

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL
FACULDADE DE BIBLIOTECONOMIA E COMUNICAÇÃO
CURSO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL - RELAÇÕES PÚBLICAS

RAFAEL DA SILVA PECK

A SOCIABILIDADE NAS SALAS DE CINEMA DA CINELÂNDIA
PORTO-ALEGRENSE RETRATADA NA REVISTA DO GLOBO NA DÉCADA
DE 40 (1940-1949)

Porto Alegre

2010

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL
FACULDADE DE BIBLIOTECONOMIA E COMUNICAÇÃO
CURSO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL - RELAÇÕES PÚBLICAS

RAFAEL DA SILVA PECK

A SOCIABILIDADE NAS SALAS DE CINEMA DA CINELÂNDIA
PORTO-ALEGRENSE RETRATADA NA REVISTA DO GLOBO NA DÉCADA
DE 40 (1940-1949)

Monografia apresentada à Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação da Universidade Federal do Rio Grande do Sul, como requisito obrigatório para obtenção do título de Bacharel em Comunicação Social com ênfase em Relações Públicas

Orientadora: Dra. Mirian de Souza Rossini

Porto Alegre

2010

RAFAEL DA SILVA PECK

**A SOCIABILIDADE NAS SALAS DE CINEMA DA CINELÂNDIA
PORTO-ALEGRENSE RETRATADA NA REVISTA DO GLOBO NA DÉCADA
DE 40 (1940-1949)**

Monografia apresentada à Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação da Universidade Federal do Rio Grande do Sul, como requisito obrigatório para obtenção do título de Bacharel em Comunicação Social com ênfase em Relações Públicas

Aprovada em 13 de Dezembro de 2010.

BANCA EXAMINADORA

Dra. Mirian de Souza Rossini
Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação da UFRGS
Orientadora

Dra. Fatimarlei Lunardelli
Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação da UFRGS

Me. Mariângela Machado
Museu da Comunicação Hipólito José da Costa

Dedicado a minha esposa Paula M. Scaim

AGRADECIMENTOS

Agradeço a minha amada Paulinha pela compreensão, apoio e incentivo nessa fase importante da minha jornada. Sem seu carinho minha vida não teria sentido algum.

Aos meus pais pela educação, amor e dedicação a mim dispensados. Aprendi com vocês a perseverança e o amor pela cultura e pela arte. Senso crítico e simplicidade no agir é o legado que deixam para seus netos.

Aos meus irmãos Priscilla, Iacã, Luisinho, Artur, Maíra, Dudu, Dani Caminha, Garavelo, Christidis, Hamilgon, Roberta Sirângelo, Cunda, Kessler, Luisa Falceto de Barros e Bebinha pela calangagem e convívio em Bando. Fizeram-me acreditar na força que havia escondida no meu coração e hoje tenho coragem para amar.

Aos funcionários e professores da UFRGS. Por proporcionarem um ambiente de convívio e saber em uma universidade pública e gratuita que tenho orgulho de ter feito parte.

E em especial à professora Dra. Mirian de Souza Rossini pela inspiração e orientação. A senhora merece toda minha admiração pela seriedade e rigor no estudo que me ensinou a ter. Muito obrigado!

*“Presença do passado no presente que o ultrapassa e o
reivindica”*

(Marc Augé, 1994, p.71)

RESUMO

O cinema se impôs como elemento formador do espaço urbano das grandes cidades. As majestosas salas de cinema foram erguidas em todas as capitais do Brasil, sendo fruto do interesse coletivo. Em Porto Alegre elas se situaram inicialmente na Rua da Praia, lugar onde se reunia a elite da capital gaúcha, para o *footing*, conversas em cafés e confeitarias e assistir as exibições de filmes. Esse lugar foi chamado de Cinelândia Porto-Alegrense. O mercado exibidor chegou ao seu apogeu na década de 40 graças ao apoio das distribuidoras cinematográficas e a predileção do porto-alegrense pelo cinema como atividade de lazer. O público burguês, principal personagem do ambiente moderno da Cinelândia, viveu o espetáculo da rua, no Centro de Porto Alegre, tendo como cúmplice a *Revista do Globo*, publicação que apoiava o ideal modernizador e servia como divulgador a dos ideais burgueses da época. Com o objetivo de Analisar como a sociabilidade nas salas de cinema da Cinelândia porto-alegrense era retratada nas páginas da *Revista do Globo* analisamos os textos e imagens nas edições entre janeiro de 1940 e dezembro de 1949. Procuramos entender como a mudança no viver urbano, propiciada pela Cinelândia, era retratada na mídia local, como se dava a representação social das pessoas que freqüentavam a Cinelândia na época e o que era falado sobre cinema nessa mídia. A *Revista do Globo* falava sobre cinema em todas suas edições. O jornalismo de cinema falava predominantemente sobre os filmes norte americanos. As raras aparições da Cinelândia porto-alegrense contidas no corpus de pesquisa impôs o foco da análise nas razões da omissão desse espaço de convivência nas páginas da revista. Influenciada pela modernização da cidade a *Revista do Globo* negava a miscigenação social e racial existente, principalmente, nas salas de espera dos cinemas de Porto Alegre e não apresentava a sociabilidade das salas de cinema da Cinelândia porto alegrense. Quando se referia a esse espaço hegemônico demonstrava que a degradação era face integrante deste lugar. As fotografias e os textos que se referem à Cinelândia porto-alegrense não evidenciam as pessoas que freqüentam esse lugar. Os lugares de sociabilidade que aparecem na revista na década de 40 são os ambientes fechados, como salões de baile e confeitarias balizados pelos códigos de conduta e que abrigavam apenas os brancos e ricos.

PALAVRAS CHAVES: História e Cinema no Brasil; Sociabilidade; Década de 1940; Imaginário Social.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – Entre a vida e a morte.....	38
Figura 2 – O maloqueiro típico.....	39
Figura 3 – Pobres, mas brancos.....	40
Figura 4 – A burguesa um desfile.....	41
Figura 5 – Estilize seus lábios.....	43
Figura 6 – Hollywood ideal de cidade.....	44
Figura 7 – Hollywood em Porto Alegre.....	45
Figura 8 – Foto do central em tamanho original.....	49
Figura 9 – Protesto na porta do cinema.....	51
Figura 10 – Cinema, confeitaria e café.....	52
Figura 11 – A cidade definha.....	54

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO.....	10
2. A REVISTA DO GLOBO COMO REPRESENTANTE DO SONHO BURGUESES.....	15
2.1. A CONSTRUÇÃO DO IMAGINÁRIO SOCIAL.....	15
2.2. A NOVA ORDEM BURGUESA.....	17
2.3. O ESPETÁCULO.....	21
3. A AFIRMAÇÃO DA CINELÂNDIA PORTO-ALEGRENSE COMO LAZER BURGUESES.....	26
3.1. A INTEGRAÇÃO COM O CENTRO.....	26
3.2. A CONSOLIDAÇÃO DO MERCADO EXIBIDOR.....	29
3.3. APOGEU E QUEDA.....	32
4. ANÁLISE DA REVISTA DO GLOBO (1940-1949).....	35
4.1. A BURGUESIA NA REVISTA.....	35
4.2. O CINEMA NA REVISTA.....	46
4.3. A CINELÂNDIA PORTO-ALEGRENSE NA REVISTA.....	48
5. CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	56
6. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	61

1. INTRODUÇÃO

Andando pelas ruas de Porto Alegre escutamos suspiros de um lugar que se mantém vivo na memória dos antigos moradores da capital. Sua presença está contida em prédios que nos causam estranheza ao analisarmos sua arquitetura, como se não fizessem parte do mesmo tempo, as pessoas que os ocupam e as paredes que o sustentam.

O relato dos mais velhos sobre este espaço denuncia que nestes prédios existiam cinemas de rua, cafés e confeitarias que fecharam, mas não somente isso. Muito mais ficou por ali. Ficaram para trás as caminhadas despreocupadas, as conversas com os amigos e as paqueras de fim de semana no que muitos chamavam de Cinelândia porto-alegrense.

Meu envolvimento com este lugar se deu desde criança na medida em que meu imaginário era povoado por imagens contidas no saudosismo de meus pais e familiares. Todos em minha casa se referiam à Cinelândia como sendo um espaço de convivência, cultura e lazer. O ponto mais interessante da cidade. Um local para se ver e ser visto.

Segundo Neto (2001), a Cinelândia porto-alegrense se situava na antiga Rua da Praia, atual Rua dos Andradas; ia da Praça da Alfândega até a esquina da mesma rua com a General Câmara, conhecida como Rua da Ladeira. Consolidou-se nos anos 30 com a construção de três dos mais

importantes cinemas da cidade: o Imperial, Roxy e Rex. Compuseram, junto com o Cinema Central do Largo dos Medeiros e Guarany da Praça da Alfândega, a área “chic” da Capital (CARVALHO, 1994).

Cristiano Zanella (2006) também afirma que

O sucesso dos cinemas do centro consolida a chamada Cinelândia Gaúcha, aglomerado de salas situadas principalmente na Rua dos Andradas e no Largo dos Medeiros (p.28).

Segundo Carvalho (1994) a Rua da Praia foi a vitrine da fase de prosperidade burguesa e também o local onde se desenvolveram as novas sociabilidades urbanas. Os clubes, cinemas, cafés e confeitarias eram a cultura e entretenimento que se encontravam na principal rua da cidade.

Porém eram as salas exibidoras as preferidas nos momentos de lazer da burguesia ascendente da primeira metade do século XX. Segundo Zanella (2006) os cinemas do centro da Cinelândia porto-alegrense desempenharam importante papel social ao cumprir um caráter aglutinador da população. Assim, ajudou a formar a identidade cultural e urbana dos habitantes da cidade.

Achylles Porto Alegre (apud. PESAVENTO, 1996), importante cronista do cotidiano da capital, aponta que o viver urbano muda com a opção de lazer do cinema

O frio é intenso, mas, de instante em instante, ouço vozes femininas e rumores de passos na rua; são famílias que vão para o cinema, porque a ‘arte do silêncio’ é hoje a cachaça de toda gente, e a loucura do belo sexo. O cinema pode se dizer acabou de matar a vida em família, que há muito tempo já vinha perdendo o seu encanto e desaparecendo. (...) A hora em que escrevo, muitos lares estão desertos, porque as salas de cinema estão repletas (p. 15).

Afirma Simões (1990) que o cinema nos inseriu na Indústria Cultural. Influenciou diretamente nossos hábitos e comportamentos. Bigodes, penteados, beijos e cigarros. Tudo que estaria nos filmes surgia no comportamento das ruas.

Na medida em que avançávamos a pesquisa, percebemos que poucas eram as obras que tratavam do assunto, ou seja, o auge dos cinemas de calçada em Porto Alegre. Ao contrário, os livros que encontramos focavam o fim dos cinemas de calçada sendo poucos os trabalhos que se focam na fase de apogeu e glamour da Cinelândia porto-alegrense.

Segundo Zanella (2006), nos anos 40 e 50 surge a fase mais expressiva do cinema no centro da capital. O “glamour” estava na rua principalmente nos espaços culturais do Centro que reunia a “nata” porto-alegrense. Lá faziam suas compras no comércio de alto nível entre as belas avenidas, viadutos e arranha céus como os imponentes edifícios Sulacap, Coliseu e Santa Cruz.

A partir destas leituras nos surgiram alguns questionamentos. Como essa mudança no viver urbano, propiciada pela Cinelândia, era retratada na mídia local? Como se dava a representação social das pessoas que freqüentavam a Cinelândia na época? E o que era falado sobre o cinema nessa mídia? Para responder estas perguntas desenvolvemos um estudo de caso sobre a *Revista do Globo* entre os anos de 1940 e 1950. A Revista é classificada por Rüdiger (apud. STEYER, 2001), como sendo, na época, a principal revista do sul do país, dando grande espaço a reportagem baseada na cobertura da vida social.

Para desvendar alguns dos aspectos da vida que circundava a Cinelândia se fez necessário trazer à tona as evidências contidas nos periódicos da época que apontassem para como a vida social se dava nesse ambiente. Sabíamos que os autores que tratavam do assunto indicavam que o cinema como entretenimento foi a principal opção de lazer da população abastada na primeira metade do século XX. Escolhemos para isso como fonte a *Revista do Globo*, principal publicação voltada para a elite da cidade.

Este estudo, que privilegia como fonte documental a *Revista do Globo* dos anos 40 considerando-a como um agente do discurso da modernidade que auxiliou a construção de um imaginário da nova sociedade urbano-industrial, tem por objetivo: Analisar como a sociabilidade nas salas de cinema da Cinelândia porto-alegrense era retratada nas páginas da *Revista do Globo* entre janeiro de 1940 e dezembro de 1949, e com isso também perceber o discurso feito sobre a sétima arte na revista. Nosso trabalho visa também suprir a lacuna existente na bibliografia sobre as salas de cinema de rua de Porto Alegre, pois há pouco material publicado sobre o auge da Cinelândia porto-alegrense.

A pesquisa piloto evidenciou que as reportagens sobre a Cinelândia não eram freqüentes entre as edições de 1940 e 1949. Essa preferência da Revista do Globo por não mostrar cotidianamente este espaço de convivência que era o predileto de seu público, nos trouxe a importância para a atenção nas razões pelas quais os cinemas não eram apareciam no o lugar de aglutinação da população no Centro de Porto Alegre. As salas de cinema, especialmente as salas de

espera das casas de diversão da Cinelândia eram espaços de sociabilidade que reuniam todas as classes sociais da capital. Além da análise do modo como esse espaço aparecia se fez importante também estudar porque ele não aparecia tanto quanto esperávamos.

Para dar conta dos objetivos, abordamos no primeiro capítulo, através de revisão bibliográfica, como se deu a consolidação da ordem burguesa, em substituição à ordem aristocrática na sociedade porto-alegrense. Procuramos na bibliografia aspectos da elite local como economia, política, comportamento e cultura e o seu relacionamento com o paradigma da modernidade dentro das páginas da revista. Buscamos entender como a *Revista do Globo* se tornou o principal meio de comunicação que legitimou a nova sociedade urbano-industrial de Porto Alegre e praticou a difusão do perfil da modernidade desejado pelas elites da época. Para isso usamos autores como Ioris (2003), Pesavento (1996 e 1999), Deleuze (1985), Foucault (2002), Machado Junior (2009), Ramos (2002), Menezes (2007), Monteiro (1995), Debord (1997), Essus (1997) e Barthes (1984).

Dividimos este capítulo em três partes. A primeira foi intitulada “Construindo o Imaginário” busca identificar como a *Revista do Globo* atuou na construção do imaginário social de nossa cidade; a segunda trata da ascensão da nova classe urbana-industrial na capital e denomina-se “A Nova Ordem Burguesa” e por fim abordamos como o plano modernizador atuou na urbanização da cidade e no comportamento burguês em “O Espetáculo”.

No segundo capítulo contextualizamos como o mercado exibidor de cinema se consolidou e atingiu seu apogeu nos anos 40 no Centro de Porto Alegre, afirmando-se como principal forma de lazer no espaço da Cinelândia porto-alegrense. A revisão histórica foi feita a partir da leitura de livros, artigos e material disponível na internet. As informações foram mapeadas através da prática de fichamentos, resumos e resenhas. Utilizamos como referencial teórico os trabalhos de Zanella (2006), Gastal (1999), Rolnick (2005), Benjamin (1994) e Neto (2001).

Fizemos uma divisão seguindo a linha histórica sobre o mercado exibidor na Cinelândia porto-alegrense. O surgimento deste espaço foi descrito em “Integrando-se ao Centro”; depois tratamos de sua consolidação no subtítulo de mesmo nome e em seguida descrevemos alguns aspectos sobre o auge da Cinelândia nos anos 40 e como se deu a perda de seu glamour a partir da década seguinte em “Apogeu e Queda”.

A análise de nosso objeto de pesquisa constituiu o terceiro capítulo e se deu através da leitura da *Revista do Globo* entre as edições 267 de 13 de janeiro de 1940 e 498 de 21 de dezembro

de 1949 sendo esse nosso corpus de pesquisa. Trabalhamos com a análise de discurso e de fotografias baseadas na metodologia proposta por Bauer e Gaskell (2002). Adotamos como foco principal de análise, as fotografias contidas nas reportagens por influência da obra de Machado Junior (2009). Confrontamos as informações coletadas nessa pesquisa com as encontradas na bibliografia especializada, usada no segundo capítulo, e a revisão histórica, do primeiro capítulo, tendo em vista que não se pode utilizar apenas o periódico como fonte de pesquisa histórica. Os resultados da análise foram divididos em três assuntos: A burguesia na revista, que trata de questões como a modernização, urbanização e comportamento da elite porto-alegrense; O cinema na revista, que é fruto da análise de como o assunto cinema aparecia nas páginas da revista e por último abordaremos as aparições da Cinelândia porto-alegrense na revista.

