una extrema localización, transformada en una especie de sociedad que solo se alimenta de sí misma, nacionalizada o que al no tener referentes extranjeros en el siglo XXI se vea aislada del mundo. Este es claramente un ejemplo extremo pero que se refiere a una verdad innegable, no existe la pureza de la cultura y eso es claro al mirar nuestro teatro local o tan solo alrededor. Somos una cultura heterogénea. Así que por lo menos el argumento extremo de un teatro localizado, tampoco sería una solución muy positiva a la espera de un teatro musical peruano, ya que si nos quedamos con esa definición de la palabra, no podría hablarse si quiera de un “teatro musical peruano” pues el propio género en sí mismo fue gestado en EEUU, y de apostar por solamente arte localizado no habríamos llegado si quiera a entrar en contacto con él.

Sobre la *glocalización*, por el otro lado, término que personalmente comencé a considerar como una solución interesante y válida para mi pregunta, Rebellato critica fervientemente:

Primero, la combinación de dos ideas malas obviamente no es la mejor manera de crear una buena, segundo, no me convence la idea de que uno soluciona los problemas globales con la sola invención de nueva terminología [...] Yo creo que el problema está en la falsa oposición entre lo local y lo global. Ambos están implicados en la globalización³. (Rebellato, 2009: 59)

Aunque radical, su punto es válido pues es verdad que ambos términos son indudablemente parte de la globalización, sin una cultura local que transmitirse a otra, la

³ First, combining two bad ideas is not obviously a great way of creating one good one; second, I am not persuaded that you solve genuine global problems by inventing new terminology [...] I think the problem is a false opposition between the local and the global. Both are implicated in globalization”. (Rebellato, 2009: 59)

globalización no existiría. Sin embargo no estoy del todo de acuerdo con su idea para la resolución de este problema ético porque implicaría rechazar la idea de *glocalización* como un aspecto casi positivo de nuestra sociedad moderna y capitalista del siglo XXI, pues lo coloca en términos de compartir cultura, más que de cultura impuesta por ideales más poderosos como el de EEUU, y no creo que sea necesariamente el caso.

Desde otra perspectiva, para continuar con la discusión, puede rescatarse el conflicto que expone Bertinetto en *Moral concearns about artistic activity* (2005), texto en el que, a pesar de que se hable más específicamente de la reproducción de piezas musicales, no es muy fuera de lugar trasladar la conversación al teatro musical de Broadway, cuya reproducción alrededor del mundo también ha sido evidenciada por diversos autores y críticos del teatro. Es por eso precisamente que Savran lo llama “transnacional” y por lo que diversos autores comparan este tipo de arte con la cadena de comida rápida americana, *Mcdonalds*, traducido al termino *Mctheatre* que señala el factor de ser básicamente iguales en todo el mundo. Solo si no pensamos en el factor *glocalizante*, por su puesto.

Volviendo al texto de Bertinetto y a la pregunta de esta investigación, si un artista está en busca de su individualidad como tal ¿Dónde está el valor moral y ético de un director que pone en escena exactamente la misma obra comprada con los derechos de EEUU? ¿Dónde está el valor de los actores? ¿Los escenógrafos? ¿Los coreógrafos? ¿Los vestuaristas? Si en cada obra musical hecha aquí no hay aspectos de originalidad y novedad más allá de la traducción y el lenguaje cómico, como se mencionó anteriormente.

Pero ¿El respetar los deseos del artista original está por encima del valor propio como artista/creador? Bertinetto presenta dos posibilidades que bien se reflejan en nuestra incipiente industria:

Por un lado, los *performers* pueden pensar que ser fieles a las intenciones de los compositores es estéticamente bueno, pero moralmente malo. [...] Por otro lado, los intérpretes pueden estar a merced de su propia misión artística. Pensando que su principal responsabilidad es hacia la música (o el teatro o la danza) como arte (y hacia una audiencia) y no hacia los compositores.⁴ (Bertinetto, 2005: 5)

⁴ On the one hand, performers may think that being true to the composers' intentions is aesthetically good, but morally wrong. [...] On the other hand, interpreters may be bound to their own artistic mission. They may think that their main responsibility is towards music (or theatre or dance) as art (and towards the audience) and not towards composers.” (Bertinetto, 2005: 5)

