

## Quando o Metro era um palácio: salas de cinema e modernização em São Paulo

*Heloísa Buarque de Almeida*  
*Pesquisadora do CEBRAP, Mestre em*  
*Antropologia Social/USP,*  
*Doutoranda/Unicamp*

**Resumo:** Este artigo se dispõe a comentar alguns aspectos sobre as décadas de 40 e 50 em São Paulo quanto aos hábitos de cinema. Os espectadores de cinema da época comentam a importância das salas de cinema, especialmente as mais luxuosas e modernas, sempre associadas ao espaço do centro da cidade, que aglomerava grande parte do comércio, ao lado dos equipamentos de lazer mais valorizados, como as salas de cinema e as confeitarias. Percebe-se neste período o desenvolvimento do consumo muitas vezes associado à noção de modernização do país.

**Unitermos:** São Paulo, salas de projeção, cinema, modernidade, consumo, indústria cultural.

### INTRODUÇÃO

Apesar da diminuição do público ser um dado incontestável, o cinema está aí – a despeito de muitas previsões que decretaram o seu fim – e mantém um certo fascínio. A pesquisa que está na base deste artigo teve como objetivo compreender qual a atração que o cinema continua exercendo em relação ao seu público. Para tanto, realizou-se uma etnografia sobre os hábitos e representações associados ao cinema dos anos 40 e 50 – época de “ouro” do cinema – e da situação atual, nos anos 90 – como contraponto – na cidade de São Paulo. Neste artigo, pretendo discutir uma parte do fascínio associado à época áurea do cinema: as salas e o centro de São Paulo, em processo de modernização.

Na tentativa de descobrir como o período foi vivido pelas pessoas, a via de acesso constituiu-se de entrevistas abertas. Não se tratou, nesta situação, de fazer um extenso levantamento de cunho histórico através de documentos. A escolha pelas entrevistas revela o objetivo de realizar um apanhado *a posteriori* através de

pessoas comuns, parte do público de cinema, diminuindo a quantidade de informações recolhidas em jornais da época e informantes especiais – como críticos, distribuidores ou exibidores. A ênfase está nas entrevistas que se concentram na memória sobre o cinema, a cidade de São Paulo e o lazer. Neste sentido, este trabalho realiza uma “interpretação de segunda mão”, como diria Geertz, pois utiliza-se das interpretações reveladas ao longo das entrevistas – com, muitas vezes, uma gama de “teorias nativas” sobre o cinema, o lugar que ele ocupa ou ocupava em suas vidas – a partir das quais uma outra análise é construída<sup>1</sup>.

Para tanto, foram entrevistadas trinta pessoas que moram em São Paulo desde os anos 40 e, como o período mais enfatizado limita-se aos anos entre 1945 e 1955 – época de maior público em termos numéricos, na cidade de São Paulo – a maioria delas estava na faixa entre 55 e 70 anos de idade. Esta faixa foi escolhida porque os entrevistados eram jovens no período de maior interesse.

Neste artigo, traço um panorama das lembranças em relação ao centro e às salas de cinema. Tais elementos parecem estar sempre associados a uma sensação de que o país se modernizava. O centro e as salas mais sofisticadas são materializações exemplares de mudanças que vão se operando nos padrões de consumo, na moda, e na esperança ligada ao progresso visível da cidade.

## O CENTRO MODERNO DE SÃO PAULO

O panorama das lembranças e relatos dos entrevistados mostra uma São Paulo diferente da cidade dos dias de hoje: de anos aparentemente menos violentos, com dimensões menores, cujos espaços, principalmente o centro e certos bairros, eram dominados pelos informantes que circulavam pela cidade e usufruíam do que ela oferecia.

Para os entrevistados, chegar à juventude e descobrir o centro, os cinemas dessa região ou as grandes salas dos bairros, alguns com uma arquitetura marcadamente modernista e ousada, era descobrir a própria modernidade. No seu discurso, toma forma a lembrança de um ambiente moderno, com construções e edifícios, vitrines e compras, filmes e produtos importados – o chá (inglês) das cinco, as “fitas” (americanas), a moda (de Paris, Londres ou Hollywood), as salas de cinema e as lojas com nomes estrangeiros.

O cinema constituía uma das principais opções de lazer na região do centro, mas também se passeava pelas lojas, “vendo as vitrines” e com a possibilidade de se tomar um lanche, fazer o *footing*, encontrar conhecidos, pegar o bonde, andar pelos bares da Avenida São Luiz, tomar um *sundae* ou um *ice cream soda* igual ao dos filmes, usar um vestido azul da cor da piscina de *Escola de sereias*. Na memória dos entrevistados, era uma vida bem mais calma que a de hoje mas, para os parâmetros da época, cheia de emoções e novidades; parecia que o mundo e a moda renasciam depois da guerra. O consumo e os meios de comunicação ainda não haviam se desenvolvido muito, mas a novela de rádio e o “dinheirinho do

cinema” estavam garantidos. Pelo menos para esses jovens dos anos 40 e 50, o período significou uma aparente descoberta de um “mundo moderno”: o rádio e o cinema haviam se popularizado muito nos anos 30, a cidade já tinha um intenso tráfego de ônibus e bondes, além de um número crescente de automóveis.

Na verdade, a cidade passava por um processo de modernização desde os anos 20, segundo Sevcenko em *Orfeu extático na metrópole* (1992). O período dos anos 40 e 50 foi marcado pelo avanço ainda maior da tecnologia e a sensação de se estar vivendo numa cidade que começa a entrar, como fruto dessa modernização técnica, para a modernidade – principalmente sobrevivendo às dificuldades geradas pela guerra. São Paulo crescia vertiginosamente, transformava-se numa “verdadeira metrópole” e ampliava suas opções culturais – com a inauguração, nos anos 40, de dois museus (Museu de Arte de São Paulo e Museu de Arte Moderna), uma companhia de teatro (Teatro Brasileiro de Comédia), uma fundação de arte (Bienal) e uma companhia de cinema (Vera Cruz). Nessa época, aparece o *slogan*: “a cidade que mais cresce no mundo”.

A São Paulo dos anos 20 viu nascer uma incipiente indústria de lazer, algo que se concretizou na cidade nessa época com a “proliferação endêmica dos ritmos frenéticos” (Sevcenko, 1992: 90) – clubes desportivos, futebol, *music-halls*, salões de dança, chás dançantes, a indústria fonográfica com as distribuidoras americanas e a indústria cinematográfica. Esta, num período de grande prosperidade – impulsionada pela perturbação da Primeira Guerra nas cinematografias européias – apareceu como o grande lazer popular das cidades, junto com o futebol. Sevcenko transcreve um trecho de uma crônica de *O Estado de São Paulo*, publicado em 25 de março de 1919, que demonstra toda a euforia com relação ao cinema:

“Um dos capítulos mais interessantes da vida da cidade é, sem dúvida alguma, o cinematógrafo. Valeria a pena estudar a sua influência nos nossos costumes e nas nossas idéias. (...) Se fosse possível indicar, pelos traços de um diagrama, tudo quanto veio influenciando sobre os rapazes e as moças de hoje – o futebol e o cinematógrafo é que teriam provavelmente os pontos mais culminantes da curva” (Sevcenko, 1992: 92).

Em 1920, os Estados Unidos exportavam para a América do Sul um terço de toda a sua produção cinematográfica. Além dos filmes, a indústria se completava com revistas, propagandas, fofocas, fotografias, posters, discos, fã-clubes e turnês artísticas.

Segundo Inimá Simões (1990), a primeira sala de cinema a oferecer sessões regulares foi a Bijou Palace, inaugurada em 1907, na Avenida São João. Depois desta, outras salas surgiram, mas é realmente na década de 20 que elas se organizaram e tomaram um grande impulso, com um crescente número de espectadores. Em 1929, foi inaugurado o cine Paramount; seu estilo “neo-clássico afrancesado” parecia tentar rivalizar com o Teatro Municipal e trouxe aparelhos novos para a projeção de cinema sonoro, *movietone* e *vitaphone*. Guilherme de Almeida, na sua coluna em *O Estado de São Paulo*, teceu longos elogios à novidade cinematográfica da cidade, ressal-

tando a arquitetura apropriada à projeção, com sistema de ventilação, *hall* de entrada, sala de espera, etc., representando em termos de sala de cinema o próprio progresso da cidade. “O Paramount acaba de dotar esta capital com um novo sistema perfeitamente à altura do nosso progresso. Sóbrio e elegante, todo ele construído, decorado e mobiliado com o intuito de proporcionar o máximo conforto” (Simões, 1990:16).

As novidades técnicas trazidas pelo Paramount e o luxo de sua construção fizeram de São Paulo a primeira capital da América Latina a ter um cinema de alto nível, o que foi exaltado pelos meios de comunicação. Dessa forma, o cinema transformou-se numa medida do progresso da cidade e a tornou comparável a outras grandes metrópoles do mundo. As novas salas fizeram parte de um “esforço civilizatório” por parte da elite; São Paulo já contava com muitas fábricas, mas faltava mostrar avanços na área da cultura. O edifício Martinelli transformou-se num exemplo de progresso e, ainda em 1929, inaugurou-se o luxuoso Cine Rosário, no térreo deste edifício: o cinema mais “chique” da cidade. As novidades do Rosário são inúmeras: “Revestido em mármore de Carrara, decorado com pó de ouro, cabeças de animais em bronze, leões em tamanho natural formando o braço do sofá em couro legítimo, cristais, lustres tchecos caríssimos, foi dos primeiros a ter poltronas estofadas...” (Simões, 1990: 18).

Havia toda uma agitação cultural pela cidade com a formação de uma indústria de lazer, que ainda incluía uma indústria editorial, galerias de arte, exposições nacionais e internacionais na Pinacoteca e no Palácio das Indústrias, e a Semana de Arte Moderna de 22; São Paulo transforma-se aos poucos num pólo cultural. O crescimento físico e populacional da cidade é marcante, os números são os seguintes<sup>2</sup>:

Ano	População
1872	19.347
1890	64.934
1908	270.000
1920	579.000
1934	1.120.000

A modernização técnica da cidade acompanhada pelo desenvolvimento cultural apontavam para uma nova cidade, mais vibrante, onde a noite começava a ter vida e a ser preenchida pelos espetáculos e luzes, principalmente no centro da cidade. Essa nova emoção foi retratada numa crítica que descreve a saída do Teatro Municipal, em O Estado de São Paulo de 19 de outubro de 1919, em que a modernização tornou-se comparável ao efeito do cinema. Aqui, nota-se o esforço da imprensa em realçar e glorificar as mudanças e o crescimento da cidade, que é vista como comparável àquelas do “mundo civilizado”.