2. A REVISTA DO GLOBO COMO REPRESENTANTE DO SONHO BURGUEÊS

A nova classe urbana-industrial, que se consolidou no século XX, em substituição a antiga aristocracia ditava os caminhos que a urbe deveria seguir. Suas necessidades e aspirações foram contempladas em um periódico quinzenal voltado à divulgação dos valores burgueses. *A Revista do Globo* não só representou a elite da cidade, mas principalmente apoiou o plano modernizador que povoou os desejos desse público.

2.1. A CONSTRUÇÃO DO IMAGINÁRIO SOCIAL

No início do século XX a Rua da Praia era um espaço de sociabilidade e convívio, que atraía o desfile da burguesia que procurava as novidades nas vitrines das lojas, embalando o sonho e atiçando o desejo de consumo das novas mercadorias da moda (IORIS, 2003). A Livraria do Globo localizava-se na Rua da Praia, nº. 1416 e se legitimou como ponto de aglutinação dos intelectuais da capital. Surgida dentro do processo de industrialização, ajudou no desenvolvimento da indústria cultural e dos meios de comunicação, sendo agente formador do imaginário social de uma época. Diferenciava-se por se uma empresa industrial voltada à difusão cultural e ao comércio de livros.

A primeira publicação da editora saiu da prensa em 1916 e intitulava-se *Almanaque do Globo* (IORIS, 2003). Os frequentadores mais assíduos da casa eram prestigiados em suas páginas entre uma ou outra informação de caráter geral. A editora obteve sucesso já de início e com a capitalização surgiu a vontade de criar uma revista que se diferenciasse das demais até então produzidas na cidade (IORIS, 2003). Falamos de revistas ilustradas como *Máscara*, *Kosmos*, *Kodak* e *Madrugada*, que trouxeram mais uma opção para o público letrado. *A Revista do Globo* surgiu com o intuito de explicitar os fatos sociais, políticos e culturais, com foco na literatura em geral visando suprir a demanda trazida pela diversificação de interesses.

O “Quinzenário de Cultura e Vida Social”, a *Revista do Globo*, surgiu num contexto de instauração da modernidade que, atrelada à realidade urbana-industrial, se legitimava constituindo novos hábitos e costumes (IORIS, 2003). Sendo publicada pela primeira vez em 05 de janeiro de 1929 tinha edição quinzenal e se dizia voltada a abordagens referentes a temas culturais que refletiam o interesse da vida social. A imagem social ali presente privilegiava os que eram cativos dos salões dos clubes e não os que se encontravam nas fábricas e arrabaldes, onde aconteciam fatos sociais como greves e problemas reais trazidos pela pobreza.

“O imaginário social é a construção de uma representação global que uma sociedade estabelece atribuindo-se uma identidade” (BACZKO apud PESAVENTO, 1996 p. 64). Ele nem sempre representa a realidade ou verdade social, pois possui em seu âmago os sonhos, desejos e utopias de uma época. Segundo Deleuze (1985), a imagem social mostra a estrutura de uma sociedade, sua situação, seus lugares e funções, as atitudes e papéis, as ações e reações dos indivíduos, em suma, a forma e os conteúdos. A credibilidade da revista faz com que os leitores acreditem na imagem ali apresentada, mesmo que ela não espelhe a verdade das ruas.

Como mostra Cláudio Pereira Elmir (apud MACHADO JUNIOR, 2009) a *Revista do Globo* foi a revista da sociedade porto-alegrense que construiu uma imagem que representava o modo como a burguesia da época gostaria de ser vista por seus iguais. Nela os rituais de performances sociais eram flagrados pelas câmeras a fim de mostrar a melhor face do espaço público social com seus costumes e mercadorias.

O magazine surgiu apenas um mês depois que a revista O Cruzeiro, de Assis Chateaubriand foi lançada. Ainda não se sabia, mas esta seria sua principal rival nas próximas décadas (IORIS, 2003). Sua primeira capa trazia a gravura de Sotero Cosme. Era uma imagem de uma mulher de cabelo *channel* segurando um globo dourado. Em apenas três dias a revista esgotou nas bancas, afirmando a publicação como estrondoso sucesso, cativando leitores dentro e fora do estado e tornando-se referência para profissionais do jornalismo, fotografia e artes plásticas. A *Revista do Globo* foi um empreendimento que defendia suas idéias, mas também se preocupava com o lucro, pois era acima de tudo uma mercadoria (MACHADO JUNIOR, 2009). Possuía grande espaço para os anúncios publicitários que sinalizavam tanto os atributos do produto quanto os valores sociais atribuídos aos consumidores dos mesmos.

Para manter-se no topo da escala social e continuar vivendo o espetáculo da Rua da Praia, a burguesia precisou estabelecer como sustentáculo da sociedade aquelas que eram suas atividades

econômicas (CARVALHO, 1994). Nas páginas da *Revista do Globo*, o moderno era mostrado através de imagens de objetos e hábitos que se ligavam à idéia do novo, como jogar tênis, fumar, usar roupas extravagantes (RAMOS, 2002). O papel de mulher independente era sempre retratado pelas protagonistas. Essa mulher era fotografada consumindo, sendo galanteada e aproveitando as “coisas boas da vida” com seus cabelos, olhos e boca arrumados conforme a influência da moda do cinema estadunidense, lazer favorito da burguesia. E não importava se os leitores não tinham acesso a esses bens, o que interessava era ter contato, mesmo que através da revista, com a identidade que ela queria construir para si.

2.2. A NOVA ORDEM BURGUESA

A classe burguesa se consolidou como elite de forma distinta do sudeste do Brasil. Enquanto que no centro do país o capitalismo se estabeleceu fundado na agro exportação cafeeira, no Rio Grande do Sul a forte tradição pecuária manteve esse desenvolvimento com o freio de mão puxado (CARVALHO,1994). Foi apenas quando os núcleos coloniais começaram a produzir gêneros alimentícios, no século XIX, para o abastecimento das capitais do Rio, São Paulo e Minas Gerais é que o acúmulo de bens ganhou força em nosso estado.

Segundo Rüdiger (apud IORIS, 2003, p.6) no transcorrer do século XX, novos grupos sociais precisavam ser incorporados política, econômica, social e ideologicamente. A *Revista do Globo* surgiu como um produto para essa conjuntura, tornando-se um *veículo informativo moderno* e retro-alimentando a experiência da modernidade, abrindo caminho para as novas preferências burguesas.

Esse crescimento fez com que os olhares se voltassem pra a cidade, que passou por um inchaço populacional no início do século XX. O enorme contingente vindo do interior aumentou a complexidade do convívio na cidade (CARVALHO, 1994). As soluções para os problemas surgidos com esta concentração habitacional começaram a ser discutidas pelo Partido Republicano Rio-Grandense, que embasado no ideal de Comte desenvolveu uma política civilizatória para a cidade tendo como referência as capitais da Europa.

Antes de começar sua transformação moderna Porto Alegre era repleta de problemas estruturais (CARVALHO, 1994). Suas ruas eram íngremes e sem pavimentação, o esgoto não existia e o sistema de água servida despejava em plena rua todo tipo de objetos fétidos que vinham

das casas. A água era comprada em caminhões pipa e os bondes eram puxados por animais. Tão pouco existiam os cinemas e a diversão noturna era restrita aos cafés.

As margens do Rio Guaíba encontravam-se até meados do século XIX basicamente pequenos casebres e casas de comércio (MENEZES, 2007). Os comerciantes construíam casas de dois pisos com comércio no de baixo e moradia no de cima. A modernização chegou com os ditames de ordem e progresso do Partido Republicano Rio Grandense propondo a higienização em nome de casas limpas e confortáveis (MENEZES, 2007). As casas no estilo colonial presentes na cidade foram dando lugar a construções alienígenas (PESAVENTO, 1999). Eram prédios no estilo eclético com influência de arquitetos alemães e franceses. Para isso foram necessárias obras como calçamento, pavimentação e alargamento de antigos becos com os “Do Fanha”, atual Caldas Júnior e “Do Poço”, atual Jerônimo Coelho.

Na medida em que a cidade modernizou o seu espaço público, no início do século XX, as características que remontavam à antiga capital foram se modificando consideravelmente (CARVALHO, 1994). Essas mudanças físicas criaram também um novo “viver urbano” quando velhos hábitos foram dando lugar a novas experiências. Começava-se a degustação dos novos sabores civilizatórios da vida urbana moderna.

Remodelando a cidade se fez necessário se remodelar também os hábitos dos que a habitavam (CARVALHO, 1994). Procurou-se intensificar a aplicação do Código de Posturas Públicas, elaborado já em 1889, visando moralizar o viver urbano. Esse Código era voltado principalmente aos moradores dos becos e ruelas. Os arrabaldes, diziam os periódicos, estavam prontos para receber o proletariado. Na cidade propriamente dita deveriam viver apenas aqueles que podiam se sujeitar às regras e preceitos da burguesia e da higiene.

De maneira explícita os jornais no início do século XX faziam campanha para que os pobres saíssem do centro (CARVALHO, 1994). Problemas como a prostituição, jogatina e pilantragem eram comuns nos periódicos da época. Eram campanhas em prol dos “bons costumes” tornando, os “destoantes”, como caso de polícia por escandalizarem as senhoras e famílias com suas palavras e gestos. Esta postura pode ser percebida na matéria do Diário de Notícias de 18.2.1928 (apud CARVALHO, 1999) que dizia

Um dos mais feios e deploráveis espetáculos que nos deparam no quadro da vida

urbana é o da mendicância. E o cortejo de pedintes, mendigos e vagabundos, estes talvez em maior número que aqueles, desfilam durante horas e horas, produzindo uma impressão entre penosa e revoltante, feita para dar uma triste idéia do nosso aparelhamento de assistência social e repressão à vadiagem (p. 25).

As matérias dos jornais como o “Gazeta da Tarde” apoiavam as mudanças na cidade (PESAVENTO,1996). A idéia de que os becos, ruelas, cortiços e linhas tortas deveriam ser extintos do centro da capital estavam presentes em comentários como “mora na cidade quem pode preencher as condições de cidadão”, ou “na cidade propriamente dita só podem morar os que podiam se sujeitar às regras de higiene e de moral“. Obras de saneamento e higienização foram postas em prática e tavernas, bordéis, casas de jogos, cortiços e ruelas destruídas em nome do embelezamento da cidade.

Um novo imaginário social se construía em torno da busca da cidade limpa, bonita e ordenada aos moldes das ideais cidades européias (PESAVENTO, 1999). A cidade reproduzia a assimetria social em seu remodelamento. Os becos que cortavam as principais ruas foram destruídos como o Beco do Mijo, dos Pecados Mortais, do Leite e da Fonte. Em seu lugar surgiram ruas com novas denominações, algumas que duram até hoje.

O preço do solo urbano cresceu com tantas obras e modernizações do centro (PESAVENTO, 1996). Companhias de loteamento vendiam terrenos para os pobres no arrabalde após sua expulsão para longe. Colônia Africana, Navegantes e Santana foram alguns dos arrabaldes que surgiram neste movimento de banimento dos menos favorecidos. Todos pagavam impostos, mas os serviços públicos de lixo, iluminação e esgotos eram desiguais.

A rua idealizada e asséptica nega a mistura de tipos sociais. A nova cidade do início do século XX seria moderna, ágil, rápida e funcional. As lindas obras de viação destinavam-se a civilizar os caminhos por onde os pobres deveriam sair (CARVALHO, 1994). Eram pessoas que não se enquadravam no mercado formal de trabalho e ficavam a mercê do preconceito tornando-se “perigosos” para a nova ordem social da urbe. Meninos de rua seriam levados para instituições como os abrigos de menores. Mendigos, vendedores ambulantes, doceiras, lavadeiras, caixeiros e malandros em geral, que buscavam sustento no centro, deveriam tomar seu rumo para bem longe da Rua da Praia.

O embelezamento da cidade visava atrair o olhar dos turistas para a cidade. Ao invés de ir para o Rio e para Montevideú os fronteiriços procurariam Porto Alegre para o destino de suas férias.

As reformas feitas no centro representavam para alguns um sinal de patriotismo, pois serviriam para mostrar para os estrangeiros que aqui chegavam para conhecer, o quão moderna era a capital dos gaúchos (CARVALHO,1994).

O Jornal “Diário de Notícias” de 09.10.1927 (apud CARVALHO, 1994) revela sua opinião sobre o centro da época

Porto Alegre já nos dá a impressão verdadeira de centro de grandes atividades [...]. Tudo ao redor daquele novo trecho de Porto Alegre revela um progresso notável, digno por certo de especial registro. O que ainda há pouco era abandono, desolação, num dos mais desagradáveis pedaços da cidade beirando a bacia do Guaíba, é hoje um empório de múltiplas atividades (p. 31).

A modernidade entrava para a ordem do dia. O viver urbano unido as transformações estruturais e a implantação da ordem burguesa nas cidades, em decorrência do processo de transição capitalista, caracterizou as primeiras décadas do século XX (IORIS, 2003). A reorganização de Porto Alegre é abertamente defendida e explorada na *Revista do Globo*, cujos artigos sobre a remodelação do centro, e o decreto sobre manutenção e desenvolvimento dos serviços municipais de higiene e instrução, deram apoio às mudanças necessárias para o progresso da cidade.

Construindo progressivamente o cenário urbano, a *Revista do Globo* apresentou-se como um agente a serviço do discurso da modernidade (IORIS, 2003). Difundindo-se como mensageira das novas práticas culturais e da nova ordem burguesa, possibilitou uma outra dinâmica na vida urbana, resultando em um processo de transformação e reorganização da sociedade.

Nesse sentido, a revista promoveu um discurso de inclusão das camadas mais populares, relacionando-as ao novo contexto da cidade (IORIS, 2003). Essa prática discursiva se materializou na reordenação urbana do centro, encaminhando-a para uma realidade moderna e burguesa. Com um discurso higienizante, a cidade de Porto Alegre nos anos 30 continuou sua reorganização social com Alberto Bins, num contínuo projeto de modernização urbana. De mãos dadas com o embelezamento do centro, a cidade aprimorava as ofertas de lazer (MACHADO JUNIOR, 2009). O intuito era o melhoramento da cidade para atrair o turismo. A *Revista o Globo*, ainda no ano de sua fundação publicava uma coluna intitulada “Para os que Viajam” e nela apreciavam propagandas dos hotéis, aspectos da nova urbanização e também os cafés e os cinemas da capital.

2.3. O ESPETÁCULO

A população já não possuía uma identidade única na década de 40. Existiam múltiplos tipos de comportamentos a serem assumidos na cosmopolita Porto Alegre; “era um somatório de influências diversas” (CARVALHO, 1994). Para alguns saudosistas ficava a nostalgia de tempos antigos onde o sossego dos fins de tarde ditava o ritmo da cidade. Porém, em maioria esmagadora, estavam os que vibravam com as mudanças e se revezavam entre o trabalho da tarde e o passeio aos cafés e cinemas da Rua da Praia no fim do expediente. Segundo Monteiro (1995), estes espaços criados ou modernizados tornar-se-iam o ambiente necessário para o desenvolvimento da pedagogia social burguesa, a transmissão de hábitos, costumes e valores que sustentariam a nova organização social. As avenidas e praças trariam um ar de aristocracia às vivências da burguesia porto-alegrense e seriam o palco para o glamour burguês.

A rua reflete a transformação do espaço urbano e o reordenamento da vida (PESAVENTO, 1999). O “aburguesamento” da cidade e a consolidação de uma nova ordem traziam em seu bojo exigências, valores e critérios que impuseram uma redefinição não só do solo urbano e de sua ocupação pelos indivíduos. Cafés, confeitarias, calçamento, iluminação, segurança, vitrines iluminadas. Uma nova cidade. O palco estava armado para que a burguesia desempenhasse a apresentação desejada. Engendrava-se o simulacro que confirmaria a nova classe beneficiária: A ascendente burguesia urbana.

A cidade é o lugar onde as coisas acontecem e as transformações da urbe trazem consigo novos comportamentos sociais (PESAVENTO, 1996). Surge o ímpeto de ser moderno e para isso se fazia necessário “pegar o trem da história” e “sentir a mudança do mundo e mudar com ele”. A luta entre o novo e o tradicional é gerada pela atração-repúdio que as mudanças da nova era traz, ameaçando valores. Até as últimas décadas do século XIX, o lar era o reduto da família onde todos se conheciam e se ajudavam. A rua por sua vez é repleta de anônimos, atores sociais das mais variadas formas. Contrastavam e habitavam no mesmo lugar a rica senhora com a prostituta, o comerciante com o biscateiro e até mesmo os negros fugidos conseguiam se mesclar no ostracismo da multidão.

Decorência da ruptura do modelo tradicional, o novo modo de viver urbano trouxe a necessidade de elaboração de novas formas de agir (CARVALHO, 1994). Procurava-se a integração com os novos hábitos a fim de propagá-los, pois isso legitimava as vivências cotidianas burguesas. Ao contrário da vida recatada e sóbria, o viver urbano passou a ser visto como espetáculo

(CARVALHO, 1994). A magia e fantasia encontrada no espaço público encantavam a burguesia que vivia como em nuvens. O glamour encontrava-se na passarela que era a Cinelândia porto-alegrense, onde a burguesia podia ostentar seu padrão de vida superior aos que a circundavam. O acesso aos diversificados bens de consumo criara um palco onde os atores principais já haviam sido escolhidos. Para a platéia sobrara apenas o sonho de um dia participar dessa experiência.