Sin embargo, en cuanto al teatro musical en el Perú, el enfoque no está solamente en el valor moral de reproducir o no, sino en un importante valor comercial. Para los productores de teatro peruano ¿hacia dónde está la responsabilidad? El debate ahora ya no solo implica la necesidad de incluir puestas en escena peruanas de teatro musical, sino también en el trato que se le da a las obras musicales no peruanas en nuestra escena limeña. La reproducción exacta puede o no puede ser condenable, dependiendo de por dónde se le mire pero es una realidad de la industria peruana que como todo fenómeno cultural tiene ventajas y desventajas hacia el público y hacia los mismos profesionales del arte. Como bien lo dice Hortal: “Vivimos en una sociedad en la que la cultura compartida gira en torno a las bienes extrínsecos: dinero, prestigio, poder, status.” (2002:68) Y es algo de lo que en pleno siglo XXI ya no podemos huir.

No obstante si procuramos la neutralidad de opinión con respecto al teatro “transnacional” es imposible no mencionar que la experiencia teatral es mucho más comprometedor que el acto de comer una hamburguesa, su propia *mcdonalización* no es perfecta y con el solo hecho de traducir la obra a otros idiomas surgen fenómenos de su contexto que relacionan al espectador, por lo tanto no es una franquicia como tal, mantiene la obra como un fenómeno vivo, pero a los artistas en el limbo de creación y copia.

Asimismo estamos hablando de un género extranjero, transnacional, que al buscar ser trasladado a propuestas originales y más “locales” no pueden huir de su fuente. Poniendo el ejemplo de una realidad de teatro musical más desarrollada, el ejemplo de Corea del Sur, que pone Savra en *Trafficking in transnational brands: The new “Broadway-Style” musical*, se refiere a la creación de musicales locales, que fueron compuestos allá con una historia propia del país y en el país, pero de una manera aprendida del musical occidental, tal como ha ido pasando en el Perú, el autor se refiere a esto como “reempaquetar la cultura” al estilo Broadway (2014: 325) Esto tampoco lo señala como algo intrínsecamente positivo o negativo, son solo hechos que apoyan su teoría de teatro transnacional, porque a estas alturas en nuestra sociedad no puede hablarse de una cultura pura, mucho menos cuando estamos hablando de “reempaquetar cultura” bajo moldes que no son nuestros.

Como en el caso del musical *Pantaleón y las visitadoras* (2019), también de Los Productores. Esta fue una puesta en escena que podemos llamar original, al haber sido

estrenada por primera vez en nuestra ciudad y basada, a sus vez, en una de las obras cumbres de nuestro nobel de literatura Mario Vargas Llosa. No obstante es un musical que “reempaca” la cultura amazónica de nuestro país, al insertar canciones con intención de representar la selva, pero con base de jazz, o un tango hacia el final de la obra, porque es latinoamericano pero al mismo tiempo algo que una obra de Broadway haría, una mirada casi orientalista de nuestra propia cultura dentro del país. Con esto no quiero restarle mérito a la puesta en escena, ni a la composición o dramaturgia de *Pantaleón y las visitadoras* (2019) porque su contribución al crecimiento de la industria del teatro musical es invaluable al haber tomado el paso de presentar una obra musical original y en gran formato, siendo una productora *mainstream* que podría seguir haciendo las mismas cifras de *Mamma Mia* (2016) simplemente trayendo otro original de Broadway, pero no lo hicieron.

Aun cuando en su composición se evidencie que no es una obra del todo “local” a pesar de pretender serlo, es la contribución que tenemos cuando hablamos de construir la identidad cultural del peruano y el crecimiento de una industria que está bastante atrasada solamente con respecto a los países vecinos. Claro, también existen propuestas independientes como *La loca del frente* (2019), un musical de *Playbill Asociación Cultural*, escrito enteramente bajo los parámetros de ritmos latinoamericanos con la intención de una apropiación más profunda del género extranjero. Pero aunque también muy valiosa esta contribución, no están en la cima de la pirámide de la industria, y su teatro no llega a la misma cantidad de personas que una puesta en un teatro con el triple de butacas y una temporada el doble de larga.