“E depois a saída do Municipal. Uma multidão que desce a imponente escadaria já iluminada pelas lâmpadas que começam a acender-se na indecisão do crepúsculo e se

espalha pela praça, animando o Viaduto do Chá e a entrada do Triângulo, os automóveis que cruzam com dificuldade as imediações do teatro pondo nos vultos femininos reflexos irisados e opalescentes dos seus refletores, um rumor abafado de conversas e risos discretos, silhuetas que acentuam, como num cinematógrafo, a nobre distinção de suas linhas, todo um quadro movimentado e impressionante que só as grandes cidades civilizadas podem oferecer” (Sevcenko, 1992: 112).

A própria palavra “moderno” adquiriu, na São Paulo dos anos 20, uma grande importância e aparecia muito na publicidade em geral associada à idéia de exótico, mágico e até revolucionário. Com uma conotação altamente positiva, tudo que era moderno era bom, melhor do que antes e, na propaganda, significava algo que estava acima do cotidiano, ligado às mudanças, ao “fervilhar da metrópole”. O termo foi associado ao contexto da revolução tecnológica, do novo século e do pós-guerra. O cinema era um dos exemplos mais fortes do produto moderno, junto com a moda vendida nas lojas de departamento – em ambos os casos, o importado era valorizado. Aliás, as manifestações culturais já estavam associadas ao termo, basta lembrar a Semana de Arte Moderna de 22.

Certamente, neste contexto, nada mais moderno do que ser jovem e poder usufruir de todas as diversões que a cidade oferecia. Se esta noção foi muito importante nos anos 20 em São Paulo, ainda será marcante nos anos 40, quando parece ter um espaço físico privilegiado na cidade: o centro novo e a Cinelândia<sup>3</sup>. A sensação de modernidade não aparece explicitamente nas entrevistas – nenhum informante usou necessariamente o termo “moderno” – mas as permeiam de forma sutil. A imagem que parece se adequar ao discurso dos informantes é semelhante à noção de modernidade usada por Berman (1987) para se referir, mais especificamente, ao ambiente urbano – e por isso a menciono aqui<sup>4</sup>. No entanto, a sensação de moderno que permeia as entrevistas quando mencionam o centro de São Paulo e a Cinelândia desaparece no discurso dos informantes no momento em que comparam esse passado com a cidade de hoje. O que antes parecia inovador, hoje parece simples, prosaico e até provinciano.

Para Berman, a modernidade inclui vários momentos, com muitas mudanças de ênfases e características, o que permite uma periodização para melhor compreensão dessas nuances. A escolha de Berman neste trabalho se dá pela sua exploração maior do tema da modernidade no aspecto de vida metropolitana, a relação entre a experiência da modernidade e o ambiente em processo constante de modernização. Este aspecto remete muito facilmente ao discurso dos informantes.

Para este autor, é muito difícil definir a modernidade, já que ela é composta de sensações contraditórias e conflitantes. O certo é que a modernidade representa um mundo em intensa transformação, e essa transformação promete aventura e emoção, ao mesmo tempo em que ameaça destruir tudo o que é velho e conhecido, todas as verdades anteriores nas quais as pessoas se apoiavam.

Entre outros temas, ele ressalta a importância da rua numa cidade moderna, que pode ser exemplificada aqui pelos passeios no centro novo de São Paulo,

nos anos 40. Como se percebe, com base no material das entrevistas, o centro de São Paulo constituía o lugar dos cinemas, das lojas finas, das casas de chá, do footing, atraindo milhares de jovens a passar suas tardes e noites andando pelas ruas da região. O centro representava algo semelhante ao projeto Nevski para os cidadãos de São Petersburgo – um local de passagem, passeio, repleto de vitrines oferecendo tudo o que havia de melhor em termos de produtos importados, incentivando o consumo e promovendo o encontro (na rua) de todas as classes sociais.

Como o típico homem moderno de Baudelaire, mencionado no livro de Berman, que anda sozinho pela rua vencendo o “turbilhão do tráfego da cidade moderna”, os entrevistados andavam e conheciam bem o espaço central da cidade, circulando por ela a pé ou de bonde ou ônibus, conhecendo o centro “como a palma da mão”.

Essa sensação de modernidade reflete na verdade todo um processo de modernização pelo qual o país e, mais especificamente, a cidade de São Paulo passavam. Paula Montero (1992) define a modernização como um processo associado às transformações decorrentes do avanço técnico promovido principalmente depois da Revolução Industrial. Essa noção está mais estreitamente ligada às mudanças tecnológicas como a máquina a vapor, os automóveis, o rádio, telefone etc. Dessa modernização decorre o aparecimento de uma sociedade de massas, com o crescente consumo e circulação de mercadorias e o aparecimento da economia de mercado e do mercado mundial.

A modernidade é definida como a “experiência histórica que acompanha essas transformações da esfera tecnológica e econômica” (Montero, 1992:17); são transformações culturais geradas pelos avanços técnicos. A mobilidade aqui é fundamental; mobilidade das mercadorias e também das pessoas, que tem como decorrência uma aceleração na experiência temporal. O modernismo é o modo como essas transformações foram vistas no âmbito da produção cultural, é um conjunto de idéias sobre a modernização e a modernidade.

O tema da mobilidade é o caráter reforçado por Berman com a noção de que a vida moderna traz a chance de aventura, crescimento e auto-crescimento, no seu “turbilhão” que atordoia o homem moderno e que só é possível dentro da cidade, na experiência da vida urbana.

No seu livro *A moderna tradição brasileira* (1988), Renato Ortiz faz um apanhado sobre a situação do Brasil nos anos 40 e 50, especialmente quanto à questão da indústria cultural. Há uma diferença no processo de modernização dos países centrais na ordem mundial e dos países subdesenvolvidos; a burguesia européia tem um espírito modernizador que pretende ser amplo e estender a cidadania a toda população. No Brasil, o espírito modernizador está presente, mas de uma forma mais contida; não pretende transformar as bases sociais nem trazer a democracia.

Há uma modernização aparente, com vários fatores técnicos alterando a vida de parte dos cidadãos, mas deixando outros um tanto marginalizados. Além disso, por exemplo, no Brasil, há todo um desenvolvimento do setor de exibi-

ção cinematográfica, acompanhado pelo lançamento de moda, de revistas, fã-clubes, etc., mas que não acarretou no desenvolvimento equivalente da cinematografia brasileira. A idéia de moderno está associada ao progresso e à civilização, e o país pretende passar uma imagem de civilizado, dependendo, para isso, de valores europeus. O fato de São Paulo ter um grande número de salas exibidoras de cinema é ressaltado como sinal de seu progresso. Assim, cria-se aqui uma espécie de exaltação da modernidade.

De acordo com Ortiz, a década de 40 representa o início do desenvolvimento de atividades ligadas a uma cultura popular de massas no país, pois nessa época consolida-se a sociedade urbano-industrial. Há um crescimento da industrialização e da urbanização, uma transitoriedade na estrutura social com a expansão da classe operária e das camadas médias da população, o aparecimento de novas formas de controle gerencial e o desenvolvimento do setor terciário da economia. Essa modernização será marcante apenas nas grandes cidades.

Ainda segundo o trabalho de Ortiz, mas também de acordo com Inimá Simões (1990) e com as entrevistas, é também nas décadas de 40 e 50 “que o cinema se torna de fato um bem de consumo, em particular com a presença de filmes americanos, que no pós-guerra dominam o mercado cinematográfico” (Ortiz, 1988: 41). Mas estas décadas representam apenas o início da uma indústria cultural no país; no caso do cinema, desenvolve-se o consumo de um produto que, na maioria das vezes, não é produzido aqui, como se apenas uma das pontas da indústria estivesse se consolidando – situação bem diversa do caso do rádio, por exemplo. De qualquer forma, o cinema faz parte de um sistema que incentiva o consumo de outros produtos, principalmente o vestuário, e ajuda a desenvolver no Brasil uma sociedade de consumo.

No discurso dos informantes, um dos elementos que remete à modernidade é a exaltação da cidade, do centro, de seus cinemas e lojas, como um mundo em que tudo era vibrante e “maravilhoso”. Se São Paulo era muito diferente de hoje, menor, mais simples e calma, não era por isso, dentro do contexto da época, uma cidade provinciana, pois oferecia uma série de “novidades” no âmbito do lazer e do consumo. As falas dos entrevistados muitas vezes são construídas através de uma espécie de apologia da época – uma época em que a cidade era conhecida, em que eram jovens e divertiam-se muito, mas que era radicalmente diferente dos dias de hoje.

## O CENTRO E SEU COMÉRCIO

O centro de São Paulo, aquilo que os entrevistados costumam chamar de “a cidade”, dividia-se nos anos 40 e 50 entre o “antigo” e o “novo”. O centro antigo situava-se na região próxima ao “Triângulo”, formado pelo desenho triangular das ruas XV de Novembro, São Bento e Direita. Do começo do século até o

final dos anos 30 era nessa região, ou bem próximo a ela, que funcionavam as lojas mais finas, os cinemas e restaurantes, os melhores hotéis, bancos, consultórios e escritórios da cidade<sup>5</sup>.

Mas a partir dos anos 30, o centro de São Paulo começou a se deslocar. O espaço do Triângulo ficou pequeno demais para a cidade<sup>6</sup> e, aos poucos, apareceu uma nova centralidade, do outro lado do Anhangabaú, entre as praças Ramos de Azevedo e da República. Como costuma acontecer quando há esse tipo de mudança, o centro antigo sofre uma degradação e o novo aparece como “a melhor parte”, o lado “mais fino da cidade”. É um processo semelhante ao que aconteceu depois, nos anos 60, quando o centro começou a ser considerado decadente e a região da Avenida Paulista surgiu como uma espécie de centro novo, mais nobre e melhor do que o outro. Nos anos 30, foi a região do Triângulo que sofreu certa degradação (ainda não muito marcante), a nova região sendo considerada superior aos olhos da elite e da classe média. A decadência do centro antigo passa a ser mais visível aos entrevistados no final dos anos 40.