A Rua da Praia tornou-se a vitrine viva que se contrapunha aos objetos imóveis das fachadas das lojas. Mulheres bem vestidas e homens elegantes a flunar pela Rua da Praia, de lá e pra cá se olhando e se enxergando no olhar de seus pares. Segundo Pesavento (1999) no início do século XX o paradigma da cidade moderna se insinua com a fetichização da vida: as pessoas se tornaram elas próprias mercadorias, saíam para olhar e serem olhadas, a calçada era a passarela e ir ao centro um espetáculo. Olhar seus hábitos na *Revista do Globo* era se enxergar dentro de um mundo moderno (MACHADO JUNIOR, 2009).

No espetáculo da rua as coisas estão disponíveis, mas inacessíveis. A vitrine afasta de seus manequins, aqueles que não possuem dinheiro para comprar, mas aguça sua vontade de adquirir. “O que está nas vitrines é bom por que aparece, e aparece por que é bom” (DEBORD, 1997 p. 12). Assim como em todos os espetáculos deve haver uma platéia que fica longe do palco apenas assistindo, passiva. Na sociedade do espetáculo a burguesia sobe no palco e deve ficar separada da presença dos pobres, mas não de seus olhares.

Esse espetáculo se dava nas ruas, mas também em ambientes privados. Nos cinemas o passeio era livre para todas as classes assim como os restaurantes do Mercado Público (PESAVENTO, 1999). Porém em ambientes onde imperava uma norma de conduta para o comportamento social aceitável, como os bailes do Clube do Comércio e Leopoldina Juvenil, apenas os mais abastados freqüentavam. Nestes lugares prevalecia a influência francesa com seus “códigos de boas maneiras” que serviam de auto-afirmação de uma nova aristocracia.

Segundo Essus (1997)

Uma nova geografia do ser moderno se impôs sobre a cidade, elegendo como espaços de aparência, salões, confeitaria, cafés, cinemas, livrarias e a própria rua. Tal como um cenário de pura fachada, estes espaços existem para que novos grupos sociais em ascensão, ligados às atividades tipicamente urbanas, tais como comércio e finanças, se identificassem no seu processo de vir a ser, à medida que só passariam a existir, como classe, em função de uma vivência social (p. 286).

O comportamento humano de ver fotografias, depois filmes e depois de ser fotografado

transforma o Ser Humano em um ator integrante do espetáculo. Não basta *ser*. O que dita agora é *ver e ser visto* e, além disso, *se ver*. Segundo Foucault (2002) o duplo olhar adestrado de vigiar se vigiando torna cada indivíduo um agente vigilante de seu próprio modo de agir em um ambiente de manifestações panópticas.

Segundo Barthes (1984) o retrato reúne quatro forças indissociáveis, pois “diante da objetiva sou ao mesmo tempo: Aquele que eu me julgo, aquele que eu gostaria que me julgassem, aquele que o fotógrafo me julga e aquele de que ele se serve para exhibir sua arte (p. 27)”. Ele se contrapõe a foto do cotidiano, sem pose. Esta fotografia, do cotidiano, transforma a realidade sem vacilo, sem a necessidade de grandes interpretações. Nada foge a ela. Torna-se registro social e histórico. Ela fornece de imediato os detalhes que constituem o próprio material de saber etnológico.

O espetáculo da rua se torna possível na sociedade moderna através da aquisição de bens. A realização humana se baseia nesta lógica. Se antes bastava *ser*, nesse estágio o importante é *ter* (DEBORD, 1997). Na sociedade do espetáculo o imprescindível passa por sua vez a ser o *parecer*. A *Revista do Globo* assume o papel de palco para esse espetáculo forçando a tendência do *fazer ver*. Alimentava assim a proximidade do aspirante a burguês com a atração da época, ou seja, *parecer* com os notáveis da cidade que se *faziam ver* na revista.

Retratando as elegantes senhoras passeando com seus trajes e os homens de negócio pela Rua da Praia, a *Revista do Globo* ajudou a construir a imagem da rua aproximando-a com o progresso e com a modernidade. Conforme a *Revista do Globo* (apud IORIS, 2003)

A Rua da Praia, [na] hora do **footing**. É essa a hora do encanto da cidade. A rua da Praia perde a sua physionomia grave e preocupada de trabalho. Os homens não se movem com aquela quase irritante indiferença de quem ‘vae a negocio’. E isto porque mesmo que movidos por imperativos commerciaes, elles param, a cada passo, para olhar, com um doce sorriso de sympatia para o movimento urbano (p. 41).

Esse novo momento, que englobava a modernização, a industrialização e a urbanização, trouxe consigo um forte impacto no modo de viver urbano (IORIS, 20013). A cidade sonhava-se moderna. A implantação da ordem burguesa veio potencializar as mudanças tanto no plano material, quanto mental, possibilitadas pela crescente industrialização e o aumento da população.

A grande diversão das massas, na década de 40 foi o cinema, cujas produções hollywoodianas foram capazes de juntar multidões em suas salas escuras, modificando o modo de ver a realidade, proporcionando aos espectadores um novo mundo, que através da tela puderam vislumbrar os indícios da modernidade: cidades com grandes avenidas, modernos automóveis e novos padrões arquitetônicos. As vivências modernas espelhavam novos padrões de beleza, ritmo de vida e comportamentos que os novos tempos pediam (IORIS, 2003). As revistas ilustradas dessa época além de possuírem uma função informativa e cultural, traziam consigo a própria experiência da modernidade. A necessidade de preencher as páginas da revista com as novidades do mundo moderno, surgia a partir de novas demandas da sociedade, orientada pelo cosmopolitismo. Apresentar as novidades que vinham de longe foi uma das principais preocupações dos editoriais da *Revista do Globo*.

Segundo Rolnick (2005), a burguesia não investe no espírito de que o que é bom é daqui. Daí vem o ditado “santo de casa não faz milagre”. Reafirma assim sua condição, no Brasil, de sociedade “européia” sem se preocupar em construir um “em casa” em terras brasileiras. Cultura essa não aberta à experiência das diferenças e mestiçagem. A erudição pela erudição, sem racionalização, levava a repetição de maneiras de agir e encarar um mundo que em nada combinavam com as necessidades em terras tupiniquins. O mercado constrói e destrói locais de existência (ROLNICK, 2005). Dita seu tempo de existência por estar sempre necessitando se reformular. As identidades são produzidas através da moda, estilo e comportamento criado pelas tendências do mercado. A *Revista do Globo* ao propor novas formas de lazer cria a idéia de uma nova forma de produção da subjetividade. Ao invés de valorizar as coisas locais apreciavam-se as coisas de longe.

A *Revista do Globo* defendia a idéia de modernidade *linkada* com o progresso proporcionado pela tecnologia, buscando nos exemplos estrangeiros a experiência da modernidade a fim de torná-la mais próxima às demandas de novos tempos (IORIS, 2003). A americanização da vida através do cinema torna rapidamente os atores de Hollywood ídolos de uma época enraizando elementos culturais e divulgando o “the american way of life” e moldando costumes e práticas.

Aos poucos, elementos de uma cultura cinematográfica iam-se incorporando à cultura visual da sociedade porto-alegrense, uma vez que já era grande a quantidade de salas de cinema que existiam na capital na década de 40 (MACHADO JUNIOR, 2009). Porto Alegre acompanhava a tendência mundial da proliferação de salas de cinema principalmente nos grandes centros urbanos.

A hegemonia cultural norte-americana popularizada pelo cinema simbolizou um novo código que rompeu com as fronteiras culturais, estendendo seus limites, instituindo-se no discurso da modernidade. Em 1938 foi publicada pela primeira vez a coluna “Globo Cinematográfico” e se caracterizava como um espaço dedicado ao cinema (MACHADO JUNIOR, 2009). Na apresentação da coluna indica-se que ela traria informações sobre os filmes que realmente interessavam sob as críticas de Plínio Morais. Era comum entre as matérias surgirem colunas fotográficas com rostos de mulheres da sociedade porto-alegrense (MACHADO JUNIOR, 2009). Os retratos se assemelhavam em muito com os “close-ups” do cinema, inclusive com figurino e cenário. Geralmente as fotografias deste gênero eram femininas e aproximavam a noção de estética da mulher gaúcha com a beleza das grandes atrizes de Hollywood.

Novos modos de agir e formas de entender o mundo circundavam a sociedade urbana e o surgimento deste veículo. Na medida em que novas práticas e mentalidades marcavam a sociedade urbana, as revistas incorporaram a dinâmica do mundo moderno. Seguindo essa tendência do progresso e da modernidade, a *Revista do Globo* atualizava as informações, alinhando-se aos novos padrões de comportamento (IORIS, 2003). A cidade moderna dinamizava a sociedade e o cotidiano era retratado na *Revista do Globo* através dos padrões modernos da época: os salões de festa, os carros tomando as ruas, as indústrias de bens de consumo como os eletrodomésticos, as grandes e modernas avenidas, os arranha-céus do centro, o footing pela Rua da Praia, etc.

3. A AFIRMAÇÃO DA CINELÂNDIA PORTO-ALEGRENSE COMO LAZER BURGUESES

Com a chegada da eletricidade nas ruas de Porto Alegre, no começo do século XX, a possibilidade de inauguração de salas de cinema se concretizou. Na época a cidade se limitava ao que hoje é o Centro Histórico da capital. Os cinemas logo agradaram o gosto da elite que tornava-se assídua nas sessões. Junto com os notáveis, encontravam-se assistindo às projeções as classes mais baixas, e essa proximidade não seria bem vista pelo plano modernizador.

3.1. A INTEGRAÇÃO COM O CENTRO

O cinema se impôs como elemento formador do espaço urbano das grandes cidades. As majestosas salas de cinema foram erguidas em todas as capitais do Brasil, sendo o fruto do interesse coletivo. Na luta por um espaço na urbe, os cinemas se efetivaram como lugares formadores da cultura e da vida social por onde estiveram (NETO, 2001). Esta magia chegou a Porto Alegre no final do século XIX no dia 04 de novembro de 1896. As primeiras projeções foram já na Rua da Praia e eram realizadas através de aparelhos semelhantes aos dos irmãos Lumiere, como o “Scenographo” e o “Animatographo francês” (GASTAL, 1999).

Nesta época as projeções aconteciam em locais abertos, como na Praça da Matriz, e em locais fechados, como no Teatro São Pedro. Ao ar livre o cinema se integrou às festas religiosas como a do Espírito Santo, com suas novenas sempre cheias. As sessões eram projetadas por trás do pano branco, que os bombeiros molhavam para ficar translúcido, e tinham durações curtas, visto que a capital não possuía rede elétrica para manter por muito tempo a máquina funcionando. Sem

eletricidade uma sala de cinema não existiria, pois necessitava de uma ventilação eficiente para um ambiente hermeticamente fechado que impedisse que a luz externa entrasse (GASTAL, 1999).

Porém em 1907 a eletricidade chega pelas vias públicas levando em 1908 à abertura da primeira sala de exibição: O Recreio Ideal. Localizada na Rua da Praia mantinha uma programação fixa com cinco sessões diárias. Neste processo abrem também, nos arredores do Recreio Ideal, cinemas como o Recreio Familiar, Berlim, Rio Branco, Cinema Variedades, que depois se tornou o Cinema Central, Smart Salão e o Recreio Moderno, na Demétrio Ribeiro, que tinha em sua publicidade a indicação de ser destinado somente a “Cavalheiros e Famílias” (GASTAL, 1999).

Essa localização dos primeiros cinemas na Rua da Praia marca esta área como sendo o local dos cinemas onde, depois de uma sessão e outra, as famílias se entregavam aos lazeres burgueses e freqüentavam cafés e confeitarias. Estes lugares serviam para a conversa e o encontro que antes se dava nas casas, e agora era dado nas ruas. (GASTAL, 1999). Pesavento (1999) aponta que

Porto Alegre se projetava como espetáculo burguês do Viver em cidades. As confeitarias, os cafés, os teatros, as associações carnavalescas, os hipódromos, o *footing* da Rua da Praia, as sessões dos cinematógrafos constituíam as ambiências e as sociabilidades que atuavam como palco de uma moda européia para a burguesia porto-alegrense (p. 59).

Na década de 10, os cinemas se multiplicam graças ao poder empreendedor de alguns empresários como Eduardo Hirtz. Surgem salas como as do Odeon, Coliseu, Íris, Apollo, Guarany, Petit Cassino e Rex. O formato nesta época era de cine-teatro onde os filmes dividiam o palco de atrações com espetáculos teatrais e musicais (GASTAL, 1999).

Zanella (2006) aponta que o crescimento industrial da sociedade gaúcha estabelece o surgimento de uma nova classe burguesa que se contrapõe aos hábitos da antiga aristocracia. Esta classe possui a necessidade de atividades de entretenimento e vêm nos cinemas do Centro sua preferência de diversão. Sobre o contexto da época Pesavento (1999) diz que

Progressivamente, consolidava-se uma ordem urbana-industrial, onde a cidade era o centro de irradiação de padrões e valores burgueses, assim como era centro das operações comerciais e financeiras e também o espaço onde se concentravam as fábricas e a massa operária (p.43).

Os filmes que passavam por ali nesta época, eram em sua maioria documentários e filmes curtos (GASTAL, 1999). As sessões começaram a ter uma programação com horários fixos em sessões noturnas e matinês. O governo municipal se preocupou e melhorou o atendimento por parte da companhia de bondes para os clientes no final das apresentações. A vida social então se torna cada vez mais engendrada em torno dos cinemas onde a sala de espera reúne pessoas que precisam ser vistas em uma atmosfera cosmopolita.

Outra característica importante das salas de cinema nesta época são os “Professores” (ZANELLA, 2006). Os filmes mudos necessitavam de sonorização para manter o visgo com o público e isso era feito por músicos muito bem instruídos chamados, graças a seus atributos musicais, de professores. Nas salas havia desde duetos com pianista e violinista, até orquestra como no caso do Odeon.

Nesse ambiente surgiu o primeiro grande cinema: O Cine Guarany, em 1913. A sala de exibição possuía camarotes no primeiro piso, galerias no segundo e a geral no terceiro, inspirada nos cine-teatros de Milão. A sua fachada possuía características arquitetônicas neoclássicas. Como destaca Gastal (1999) os cinemas da época eram influenciados pelos grandes centros seguindo uma eloqüência arquitetônica que espelhava as salas nova-iorquinas, cariocas e paulistas.

A década de 20 trouxe duas das grandes revoluções técnicas do cinema: O cinema falado e o colorido. Essas inovações levaram ao fim do brilho de várias estrelas do cinema mudo abalando o chamado *Star System* (ZANELLA, 2006). Junto com o desemprego dos atores e atrizes estadunidenses veio o desemprego dos músicos que orquestravam os filmes, forçando a prefeitura municipal a criar a lei de proteção dos “Professores” obrigando os proprietários dos cinemas a pagar salário desemprego aos funcionários demitidos. Porém a bibliografia não evidencia se esta lei chegou a ser cumprida por algum proprietário dos cinemas.

Na contramão desta tendência caminhava o Cinema Central que manteve uma orquestra própria que muitas vezes era melhor que a musica do filme mantendo uma identidade de cinema de elite (GASTAL, 1999). Esta imagem era sustentada também pela exigência dos irmãos Sirângelo, proprietários do Guarany e Central, que obrigavam os cavalheiros a usarem gravatas nas sessões a fim de que o público condissesse com o espetáculo. A intenção era barrar os mais pobres criando

uma atmosfera burguesa inspirada nos códigos de conduta franceses. De qualquer modo o surgimento do cinema falado redefiniu o público economicamente e culturalmente, pois a maioria da população da cidade era analfabeta e não conseguia seguir as legendas dos filmes.

A idéia de que o cinema era restrito à elite burguesa é defendida por muitos autores. Como indica Steyer (2001) historiadores como Bakos (1996), Monteiro (1995) e Vargas (1994) contrapõem a vida pobre dos arrabaldes à vida elegante da burguesia no centro com seus cafés e cinemas repletos. A ida aos cinemas competia ao lado do “footing” e cafés a preferência do público da Rua da Praia. Porém o cinema não era hábito exclusivo das classes mais abastadas (STEYER, 2001). Sendo uma diversão barata ela abraçava várias classes sociais. A penetração de diferentes classes definia os espaços de cinema como local agente de sociabilidade, ditando e alternando os hábitos e costumes da população. O cinema era um espaço democrático onde as classes baixas se mesclavam com os notáveis da cidade.

O público cativo das salas de cinema sempre contemplou a presença das classes mais baixas. Conforme Robert Sklar (apud MACHADO, 2009) nos EUA a platéia de cinema, que inicialmente era em sua maioria formada pela classe operária, aos poucos cedeu espaço, no pós-guerra também para a classe média norte-americana

Só agora a classe média norte-americana principiara a encarar o cinema como algo mais que um lixo imoral que só servia para os membros da classe operária; e eis que, sem mais aquela, suas próprias filhas faziam as malas e saíam de casa para tentar a sorte em Hollywood (p. 79).