Conclusiones

Entonces retomando la pregunta original ¿Cuál es la responsabilidad ética de las productoras al apostar por poner en escena obras de teatro musical nacional, por sobre otras propuestas transnacionales?

Para mí la respuesta es aún debatible, pues por un lado existen argumentos que van a defender el tipo de teatro “transnacional” a capa y espada porque representa la globalización y el mundo interconectado a través de la cultura.

Savran sin embargo comenta la idea de que muchos conservadores del teatro musical americano creen incluso que esta necesidad de reproducir las obras a la mayor exactitud ha sido la causa de un declive en el teatro musical, en todo aspecto, lo que haría que las versiones que llegan a los otros países sean de mucho menor valor. Pero él le da una nota más optimista, que comparto; el teatro no es estático y en muchos lugares del mundo este tipo de teatro tan alejado de la cultura de los países en los que se presenta ha ayudado al crecimiento del mismo, ya sea por su espectacularidad o su fácil entendimiento, incluso dice que los teóricos del teatro alrededor del mundo deberían entender que un “Teatro de estilo Broadway” es la única manera para atraer nuevas audiencias al teatro, aun cuando esta no sea la perspectiva que quisieran tener, es la que existe. Yo no diría que es la “única manera” pero si es una que se ha probado efectiva en nuestro teatro tercer-mundista.

Además aunque Broadway este en deterioro por muchos años ha sido un modelo sostenible, un ejemplo de marketing, de crecimiento en el teatro y que ha mantenido viva la tradición del teatro en Nueva York, al menos desde el turismo, haciendo que las historias de sus personajes sean algo que se aprecia alrededor del mundo y que sin querer relacionamos con el sueño americano. Con la manera efectiva que tiene EEUU aún de ejercer poder. El mismo sueño que podría alejarnos de la “localidad” o de buscar en nuestras propias raíces y lo rico de nuestra cultura pero que llena salas y eventualmente podría llevar al espectador “X” a interesarse tanto por el teatro que quiera empezar a hacer el suyo propio desde lo que conoce.

La responsabilidad de difundir y ayudar este tipo de teatro nacido en el Perú, sin embargo, está por su puesto expeditado a las grandes productoras, pues son ellas las que tienen el mayor acceso a públicos masivos que necesitan oír historias propias de su contexto e inspirar a estos futuros artistas y no solo a ellos, sino a invitar a reflexionar a cualquier espectador sobre su realidad. Si de paso puede apreciar la música de su cultura o disfrutar que se experimente con ella, sería un triunfo para el teatro y el teatro musical.

Igualmente considero que el aporte extranjero a nuestro arte en el siglo XXI es innegable, el mundo está interconectado y negar la entrada o la importancia de arte externo podría considerarse hasta delirante. Pero esto no quiere decir que esté del todo de acuerdo con una copia calcada como si nuestros espectadores no merecieran algo más. Aunque puede que, como dice Ravenhill (2005), las experiencias humanas sean casi las mismas y el hecho de ponerlas en escena en otro contexto ya genera una lectura completamente distinta de la misma obra, el valor de las producciones locales es necesario porque finalmente estamos en el Perú y que se escriba y se hable del Perú específicamente también es necesario y urgente. E incluso si todas las productoras independientes quisieran enfocarse en eso solamente, no sería suficiente si aquellos con mayor poder de alcance no tienen la misma intención de ejercer ese poder para el crecimiento de nuestra propia cultura.

BIBLIOGRAFÍA

- Bertinetto, A. (2005). Moral concerns about artistic activity. *Phantasia*
- Cohen-Cruz, J. (2005). *Local acts: Community-based performance in the United States*. Rutgers University Press
- Hortal, A. (2002). *Ética general de las profesiones*. Desclée de Brouwer.
- Huber, L. (2002). *Consumo, cultura e identidad en el mundo globalizado: estudios de caso en los andes*. Lima.
- Iturria, P. (21/11/2019). El ingrediente original en el teatro musical peruano. En PUCP.
- Rebellato, D. & Ravenhill M. (2009). *Theatre and Globalization*. Macmillan International Higher Education.
- Savran, D. (2014). Trafficking in transnational brands: The new “Broadway-Style” musical. *Theatre Survey*, 55(3), 318-342.