Nessa nova região, consolida-se o “centro novo” que reinará pelo menos até o final dos anos 50 como o espaço do “bom comércio” e dos “melhores cinemas”, acompanhados pelas confeitarias da moda. Nas décadas de 40 e 50, era aí a região das lojas “mais finas”, e a rua Barão de Itapetiniga “ficou maravilhosa” com suas vitrines. Essa mudança afetava os hábitos dos paulistanos: primeiro valorizava-se o Triângulo, depois o centro novo, depois viria a Rua Augusta como a região do comércio mais valorizado pela elite e pelas camadas médias. E os entrevistados foram se adaptando a cada nova mudança, a cada novo modismo:

“Mas também, tudo vai e vem. Cada época é uma coisa, uma moda, um modismo. E a gente vai se adequando aos novos modismos. Mas a Rua Barão de Itapetiniga era um beleza mesmo! No meu tempo, era uma coisa linda” (Antonieta, 68 anos, dona-de-casa).

No entanto, são os entrevistados de classe média que notam essa diferenciação entre uma região mais elegante e sofisticada, o centro novo, e uma já com aspectos decadentes. Para os de classes trabalhadoras, esta distinção não é marcante e toda a região central – incluindo os dois lados do Vale do Anhangabaú – são lembrados pela sua beleza e tranquilidade.

Os informantes aqui usam sempre o recurso da comparação entre o tempo passado e a situação atual e fazem questão de ressaltar que o centro não tinha o mesmo aspecto que tem hoje, “deprimente”, “horroroso”, um “desfile de feiúra e mendigos”. Mas, na sua época áurea, era elegante, “chique”, não tinha violência, o lugar certo para fazer compras e passear. O centro e a cidade de São Paulo eram “normais” e hoje são “uma loucura”. O lugar de trabalho da maioria dos entrevistados – ou, no caso das donas de casa, da maioria de seus familiares – também se localizava ali. Mesmo para a classe média e trabalhadora que não tinham poder aquisitivo para comprar nas lojas mais finas dessa região, olhando essas vitrines as moças se in-

formavam sobre a última moda para, depois, fazerem uma roupa parecida em casa ou procurar algo semelhante em lojas mais baratas – no centro antigo ou na região da Rua 25 de Março, por exemplo. Podem-se notar mudanças nos padrões de consumo: de uma atividade mais tradicional – mandar fazer ou costurar em casa – para a compra de roupas prontas.

“Então o que a gente fazia [depois de ir ao cinema durante a semana, no final do expediente] era ver vitrines, a gente dava uma volta, passeava um pouco a pé, e depois se despedia e cada um ia para sua casa, mesmo porque a gente ia jantar ainda. (...) Sempre via um pouco de vitrine, fazia parte do passeio. Você sabia das casas que você mais gostava, então ia ver o Durval, por exemplo, era a casa de *tailleurs*, que na época era o que a gente mais usava. A gente ia espiar aquelas vitrines que a gente tinha maior interesse” (Vera, 70 anos, aposentada).

Assim, através do passeio e de se “olhar vitrines” andando pelo centro, havia a possibilidade de se acompanhar a moda – uma atitude muito valorizada. Para Rouanet (1987), há uma relação fantasmática com o passado no aspecto da moda e na *flânerie* que faz parte do imaginário da modernidade<sup>7</sup>. Para os entrevistados, principalmente as mulheres, a moda e o “passeio” se completavam.

O centro era muito importante, a cidade toda girava em torno dele. Especialmente aos domingos “toda a cidade estava por lá”, andando, nas confeitarias, ou nos cinemas. Era um lugar obrigatório; era, de verdade, o centro – chamado muitas vezes de “a cidade”. Para os entrevistados das camadas trabalhadoras, o centro era igualmente fundamental, embora as compras fossem mais comumente feitas no lado do centro antigo, as confeitarias fossem apenas freqüentadas em poucos momentos especiais, e os cinemas do centro fossem o passeio especial – durante a semana, ia-se mais à sala do bairro, com ingressos a preços mais acessíveis.

Os informantes conheciam muito bem esse local e o opõem ao dos dias de hoje. Naquele tempo, a região não só era “muito melhor”, mas também um espaço que eles conheciam muito bem. Atualmente, afirmam que não o freqüentam mais, nem sabem “como está”, onde ficam as coisas, mas antes, conheciam-no como a palma da mão.

“Ao centro da cidade eu vou quando tenho que ir ao escritório do meu marido, na Líbero Badaró, quando tenho que ir a um banco. Mas é um lugar desconhecido” (Eunice, 70 anos, dona-de-casa).

Alguns moravam perto do centro e dirigiam-se para lá a pé, mas a maioria morava mais longe e usava condução, ônibus ou bonde. Os automóveis eram poucos em São Paulo, só “gente com muito dinheiro”, “famílias abastadas”, tinham acesso a esse “luxo”. O resto, a maioria da população – e todos os entrevistados – usava o transporte público da cidade. O transporte público é mencionado com muita nostalgia, como se fosse muito melhor do que o atual e, ao mesmo tempo, mais bonito e romântico – “todo mundo” andava de condução, inclusive gente “muito fina e muito bem vestida”.

Mas quem seria de fato “todo mundo”? Talvez fossem apenas pessoas com um certo poder aquisitivo, pois as camadas mais populares não tinham sempre acesso aos mesmos ônibus e bondes. Romeu, por exemplo, que morava no Brás, reclamava que muitas vezes não tinha dinheiro para andar de condução e, com frequência, ia ao centro a pé. E quem morava realmente no subúrbio, chegava à cidade sempre de trem.

Além disso, a cidade parecia estar muito bem dividida e demarcada. Os bondes e ônibus das Perdizes e do Jardim Europa eram “muito bem freqüentados”. Mas quem quer que andasse pela região e usasse o transporte público, andava sempre “bem vestido” e podia sair do trabalho e entrar direto num dos bons cinemas; certamente, mais uma diferença que os informantes ressaltam entre São Paulo hoje e naquela época, o fato das pessoas, em geral, andarem mais arrumadas. Essa preocupação em se andar sempre bem arrumado, caprichar, fazer roupas novas, é mencionada por todos os entrevistados. Maria Leopoldina trabalhava no centro como secretária e mostra sua visão a esse respeito de forma bem parecida com a de outros relatos – a maneira de se vestir aparece mais nas entrevistas com as mulheres.

“Era tão normal, naquela época, as pessoas andarem bem vestidas. Por exemplo, uma pessoa como eu, que trabalhava num escritório, saía de casa normalmente de sapato, meia de *nylon*, um conjunto de saia com *banlon* ou blusinha com casaquinho, ou *tailleur*, luvas, bolsa. Era normal, você andava de bonde desse jeito. Então você saía de manhã de casa para o trabalho ou outra coisa, você já saía vestida de maneira que você entrava no cinema tranqüilamente” (Maria Leopoldina, 64 anos, dona-de-casa).

Essa era uma preocupação constante, mesmo para os informantes que mencionam terem sido “muito pobres” durante sua juventude, como o exemplo a seguir de Léo, filha de operários e que morava na Vila Alpina:

“Eu me lembro que eu fazia uma roupa nova toda vez, assim, muito simples, claro, porque o dinheiro era muito escasso. Mas fazia roupa nova para sair e ia toda feliz. Mandava fazer, não tinha roupa feita. Roupa feita era comprar um *manteau*, como a gente chamava naquela época. Era isso que a gente comprava feito, mas de resto, não, era vestido mesmo que a gente mandava fazer. Apesar de eu morar num bairro que até muitos anos não tinha calçamento, muito barro quando chovia. Mas mesmo assim a gente sempre procurava caprichar, a gente era muito humilde naquela época, mas dentro daquela pobreza, daquela humildade, a gente fazia o melhor que podia” (Léo, 55 anos, advogada).

Se acontecia desta forma durante os dias de semana, aos finais de semana era comum que as pessoas se arrumassem um pouco mais para sair. Ao cinema iam “razoavelmente bem vestidas”, mas para ir ao teatro costumavam se arrumar melhor, pôr roupas finas – porque o teatro aparece sempre como mais luxuoso e elitista do que o cinema. Engalanavam-se mais ainda, com a sua melhor roupa, se o programa fosse no Teatro Municipal.

As “lojas finas” caracterizavam o centro; o local onde as famílias faziam suas compras – roupas, cristais, pratarias, louças, sapatos, chapéus, acessórios, eletrodomésticos etc. O Mappin, uma das mais chiques, era acompanhado de ou-

tras lojas de departamento, como a antiga Casa Alemã que, com a Segunda Guerra, passou a se chamar Galeria Paulista de Modas. Havia outras casas, como a Slopper, na Rua Direita, o Durval, que vendia *tailleurs*, a Exposição – Clipper, a sapataria Peri, a livraria Jaraguá – com um salão de chá nos fundos, para que os clientes pudessem ler. Todas elas ofereciam sempre muitas novidades e um “preço muito honesto”. Mais uma vez, a oposição é com o preço das mercadorias hoje em dia e com o abuso no lucro das lojas. Mas naquele tempo, “era tudo diferente”.

As lojas mais tradicionais haviam sido inauguradas na região do Triângulo. A Galeria Paulista de Modas, fundada na 25 de Março, logo mudou-se para a Rua Direita, o Mappin Stores foi fundado na Rua XV de Novembro, depois mudou-se para a Praça Patriarca e finalmente para a Ramos de Azevedo. Aliás, o Mappin é constantemente lembrado nas entrevistas. Praticamente todos os informantes mencionam os seus “tempos áureos” e, como o centro, ele era bem diferente do que hoje – freqüentado na sua época mais “chique” apenas por alguns entrevistados, tornou-se acessível a outros nas décadas de 50 ou 60. Hoje é considerado decadente, feio, deteriorado, mas foi “muito fino”, teve seus dias de glória. Esta loja é o exemplo ideal, a comparação perfeita entre o que foi tão bonito no passado e hoje representa, aos olhos dos entrevistados, a decadência – o Mappin e o centro se espelham e se parecem muito sob este ponto de vista.

O Mappin Stores, inaugurado em 1913, na Rua XV de Novembro, foi a primeira loja de departamentos da cidade e nasceu a partir da Mappin & Webb – fundada por ingleses, uma loja de presentes, especializada em louças, cristais e pratarias (Alvim e Peirão, 1985). A inauguração do Mappin Stores teve um anúncio ocupando inteiramente a primeira página de *O Estado de São Paulo*. A idéia de seus fundadores era fazer um “estabelecimento moderno” que servisse à elite paulistana.