3.2. A CONSOLIDAÇÃO DO MERCADO EXIBIDOR

Alguns motivos do sucesso das salas de cinema eram apontados pela imprensa como afirma Costa Rego (1922). Para ele a diversidade das obras, em comparação com o teatro, a facilidade de distribuição e baixo custo de acesso eram fatores determinantes desta preferência do público (REGO apud STEYER, 2001)

[...] um dos pontos essenciais, que cooperam para a riqueza da cinematografia é o diminuto preço exigido pelas casas de diversões para se apreciar a exibição dos *films*. Está, assim, este divertimento, ao alcance de pobres e ricos, divulgado pelas cinco partes do planeta, conquistando milhões de admiradores, os quais, hoje, não passam um dia sem ir gozar as delícias de minutos de projeção (p. 242).

Na década de trinta vira um hábito, quase que diário, assistir aos filmes em lançamento. Os cinemas de bairro ficavam com as reprises e os do Centro detinham os lançamentos. No Centro ficavam os mais estruturados e luxuosos que abrigavam “os notáveis” que de dia iam a negócio à área central e a noite ficavam por ali para encontrar a esposa e os filhos para assistirem aos filmes (GASTAL, 1999).

O Centro, em especial o espaço da Rua da Praia que ia do Cine Guarany, na Praça da Alfândega, até o largo dos Medeiros, foi o espaço hegemônico aglutinador dos melhores cinemas (HAUSSEN, 2000). Mais requintados e mais caros onde se exibiam os melhores filmes. Os bairros, mesmo vizinhos ao centro, e a periferia concentravam os cinemas populares cujas projeções eram reprises daquelas antes vinculadas no Centro. Neste pedaço de Rua da Praia se encontravam os cinemas Gurany e Imperial, na Praça da Alfândega e Rex, Roxy e Central no largo dos Medeiros.

Na década de 30, Porto Alegre tinha uma população de 250 mil habitantes (NETO, 2001). Neste momento a cidade possuía 22 salas que comportavam aproximadamente 26.000 espectadores. Era como se 10% da capital pudesse assistir as películas simultaneamente. Nesta época a importância cultural e social do cinema cresce, incorporando o assistir aos filmes ao cotidiano da população (GASTAL, 1999). Mesmo o casal que freqüentasse cotidianamente as salas não conseguiria assistir a todas as películas. Porto Alegre comportava a todos com uma variedade grande de lançamentos e salas exibidoras.

Um traço marcante desta fase é a socialização nas salas. Com programas duplos, as bem freqüentadas matinês de domingo, tinham intervalos entre as apresentações que eram um momento propício para o que chamavam de “namoro à distância”, ou troca de olhares, sempre balizada pelos mais velhos nas salas de espera dos cinemas. Naquela época os “flerts” eram parte integrante do viver na Cinelândia (STEYER, 2001). O “escurinho do cinema” era ambiente favorável para o começo de muitos namoros. Muitos acreditavam ser melhor manter as luzes acesas, pois alguns comportamentos presenciados naquele lugar seriam considerados indecorosos no espaço da rua na vida real.

Mas para muitos esta era a graça do cinema. O transe em um espaço diferenciado, onde tudo podia acontecer. Espaço de esquecer os problemas cotidianos. Um espaço para sonhar. Para Meyer (apud. STEYER, 2001)

O acender das luzes restituía-nos a uma feia realidade, de assentos de poltronas batidas e arrastar de pés. Todo mundo ia meio no ar, ainda tonto da luta e recalçando uma vontade de ficar para a segunda sessão (p. 254).

Esta magia da sala de cinema é destacada por Walter Benjamin (1994)

Nossos cafés e nossas ruas, nossos escritórios e nossos quartos alugados, nossas estações e nossas fábricas pareciam aprisionar-nos inapelavelmente. Veio então o cinema, que fez explodir esse universo carcerário com a dinamite dos seus décimos de segundo, permitindo-nos empreender viagens aventurosas entre ruínas arremessadas à distância (p.189).

A inserção do cinema na sociedade porto-alegrense podia ser sentida também pela presença de um número grande de escritórios de distribuidoras de filmes sediadas nesta capital (STEYER, 2001). Representantes de estúdios como Metro, Pathé, Warner, Paramount, Fox e Universal, entre outros, faziam com que a cidade ocupasse posição de destaque dentre as capitais com salas de cinema. Segundo Gastal (1999), a partir dos anos 30 o mercado de distribuição caminhou para um novo rumo. Empresas locais tornaram-se representantes dos estúdios e alugavam as latas de filmes para os cinemas. Seus escritórios ficavam em ruas do Centro como a Rua da Praia e Caldas Júnior. Estas empresas investiam pesado em publicidade e notícias em jornais e incentivavam as grandes salas exibidoras de olho no lucro de suas bilheterias.

O Cine Theatro Imperial foi inaugurado em 18 de abril de 1931 (ZANELLA, 2006). Era propriedade da Companhia Nacional de Cinemas, atual GNC. Ficava na Praça da Alfândega ao lado do Cine Guarany. Era instalado no andar térreo do edifício da Companhia de Seguros Previdência do Sul. O prédio possui 12 andares e é referência na verticalização do centro da cidade. Exibe, na ocasião da inauguração, o filme “Romance” estrelado por Greta Garbo. Na estréia estavam presentes mais de 3000 espectadores em suas 1632 poltronas.

O Imperial era o cinema mais luxuoso da cidade (GASTAL, 1999). Suas cadeiras eram dispostas a garantir perfeita visibilidade de qualquer ponto de que o espectador sentasse. Com luxuosas linhas arquitetônicas, ótima iluminação e refrigeração o ambiente era dono de majestosa e imponente fachada, hall magnífico e confortável sala de espetáculos. Era administrado por Horácio Castello, um paulista radicado na capital desde 1921. Tendo iniciado no ramo da distribuição representando a Phaté News, tornou-se sócio e gerente do Cine Imperial em 1934. Ele também cuidava de outras casas como, por exemplo, o Castello no bairro Azenha, Avenida e Marabá na

Cidade Baixa e o Ritz no bairro Petrópolis (GASTAL, 1999) e se destacou nas décadas de 30 e 40 ao implantar ou reformar salas de cinema tornando possível o avanço do setor na cidade. Paralelamente a ele se destacou também outro empreendedor. Seu nome era Darcy Bitencourt e foi proprietário de cinemas como o Roxy, o Rex e o Guarany quando denominado Cinema Rio na década de 40. Propiciou reformas importantes, modernizando as salas que passaram por suas mãos.

3.3. APOGEU E QUEDA

A década de 40 foi uma alternância de guerra e paz vivida intensamente nas telas dos cinemas. Com a Segunda Guerra Mundial a produção cinematográfica europeia é interrompida abrindo caminho para o fortalecimento dos estúdios de Hollywood. Essa foi a era de ouro da Cinelândia porto-alegrense (GASTAL, 1999). Nesse período o cinema americano ganhou espaço como mercado e também como formador de opinião. Segundo Gastal (1999) o “american way of life” presente nos filmes empregava uma narrativa linear e sem muita complexidade. Títulos como “Cidadão Kane” que apresentavam uma forma de expressão inovadora, eram desprezados pela maioria dos espectadores que não conseguiam entender a história, se sentindo confusos.

Regidos pelo Código Hays (GASTAL, 1999) os filmes hollywoodianos respeitavam preceitos éticos e morais. As regras eram ditadas pelo sistema de estúdios e consistiam na pré-censura dos filmes, todos avaliados por uma comissão julgadora. Cenas de beijos eram cronometradas, e a violência e o sexo impunham métodos para os roteiristas. Esta censura dos filmes tornava-os confiáveis para as famílias lotarem as salas. O cinema nos anos 40 era mais popular que os cultos das igrejas. Crianças lotavam as platéias junto com seus pais nas matinês de domingo.

Nos anos 40 as sessões iniciavam com um ritual muito parecido na maioria dos cinemas (HAUSSEN, 2000). A tela quadrangular ficava por de trás de uma cortina de tecido grosso. Ela era aberta no momento em que o projetor ligava, e a luz cortava a escuridão da sala. Os cinemas tinham uma sessão a tarde e duas sessões noturnas (GOIDA. Apud GASTAL, 1999). A primeira era às três da tarde e à noite iniciavam às 19h30min e 21h30min. A segunda sessão acabava cedo, pois o último bonde saía da Praça XV à meia noite. O proprietário ficava na porta para dar boa noite aos frequentadores e o bilheteiro e porteiro eram conhecidos pelo nome, demonstrando o vínculo familiar que se estendia aos funcionários.

A cidade tinha na década de 40, 50 salas exibidoras e mais de 1000 funcionários envolvidos com a indústria cinematográfica (ZANELLA, 2006). Estes números em uma cidade que ainda não possuía meio milhão de habitantes era um indicio da febre do cinema na capital. No fim da década de 40 o número de cinemas cresce e a descentralização das salas de exibição toma força. Alguns cinemas de bairro servem de referência nesta época superando o status de alguns cinemas do Centro (Correio do Povo apud GASTAL, 1999)

De um modo geral nossos cinemas deixam a desejar, quer no que diz respeito à projeção ou som, quer no que se refere à falta de conforto e ambiente de sossego, indispensáveis à apreciação de todo o espetáculo. Já os arrabaldes, ao contrario, de uns tempos para cá vêm ganhando cinemas novos e modernos como ocorre, por exemplo, com o Marabá, que pode ser considerado fora do centro e agora com o Ritz, com seus 1300 lugares e aparelhos RCA-Victor (p. 79).

Porém é nos anos 50 que a crise da Cinelândia porto-alegrense começa a dar sinais de chegada, como aponta Zanella (2006). Aliado a qualidade dos cinemas de bairro, os preços mais baratos de suas sessões, o público permanecia em suas regiões de origem não precisando migrar para o centro da cidade em busca de lazer. Os primeiros a abandonar os cinemas são os ricos. Nos anos 50 o cinema é a diversão da classe média (NORLING apud GASTAL, 1999). E essa classe não fazia distinção entre tipos de cinema. Se a fita fosse boa ia ao cinema do bairro ou ao centro. Essa fase da história da Cinelândia é marcada pela troca de público que deixou o glamour para trás. O cinema como diversão até hoje é a vitrine do mundo capitalista e exerce firmemente esse papel. Mas a burguesia abandonara esse lugar que adotara como seu no começo do século XX.

Segundo Bicca (Apud ZANELLA, 2006), ocorreu no Centro uma substituição de classes presentes nesse bairro cotidianamente. Se a burguesia se queixava de degradação é porque não se permitia dividir esse espaço com as classes baixas que passaram a ser a maioria. A elite abandonou o centro por se achar dona dele, e o seu egoísmo bárbaro resultou na preferência por não-lugares (AUGE, 2001), como as viagens para o litoral e interior, ou mais tarde a ida aos shoppings centers, que surgiram a partir dos anos 70.

Uma estratégia dos cinemas do Centro para manter o público nos anos 50 foi a inovação tecnológica. Algumas salas trouxeram do exterior a tecnologia “Cinemascope” que consistia em uma tela maior de projeção e um áudio mais elaborado. Assim puderam aumentar os preços dos ingressos garantindo o lucro e trouxeram de volta o público curioso para ter essa experiência (ZANELLA, 2006). Porém Gastal (1999) aponta que a novidade tinha encantamento passageiro. O

novo visual proporcionado pela nova tecnologia possuía poucos títulos disponíveis. O que pareciam ser mais interessantes eram as vistas de cidades em documentários. Vistas estas que depois de algum tempo pareciam mais uma sucessão de fotos assemelhando-se ao simples ato de folhear um álbum.

No início dos anos 50 a produção de filmes americanos sofre com a Lei antitruste (GASTAL, 1999). A Suprema Corte Americana estabelece que a verticalização da indústria – produção, exibição, distribuição - chegara ao fim, anunciando o declínio do modelo de mercado que embalava a Cinelândia do Centro. Esse lugar era o caminho final onde latas de filmes norte americanos eram despejadas. A cidade era uma ponta do tentáculo de Hollywood. O fechamento por pressão da indústria imobiliária das salas de espera dos cinemas é apontado também como causa dessa perda de público. Os ambientes de troca de olhares da vida social foram banidos dos cinemas do centro reduzindo o seu encanto. Também o fechamento para o tráfego de carros de algumas vias públicas, que davam acesso à área central, trouxe dificuldades para que as famílias chegassem até os cinemas de automóvel e também abriu a possibilidade da invasão de ambulantes, trazendo o mercado informal e a degradação dessa região (ZANELLA, 2006).

A este contexto somam-se as críticas do público a respeito da superlotação dos cinemas (GASTAL, 1999). As salas de exibição comumente ultrapassavam sua lotação e usavam as escadas e corredores como lugares para os espectadores. A prática recorrente ocasionava a contagem, desses espaços, como se fossem poltronas no cálculo do preço dos ingressos. Com o protesto do público o Departamento de Fiscalização das Diversões Públicas da cidade começou a autuar as salas que seguissem este modo de operação fazendo com que o valor das entradas aumentasse, retraindo o número de clientes.

Além disso, não esqueçamos dos carros. A ascensão da indústria automobilística na década de 50 e 60 trouxe também um novo lazer. Todos queriam ter seu carro para poder levar a família para dar um passeio de final de semana. O turismo surge como alternativa de consumo. A evolução das mercadorias continuou jogando contra os cinemas, pois depois do carro surgiram os discos Wi-Fi, VHS, DVD, a TV a cabo e o “Pay-per-view” (ZANELLA, 2006). A mudança de mercados influencia também os hábitos e a permanência de lugares de existência (ROLNICK, 2005) dos porto-alegrenses que encaravam a modernidade e as novidades como estilo de vida.

4. ANÁLISE DA REVISTA DO GLOBO (1940-1949)

A *Revista do Globo* se caracterizava como um veículo de jornalismo cultural. Apresentava a vida social e tudo o que fosse interessante para o seu público burguês. Em suas páginas críticos cinematográficos como Plínio Morais e Paulo Fontoura Gastal exerciam o que Andrade (2010) classificou como Jornalismo de Cinema em seções voltadas para o assunto com a “Cine-Globo” e “Hollywood por Dentro e por Fora”. Nelas a Cinelândia porto-alegrense foi reconhecida como principal espaço de sociabilidade da cidade na década de 40.

4.1. A BURGUESIA NA REVISTA

A *Revista do Globo* foi a publicação que contemplou o modo de vida burguês, reforçando o poder de dominação desta classe (MACHADO JUNIOR, 2009). A sociedade urbano-industrial que se consolidou no século XX se preparou para viver a modernidade adequando seu comportamento aos ditames impostos pela urbanização. A celebração deste “viver na cidade” moderna era coroada na Rua da Praia, onde se encontrava a Livraria do Globo e onde a burguesia vivia o espetáculo em que era personagem principal. O glamour encontrado nesse espaço era sustentado pela noite na Cinelândia porto-alegrense com seus cafés, cinemas e confeitarias. Lugar democrático, que reunia todas as classes em um mesmo ambiente contrastava com os lugares fechados de aparência como os clubes (GASTAL, 1999). Nas páginas da *Revista do Globo* da década de 40 encontramos alguns traços desse viver dos notáveis sendo legitimado por textos e fotografias.

A edição 267 de 13 de janeiro de 1940 da *Revista do Globo* traz uma reportagem sobre os 12 anos de existência da publicação. Se auto-intitulando um reflexo da vida social do estado indica que “Folheando seus álbuns encontramos em suas páginas a verdadeira vida do Rio Grande”. Esse desejo de ser o retrato da sociedade burguesa leva a revista a sustentar em suas páginas o discurso

modernizador, já grudado no ideal de vida dos notáveis da capital (CARVALHO, 1994). Na década de 40 as edições da *Revista do Globo* mantinham a tonalidade modernizadora sem seus textos e fotos. O modo de vida que exalta o passado e adora a novidade ditava a tendência das matérias de suas páginas.

Uma das marcas dessa corrente modernizadora na cidade se materializou na arquitetura da verticalização dos prédios do Centro de Porto Alegre (ZANELLA, 2006). Muitas foram as notícias sobre os novos ares porto-alegrenses na *Revista do Globo* da década de 40. Uma nova cidade crescia para o alto e trazia consigo a imagem de uma capital moderna. No advento do bicentenário da cidade a revista comemorou a data publicando uma matéria intitulada “Da Taba ao Arranha Céu” na edição 285 de 1940, onde fitava com olhar nostálgico o passado e vangloriava a nova cara da cidade. Nomes como José Montauray, Loureiro da Silva e Otávio Rocha, responsáveis pela modernização do centro eram exaltados

Enérgico, intrépido, idealista, Loureiro da Silva retomou o ímpeto impressionante de Otávio Rocha, plasmando uma fisionomia nova para a nossa Porto Alegre (p. 195).

Na edição 347 de setembro de 1943 a verticalização aparece como sendo “a nova indumentária a ser usada pela cidade em seus dias heróicos” buscando o seu “aformoseamento”. A cidade deveria mudar a roupa e entrar na moda assim como o faziam seus moradores. Esta matéria também elogia Loureiro da Silva e seu plano saneador que tornaria Porto Alegre a “ridente capital dos pampas”. Da mesma forma a edição 278, de 11 de agosto de 1940, enaltece a nova cidade que se instalava. Na matéria assinada por Jacques Bentemer, a Porto Alegre dos anos 40 seria uma

cidade moderna, bem calçada, iluminada e higiene, será proximamente, quando estiver terminado o plano de urbanização que em boa hora está realizando a inteligência e a tenacidade de Loureiro da Silva, a terceira cidade do Brasil. E o que era Porto Alegre cem anos atrás? Infelizmente nem todos absorvidos pelas exigências da vida moderna podem ter um momento de calma para dedicá-lo ao estudo das coisas do passado. É mister que relembremos alguns fatos da antiga cidade para que as gerações de hoje possam melhor aquilatar do seu progresso nos últimos anos (p.24)

Também as inovações tecnológicas eram valorizadas pela revista apoiando o espírito modernizador. Os bondes eram depreciados em relação à implantação dos ônibus no transporte público. Na edição 488, de 06 de agosto de 1949, as críticas ao fluxo de carros e ao aumento de acidentes nas vias públicas serviam de pretexto para a instalação de novas formas de se entender a

mobilidade urbana. Segundo a revista o número de carros na cidade aumentara de 14.274 em 1948 para 20.000 em 1949, trazendo consigo maior lentidão no deslocamento do centro para os arrabaldes. A ampliação das linhas de ônibus, substituindo os “velhos e duvidosos” bondes, serviria como solução para o problema do tráfego. Essa postura serviria para trazer a “felicidade do povo” e anunciava a compra, por parte da prefeitura de novos ônibus “rápidos, macios e confortáveis”.

Essa urbanização aplaudida pela elite possui uma lógica marginalizante (CARVALHO, 1994). Dentro do centro poderiam viver aqueles que tinham dinheiro. Os que ali estavam mendigando seriam mal vistos, pois empobreciam a visão do centro. A *Revista do Globo* na década de 40 mostrava o pobre dentro do Centro como algo destoante da realidade do lugar. Sempre que o pobre aparecia no Centro, dentro das páginas da revista, ele era rotulado como marginal.

A lógica do urbanismo é o isolamento (DEBORD, 1997). Serviu como realização moderna da tarefa de salvaguardar o poder da classe. A busca de manter a ordem nas ruas acabou descobrindo que o melhor é suprimir a rua. Isolar todos os indivíduos é a forma mais eficiente de controle. O choque de classes surge do conflito percebido no contato diário entre as diferenças. Esse ambiente perigoso devia ser evitado. Os lugares de coletividade viram quase quartéis e cadeias fantasiados de clubes de férias, condomínios residenciais e centros culturais. A rua não mais interessa ao sistema.

Na edição 385 de abril de 1945. Na reportagem intitulada “Rodrigo – O Poeta Marginal” a revista apresenta uma personagem urbana que se assemelha a um mendigo. O poeta marginal era pobre de dinheiro, mas rico de espírito. Dessa forma vivia nos arrabaldes, mas podia ir ao centro vender seus poemas para o público letrado. Dentro dessa história os bairros periféricos e seus habitantes se opunham à presença dos notáveis no centro. Fica clara esta divisão. Sobre a comunidade de Rodrigo a revista diz ser ambiente de “malocas mulambentas feitas de lata e madeiras juntadas ao acaso”, onde pessoas sem estudo viviam com muita miséria e apoiados na fé. Já no centro da cidade, distante cinco quilômetros de onde morava Rodrigo, ele encontrava as ruas do luxo, as escadarias das repartições e dos templos religiosos. Uma vez no centro, o pobre que vinha dos arrabaldes viveria a sombra das práticas burguesas. Não conseguiria ter dinheiro nem para ler um jornal, e apenas vagaria pelas ruas.

Segundo Debord (1997) com o automóvel o homem sai da rua para viver o isolamento. Se com o espetáculo o porto-alegrense vive incógnito na multidão, a solidão do consumo privado o afasta da coletividade. Esse processo se fortalece e ganha maior potencial de isolamento com a

televisão. Possuir um desses bens é tornar-se superior aos que não têm acesso a eles. Estes por sua vez ficam admirando o deleite burguês com inveja e admiração. O espetáculo da Rua da Praia isola o pobre, mas o inclui, pois precisa dele para existir como superior. Essa inclusão reúne o outro, mas o reúne *como o outro*.

Este isolamento praticado pela modernização, em Porto Alegre, esteve vivo através da higienização do Centro, que perdurou até a década de 40 nas páginas da *Revista do Globo*. Na edição 385 de abril de 1945 na reportagem intitulada “Rodrigo – O Poeta Marginal”, a revista mostra que o sonho do viver burguês era inacessível para muitos. E se deslocar para o centro sem dinheiro era, além de perda de tempo, muito humilhante. Para o pobre sobraria apenas sonhar em entrar em um cinema para assistir as belezas das mulheres americanas e admirar o mundo das ilusões. Ao lado da foto do poeta cristalizado em frente de um cinema aparece o poeta esperando a morte, da mesma forma como espera o dia de entrar no cinema. A diferença é que na foto da direita a porta está aberta para o espectador (fig1).

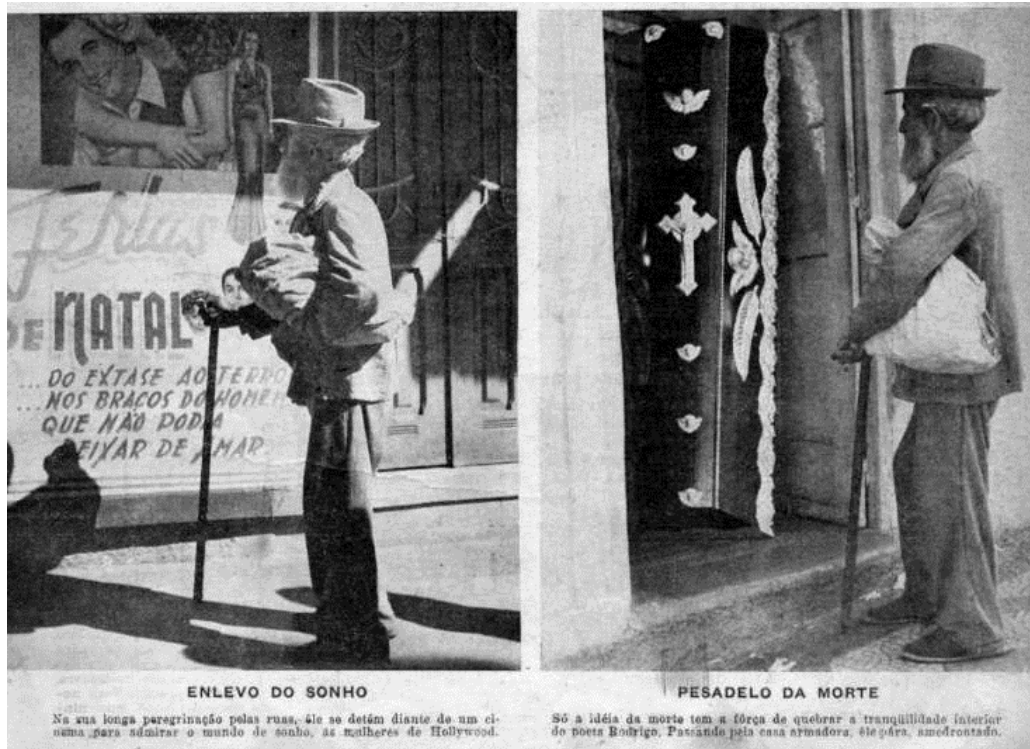


Figura 1 – Entre a vida e a morte

Em fevereiro de 1946, a edição 403, mostra que a mendicância aumentava drasticamente atrapalhando o embelezamento do Centro. Para a revista os “negrinhos pedintes” aumentavam em numero a cada dia. E se antes pediam de forma humilhante, naquela altura eram petulantes ao

exigirem moedas. A revista dizia que “o cordão dos miseráveis cada vez aumentava mais”. E os pobres eram uma “praga”. Eram intrusos de um mundo que se legitimava. Pareciam fantasiados e eram exóticos para o olhar do repórter, como se não fizessem parte da realidade do ambiente.

Os meninos jornaleiros que trabalhavam no centro aparecem na edição 324 de agosto de 1942. Ali são apresentados como “trambiqueiros” que procuravam “achacar” os fregueses. Sujos, dormiam nas malocas arranjadas durante a noite nas escadarias do Centro. Eram viciados, sem educação e se multiplicavam a cada dia. O lugar dos pobres seriam inegavelmente os arrabaldes. A pobreza aparece nas páginas da *Revista do Globo* nos bairros distantes da cidade moderna. A miséria organizada como intitula a edição 389 de junho de 1945 era uma tragédia pitoresca em nome da

Limpeza da city, alguém teve a idéia de ocultar o pecado. Policiais e funcionários bateram Porto Alegre em busca dos maloqueiros para desgrudá-los dos muros, arranca-los de junto aos arranha céus isolados e recantos públicos mais abrigados. Quiseram reuni-los num único local, formando uma vila de marginais que ficasse bem longe da cidade bonita onde esses percevejos humanos não inquietassem o pacato transeunte burguês com sua incomoda advertência social (p. 21).

Outra questão é a presença do negro porto-alegrense na revista. Na década de 40 sempre que o negro é representado na revista é indicado como sendo de algum arrabalde como mostra a página 22 da edição 389 (fig. 2) na reportagem intitulada “Miséria Organizada”. O Negro não fazia parte do mundo do centro. Ele é representado de forma a parecer estranha sua presença em meio da burguesia. A abolição deveria ter mandado o negro para longe para nunca mais voltar. Sua proximidade causava desconforto.



Figura 2 - O maloqueiro típico

No natal de 1947 a edição 449 da *Revista do Globo* apresenta uma reportagem sobre a mesma vila da matéria intitulada *Miséria Organizada*, a Passo D areia. Um ano e meio depois de mostrarem os negros pobres em uma vila cheia de malocas a nova matéria mostrava uma vila organizada aos moldes da LBA. Em sua grande maioria os moradores representados pelas fotos são brancos pobres que recebem apoio filantrópico (fig. 3). Fica nesta reportagem exposto o circuito higienizante, e saneador. Mas acima de tudo racista. O corpo para a modernidade se baseava no projeto estético de corpo do nazismo (GIACOMEL, REGIS E FONSECA, 2004). As periferias se alargavam e se afastavam da cidade moderna. Agora os negros iam para mais longe ainda do Centro.



Figura 3 - Pobres, mas brancos.

Outra forma em que geralmente o negro aparece na revista se relaciona com o samba ou carnaval de rua. Principal morador dos bairros afastados o negro é incluído na sociedade como o típico morador dos arrabaldes. Na edição 477 de fevereiro de 1949 o “arraial da Baroneza”, atual Cidade Baixa é representado como lugar dos carnavalescos. Aparentemente apenas negros vivem lá. O jornalista quando convidado a lá estar, vê tudo com olhar de estrangeiro e descreve a arte do samba, como se assemelhasse a uma briga de capoeira. Na edição de fevereiro de 1945 até o compositor Lupicínio Rodrigues é indicado como morador de um lugar de índole incerta. Ao ser questionado pelo repórter por que ele não morava melhor, Lupicínio responde que no arrabalde ele podia “criar galinhas, cachorro e ter sossego”. A diversão não tinha hora para acabar e os moradores desses lugares não tinham compromisso com o progresso, apenas com a diversão.

Os lugares de lazer e sociabilidade em que os pobres apareciam na revista eram essencialmente o carnaval. Já para a burguesia os lugares de aparência se encontravam, para a

Revista do Globo, em ambientes fechados, com o acesso controlado pelos códigos de conduta que se opunha ao caos da rua. Ser burguês era aparecer na revista dentro dos salões do Country Club ou Leopoldina Juvenil. Mas o lugar preferido da Revista do Globo para evidenciar a sociabilidade da burguesia, era o Clube do Comércio. O “Palácio Rosado” como era chamado pela revista se encontra até hoje na Rua da Praia dentro do espaço que continha a Cinelândia porto-alegrense. Em frente da Praça da Alfândega quase ao lado do Cinema Imperial.

Na década de 40, especialmente entre os anos de 1940 e 1943, os encontros no clube do comércio resumiam a vida social da elite que era retratada na Revista do Globo. Eram chás sociais, bailes dançantes, desfiles de moda e formaturas que abrigavam Cônsules, interventores federais estrangeiros e toda nata da sociedade porto-alegrense. As páginas da Revista do Globo mostravam as atrações como cantoras, orquestras e corpos de baile que animavam as ambiências onde a burguesia se contemplava.

As reportagens sobre os bailes do Clube do Comércio, assim como os do Country e Juvenil, falavam sobre o desfile da alta sociedade (fig. 4). A revista dizia que os bailes do Clube do Comércio tinham aspecto de modernidade, grandiosidade e admirável elegância. As campanhas de solidariedade organizadas pelas damas ilustres no Palácio Rosado também apareciam como forma de promover a real função deste tipo de reportagem: Servirem de espelho para a burguesia se admirar em um lugar higienizado, branco e burguês que se enquadrava nos ditames de elegância e modernidade exigidos pelo comportamento de um grupo dominante. Segundo as páginas da *Revista do Globo* da década de 40 este era o espaço de sociabilidade preferido pela burguesia.



Figura 4 - A burguesia em desfile

A edição 267 de 13 de janeiro de 1940 revela o modo como a *Revista do Globo* se referia aos encontros no Clube do Comércio

Foi uma festa deveras encantadora a que se realizou a 31 de dezembro nos aristocráticos salões do Clube do Comércio. Ali se reuniram naquele dia o que Porto Alegre tem de mais representativo nos seus círculos sociais, num ambiente que foi ao mesmo tempo de alegria, de graça de elegância e cordialidade (p 29).

Dentro dos cinemas da cidade, ambiente preferido de lazer da burguesia na opinião de autores como Pesavento (1999) e Zanella (2006), a *Revista do Globo* não registrou a sociabilidade urbana durante os anos 40. Porém sabemos que no escurinho das salas de exibição da Cinelândia porto-alegrense o público estava sendo bombardeado com propaganda política estadunidense. Segundo Glik (2010) A partir de 1940, o “American Way of Life” chegava a América Latina por intermédio de uma ofensiva de persuasão ideológica sem precedentes, que levaria aos cinemas imagens relativas à superioridade econômica dos Estados Unidos. A intenção dos estadunidenses era a de combater a propaganda Nazi-fascista na Argentina e no Brasil. Dessa forma os padrões e modos de vida de Hollywood empregaram na nossa capital a imposição da colonização cultural norte-americana.

A idealização da estética norte-americana era prática recorrente na *Revista do Globo* nos anos 40. Reportagens exaltavam a beleza e os atos dos atores de Hollywood, afirmando qual o padrão que deveria ser seguido pelos porto-alegrenses. Quase que em todas as edições da revista matérias pedagógicas sobre como seria fácil e importante imitar os padrões de beleza, usos e costumes dos atores de Hollywood eram recorrentes. É o caso da reportagem *Estilize os Seus Lábios* publicada na página 2, da edição 281, de setembro de 1940. Ela mostra um conselho que reapareceria em muitas outras matérias e publicidades ao longo da década: Como as mulheres deveriam pintar os lábios para se assemelharem às atrizes estadunidenses (fig. 5).

ESTILIZE OS SEUS LÁBIOS

POUCA gente imagina, talvez, a importância de certos detalhes pessoais na construção da sua personalidade de se ver. Se você vai dizer uma palavra, por que não dizê-la clara e vagarosamente, sem qualquer semelhança silábica? Se lhe contarem uma boa novidade, por que não sorrir com vontade e com flexibilidade? Isto não só é bom, como ajuda a plástica dos seus lábios. Embora para a maioria, há situações que ocasionam surtos para não estar felizes no rosto... Talvez, redobramos a atenção? Você precisa de uma disciplina facial, mas isto é muito diferente do abstrato de uma disciplina de trabalho. A disciplina refere-se precisamente à naturalidade que você deve procurar conservar nas situações do rosto.

O ideal é um dos meios mais eficientes e simples para fortalecer, moldar e melhorar os músculos da boca. Assuetar é excelente para afrouçar os lábios apertados e sem elasticidade. Quando abertos, os lábios, fecham-se vagarosamente, mas fecha-se com alguma força.

Se seus lábios são moles, rebobos e expostos, não é preciso você se preocupar. É aí que entra em cena o roque, alguns conselhos, alguns ritos e um pouco de prática e você terá outra pessoa. Em primeiro lugar, observe os exemplos, para o cabelo para trás e procure saber qual o feitio do seu rosto... se oval, redondo, comprido, largo, quadrado, pontudo, em forma de coração e, também, se sua nariz é comprido ou curto. Depois, terá que pintar seus lábios em harmonia com o seu tipo. Não tente jamais mudar de tipo. O que é preciso é tirar dele o melhor partido, aproveitá-lo, mas não ignorá-lo ou distorcê-lo. A natureza, sabe mais do que nós, e que nós fazemos.