A loja tinha autorização para importar e exportar produtos, comercializá-los e participar de outras atividades. Com este recurso, pôde abrir, por exemplo, uma Sala de Leitura e um Salão de Chá dentro de sua loja. Seus produtos eram, na maioria, importados, especialmente roupas de Londres e Paris. A idéia central era atingir primeiro o público feminino oferecendo-lhe o que havia de mais moderno na época, uma moda *art nouveau* com vestidos mais soltos no corpo que liberavam a “nova mulher” dos espartilhos.

Em 1919, o Mappin Stores muda-se para a Praça do Patriarca, num prédio mais moderno que havia sido construído sobre uma antiga mansão aristocrática. Com a mudança, aparece um sinal da modernização promovida por esta loja: as vitrines, onde a mercadoria ficava exposta de forma organizada e protegida por um cristal *biseauté*. Em 1926, inaugura-se um Salão de Beleza dentro da loja. Finalmente, em 1939, muda-se para a Praça Ramos de Azevedo, inovando mais uma vez, pois foi a primeira grande loja a se mudar para o centro novo.

Essa mudança do centro para o outro lado do Anhangabaú só pôde ser marcante na cidade depois da reforma do Viaduto do Chá, em 1936. Nessa épo-

ca, tanto o viaduto como o prédio onde o Mappin se instalava expunham um novo estilo, *art déco*, com formas mais retas e adequadas à idéia geral de modernização da cidade. A mudança do Mappin traz uma novidade que mostra a modificação dos tipos de percepção, a valorização do sentido da visão e a preocupação em se criar um estilo diferente de vender – ainda elitista, mas não tanto. Na Praça Patriarca, o cliente que chegasse ao Mappin Stores era recebido por um recepcionista que o levava a uma salinha onde ele era atendido. As mercadorias ficavam guardadas em grandes armários de madeira e cristal e a vendedora trazia os produtos conforme o interesse do cliente. Depois de 1939, a Casa Anglo-Brasileira deixava suas mercadorias expostas, como estamos hoje acostumados a ver em qualquer loja de departamento. Dessa forma, os clientes podiam “passar” em meio aos produtos antes de serem atendidos. A loja passava a abrir espaço para a *flânerie*, como foi descrita por Benjamim em “Paris, capital do século XIX” sobre a poesia de Baudelaire:

“Na multidão, a cidade é ora paisagem, ora ninho acolhedor. A casa comercial constrói tanto um quanto outro, fazendo com que a *flânerie* se torne útil à venda de mercadorias. A casa comercial é a última grande molecagem do *flâneux*” (Kothe, 1985: 39).

Em 1948, o Mappin começou a se popularizar, ainda que de forma sutil, quando abriu uma sessão de roupas prontas (nacionais, e não mais importadas) e o crediário. Nesse momento, enfrentava a concorrência com outras grandes lojas mais populares como a Clipper, que já lançava a “moda de Hollywood”. Em 1950, o Mappin passou para mãos brasileiras e manteve seu lento processo de popularização, que se consolidou em 1959 com o fechamento do Salão de Chá.

Na memória dos entrevistados, no entanto, há basicamente três épocas na história do Mappin. Na Praça Patriarca, a loja era mais fina, “era muito restrito (...) uma casa tipicamente inglesa”, segundo Elza. Na Praça Ramos, o Mappin continuou sendo “muito fino” até o final dos anos 50, com seus chás “deliciosos”, cheio de atrações além das próprias mercadorias. E, hoje, o Mappin não se compara ao que já foi – nem mesmo a sua filial no bairro do Itaim -, é uma loja do “povão”, não mais “de qualidade”. Parece que o sucesso do Mappin vinha do fato de ele ser tanto um ponto tradicional, inaugurado no centro antigo, como uma loja que se modernizou acompanhando o desenvolvimento de São Paulo. Mudou de endereço, para o lado mais novo da cidade, e foi mudando suas características, como ao expor as mercadorias na loja. Assim, os entrevistados de camadas trabalhadoras só incluíram o Mappin em seu lugar de compras a partir do final dos anos 50.

Além das lojas com seus salões de chá, como o Mappin e a Casa Alemã, é preciso mencionar a importância das confeitarias na memória dos informantes. A Vienense, por exemplo, começou na Rua Direita e mudou-se para a Barão de Itapetininga. Havia, entre outras, a Leitaria Americana, na Xavier de Toledo, a Leitaria Campo Belo, na Rua São Bento, a confeitaria Fasano, na Viera de Carvalho, que se parecia com a confeitaria Colombo do Rio de Janeiro, e todas trans-

formavam-se em ponto de encontro ao final da tarde. Serviam chás, chocolates, doces, salgados, todas “muito finas e bem freqüentadas”, onde se encontravam as pessoas conhecidas. Com relação ao final da década de 50, também são mencionadas a Leitaria Paulista e a Leitaria Pereira.

As confeitarias eram passeios típicos dos finais de semana, mas também podiam ser freqüentadas durante a tarde ou no final do expediente, neste caso por toda a população que trabalhava na região. Para os jovens e adolescentes em geral, restringiam-se aos sábados e domingos, geralmente antes ou depois da sessão de cinema.

Apesar de os entrevistados declararem que “todo mundo” freqüentava as confeitarias, não parece ter sido assim para aqueles que vinham de famílias de baixa renda. As confeitarias eram comuns na vida das camadas altas, mas não pretendiam atingir um público mais amplo.

Quer o entrevistado freqüentasse ou não as confeitarias, comprasse ou não nas lojas mais caras de produtos importados, tanto umas como outras fazem parte de uma história. São parte fundamental da composição do centro de São Paulo. Era o centro porque as lojas “finas” localizavam-se ali, assim como as confeitarias, que serviam o chá típico “no estilo inglês”, a maioria dos escritórios e consultórios, e também pela força dos cinemas da Cinelândia.

Muitas mercadorias eram importadas; e quanto a este aspecto, os entrevistados ressaltam que “tudo era diferente”, porque não havia uma oferta como a atual de produtos nacionais. Essa situação foi se modificando a partir dos anos 50, com o crescente processo de industrialização do país e a modernização da produção em São Paulo. Até então, as mercadorias de qualidade eram todas importadas, principalmente louças, cristais e acessórios como chapéus, lenços, luvas, sapatos. Mesmo que a roupa em si fosse nacional – na maior parte das vezes feita em costureiras e alfaiates –, os acessórios costumavam ser importados, e a moda vinha sempre de Paris para as mulheres e de Londres, a moda masculina. Essa tendência começou a se alterar pela moda americana, cujo centro lançador era Hollywood – meios de comunicação e consumo estão aqui associados. Além disso, os eletrodomésticos eram sempre importados, normalmente dos Estados Unidos ou da Inglaterra.

Ao longo da entrevista, era muito comum que as memórias fossem organizadas através de comparação, principalmente quando o tema levantado eram a cidade de São Paulo e seus espaços físicos e sua realidade cotidiana. Como ressaltou Halbwachs em *A memória coletiva* (1990), é preciso notar que as lembranças são sempre reconstituições do passado, novas elaborações sobre esse fato à luz dos fatos posteriores, da realidade atual, da reflexão racional acerca dos acontecimentos. Há também a influência da interpretação feita por outros indivíduos acerca de elementos do passado que é incorporada à memória. Além disso, muitas reflexões e talvez novas análises podem ter sido provocadas pelas próprias perguntas feitas, pela ordenação inevitável já contida na entrevista. De qualquer forma, o que é levantado

neste trabalho – e que ficou muito marcante em trechos de entrevista sobre a cidade – são essas representações e reconstituições do passado feitas pelos entrevistados, e não os fatos em si.

Os entrevistados fazem um esforço para tornar a sua memória mais precisa e comparam a sensação que tinham no passado com a que têm hoje. O fato de que muitos produtos comprados nas lojas do centro fossem importados constitui um aspecto que mudou de significado; nos anos 40 e 50, representava a expansão do consumo e uma maior quantidade de produtos que chegavam ao Brasil. Hoje em dia, essa característica é analisada em algumas entrevistas como um sinal da limitação do desenvolvimento do país, que necessitava importar tantos produtos porque ainda não os fabricava.

Ainda na região central, alguns lugares são lembrados por sua maior ligação com a natureza: como os parques, praças e jardins – o Jardim da Luz, a Praça da República, o Parque Dom Pedro – onde se passeava a qualquer hora, principalmente aos finais de semana. Alguns informantes mencionam as ruas arborizadas, antes de se transformarem em avenidas, sofrendo processos de demolição que permitiram o alargamento das vias, como o caso da rua Visconde do Rio Branco, antes de se tornar avenida Rio Branco, e da própria rua Ipiranga. A perda de prédios antigos e de árvores é lamentada nesse processo cruel do progresso que destrói o passado, mesmo em se tratando da modelação da esquina mais famosa da cidade, a da Ipiranga com a São João.

Alguns momentos das entrevistas lembram trechos de Lévi-Strauss, do capítulo “São Paulo” de *Tristes trópicos*. A “lamentação” dos informantes quanto a reformas que descaracterizaram regiões da cidade em nome de sua modernização, e a percepção de que até esses novos pontos do centro logo se tornariam decadentes, aparecem hoje em dia, mas talvez não fosse esta a percepção vivida na época dessas reformas. Segundo Lévi-Strauss (1957:97), os paulistas se orgulhavam desse processo de modernização da cidade:

“Em 1935, os paulistas se gabavam do ritmo de construção em sua cidade; a média de uma casa por hora. Tratava-se, então, de palacetes; asseguram-me que o ritmo continua o mesmo, mas para os grandes edifícios. A cidade desenvolve-se com tal rapidez que é impossível encontrar-lhe um mapa: cada semana exigiria uma nova edição.”

Mas se o crescimento parecia acelerado, comparado com hoje, era uma cidade muito mais calma. Esta percepção de que tudo era mais tranquilo só aparece nas entrevistas por oposição à situação atual. Este aspecto, que delineia uma sensação de nostalgia e saudosismo, só pode ser construído nas falas dos informantes pela oposição com o momento em que vivem hoje e com o fato de muitas vezes sentirem-se ameaçados numa cidade que se tornou estranha e desconhecida.