Podrá parecer estranho falar sobre a moda dos lábios, mas basta descrever o assunto de retratos de família para verificar como tem mudado o estilo dos lábios. Quando o rosto era largo, o ideal era a boca em botão de rosa e muito lábios eram chapados e apertados até tornarem muito ou mesmo sem contornos. Nos bons tempos da mamãe, o roque para os lábios, como sabemos, apenas perpetuava. As "veras pintadas" eram vistas com muita admiração. Não era muito "desceber" assimilar a natureza na beleza do rosto com pinturas. As mulheres, por consequência, não tinham o hábito de roque nos lábios. Vem então a cinema. Você poderá se lembrar (e não se esqueça) das lábios grotescamente exageradas dos primeiros dias de Joan Crawford. No entanto, logo que os métodos puderam sintetizar com as direções, nasceu uma arte completamente nova. E esta arte tem se desenvolvido desde que surgiu e hoje está quase perfeita. A tendência atual do "make-up" é a naturalidade. O artifício já deixou de ser bom gosto. Nesta gente o cinema vai se tornando dia a dia mais influente.

Vejam, por exemplo, essas retratos de Jane Lang, Ann Roberts, Virginia Bruce, Jane Wyman e Ginger Rogers. Cada uma dessas pequenas ilustra um exemplo.

(continua na pág. 55)

POR CAROL CARTER

Se você tiver e quer o de Jane Lang, como Ann Roberts, faça com que seus lábios pareçam um botão de rosa, com curvas elevadas e com...

Se sua face tiver a feição de um quadrado, como a de Jane Wyman, seus lábios deverão ser arredondados platinados, naturais, em forma de coração. Seu nariz é largo?

Para os rostos alongados, como os de Jane Lang, Ann Roberts e de Jane Wyman, o lábio superior deve ser ligeiramente mais comprido que o inferior, para se conseguir uma boa simetria.

Para um rosto comprido, como o de Jane Lang, o lábio superior deve ser ligeiramente mais longo, aproximando-se do lábio inferior.

28-6-1945 REVISTA DO GLOBO

Figura 5 - Estilize seus lábios

Outro estilo de matéria recorrente no corpus de pesquisa foi o da possibilidade de serem produzidas fotos das famílias da capital, que se assemelhassem com as cenas dos filmes. Empresas gaúchas montavam estúdios com figurino e cenário que imitavam os filmes dos Estados Unidos. A *Revista do Globo* mostrava dessa forma quais os móveis, aparelhos elétricos e obras de arte que a burguesia deveria possuir para alinhar-se com a estética moderna de sua época. Na edição 301 a revista publica uma reportagem de divulgação do “Studio os 2” de propriedade de Ed. Keffel, fotógrafo da Revista do Globo. Nela o jornalista Juliano Palha indica o estúdio como sendo de “moderníssima aparelhagem” como fotos e equipamentos com qualidade igual às de Hollywood (fig. 6). O texto apresenta o “Studio” de forma positiva em um tom de matéria informativa e não publicitária, mesmo servindo a essa função.



Figura 6 – Hollywood ideal de cidade

E se a burguesia, atriz do belo espetáculo da modernidade estava se preparando para imitar o cinema, a cidade também deveria seguir o ideal de beleza norte americano. O ideal de cidade para a *Revista do Globo* era Hollywood e ela mostrava isso explicitamente ao longo dos anos 40. A cidade das estrelas era limpa, organizada e moderna. Convivia-se nas ruas com os artistas no lugar onde as coisas aconteciam. Uma cidade onde homens fadigados iam aos cinemas após o trabalho para relaxar e poetas e escritores trocavam opiniões sobre qualquer assunto com os populares na praça.

Os países produtores dos filmes tornam-se portadores do espetáculo. A sua dominação sobre os países subdesenvolvidos não é exercida apenas pela dominação econômica, ela se dá principalmente na forma da sociedade do espetáculo (DEBORD, 1997). Aqueles que ainda não possuem as possibilidades materiais de adquirir o novo, já o recebem através do cinema sobre a superfície social. Os cineastas oferecem aos espectadores durante as sessões o contato com os *pseudobens* a serem desejados, bem como com os falsos modelos de revolução antes que estes estejam disponíveis em sua terra.

Segundo Sklar (apud MACHADO, 2009) o governo americano apoiava, em seu discurso, essa prática de dominação

Mande fitas de cinema para povos estrangeiros e prepare-se para receber, dentro de pouco tempo, pedidos de roupas, automóveis e aparelhos; essa lógica levou o

Congresso, em 1926, a destinar 15.000 dólares à criação de uma Seção Cinematográfica na Divisão de Comércio Externo e Interno, sob a direção do Secretário de Comércio Hebert Hoover. Sua meta era promover o aluguel de filmes norte-americanos e a venda de equipamento cinematográfico no ultramar. Embora os reformadores não hesitassem em protestar contra o patrocínio, pelo governo, da exportação de películas cinematográficas sem que as autoridades federais se mostrassem dispostas a controlar-lhes o conteúdo, de nada valeu o protesto (idem, p. 83).

O sonho de ser Hollywood levava Porto Alegre ao ideal, que só não poderia ser alcançado porque as celebridades estadunidenses não conviviam com os porto-alegrenses pelas ruas. A busca da resolução deste problema fazia a política de boa vizinhança entre Estados Unidos e Brasil atuar no sentido de trazer para a cidade personalidades estadunidenses. É o que mostra a reportagem da edição 391 de julho de 1945. O desfile do General Mark Clark, do exército americano, foi noticiado na revista com uma foto de meia página mostrando o momento em que o carro que levava o militar passava em frente à Livraria do Globo na Rua da Praia (fig7).



Figura 7 – Hollywood em Porto Alegre

E se Porto Alegre não era o ideal de cidade, o turismo servia como forma de se distanciar, nem que por um final de semana, da presença inconveniente na capital. Durante a década de 40 as reportagens sobre turismo estiveram presentes em várias edições da *Revista do Globo*. Cidades como Capão da Canoa, Torres, Caxias do Sul, Montevideú, Rio de Janeiro e São Paulo serviam de destino recomendável para a burguesia aproveitar seus momentos de lazer.

4.2. O CINEMA NA REVISTA

A preferência pelas películas de Hollywood em detrimento dos filmes nacionais e de outros países fica evidente ao folharmos as edições dos anos 40 da *Revista do Globo*. No material analisado a proporção é de 9 edições quinzenais com reportagens sobre cinema norte americano para 1 revista com reportagens sobre um filme nacional ou de outra nacionalidade.

O cinema argentino é o que mais aparece dentre os filmes não - hollywoodianos com citação em 6% das 232 revistas estudadas. As reportagens sobre nossos vizinhos se agrupam principalmente entre os anos de 42 e 43, retornando a aparecer no final da década, mas ainda com baixa frequência. A dificuldade de comunicação entre as Américas é a razão apontada pela revista como a chance para os filmes platinos entrarem no Rio Grande do Sul. A proximidade do tango e temas sobre o gaúcho se soma aos argumentos favoráveis para que os porto-alegrenses assistissem aos filmes de qualidade que eram apresentados. Atores como Pedro Lopez Lagar, intitulado o “Clark Gable” argentino surgem com grandes elogios nas páginas da revista. Cada um dos outros cinemas de países como Alemanha, Inglaterra, México, Itália e Portugal aparecem em apenas 3% das revistas analisadas. Quanto ao cinema nacional, nem as chanchadas, a grande produção da década, conseguiu quebrar a hegemonia de Hollywood.

Andrade (2010) aponta que essa é uma tendência do jornalismo de cinema no Brasil. A revista paulista percussora do gênero, *Cinearte* (1926-1942), publicava em média 80% de reportagens sobre cinema falando de Hollywood. O idealismo do Cinema dos Estados Unidos servia para a escolha das pautas. Dessa forma demonstrava a Industrialização triunfante do cinema norte americano e não colaborava com a construção de um cinema nacional de sucesso. Servia assim como um fio invisível que unia as produções cinematográficas com a população de Porto Alegre ajudando a criar a coletividade uniformizada do “american way of life”.

Dentro dessa tradição o papel do crítico de cinema se envolveu de importância ao longo do século XX (ANDRADE, 2010). O elo entre as produções e o gosto do público eram as opiniões escritas nas revistas antes que a publicidade o fizesse. As revistas francesas especializadas em cinema como a “*Ciné pour Tous*” e “*La Griffé*” taxavam como injustas as reportagens sobre o tema terem apenas fins comerciais, pois serviam de reforço para o capitalismo. Estas revistas surgiram a partir do censo analítico dos clubes de cinema europeus que discutiam as técnicas cinematográficas. Começava-se a tratar o cinema como arte falando-se sobre a qualidade das produções a fim de atender um público mais exigente.

Influenciados por este contexto os jornalistas da *Revista do Globo* abraçavam o cinema norte americano como sendo o melhor dentre os existentes. E o defendiam com conhecimento de causa, pois eram cinéfilos que viviam intensamente a Cinelândia porto-alegrense. Esse espaço entre a Praça da Alfândega e o Largo dos Medeiros ficava no caminho entre a Livraria do Globo e o Correio do Povo, onde a maioria deles também trabalhava. Na caminhada paravam na Praça da Alfândega para conversarem antes e depois dos Filmes. Dentre estes que comentamos se encontravam importantes intelectuais como Jacob Koutzii, verdadeiro nome de Plínio Moraes e Paulo Fontoura Gastal. Os dois foram redatores da seção *Cine-Globo*. O primeiro assinou os textos de 1938 até 1941 e Gastal o fez a partir de 1947. Os dois são apontados como os pioneiros da crítica cinematográfica gaúcha (SOARES, 2008). Era a união de um veterano consagrado na crítica cinematográfica e um jovem idealizador e com muita garra.

No fim da década de 40 eles foram os principais responsáveis pela fundação do Clube de Cinema de Porto Alegre, que possui importante papel para a formação cultural da capital. Impulsionados pelo amor ao cinema e o pioneirismo uruguaio criaram a associação que serve, até hoje, de foco irradiador da cultura cinematográfica (LUNARDELLI, 2000). Em 13 de abril de 1948, data de fundação do Clube, começava uma nova era para os “cinemeiros” e críticos do cinema. A valorização dos filmes estrangeiros estava no caminho do fortalecimento em terras gaúchas.

Esse cenário começou a se configurar nas páginas da *Revista do Globo* apenas na segunda metade da década de 40 com o ingresso de Gastal no grupo de jornalistas responsáveis pela redação. Antes dele a revista falava predominantemente sobre cinema. Mas falava quase que exclusivamente sobre a vida pessoal dos atores de Hollywood. Temas como casamentos e divórcios, brigas, moda, beleza e comportamento das celebridades eram os preferidos nas seções dedicadas ao cinema. Essa nova linha editorial se alinhava com a empregada por Mario Behring, editor da Cinearte, formadora do estilo de Plínio Moraes e a predileta de Gastal quando adolescente (LUNARDELLI, 2000).

Andrade (2010) salienta a divisão conceitual presente no jornalismo de cinema. Esta divisão é percebida entre o antes e depois de Gastal assumir a seção *Cine-Globo* na *Revista do Globo*. Para Andrade (2010) as tendências co-irmãs do “Utilitarismo” e da “Segmentação” eram práxis da cobertura jornalística cinematográfica no país. De 1940 ao natal de 1947 as reportagens da *Revista do Globo* se aproximavam do conceito de Utilitarismo onde o cinema aparece como notícia. Na revista seções como *Informa de Hollywood* e *Hollywood por Dentro e por Fora* apresentavam reportagens especializadas sobre cinema que falavam sobre os filmes que entrariam em cartaz em

Porto Alegre com as sinopses dos filmes. Mostravam também notícias sobre as celebridades e assuntos outros que concorriam dentro dos critérios de noticiabilidade com outras notícias.

Uma das seções que falava exclusivamente sobre cinema e que acompanhou as publicações por boa parte dos anos 40 foi a intitulada “Hollywwod por Dentro e por Fora”. Apresentava as reportagens assinadas por correspondentes especiais direto da terra das estrelas, prática recorrente nas revistas especializadas em cinema do país na época. No caso da *Revista do Globo* o principal responsável pelas notícias sobre as celebridades nos anos 40 era Ernest Gwynn, que abastecia os leitores com as novidades da vida social dos famosos. Nesta seção apareceram também a grade de espetáculos dos cinemas de Porto Alegre de agosto de 1940 ao fim do ano de 1944.

A introdução da Segmentação dentro da critica de cinema da *Revista do Globo* começa com Gastal. Esta linha de jornalismo de cinema se alinha com a análise do cinema como arte. P.F. Gastal estreitou como redator da seção *Cine-Globo* em agosto de 1947 no lugar do jornalista Marcelo Viana que já demonstrava em algumas reportagens o amadurecimento da cultura cinematográfica na cidade. Mas na fase de Gastal o *Cine-Globo* tornou-se verdadeiramente uma seção crítica sobre o cinema, defendendo as películas de qualidade e recomendando bons filmes à população. Esta foi a mesma época de militância que inaugurou o Clube de Cinema de Porto Alegre (SOARES, 2008). A crítica sobre a censura e a mediocridade do cinema americano e a abertura para os filmes de outros países estava presente nas páginas em que escrevia.

4.3. A CINELÂNDIA PORTO-ALEGRENSE NA REVISTA

Nem mesmo a abertura para do jornalismo segmentado na *Revista do Globo* não trouxe para seu discurso a inclusão da Cinelândia porto-alegrense como espaço de sociabilidade da burguesia na década de 40. Mesmo que muitos autores concordem que os cinemas eram o principal lazer desta classe social (CARVALHO, 1994). Dentro dos 10 anos de publicações analisados o assunto cinema esteve presente em todas as edições. Mas as salas de cinema da Cinelândia porto-alegrense apareceram em pouquíssimas ocasiões. Quase sempre ligadas ao conceito de jornalismo de cinema utilitarista, sua presença nas páginas da revista serviam, na maioria das vezes, para informar os filmes que estavam em cartaz.

Como nas aparições na seção “filmes recomendados” que esteve presente na parte destinada ao cinema. Entre as edições de 1940 até as do final de 1944 as últimas páginas da *Revista do Globo* eram destinadas às sinopses dos filmes que estariam passando na próxima quinzena nos cinemas da

cidade. As salas de cinema ali anunciadas eram apenas as de direção dos empresários Darcy Bitencourt, como Roxy, Rex e Rio e de Sirângelo como o Central. O cinema Central apareceu em 31% dos anúncios seguido pelo cinema Imperial com 22%, Roxy com 16%, Guarani e Rio com 13%, Vera Cruz com 12% e Rex com 6%. Dessa forma a *Revista do Globo* privilegiava as casas lançadoras especialmente as da Cinelândia porto-alegrense da Rua da Praia.

Os textos da seção “Filmes Recomendados” eram em sua grande maioria de teor neutro. Em poucas ocasiões foram dedicados elogios às salas de exibição. Com exceção de algumas considerações sobre, por exemplo, a criação da RKO em 1944, enaltecendo a importância desta nova distribuidora como forma de aumentar a diversidade de filmes para o público espectador. Esse elogio prestigiava os filmes exibidos no Central, que tinha parceria com a RKO. O elogio às salas de cinema surge em alguns anúncios, mas sempre ligadas às escolhas de filmes para serem exibidos, elogiando diretamente às distribuidoras de filmes. Predominantemente composta por textos a seção “Filmes recomendados” possui apenas uma foto em todas as edições em que aparece (fig. 8). Trata-se da revista de número 316 de 28 de março de 1942. A imagem é a única dentro da seção que mostra o ambiente de sociabilidade nos cinemas e em que podemos distinguir um pouco as pessoas que ali se encontram. Porém é uma foto pequena e escura que valoriza mais a fachada do prédio do que os frequentadores do cinema. A foto se encontra no alto e na direita da página, em destaque, aparece o detalhe da fachada do Cinema Central e o texto que ancora a gravura diz que

A fotografia acima apresenta a belíssima fachada do Cinema Central. Inaugurada há poucos dias, quando essa frequentada casa de diversões da firma Pascoal Sirângelo comemorou o seu 20 aniversário. Nessa noite o Central viveu um dos seus grandes dias com verdadeira multidão lotando completamente as suas acomodações para assistir o grande filme “Suspeita” de Hitchcock (p. 64).



Figura 8 – Foto do Central em tamanho original

Em outras seções da revista os elogios aos empresários donos das principais salas exibidoras do centro de Porto Alegre são uma das poucas razões que fazem com que os cinemas da Cinelândia apareçam na *Revista do Globo* na época estudada e se firmam na publicidade das salas e filmes das distribuidoras. Na revista de número 327 de setembro de 1942 Darcy Bitencourt ganha uma página inteira dedicada a inauguração do Cine - Rio que ficava no lugar do restaurado Cinema Guarani. Na reportagem o *Cine-globo* anuncia que a excelente e tradicional casa de diversões da Praça da Alfândega, o Cinema Guarani, estaria passando por radicais reformas sendo dotado de ótimos e modernos aparelhos de projeção e outras inovações que a poderosa empresa cinematográfica pretendia oferecer ao seu público. Depois anunciava quais os filmes da Metro e Columbia Pictures estariam em cartaz nas próximas semanas.