O centro novo manteve sua majestade até o final dos anos 50, época também do começo da decadência da Cinelândia. Nessa fase, e durante os anos 60 e meados dos anos 70, a Rua Augusta e a região da Paulista começaram a tomar

o lugar do centro. O comércio mais fino passou a ser o da Rua Augusta e, ao invés das confeitarias, as lanchonetes e barzinhos por ali. Nos anos 60, este foi o lugar do passeio do fim de tarde, de andar pela rua olhando as vitrines. Também as salas de cinema mudaram de região, como no caso dos cines Majestic, Marachá, Paulista e Picolino na Augusta, e as novas salas na Paulista, Astor, Gemini, Belas Artes, Gazeta.

## AS SALAS DA CINELÂNDIA

“Tinha uma turma boa mesmo, eram 5 ou 6 casais. Telefonava para as amigas: ‘Vamos ao Art Palácio?’. Acho que você nem conhece o Art Palácio” (Antonieta, 68 anos, dona-de-casa).

Por este trecho de Antonieta, percebe-se a importância das salas. Em meio à entrevista, quando pretendia descrever as turmas de amigos, ela revela que, ao telefone, não fazia a pergunta aparentemente mais natural: “Vamos ao cinema?”, mas “Vamos ao Art Palácio?”. Não se tratava de qualquer cinema, talvez o filme não importasse tanto – pelo menos para esta informante que afirma “não gostar muito de cinema” – mas a sala já estava escolhida e certamente na região valorizada: a Cinelândia, que concentrava as salas mais luxuosas, lançadoras, de preço elevado. E Antonieta logo lamenta, a Cinelândia não existe mais e os jovens nem conhecem o Art Palácio, pois fazem parte de um outro tempo.

As salas de cinema parecem ter tido muito destaque, e há uma série de imagens associadas a elas. Além do exemplo acima, é possível perceber essa relevância quando os entrevistados querem comentar um filme específico, e a sala aparece como parte da história.

“E estava passando *Ana Karenina* no Broadway, era uma reprise, eu não queria perder” (Vera, 70 anos, aposentada).

“Quando passou *Henrique V* no Cine Marabá, aqui em São Paulo, passou uma semana. Eu fui a semana inteirinha sozinha, todos os dias, na sessão do meio-dia às duas” (Maria Leopoldina, 64 anos, dona-de-casa).

Assim como nessas citações, é muito comum que o nome do filme venha acompanhado da sala onde foi visto. Estas falas demonstram como a memória dos próprios filmes prediletos, ou mais marcantes, vem acompanhada das salas. Aliás, ainda que alguns não fossem muito marcantes, certas salas pareciam ter destaque e nas entrevistas estão separadas em diferentes classes. Primeiro, aparecem as das cidades do interior – associadas à infância dos entrevistados – depois, em São Paulo, as da Cinelândia, as mais antigas do centro, as de cada bairro mais próximo do entrevistado e algo como “as outras”, aquelas salas desconhecidas, mais distantes de sua história pessoal. Há também, a diferença entre as salas “chiques”

– as da Cinelândia e algumas nos bairros – e as mais simples – as mais baratas do centro e maioria dos bairros.

No caso de São Paulo, os cinemas têm uma história que acompanha de perto a do centro. A maioria das salas antigas, nos anos 20 e 30, localiza-se no Triângulo ou na região mais próxima a ele, do lado do centro antigo. São cines como Paramount, na Brigadeiro Luiz Antônio (que era cine-teatro); Alhambra e São Bento, na Rua São Bento; Rosário, no Edifício Martinelli; Pedro II, no Anhangabaú; Santa Helena (também cine-teatro), na Praça da Sé. Alguns já apontam para a tendência posterior de mudança dos cinemas para o lado do centro novo, como UFA Palace, no Largo Paissandú (que mudou de nome para Art Palácio durante a Segunda Guerra Mundial); Paratodos, no Largo Santa Efigênia, e Colyseu Paulista, no Largo do Arouche. Havia também os primeiros cinemas de bairro, como Brás Politeama, na Avenida Celso Garcia; e Olympia, na Rangel Pestana (Brás); Capitólio, na Rua São Joaquim (Liberdade); São Pedro, na Rua Barra Funda; ou Odeon, na Rua da Consolação.

A maior parte dessas salas foi inaugurada antes dos anos 30, mas é principalmente entre os anos 40 e 50 que o cinema se transforma na “maior diversão” – e São Paulo ganha muitas novas salas nesse período. Nessa época, a produção de Hollywood se destaca e os filmes americanos passam a ser feitos para exportação<sup>8</sup>. Há alguns dados estatísticos que mostram a variação da população de São Paulo, junto com a oferta de assentos dos cinemas e público anual – número de ingressos vendidos no ano inteiro<sup>9</sup>:

Ano	População	No. de Lugares	Público
1940	1.317.396	95.754	19.526.224
1945	1.701.694	122.739	30.212.942
1950	2.198.096	158.000	35.846.722
1955	2.870.258	199.379	57.736.902
1960	3.635.032	224.669	44.375.881
1964		217.995	36.700.000
1970	5.587.665	148.513	21.553.000

Em 1940, a cada habitante de São Paulo correspondem, em média, 15 idas ao cinema no ano. Em 1945, a média sobe para 17,7; em 1950, desce para 16,3; em 1955, sobe para quase 20 vezes (19,89); e em 1960 desce novamente, para 12,2. O importante quanto aos números é ter uma idéia de como o público foi mudando ao longo do tempo. Esses dados revelam que o auge do cinema, em termos de número de espectadores em São Paulo, foi entre 1945 e 1955.

Os entrevistados lembram-se do cinema como o passeio mais comum. Na vida cotidiana, excetuando-se festas, casamentos, bailes de formatura ou carnaval e os convescotes, era o que havia *toda semana*.

“Se a gente não fosse ao cinema uma vez por semana... a gente ia mais, mas se não fosse pelo menos uma vez por semana, ficava faltando. (...) Todo mundo ia ao cinema, uns mais, outros menos, mas ia-se ao cinema” (Marisa, 60 anos, dona-de-casa).

“Meu único divertimento, além do cinema, era o futebol. Era uma vida muito simples, de leitura, trabalho, estudo e, como diversão, cinema e futebol. Não tinha outra coisa além disso” (Romeu, 52 anos, advogado).

“Eu ia muito ao cinema, porque era uma das únicas diversões mais sofisticadas que a gente tinha naquela época, era ir ao cinema. (...) A gente ia ao cinema sem questionar que filme ia passar, a gente nem tinha idéia, não tinha jornal, nada. Eu ia ao cinema por ir ao cinema, nem sabia que filme estava passando” (Léo, 55 anos, advogada).

A partir do final dos anos 30, no início do crescimento do público, começa a se formar a Cinelândia paulistana, uma região em que se concentram as melhores salas da cidade e que logo ganha este apelido. Vários cinemas são inaugu-

Marabá, 1945; Marrocos, 1951, Jussara, também de 1951, que exibia mais filmes europeus; e o (novo) República, 1952<sup>10</sup>. Todas essas salas comportavam pelo menos mil espectadores e marcavam a importância do cinema como maior lazer urbano – para o público masculino, podia vir depois do futebol, mas para o feminino, reinava absoluto como o passeio habitual.

Além da Cinelândia, ainda estavam em funcionamento importantes salas na região central, como a do cinema Santa Helena, inaugurado em 1923; Odeon, 1926; São Bento, 1927; Alhambra, 1928; Paramount e Rosário, 1929; Pedro II, 1930; Recreio<sup>11</sup>; Rialto, na Luz, anos 30; São Francisco, dos anos 40, ligado à Faculdade de Direito. Os cinemas mais antigos já estavam um pouco decadentes para os entrevistados no final dos anos 40, mas estes que citei ainda funcionaram até, pelo menos, 1955.

Como a Cinelândia reunia as melhores salas, eram estas as lançadoras, ou seja, os filmes eram exibidos primeiro ali e a um preço mais elevado. Depois de algum tempo, às vezes algumas semanas, às vezes um ou dois meses, os mesmos filmes chegavam às salas mais baratas, como as outras do centro e as de bairro. Os filmes exclusivos do cine Metro, por exemplo, só seriam exibidos em outra sala 60 dias depois de sua estréia ali. Havia, no entanto, alguns cinemas de bairro mais sofisticados que também eram lançadores, como o Cine Esmeralda, em Perdizes, inaugurado em 1947. Havia também os que eram “exclusivos”, como o Cine Itapura, na Aclimação. Assim como o Metro, o Itapura só exibia filmes da Metro Goldwyn Mayer, mas somente depois do Cine Metro e a um preço menor. Excetuando-se este caso,

as salas costumavam fazer um rodízio de filmes dos diferentes estúdios. O Ipiranga, por exemplo, em meados dos anos 40, exibia por duas semanas um filme de cada estúdio na seguinte ordem: Fox, Warner, Paramount, Universal e RKO, voltando depois a outro filme da Fox<sup>12</sup>.

Os maiores cinemas de São Paulo eram os do Brás, seguidos de alguns em outros bairros e os da Cinelândia, que também costumavam ter *no mínimo* 1000 lugares. Os entrevistados sempre ressaltam que eram bem maiores do que “esses cineminhas de hoje” e, mesmo assim, estavam sempre cheios. Nas salas da Cinelândia, as sessões costumavam gerar fila na porta, e o espectador só conseguia evitá-las se fosse à sessão das 14 ou das 16 horas, no meio da semana – mesmo a sessão das 16 horas era concorrida. Em alguns cinemas de bairro que só funcionavam praticamente na sessão da noite, não havia como evitar as filas. Havia também, em algumas salas, a “sessão das moças”, ou “*soirée* das senhoritas”, uma sessão com ingressos mais baratos, durante a semana, que ficava invariavelmente lotada e na qual as moças sentiam-se mais à vontade para irem desacompanhadas.

Os cinemas da Cinelândia ofereciam sessão corrida, ou seja, às 14, 16, 18, 20 e 22 horas, todos os dias – em algumas ocasiões, também ao meio-dia. Os outros, tanto os mais baratos do centro, como os de bairro, costumavam ter o que os entrevistados chamam de “sessão dupla”, ou seja, com um só ingresso, o espectador podia assistir a dois filmes. Neste caso, eram salas que ofereciam sessões apenas à noite, ou uma à tarde e outra à noite; mesmo que não exibissem dois filmes, era comum terem apenas uma sessão à tarde e outra à noite, ou apenas as noturnas durante a semana. Alguns cinemas de bairro eram mais irregulares e nem sequer ofereciam programação diária.

A sessão dupla era normalmente formada por um filme de “segunda” seguido por um filme de “primeira”. Os estúdios de Hollywood só vendiam aos exibidores suas melhores produções vinculadas a filmes de qualidade inferior – ou seja, mais baratos e sem nenhuma grande estrela no seu elenco, com muitos atores iniciantes –, os chamados “filmes B”. Assim, os exibidores faziam sessão dupla, como havia sido muito comum nos cinemas norte-americanos nos anos 30, para poderem exhibir os filmes B sem perder seu público. Esta estratégia de vender mesmo as produções mais simples, atraindo os espectadores com a idéia de “dois filmes, um só ingresso”, permaneceu em alguns cinemas de São Paulo e do interior até meados dos anos 50. Era comum também que a sessão dupla reunisse um filme de aventura, que atraía mais o público masculino, principalmente os adolescentes, e um drama, para chamar a atenção do público feminino. Nos jornais da época, quando há uma lista das salas de cinema e sua programação – lista que só encontrei publicada na *Folha da Manhã* a partir de 1950<sup>13</sup> –, aparecem o nome da sala, o título do filme principal, o nome de uma estrela de destaque neste filme, o título do filme secundário, o nome de alguma estrela (se houver), a idade limitada pela censura, título do noticiário ou documentário e,

finalmente, o horário. Se o programa não oferecesse sessão dupla, então tinha apenas o título de um só filme, às vezes seguido do nome do estúdio, por exemplo:

“ART-PALÁCIO – *Tokyo Joe* – Humphrey Bogart – 14 anos – Columbia – At. Campos, 88 [jornal] – 14 – 16 – 18 – 20 e 22 horas.

ALHAMBRA – *Herói por Acaso* – Cantinflas – *Casa Maldita* – 14 anos – Jornal da Tela 229 – Desde 14 horas.

BRAZ POLITEAMA – *A Vida é um Jogo* – Glenn Ford – 18 anos – *Alma em Sombra* – Bill Williams – Not. da semana 50X24 – 19 horas” (*Folha da Manhã*, domingo, 16 de julho de 1950).

A sessão dupla, no entanto, fazia parte de uma estratégia um pouco antiga, especialmente voltada para o público de menor poder aquisitivo. Os cinemas da Cinelândia tinham uma proposta diferente, deveriam oferecer um serviço de melhor qualidade que acompanhasse os avanços técnicos na área de exibição cinematográfica. Eram considerados mais modernos que os outros cinemas e estavam associados ao luxo e esplendor de Hollywood. Portanto, não poderiam se ater a uma estratégia de mercado mais antiga e atraíam público suficiente para oferecer sessão corrida.

Além disso, a ordem de exibição dos filmes favorecia as salas da Cinelândia:

“A exibição dos filmes em São Paulo obedecia a um roteiro preestabelecido, que privilegiava as salas lançadoras do centro. Terminada a temporada, os filmes seguiam para o Brás e depois voltavam ao Centro, agora nos cinemas de segunda linha (São Bento, Paratodos) e daí para Santa Cecília e outros bairros menos importantes.” [Simões, 1990: 49]

Os entrevistados apresentam algumas imagens sobre as salas da Cinelândia. Para todos eles, eram bonitas, grandes, luxuosas, enfim “de qualidade”. Os tapetes eram altos, as cadeiras estofadas, a arquitetura e a decoração impecáveis. E o público? Quando perguntados sobre quem ia ao cinema, logo respondiam que “todo mundo ia”, embora algumas pessoas fossem “mais fanáticas” do que outras. Se a pergunta era feita de novo, exigindo que eles explicassem melhor quem era “todo mundo”, então respondiam que “todo mundo, gente fina, bem vestida”. Valorizava-se muito estar sempre “bem vestido”, o que, em termos de regra explícita, significa que os homens tinham que usar terno e gravata ou seriam barrados pelo porteiro. Excetuando-se a ocasião em que o artista plástico Flávio de Carvalho foi ao Cine Marrocos vestindo saia, numa situação de irreverência e que chamou muita atenção, homem sem gravata não entrava no cinema. Uma informação que nenhum entrevistado me deu, no entanto, é que aparentemente não era bem vista a entrada de negros nesses cinemas mais sofisticados e, em alguns casos, dava-se preferência a funcionários de “cor mais clara”<sup>14</sup>. “Todo mundo” podia ir às salas mais simples, às mais antigas do centro ou nos bairros, mas as “chiques” não eram tão abertas a qualquer público.

Embora o discurso dos informantes de classe média dê a impressão de que apenas “gente fina” freqüentasse as salas da Cinelândia, os entrevistados de família operária também se lembram das salas da região, embora afirmem que fossem reservadas aos passeios de fim de semana, à época de namoro. Assim, mantinham maior assiduidade no cinema de bairro ou nos mais simples do centro – constantes no dia a dia, ao final do expediente, no horário em que se faltava às aulas da noite.

Mesmo que as salas fossem consideradas todas de boa qualidade, havia lugares especiais dentro delas. O Cine Ipiranga, por exemplo, dividia-se em três setores com preços diferentes, a platéia, o balcão (mais barato) e o *pullman*, que era mais luxuoso e, portanto, mais caro. O público do *pullman* podia subir de elevador e era presenteado com poltronas mais espaçosas, com dois braços que as separavam (o que significa que todo mundo podia apoiar o braço esquerdo e o direito, sem atrapalhar seu vizinho), com carpetes mais altos e, eventualmente, até com vizinhos célebres. Além disso, era o lugar mais fino e reservado para se namorar no cinema.

“As salas eram imensas, o Cine Ipiranga tinha a platéia, o *pullman* – que era uma coisa fantástica, com uma comodidade, poltronas super-confortáveis melhor quase que primeira classe de avião, com braço dos dois lados para cada pessoa – e o balcão. Lotava! (...) Era mais caro, a gente subia de elevador privativo, era um luxo, os cinemas daqui de São Paulo eram muito bons. Acarpetados, mas carpetes altos (mostra uns três centímetros com os dedos). (...) O público era completamente diferente de hoje, sabe? Tinha três preços no Ipiranga, a platéia, o *pullman* e o balcão. E todos os outros cinemas de platéia e balcão tinham dois preços, o balcão era mais barato” (Maria Leopoldina, 64 anos, dona-de-casa).

“M – Eu, antes de o conhecer, ia no Metro, ou algum cinema da cidade. Me lembro quando inaugurou o Ipiranga, com o Marabá na frente, a gente achava lindíssimo, muito atapetado. R – Ele tinha uma característica que nenhum outro cinema tinha. Tinha a platéia, balcão e *pullman*, dos lados, em cima. Como se fosse um teatro. O *pullman* era muito bom para ficar escondidinho, namorando. Era o lugar chique e o lugar de namorar” (Rui, 64 anos, advogado e Marisa, 60 anos, dona-de-casa).

O Cine Metro, como os outros da Cinelândia, também era considerado de qualidade. Foi a primeira sala com ar condicionado – o que parecia uma novidade especial – além de tapetes vermelhos. Inaugurado em 1938, marcou uma época com a exibição de *E o vento levou* em 1940 que, segundo os entrevistados, permaneceu “muitos meses em cartaz”. Um dos seus maiores sucesso de público parece ter sido *Escola de sereias*, o musical mais lembrado nas entrevistas<sup>15</sup>.

Durante os anos 50, com os famosos musicais da Metro, o Cine Metro tinha um enorme público garantido pelo sucesso do gênero e ficou muito “em moda”. Na verdade, manteve-se em voga durante um longo período, mas são dois os momentos em que teve mais destaque: no período de sua inauguração, incluindo o ano de 1940, quando exibiu *E o Vento Levou*; e nos anos 50, com os musicais. Mesmo aqueles que não costumavam ir à Cinelândia e freqüentavam as salas de bairro –

seja pela proximidade, seja pelo fato de serem mais baratas – não escapavam do “fascínio” do Cine Metro. Entrevistados que afirmam não gostar muito de cinema, costumam mencioná-lo; talvez esta seja de fato a sala mais citada e lembrada em todas as entrevistas.

Como algumas outras salas, o Metro oferecia sessões infantis aos domingos de manhã. Um exemplo era sua “sessão Zás Trás” e, antes dela, havia a “sessão Zig Zag” do Cine Pedro II – sempre às 10 da manhã.

“Mas eu chego a lembrar, por exemplo, dos cinemas da cidade, o Metro, que era na ‘esquina do pecado’, São João com a Timbira, que era um cinema de luxo. No primeiro domingo do mês tinha sessão Zás Trás, com os desenhos do Tom e Jerry. Vinham para assistir pessoas da cidade inteira e eu, que morava no Brás, ia às vezes na sessão Zás Trás para ver o Tom e Jerry. Que hoje você vê na televisão e nem olha mais. É que hoje tem tanto desenho que você desdenha, mas naquela época para assistir a um desenho animado, colorido, bonito, numa sala aconchegante como era o Metro, aquilo, para mim era a própria imagem do paraíso. Para quem morava no Brás, eu morava num cortiço, aquilo era um paraíso, uma coisa fora da minha imaginação” (Romeu, 52 anos, advogado).

É claro que, diante da sua condição social, o cinema tornava-se um palácio. Mas mesmo para os outros informantes, as salas da Cinelândia são sempre consideradas muito luxuosas. O Cine Metro foi inaugurado em 1938 e, como o Mappin de 1939, seu prédio apresentava um estilo *art déco* e foi projetado por um arquiteto americano, Robert Prentice. Sua abertura foi um frenesi, a imprensa estava empolgada com a formação daquela que logo seria chamada de Cinelândia. A inauguração do Metro mostra um pouco da força da mudança de localização do centro de São Paulo, com a Avenida São João em destaque, no imaginário da época. Em 15 de março, Guilherme de Almeida escreveu em *O Estado de São Paulo*:

“Um novo, poderoso eixo vara a cidade de São Paulo, girando, centrípeto. Esticada, reta, entre duas montanhas simbólicas de nossa grandeza – o Jaraguá, montanha histórica que Deus fez; e o Martinelli, a montanha moderna que os homens fizeram – a avenida São João, centralizadora, atraente, magnética, vai chamando a si a vida urbana, que a ela se gruda e com ela roda empolhada toda de arranha-céus, apinhada de autos e *trams*, inchada de pencas de gente, borbulhada de cachos de luz... E – síntese da vida de hoje, índice infalível do progresso desses tempos – o cinema também para ali converge, escancarando as suas portas e ímã para a dócil limalha humana. O Broadway, o UFA e agora, hoje, esta noite, mais um: o Cine Metro” (Simões, 1990: 40).