Na edição 357 de fevereiro de 1944 a revista aplaude o contrato do empresário com a distribuidora Metro quando firmou a exibição de 18 títulos em seus cinemas. A reportagem também felicita Bitencourt pela iniciativa de chamar as companhias de teatro Richard Jr. com suas encantadoras “girls” e de Dolorges Caminha que traziam consigo todas as inovações do teatro nacional.

Dentro do caráter noticioso, em que os cinemas da Cinelândia aparecem nas revistas pesquisadas, é documentado o protesto dos estudantes da UFRGS em rente às salas de exibição. Na edição 443 de setembro de 1947 a chamada “Campanha dos 50%” exigia a meia-entrada para estudantes nas sessões de cinema. Com o título “Sete Dias de Greve” a reportagem mostra a reivindicação dos jovens em frente aos cinemas Roxy e Central. A Notícia relatava que uma comissão de estudantes secundaristas e universitários, dentre eles Sereno Shaise, se organizaram para pedir tal “caristia”. Era a irreverência de cartazes, panfletos e palavras de ordem.

O movimento conseguiu vitória parcial, pois conquistou a meia passagem no transporte público. Mas quanto à meia-entrada não obteve sucesso. Os proprietários dos cinemas propuseram que se organizassem “vésperas estudantis” com meia-entrada, ou o aumento dos ingressos inteiros para custear os descontos. Os estudantes não aceitaram e ficaram sem nenhum desconto no ingresso. Nessa matéria os Cinemas da Cinelândia porto-alegrense eram parte integrante da notícia sendo sua representação inevitável. Nas fotos os estudantes aparecem implorando para que os espectadores não entrassem nos cinemas (fig. 9), mas mesmo com a aceitação popular, a luta pela meia-entrada ainda duraria muitos anos.

Estas seriam as únicas fotografias que, na década de 40, mostravam com clareza o contato

interpessoal nas salas de cinema (fig. 9). Nelas vemos a truculência policial e o protesto social na porta dos cinemas. Os espectadores que tentam entrar no cinema representam o ideal de público freqüentador, sendo importunado pela luta social. Luta essa desmerecida pelo tom irônico com que é representada. O Largo dos Medeiros era a antiga “Esquina democrática” de Porto Alegre, antes que essa se encontrasse no cruzamento da Avenida Borges de Medeiros com a Rua da Praia. A discussão popular incomodava os sonhadores.



Figura 9 – O protesto na porta do cinema

Outra forma em que os cinemas do centro apareceram na *Revista do Globo* dos anos 40 foi na crítica sobre a qualidade das atrações da cidade. Para os jornalistas a Porto Alegre dos anos 40 era pobre na oferta de diversões de classe. Na edição 344 de julho de 1943 a reclamação provinha da possibilidade de, um forasteiro por essas bandas, se entediar com as poucas possibilidades de divertimento que a nossa capital oferecia. Aqui não haveria celebridades para nosso convívio diário. Os lugares que a revista aponta como de diversão se encontravam no centro onde o turista poderia visitar um dos cinemas. Depois da sessão encontraria algum café ou confeitaria que reuniam o mundo elegante da cidade. Após tomar um chá ou “drink”, em uma delas, o viajante poderia conhecer um dos muitos recantos “pitorescos” da capital ou ir se retirar e dormir, pois as atrações noturnas eram inexpressivas.

UMA NOITE EM PORTO ALEGRE

TALVEZ Porto Alegre seja menor do que o menor dos arrabaldes de Nova York. Talvez o menor arrabaldes de Nova York reúna maiores possibilidades de divertimento para um forasteiro do que toda a nossa cidade de Porto Alegre. É a boa possibilidade que o dinheiro arrecadado em meia hora no famoso Stork Club seja duas vezes mais valioso que a festa de uma semana de qualquer dos nossos *danceings*, cafés ou confeitarias. Mas é possível, também, que aqui como lá, as pessoas se divertam do mesmo modo, muito embora não faturem as celestidades para serem admiradas e as orquestras famosas para serem ouvidas...

Vejamos, pois, o que se pode fazer à noite, em Porto Alegre, quando a gente resolve se divertir.

Infelizmente, você pode optar pelo severana da um dos 27 cinemas da cidade, quando não há teatro, concerto ou festa popular. Ou então, poderá visitar um dos três estúdios de rádio da cidade, embora eles só ocasionalmente apresentem um número capote de câmar-lhe admirado. E depois do cinema, se você for uma estrutura social, encontrará alguns cafés e confeitarias do centro que, em determinadas horas da noite, reúnem o mundo elegante da cidade, onde poderá tomar o seu chá, o drink e palatrar os seus duma orquestra típica, de um jazz ou, simplesmente, dum conjunto de salão. Não espere dançar, pois não se cultiva esse hábito nas casas públicas de Porto Alegre, com exceção dos verdadeiros *danceings*. E em seguida, o melhor que você pode fazer é vagar pelos resacas pitorescos de Porto Alegre — há muitos! — e voltar para casa, a fim de terminar a noite no melhor de todos os divertimentos: o sono!

Mas, aqui não se porque Porto Alegre é uma cidade assim tão sóbria em divertimentos noturnos, é que ela se pretende, certa vez, trocar o dia pela noite e não realisti a expectativa. Cansou de divertir-se, cansou de dançar, jogou e beber, isto foi durante dois anos consecutivos, entre 1925 e 27, enquanto durou o reinado do "Centenário Paroquial". Havia casinos e grandes cabarés. Havia celestidades e muito luxo. Havia dinheiro e boa disposição para as noites de alegria.

Depois, Porto Alegre caiu em si. Ela era uma cidade de trabalho duro e não podia bancar a elegância da lenda. E até o seu novo exat. Iludido comigo mesmo. Naquela dois anos, ele esqueceu que pesavam sobre seus ombros rigidos preconceitos provincianos e uma subordinação natural de raça enraizada na luta pelo progresso. Quando estas coisas voltaram à tona, Porto Alegre tornou-se assim como podemos vê-la nestes rápidos instantâneos de sua vida noturna:

A RUA DA PRAIA

é o centro nervoso da vida noturna portoalegrense. O que vemos acima é a multidão que deixa a primeira sessão de apenas quatro dos cinemas do bairro: O Central, o Rex, o Imperial, e o Rio. Este movimento continua por mais uma hora no máximo, quando o povo se dispersa, e as luzes das fachadas apagam.

A WOLTMANN

Depois do cinema, o mundo elegante de Porto Alegre procura as "bombonieres", para o chá. As mais frequentadas são a "Woltmann" e a "Jam". Naquela, às vezes, há um conjunto orquestral que toca valsa vienense e canções russas; nesta, há apenas uma vitrola que toca em surtidas, para dançar, e som de gramofone.

O BALÚ

é o bar mais movimentado e popular de P. Alegre. Ali se bebe, de preferência, "chope", e escuta-se um excelente conjunto típico. Canso Danilo Vargas, um rapaz que possui milhares de fãs. Mas ele agrada mais aos homens, que gostam de ouvir cantar a história de "Maldina" ou "La Copa del Océano". Danilo está para P. Alegre, assim como Frank Sinatra para N. York.





Figura 10 – Cinema, confeitaria e café.

Esta reportagem reconhece que o centro era o centro nervoso da vida noturna portoalegrense. Apresenta uma foto escura de meia página, da Cinelândia, ancorada pelo texto que indica a saída da primeira sessão de apenas quatro dos cinemas do bairro: O Central, O Rex, o Imperial e o Rio (fig. 10). Abaixo dela duas fotos indicam onde o mundo elegante ia comentar os filmes. De um lado a “bomboniere” Woltmann para o chá e do outro o Bar “Balú” para aqueles que preferissem um “chope”. O texto omite o espaço democrático que eram as salas exibidoras, mas afirma que a elite se encontrava agrupada de fato, no ambiente fechado dos cafés e bares.

Quanto à análise das fotografias contidas nessa reportagem cabe salientar algumas características interessantes. Na foto que apresenta a saída do que parece ser o Cine-Rio a fachada da sala exibidora ganha destaque em relação ao público que a frequenta. As luzes do Cine-Teatro contrastam com a escuridão em que se encontram os espectadores não sendo possível distinguir gênero, raça ou classe social destes. Já nas fotos que mostram a “bomboniere” e o Bar, que são

ambientes fechados, percebe-se que os freqüentadores são em sua totalidade Brancos e não pertencentes das classes sociais mais baixas.

Outra reportagem que aborda a questão da falta de opções para o divertimento na capital foi publicada em junho de 1948 na edição 461. Assim como a comentada no parágrafo anterior, é uma das únicas e raras aparições dos cinemas da Cinelândia na revista durante a década estudada. O discurso do jornalista Rivadavia de Souza aponta para a afirmação de que a cidade definhava e apenas o pôr do sol seria a beleza da capital gaúcha. Segundo ele os casais começaram a se recolher cedo e tinham não menos que três ou quatro filhos nascidos no pós-guerra. A cidade havia se “encaramujado” efetivando um império do intimismo. Mas segundo ela a real razão para a falta de pessoas nas ruas não seria o “baby boom”, mas sim a degradação das poucas atrações na época. Isso porque, Hollywood, a cidade ideal, estaria passando pelo mesmo fenômeno de crescimento populacional repentino, mas não deixava de manter e abrir novos cassinos, boates e “dancings”. Os atores do cinema estavam tendo filhos, mas saíam para se divertir. Para ele a cidade devia tomar o exemplo para si. Enquanto a periferia ia para mais longe, o centro empobrecia de espetáculos.

Sobre a reportagem da edição 461 podemos elencar algumas considerações. Uma delas é que a razão para a preocupação com a escassez de atrações e espetáculos no centro da cidade se fundamenta na preocupação com os turistas que aqui chegavam. Os visitantes se deparariam com cinemas decadentes e confeitarias que viviam de passado. O glamour havia se esvaído. Outra questão é a análise das fotografias presentes na reportagem. Na parte inferior da página 29 encontramos uma foto (fig. 11) da fachada de um cinema do centro. Percebemos que a já desgastada sala de exibição estava vivendo tempos de recessão. Por isso é representada de dia, para que a luz nos mostre que as classes mais baixas, assim como os negros, estavam freqüentando os cinemas. A sessão já não é tão cheia quanto antigamente e o glamour havia se despedido deste ambiente também. De dia víamos no centro a classe trabalhadora, a noite é que se materializava o glamour da cinelândia (GASTAL, 1999).

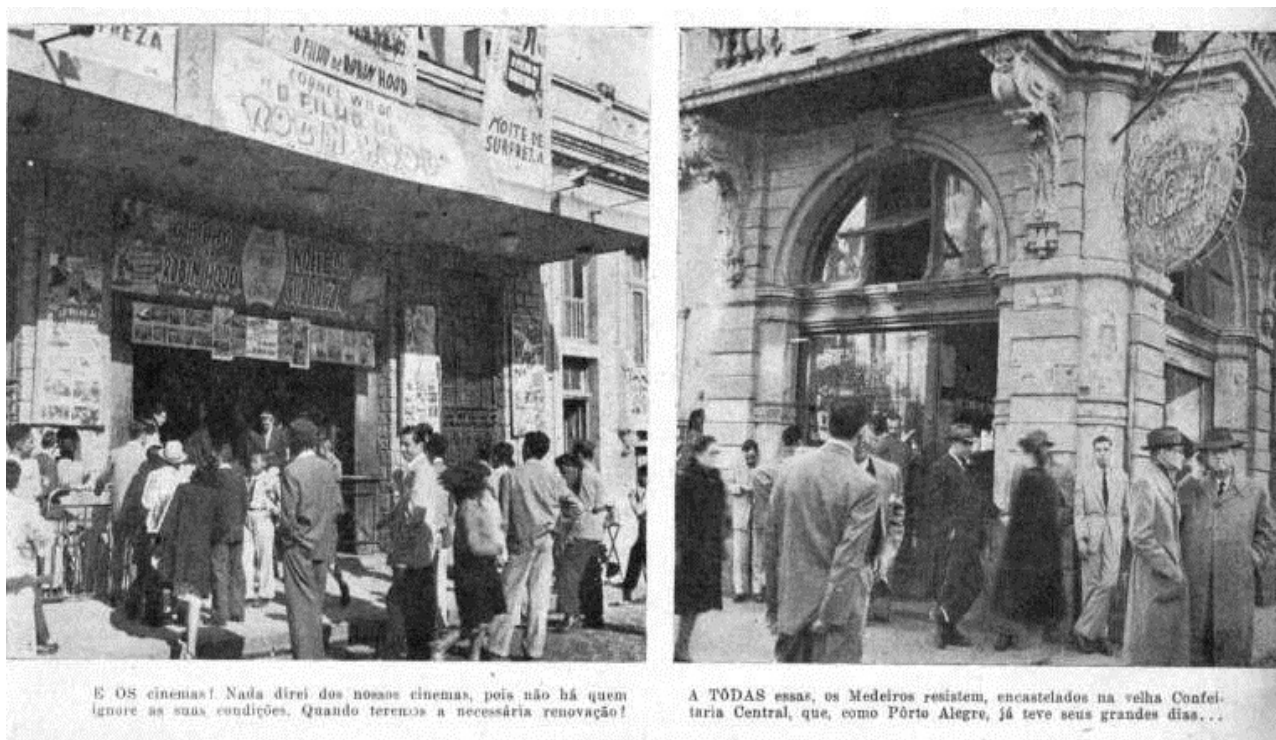


Figura 11 – A cidade definha.

O jornalismo crítico de P.F. Gastal indica muito claramente a tendência da crítica sobre a qualidade dos cinemas do centro no fim da década de 40. Em outubro de 1948 na seção *Cine-Globo* da edição 498, em que era redator, ele defende as casas exibidoras dos arrabaldes, como Ritz e Talia, que teriam mais infra-estrutura, do que as salas lançadoras da Cinelândia. Defende que o cinema Imperial e Rio estariam dando o melhor de sua aparelhagem, prestigiando os ingressos vendidos. Mas indica que “certa casa do centro” estaria deixando muito a desejar no que se dizia respeito tanto da qualidade das poltronas quanto do som e da imagem. O tabelamento dos preços dos cinemas estava sendo aplicado em Porto Alegre nessa época (GASTAL, 1999). Cinemas com nível “A” seriam os que mantinham melhores estruturas. No centro apenas o cinema Vera Cruz havia atingido esse patamar, podendo cobrar ingressos mais caros. Os demais estavam identificados como cinemas “B”, devido às condições menos favoráveis a apreciação de um bom filme. A capital estaria entre “as mais atrasadas no país” quando se falava em salas de cinema. Fica evidente nesta reportagem que os proprietários dos cinemas da Cinelândia estavam atentos à defasagem que passavam suas salas de exibição e se preparavam para atrair o público com a compra de novas tecnologias de exibição. A tendência modernizadora da substituição da tecnologia (DEBORD, 1997), estava sendo aplicada no mercado de cinema do Centro. Esta seria a tendência a ser explorada nos anos 50 a fim de trazer de volta o público burguês (Zanella, 2005).

Fruto do repúdio à miscigenação as aparições do convívio social nas salas de cinema da Cinelândia porto-alegrense na década de 40 nas páginas da *Revista do Globo* são quase inexistentes. Lugar das sociabilidades que integravam distintas classes sociais, as salas de cinema serviram de lugar de encontro para a construção social de aceitação e integração do pobre com o burguês. Mas este preferiu aceitar apenas a discriminação e a higienização do Centro de nossa capital.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

A paixão da classe burguesa pelo cinema fez com que ela desejasse deter para si o direito de frequentar as salas de exibição do Centro. O mercado exibidor de cinema se consolidou e atingiu seu apogeu nos anos 40 no Centro de Porto Alegre, sendo a principal forma de lazer no espaço da Cinelândia porto-alegrense. A sede por diversão em um espaço pequeno que encerrava dentro do Centro diversas classes sociais. A chegada da luz elétrica nas vias públicas de Porto Alegre no início do século XX possibilitou a criação das salas exibidoras de cinema. Elas se situaram inicialmente na Rua da Praia, lugar de desfile da burguesia urbano-industrial. Nesse espaço as ofertas de diversão já existiam, mas se limitavam aos cafés e confeitarias. A instalação dos cinemas nesse local possibilitou o surgimento da Cinelândia porto-alegrense, devido a grande aceitação da população a esse tipo de entretenimento. O apoio das empresas distribuidoras, na década de 30, ao mercado exibidor da capital, propiciou o apogeu desse lugar que mantinha o glamour nas noites gaúchas.

A ambigüidade da atração que o cinema exercia sobre todas as classes, incluindo as mais baixas, e a higienização do centro fez surgir a moralização nas salas de cinema. O Cinema Central, por exemplo, exigia o uso de gravata no ambiente de exibição no início do século. A intenção era filtrar o acesso dos mais pobres pelos códigos de conduta. Seguindo nessa tendência de sanear o Centro, os arrabaldes foram tomando força na medida em que a urbanização vingava. Os pobres estavam sendo mandados para longe da zona central. Para que eles aproveitassem a sétima arte e não precisassem se deslocar ao centro, foram sendo criados os cinemas de arrabalde.