A formação de um eixo de salas junto ao eixo central causa certa comoção. O cinema, assim como os arranha-céus, é um exemplo do avanço, do progresso, da modernidade da cidade. Essa sensação de que o cinema e o centro novo, mais moderno, se complementam e fazem de São Paulo uma verdadeira metrópole da América Latina perdura até o final dos anos 50, quando ainda se inauguram grandes salas.

As salas de cinema, principalmente as mais luxuosas e de arquitetura e decoração mais arrojada, pareciam funcionar, junto com alguns arranha-céus, como a própria concretização da modernização da cidade. No imaginário da época, repre-

sentavam fascínio semelhante àquele exercido pelos palácios de cristal europeus durante o século XIX<sup>16</sup>.

O Cine Marrocos, por exemplo, é sempre lembrado como tendo pertencido à classe dos mais luxuosos dentro da própria Cinelândia. Inaugurado em 1951 – portanto, em meio à época de ouro dos cinemas –, com uma festa pomposa como era de praxe nessas ocasiões, o Marrocos oferecia um pequeno recital de piano antes das sessões. Detalhe fundamental: o piano aparecia em um palco móvel, na frente da tela, que ia baixando e desaparecia no começo da projeção. Aliás, o tema do palco móvel é sempre uma dúvida. Alguns entrevistados recordam-se dele no Marrocos, outros juram que era no Ipiranga. Com certeza, o Marrocos tinha esse luxo, mas talvez o Ipiranga também tivesse feito o mesmo tipo de palco<sup>17</sup>.

“R – E [no Ipiranga] tinha o piano que vinha de baixo. Subia um piano... M – Não lembro, eu pensei que fosse no Marrocos, também, que tinha piano. R – Era muito luxuoso. M – Rui, não foi no Marrocos? R – Acho que foi no Ipiranga, que era muito chique” (Marisa, 60 anos, dona-de-casa e Rui, 64 anos, advogado).

Não importa aqui saber qual dos entrevistados acertou, qual se lembrou melhor dos fatos. É preciso citar de novo Halbwachs e perceber que a memória coletiva se apoia no grupo, mas o grupo é formado por indivíduos diferentes que enfatizam aspectos diversos do passado, pois tiveram diferentes ligações emocionais com os fatos.

“No mais, se a memória coletiva tira sua força e sua duração do fato de ter por suporte um conjunto de homens, não obstante eles são indivíduos que se lembram, enquanto membros do grupo. Dessa massa de lembranças comuns, e que se apoiam uma sobre a outra, não são as mesmas que aparecerão com mais intensidade para cada um deles. Diríamos voluntariamente que cada memória individual é um ponto de vista sobre a memória coletiva, que este ponto de vista muda conforme o lugar que ali eu ocupo, e que este lugar mesmo muda segundo as relações que mantenho com outros meios.” [Halbwachs, 1990: 51]

De modo geral, em várias salas havia um piano ou uma pequena orquestra que se apresentava antes da projeção, tocando as peças clássicas mais populares da época. Essa introdução musical dava ao ambiente um ar mais “artístico” e refinado parecendo reforçar a idéia de lazer do cinema, ampliando sua possibilidade de diversão para além da exibição do filme.

A arquitetura e a decoração dos novos cinemas eram sempre comentadas como grau de originalidade e aspecto do “novo” que chegava à cidade. No caso do Marrocos, a decoração incluía um *hall* de entrada num estilo *Versailles* ao lado de um vestíbulo circular com um chafariz bem no centro. Em sua totalidade, o cinema era como um palácio num estilo “mourisco modernizado”. Se hoje parecem assustadoras, essas “novidades no estilo” eram imprescindíveis nos grandes e novos cinemas.

Assim como o Marrocos surpreendeu, mostrando em sua estréia algo inesperado, cada cinema que era inaugurado buscava trazer pelo menos um elemento-surpresa que atraísse o público e aparentasse uma “novidade única”. Nem sempre a inovação era muito original, mas certamente o ar condicionado do Cine Metro e o palco móvel do Cine Marrocos foram marcantes na memória dos entrevistados. Essa necessidade de que cada nova sala trouxesse alguma novidade persistiu até meados dos anos 60. O Cine Ouro, por exemplo, inaugurado em 1966 no mesmo lugar do Bandeirantes, tinha uma decoração no estilo colonial mineiro – uma grande mudança para os padrões. O Cine Olido já havia “inovado” por ser dentro de uma galeria e ter carpete estampado, em 1957. O Metrópole, de 1964, também era dentro de uma galeria e tinha um imenso lustre de cristal, muito notado na época de sua inauguração. Mas, nos anos 60, se a novidade não fosse realmente surpreendente a sala não teria tanto destaque, pois o público já estava diminuindo.

Muitos entrevistados que freqüentavam os cinemas de bairro deixavam para ir aos do centro nas “ocasiões especiais”, que podiam ser uma vez por mês ou menos do que isso. Segundo Maria Leopoldina, “qualquer cinema do centro era bom”, mas eles não se igualavam perante os olhos do público. O Marabá, que era “muito chique”, e o Cine Ipiranga, em frente, estavam quase na esquina da São João com a Ipiranga. A porta do Marabá para alguns, ou a porta do Ipiranga para outros, tornaram-se pontos de encontro. Os colegas combinavam encontros em frente a uma dessas salas para depois fazerem um programa, mesmo que não fossem necessariamente ao cinema. Estas duas salas formam uma espécie de “dobradinha” na memória dos entrevistados, basta lembrar-se de um dos dois cines para se lembrar do outro.

Os cinemas mais antigos que os da Cinelândia guardavam algumas características específicas. O Paramount, por exemplo, era cine-teatro e comportava espetáculos teatrais. O Odeon também era cine-teatro e ainda se transformava em salão de bailes na época do carnaval – o que acontecia com algumas outras salas, principalmente as de bairro. Tanto o Odeon como algumas outras também comportavam, em certos dias, espetáculos musicais com os cantores mais populares do rádio.

As múltiplas utilizações das salas – shows de rádio, bailes de carnaval, apresentações musicais e teatrais – ressaltam a importância do cinema como uma opção de lazer da cidade. O cinema se associava a outros eventos culturais, marcando sua presença constante na vida noturna da cidade.

O Cine Jussara localizava-se na Cinelândia, mas diferenciava-se por exibir os chamados “filmes fortes”, ou seja, no auge do sucesso dos filmes americanos, começou a exibir filmes europeus. Por isso, não tinha uma fama muito boa fora das rodas que o freqüentavam e que estavam mais habituadas ao cinema europeu. A sala era famosa por exibir “filmes franceses”, que se tornaram sinônimo de ousadia e sensualidade.

Algumas outras salas do centro não eram tão luxuosas como as da Cinelândia especificamente e, muitas vezes por serem mais antigas e mal conservadas, ou por serem mais simples, eram consideradas um tanto decadentes. Essas salas, na falta de atração de público por seu luxo e esplendor, e sem o direito de serem lançadores, mantinham o esquema de sessão dupla, ingresso mais barato etc. Um exemplo muito citado por entrevistados de família operária é o cine-teatro Santa Helena, na Praça da Sé. Considerado um tanto deteriorado, apesar de ter sido muito luxuoso nos anos 20 e 30, nos anos 40 e 50 costumava ter sessões o dia todo, a partir das 10 da manhã. Durante o dia, oferecia um programa que atraía crianças – curtas, documentários, comédias – revezando-se num ciclo que se repetia, como conta Daphne, que tinha que levar suas irmãs e primos mais novos para distraí-los durante o dia:

“Quando morávamos no Brás, [íamos] no Santa Helena, que era de quinta categoria. Tinha uns camarotes. (...) Era assim, era um cinema que passava só filme curto e documentário. (...) Aí nós íamos nesse cinema aí, no Santa Helena da Praça da Sé, você pagava uma entrada uma vez, e aquilo era um rodízio. Passava, por exemplo, um curta do Gordo e o Magro, depois um documentário, outro filme curto, e um jornal, não sei mais o quê. Acabava aquilo e voltava tudo outra vez” (Daphne, 65 anos, professora aposentada).

Geraldo lembra-se do Santa Helena e do D. Pedro II como salas cheias de “desocupados”, onde só eram exibidos “filmes de cáubói”. Clarival também menciona o Santa Helena como sendo mais decadente e que durante à noite só exibia faroestes antigos – e por isso traía um público masculino:

“Teve uns tempos que eu estudava na Estação da Luz, em frente, no Liceu de Artes e Ofícios. Eu morava num quartinho no Cambuci com meu irmão mais velho. Eu saía do Liceu e atravessava pelo centro da cidade, passava na Praça da Sé para ir tomar o bonde na Praça João Mendes. Mas aí, no caminho, tinha o Santa Helena, na Praça da Sé, nem sei se ainda existe. E o Santa Helena só passava faroeste e às 9 e 15, mais ou menos, começava uma sessão. Então, era o tempo da gente sair da Estação da Luz e chegar lá às 9 e 15. A gente ia assistir, toda semana, a gente ia naquele cinema, até mais de uma vez por semana. A gente assistia a tudo que era faroeste no Cine Santa Helena. (...) O Santa Helena era muito grande, não era um cinema de luxo. (...) Fim de semana, enchia. Tinha um rapaz lá, chamava Pardal, que era vaga-lume do Santa Helena. A gente entrava lá e ele punha a gente no camarote. E a gente assistia tranqüilo, era gostoso” (Clarival, 68 anos, marceneiro aposentado).

Para Clarival, não era uma sala de luxo, mas era “muito gostoso”. Já Daphne, que subiu muito seu padrão de vida mais tarde, lembra-se como sendo uma sala deteriorada. De qualquer forma, eram salas muito frequentadas também, a ponto até de se ficar amigo do lanterninha. Essa relação de amizade com funcionários do cinema, no entanto, mostra-se mais comum em salas de bairro do que nas do centro.