Para o burguês o Centro, seu espaço legítimo de convivência, manteria em seu favor, as estréias de filmes mantendo a dominação sobre os arrabaldes que ficariam com as reprises. Deter as

melhores salas servia de instrumento de poder, causando desejo e inveja às outras classes que sonhavam com a modernidade inacessível. As salas exibidoras foram frutos do interesse coletivo, mas a burguesia tomou para si o direito egoísta de freqüentá-las. Pelo menos no imaginário social.

Nos anos 40 a burguesia viveu o auge da Cinelândia. Frequentava os cinemas, que serviam de agente aglutinador das sociabilidades e depois ia conversar sobre os filmes nas confeitarias e cafés. A higienização ditava as regras, mas dentro das salas de cinema o convívio democrático exercia a postura irrevogável em um espaço que abrigava tanto a elite, que ia flunar pelas ruas, como outras classes que iam sonhar com a modernidade. O cordão saneador ganhava mais força em ambientes fechados, como os cafés, que podiam filtrar, direta ou indiretamente, sujeitos que não se vestissem adequadamente. Os cinemas por terem portas abertas para a rua e para o povo, não conseguiam peneirar os tipos sociais inconvenientes. Além disso, o preço diminuto dos ingressos possibilitava o acesso popular.

Até a década de 40, Porto Alegre vivia o sonho de ser Europa e viver a modernidade era o sonho burguês. A rua servia como espaço de desfile de pessoas que podiam *ter*, sob o olhar daqueles que *sonhavam ter*. Mas na época da segunda guerra mundial e de mudanças socioeconômicas, o ideal burguês se modificou. O “American Way of Life” intensificou sua propaganda nas telas de cinema. A vontade de consumir produtos culturais e a dominação do espaço público abre espaço para o consumo de bens como o automóvel, por uma elite americanizada.

No fim da década de 40 a predileção pelo automóvel toma força na população porto-alegrense. O número de carros aumenta nas ruas. E a rua que antes era lugar de desejo, agora dava lugar ao consumo isolado do carro. Estar na rua, era estar dentro de um carro, individualizado e separado dos outros por uma carcaça de aço. Viajar com a família era o grande pedido do capitalismo. O cinema, formador cultural do público consumidor, cultuava a estrada aberta esperando pela borracha dos pneus.

Nesta mesma época os cinemas da Cinelândia sofreram com o tabelamento dos ingressos. As salas exibidoras da Rua da Praia foram tabelados como sendo de qualidade inferior à alguns dos arrabaldes diminuindo seu status. Esse fato acrescentou potencial ao caráter democratizador do cinema no espaço Cinelândia e diminuiu a atração da elite por estes ambientes. A preferência por bens de consumo isoladores, como o automóvel, afastou o público burguês da Cinelândia abafando o seu glamour. Os empresários, proprietários das salas exibidoras, procuraram reformar os cinemas e trouxeram novas tecnologias de projeção seguindo a lógica modernizadora vigente.

Mas já era tarde, o glamour moderno do centro havia se rendido ao desejo por não-lugares (AUGE, 2001). Os anos 50 assistiram ao perfil espectador das salas de cinema mudar de ares. Do flunar burguês, para a massa de crianças frutos do Baby Boom. Os jovens seriam os mantenedores dos cinemas da Cinelândia na década seguinte, até que eles fossem isolados pela televisão a partir da chegada da transmissão TV no Rio Grande do Sul. Os não-lugares passaram a ser os ambientes preferidos da burguesia. Neles os cinemas voltaram a fazer sucesso na cidade quando passaram a ser cercados dentro dos shoppings centers, não-lugares freqüentados pela elite no lazer dos dias de hoje.

A *Revista do Globo* tornou-se, durante a primeira metade do século XX, a porta voz e a cara da burguesia local. Efetivou-se como tal através da veiculação da vida social e cultural da burguesia, indicando seus locais e personagens. Além disso, defendeu o plano modernizador da capital em seus textos, fotografias e publicidade. Indicava nas suas páginas como e o que a elite deveria consumir para se alinhar com o espírito moderno. Sempre em busca da novidade, sem esquecer do passado, defendeu em suas publicações tudo que fosse de importante para manter a ordem social de dominação burguesa.

Para isso deveria falar o que o seu público gostaria de ouvir. O desejo de todo ator é ouvir os aplausos do público após o espetáculo. A *Revista do Globo* servia de ajudante de palco, que indicava quando e o que a platéia deveria aplaudir. Nesse caso ator e platéia se confundiam. Como um fotógrafo que esconde os piores “close-up” de seu cliente, a revista mostrava só os melhores ângulos do viver burguês. Evidenciava dessa forma que o plano modernizador estava dando certo.

Dentro dessa ótica a burguesia que lia a revista ficava contente em saber que estava ajudando a ordem vigente comprando o que era indicado no cinema e reforçado na revista. O cinema era usado como ligação com o público burguês freqüentador da Cinelândia das edições. O assunto estava presente em todas as quinzenas dominando quase todas as seções. Era importante para a modernidade capitalista que o público burguês continuasse indo as salas de exibição do Centro e atualizando o seu gosto. Dessa forma as grades de programação das salas de exibição visavam levar os espectadores até a Cinelândia porto-alegrense, visto que apenas os cinemas deste espaço eram anunciados na revista reconhecendo o espaço com principal ponto de aglutinação social.

Mas a sociabilidade nessas salas de cinema não era retratada na revista. Os cinemas do centro possuíam salas de espera que eram tão importantes quanto a própria sessão. A expectativa de

se entrar para assistir aos filmes unia o público ali presente num mesmo propósito. As paqueras, os namoros, as conversas que aconteciam eram, provavelmente, ricas no sentido de integrar diversas classes sociais num mesmo ambiente a fim de participar de uma experiência em conjunto. Esse convívio não é registrado pela revista na década de 40, mesmo que o assunto cinema, fosse o predileto nas edições estudadas.

Outros ambientes de convívio como salões de baile, como o do Clube do Comércio, ou confeitarias e cafés, continham vida social representada por fotografias ou textos na *Revista do Globo*. Neles a classe burguesa, público fiel da revista, era retratada em trajés elegantes exibindo seu poder, poses e posses. Nas páginas da revista na década de 40 esses ambientes eram mostrados frequentemente mostrando quais eram os lugares ideais de lazer. Esses locais eram controlados pelas normas de conduta que mantinham longo as classes mais baixas, diferentemente dos cinemas.

O jornalismo de cinema na *Revista do Globo* se alinhava com as tendências das reportagens da revista paulista especializada Cinearte. Redatores críticos de cinema como Gastal e Plínio Morais, fundadores do Clube de Cinema da capital, abordavam quinzenalmente o assunto cinema nas publicações da revista. Antes de Gastal ingressar na redação as matérias sobre o assunto se aproximavam à divisão conceitual do utilitarismo, apresentando o cinema em forma de notícia. Com a entrada de Gastal no fim da década de 40 a seção *Cine-Globo* volta-se à crítica de cinema defendendo sua posição de obra de arte aproximando-se da divisão conceitual da Segmentação.

Em ambos estilos de jornalismo de cinema há poucas referências às salas de exibição da Cinelândia porto-alegrense. As raras aparições se resumem em reportagens ou anúncios de filmes em cartaz. As reportagens por sua vez, se dividem em 3 tipos: a) Publicitárias, que apoiavam com elogios as distribuidoras e os proprietários das salas exibidoras como Bitencourt e Sirângelo; b) Críticas sobre a qualidade e opções de lazer, que indicavam que a noite de Porto Alegre era pobre de atrações; c) problemas sociais e políticos, onde o cinema surgia como parte indissociável da notícia e denotavam que o ambiente das salas de cinema não se alinhava com a ordem e elegância da cidade moderna ideal.

Analisando as razões que justifiquem a não representação da sociabilidade nas salas de cinema da Cinelândia Porto-Alegrense na *Revista do Globo* da década de 40 podemos destacar algumas tendências percebidas durante a produção deste trabalho. O imaginário social construído para que a urbanização e a modernização se efetivassem no centro da cidade, impôs ao público burguês o repúdio aos tipos sociais como o pobre e o negro. Esse processo de higienização social

modernizadora fez parte da cultura da elite desde o fim do século XIX. A *Revista do Globo* por querer representar o espírito de seu tempo, contemplava as práticas burguesas.

A higienização deveria também ser reforçada em suas páginas, e assim aconteceu de fato. A vontade de aparecer na revista em fotografias continha em si o que Barthes (1984) indicava como

quatro forças indissociáveis, pois “diante da objetiva sou ao mesmo tempo: Aquele que eu me julgo, aquele que eu gostaria que me julgassem, aquele que o fotógrafo me julga e aquele de que ele se serve para exhibir sua arte (p. 27).

Dessa forma como aparecer no principal divertimento, no lugar predileto para os momentos de lazer se neste ambiente se encontrava sujeitos indesejáveis? A *Revista do Globo* não conseguiria fazer uma montagem sobre a vida real. Não poderia apresentar em suas páginas uma foto que não contivesse a experiência da mestiçagem, do convívio lado a lado com o pobre e o burguês. Essa imagem destruiria a credibilidade de uma nova ordem que se legitimava. O pobre servia de público para o burguês, mas estes não poderiam ser vistos nesse convívio sem perder seu status de elite. Dessa forma as fotografias que surgiram nas reportagens sobre este espaço eram em sua maioria escuras e privilegiavam as fachadas dos cinemas, e não as pessoas que os freqüentavam.

A omissão da sociabilidade nas salas de cinema da Cinelândia se deve a isso. O alinhamento do sonho burguês com a experiência européia de convívio social que negava o diferente. Aparecer na revista, só se fosse ao lado de seus iguais em um ambiente higienizado. Aparecer em um lugar de mistura racial e social seria como a visita à senzala, ou à cozinha. Seria uma aventura, como no carnaval, e não um lazer fruto da racionalização do tempo.

Sugiro que nos próximos estudos sobre as sociabilidades da sociedade burguesa porto-alegrense, especialmente na década de 40 os próximos pesquisadores se foquem no turismo como nova forma de consumo. O isolamento proposto pelo capitalismo como forma de controle pode ter iniciado nesta fase com o automóvel e o turismo. Nosso trabalho apontou alguns caminhos nesta direção, mas por limitações do estudo não se aprofundou nesse assunto.

6. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ANDRADE, Hanrikson Cortes de. **Jornalismo de Cinema: A independência da cobertura jornalística com foco no cinema em relação à esfera de abrangência do dito Jornalismo Cultural.** Trabalho de conclusão do curso (Bacharel em Jornalismo). Curso de Comunicação Social. Universidade Estácio de Sá. Rio de Janeiro, RJ, 2010.
- AUGE, MARC. **Não-lugares: Introdução a uma antropologia da supermodernidade.** 2. ed. Campinas: Papirus, 2001.
- BACZKO, Bronislaw. Imaginação Social. In: **Enciclopédia Einaudi (Anthropos-Homem).** Lisboa: Imprensa Nacional/Casa da Moeda, 1985.
- BAKOS, Margareth Marchiori. **Porto Alegre e seus eternos intendentess.** Porto Alegre: EDIPUCRS, 1996.
- BAUER, Martin e GASKELL, George. **Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som : Um manual prático.** 2. ed. Petrópolis: Vozes, 2003.
- BENJAMIN, Walter. **Obras escolhidas. Magia e técnica. Arte e política.** São Paulo: Brasiliense, 1994, 1 v.
- BARTHES, RONALD. **A câmara clara: Nota sobre a fotografia.** Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1984.
- CARVALHO, Haroldo Loguercio. **A modernização em Porto Alegre e a modernidade do Majestic Hotel.** Dissertação (Mestrado em História do Brasil). Programa de Pós-Graduação em História. PUCRS, Porto Alegre, RS, 1994.
- DEBORD, Guy. **A sociedade do espetáculo.** Rio de Janeiro: Contraponto, 1997 .
- DELEUZE, Gilles. **A Imagem Tempo – Cinema 2.** São Pulo: Brasiliense, 1985.
- ESSUS, Ana M^a M. de S. A. O espelho do poder: fotografia, sociabilidade urbana e representação simbólica do poder no Rio de Janeiro da *belle époque*. In.: SOUZA, Célia F. de e PESAVENTO, Sandra J. (org.) **Imagens urbanas: Os diversos olhares na formação do imaginário urbano.** Porto Alegre: Editora da Universidade/UFRGS, 1997.
- FOUCAULT, Michel. **Microfísica do poder.** Rio de Janeiro: Graal, 2002.
- GASTAL, Susana. **Salas de cinema: Cenário porto-alegrenses.** Porto Alegre: Unidade Editorial, 1999.

GIACOMEL, Angélica Elisa; REGIS, Vitor Martins; FONSECA, Tânia Mara Galli. Que tal um banho de mar... para ativar a potência política do corpo! In.: Tânia Mara Galli Fonseca e Selda Engelman (Orgs.). **Corpo, Arte e clínica**. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2004.

GLIK, Sol. No escurinho do cinema: O cone sul entre a Alemanha nazista e a pressão aliada (1940-1945). **Revista Eletrônica da Anphlac**. Goiás: Universidade Federal de Goiás, 2010. Disponível em: http://www.anphlac.org/periodicos/anais/encontro9/sol_glik.pdf. Acesso em: 03 Nov. 2010.

HAUSSEN, Doris Fagundes . **Mídia, imagem e cultura**. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2000.

IORIS, Fabiana. **Com os Olhos no Futuro: Urbanização e Modernidade no Projeto Editorial da Revista do Globo. (1929-1935)**. Dissertação (Mestrado em História). UFRGS, Porto Alegre, 2003.

LUNARDELLI, Fatimarlei. **Quando Éramos Jovens: História do Clube de Cinema de Porto Alegre**. Porto Alegre: Unidade Editorial, 2000.

MACHADO JUNIOR, Cláudio de Sá. **Imagens da Sociedade Porto-Alegrense: Vida pública e comportamento nas fotografias da Revista do Globo (década de 1930)**. São Leopoldo: Oikos, 2009.

MACHADO, Mariângela. **A Formação do Espectador de Cinema e a Indústria Cinematográfica**. Revista Psico. n.22. Porto Alegre: Famecos PUCRS, 2009. Disponível em: <http://revistaseletronicas.pucrs.br/revistapsico/ojs/index.php/famecos/article/viewFile/6475/4705>. Acesso em: 10 Nov. 2010.

MENEZES, Naida e STUMVOLL, Denise (org). **Memória Visual de Porto Alegre 1880-1960: Acesso as imagens do Museu de Comunicação Social Hipólito José da Costa**. Porto Alegre: Pallotti, 2007.

MONTEIRO, Charles. **Porto Alegre – Urbanização e Modernidade: A construção social do espaço Urbano**. Porto Alegre: EDIPUCRS, 1995.

NETO, Olavo Amaro da Silveira. **Cinemas de Rua em Porto Alegre. Do Recreio Ideal ao Açores. Porto Alegre**. Dissertação (Mestrado em Arquitetura). UFRGS, 2001.

PESAVENTO, Sandra Jatahy. **O espetáculo da rua**. Porto Alegre: UFRGS, 1996.

_____. **Memória Portro Alegre: Espaços e vivências**. Porto Alegre: Editora da Universidade/UFRGS,1999.

RAMOS, Paula. **A Experiência da Modernidade na Seção de Desenho da Editora Globo – Revista do Globo (1929-1939)**. Dissertação de Mestrado. Programa de Pós-Graduação em Artes Visuais da Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, RS, 2002.

ROLNIK, Suely. Uma terapêutica para tempos desprovidos de poesia. **Núcleo de Subjetividades**. São Paulo: PUCSP. Disponível em: <http://www.pucsp.br/nucleodesubjetividade/Textos/SUELY/terapeutica.pdf>. Acesso em: 23 Set. 2010.

SIMÕES, Inimá Ferreira. **Salas de cinema em São Paulo**. São Paulo: PW/ Secretaria Municipal de Cultura/ Secretaria de Estado da Cultura, 1990.

SOARES, Eduardo de Souza . **A máscara e o rosto de chaplin: O anticomunismo na repercussão da filmografia política de carlitos em porto alegre (1936 – 1949)**. Dissertação de mestrado. Faculdade de Filosofia e Ciências Humanas, PUCRS . Porto Alegre, RS, 2008.

STEYER, Fábio Augusto. **Cinema, imprensa e sociedade em Porto Alegre (1896-1930)**. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2001.

Vargas, Anderson Zalewski. **Moralidade, autoritarismo e controle social em Porto Alegre na virada do século 19**. In: Porto Alegre na virada do Século 19 – Cultura e Spciedade. Vários AUTORES. Porto Alegre/Canoas/São Leopoldo: Editora da Universidade/Editora da Ulbra/ Editora da Unisinos, 1994.

ZANELLA, Cristiano. **The End. Cinemas de calçada em Porto Alegre (1909-2005)**. Porto Alegre: Idéias a granel, 2006.