Há ainda uma sensação de se descobrir outras possibilidades quando se saía das salas de bairro para as do centro. As de bairro ofereciam poucas esco-

lhas, e o centro, para além de seu esplendor, comportava muitas salas com preços e programações diversas. Assim, Léo, que morava na Vila Alpina, conheceu o cinema numa pequena sala de seu bairro e considera que depois “ampliou os horizontes” ao conhecer as salas de São Caetano, e mais ainda ao passar a frequentar, ainda durante a adolescência, as do centro de São Paulo.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

Nessa cidade dos anos 50 – que hoje, por comparação, parece ter sido muito tranqüila –, o cinema era acompanhado pelo passeio das compras, ver vitrines e ir às confeitarias. Mas, além disso, era comum o *footing* antes ou depois do cinema. Ele se inseria num contexto maior de lazer e consumo, sendo sempre associado às novidades, modas e mudanças vividas no período.

Alguns entrevistados iam praticamente só à Cinelândia, outros frequentavam mais os cinemas do bairro, mas a maioria alternava bastante entre um e outro. Quem frequentava os de seu bairro mal se recorda se havia cinema nas outras regiões, lembrando-se apenas das salas de sua vizinhança e do centro – como se os outros bairros, que não faziam parte de seu cotidiano, não pudessem oferecer o mesmo tipo de sala de cinema, com uma programação bastante semelhante. No entanto, pelos relatos, percebe-se que cada bairro tinha o seu “centrinho” e seu cinema – ainda que este pudesse ser luxuoso como o cine Esmeralda, em Perdizes, ou um simples galpão, como o cine Casa Verde, revelando diferenças sociais. Os filmes mais comuns na Cinelândia eram americanos “classe A”, mas também havia os nacionais – as chanchadas, por exemplo, com muito sucesso –, as comédias e os melodramas mexicanos, os do neo-realismo italiano e alguns europeus (como os ingleses e franceses). Normalmente, os filmes permaneciam pouco tempo em cartaz – em média, uma ou duas semanas – e só os grandes sucessos de público passavam deste limite.

Nos final dos anos 50 e nos anos 60, algumas novas salas da região foram muito valorizadas. É o caso, por exemplo, do Cine Olido, inaugurado em 1957; dos Cines Coral e Paissandu, inaugurados em 1958; e do Cine Metrópole, inaugurado em 1964. Esses cinemas também são bastante mencionados nas entrevistas.

O Cine Coral, por exemplo, tem uma história particular, pois foi fundado como um dos primeiros cinemas de arte do Brasil. Na Rua 7 de Abril, concebido por Dante Ancona Lopes –, que faria depois a programação do Picolino, do Belas Artes e do CineArte –, o Coral teve uma programação voltada somente para os chamados filmes de arte.

O deslocamento das salas melhores para a região da Rua Augusta e da Paulista foi acontecendo aos poucos. Primeiro, já havia salas valorizadas nas entrevistas na Rua Augusta, como o Cine Paulista, Majestic, Picolino, Marachá. Elas ofereciam uma programação um pouco menos hollywoodiana, às vezes

voltada para filmes europeus. Depois disso, principalmente nos anos 60, inauguram-se várias salas na Avenida Paulista.

As salas da Cinelândia começaram a perder público no final da década de 50, mas só foram destituídas de seu charme e elegância nos anos 60. Mesmo assim, os entrevistados falam que elas “guardaram alguma dignidade” até a década de 70. O final desta década representaria o início de sua “decadência”, aproximando-as da desvalorização atual a que estes entrevistados remetem toda a região central.

Para os informantes que freqüentavam o centro, a Cinelândia constituía um espaço muito conhecido. Eles comentam que todas as salas da região eram boas, mas nem sabem se ainda existem atualmente. Se existem, uma coisa é certa, devem estar decadentes; faziam parte de uma outra cidade, onde tudo parecia diferente. O espaço físico que as salas ocupam e a forma das ruas do centro podem ser os mesmos, mas tudo mudou – não só em termos simbólicos; a própria aparência física, os edifícios e fachadas, as calçadas mudaram. Nos anos 50, era possível até conhecer pessoas no cinema, fazer amizades, além de encontrar-se com conhecidos. Tudo parecia novo e moderno na época; a cidade, o centro, os cinemas tinham um movimento e uma agitação típicas, mas não havia essa “loucura” perturbadora dos dias de hoje.

Nas décadas de 40 e 50, o centro é o “centro novo”, e sua época de esplendor, junto com os cinemas da Cinelândia, acaba no final desse período, embora estes conservem seu “charme” até o final dos anos 60. Essa região e seus cinemas compõem um ambiente novo na época, moderno e luxuoso. Tanto o centro quanto as salas representam parte do grande surto de modernização que São Paulo vivia, seu crescimento populacional e de níveis de consumo, a expansão dos limites da cidade, a formação mais definida da classe média, e parecem refletir o desenvolvimento do próprio país.

## NOTAS

- 1 “Resumindo, os textos antropológicos são eles mesmos interpretações e, na verdade, de segunda e terceira mão. (Por definição, somente um “nativo” faz a interpretação em primeira mão: é a *sua* cultura.)” (Geertz, 1989: 25).
- 2 Sevcenko, 1992: 108-109.
- 3 Cinelândia é a região do centro em que se concentram os cinemas lançadores, de boa qualidade e de preço elevado, que começou a se formar no final dos anos 30 e se manteve em destaque até o começo dos anos 60, como ficará mais claro a seguir.
- 4 Ao se tocar no tema da modernidade, é preciso lembrar de toda uma controvérsia em torno dele – principalmente quanto à permanência da modernidade até os dias de hoje. Para autores como Berman (1987), Rouanet (1987), Habermas (1987, 1992), Giddens

(1991), estamos ainda vivendo a modernidade – ela sofreu alterações, teve certas características reforçadas nos últimos anos mas não perdeu seus aspectos essenciais. No

entanto, para Harvey (1989); Simões (1990); entre outros, estamos hoje num momento de pós-modernidade, termo também gerador de debates.

- 5 Lévi-Strauss, em *Tristes trópicos*, nota como os paulistas se orgulhavam de seu centro na década de 30: “Depois o famoso Triângulo, de que São Paulo era tão vaidoso quanto Chicago de seu *Loop*: zona de comércio formada pela intersecção das ruas Direita, São Bento e 15 de Novembro: vias congestionadas de placas em que se espremia uma multidão de comerciantes e de empregados proclamando, nas suas roupas escuras, a fidelidade dos valores europeus ou norte-americanos, ao mesmo tempo em que seu orgulho dos 800 metros de altitude os libertava dos langores do trópico (o qual passa, entretanto, em plena cidade)” (Lévi-Strauss, 1957: 99).
- 6 Se em 1920 São Paulo tinha 579 mil habitantes, esse número sobe para mais de 1,3 milhões em 1940, 1,7 milhões em 1945 e 2,19 milhões em 1950. Dados retirados de Sevcenko (1992:108) e SEADE – Departamento de Estatística do Estado de São Paulo, Simões (1990:89).
- 7 “... a relação ambígua com a história era parte integrante do imaginário da modernidade. (...) A relação fantasmática com o passado manifestou-se na arquitetura, pois, não sabendo como aplicar novos materiais, como o vidro e o ferro, o século XIX voltou-se para a Antiguidade, construindo estações ferroviárias com pilares de ferro que imitavam colunas gregas. Manifestou-se na moda, que buscava constantemente seus temas no passado, na procura incessante do novo. Manifestou-se na figura do *flâneur*, que tentava com seu ritmo lento recapturar um ritmo pré-capitalista, no mesmo momento em que a cadeia de montagem inaugurava uma atemporalidade rápida, que tornava irreversivelmente anacrônico aquele ritmo” (Rouanet, 1987: 23-24).
- 8 Antes disso, as produções norte-americanas cobriam o investimento e davam lucros apenas com o mercado interno.
- 9 Estes dados são do SEADE (Simões, 1990: 89) e da Sinopse Preliminar do Censo Demográfico de 1980 do IBGE.
- 10 Em 1945, entre as dez salas de maior público, seis estão localizadas na Cinelândia. Segundo dados do SEADE no livro de Simões (1990) as dez maiores arrecadações foram: Art Palácio, Bandeirantes, Ipiranga, Marabá, Ópera (todos estes da Cinelândia), Piratininga e Roxy (Brás), Santa Helena (Praça da Sé), Universo (Brás), Cruzeiro (Vila Mariana) e Ritz (Cinelândia) – nesta ordem. Com estes dados, percebe-se a importância da Cinelândia seguida de perto dos cinemas do Brás.
- 11 Não consegui descobrir o ano de inauguração do Cine Recreio, mas foi, provavelmente, nos anos 40. A minha principal fonte quanto às datas de inauguração das salas foi o livro de Inimá Simões (1990), mas algumas salas que estou mencionando aqui não estão neste livro – inclusive porque ele mapeou as principais salas de São Paulo, mas não todas (o que seria praticamente impossível, já que algumas salas menores ou de bairros tiveram uma vida muito curta). Infelizmente, não achei esse tipo de informação quanto às

datas de inauguração em nenhum outro lugar.

- 12 Simões, 1990: 48.
- 13 Nos jornais, ainda não havia uma lista com todas as salas e seu endereço, como atualmente, embora a *Folha da Manhã* já publicasse uma lista com a programação, ao lado de uma sessão intitulada “Filmes da Semana” que mencionava os filmes, o nome dos atores principais, do diretor e uma sinopse do enredo. Havia também neste jornal a “Bolsa de Cinema” com uma lista de dez filmes (que não incluía as reprises, apenas os lançamentos) e suas respectivas cotações (ótimo, bom, regular, mau). O *Estado de São Paulo* publicava somente os anúncios classificados das salas e dos filmes, embora costumasse apresentar críticas de filmes, mas não na mesma sessão ou página em que estavam os anúncios.
- 14 Simões, 1990: 49.
- 15 É preciso lembrar que nem sempre os maiores sucessos comerciais de Hollywood foram também o maior sucesso comercial no Brasil. Segundo Inimá Simões (1990), por exemplo, *Escola de sereias* ficou 3 meses em cartaz no Metro e arrecadou 1,7 milhões de cruzeiros. Na mesma época, um filme mexicano, *A Pecadora* – filme também muito mencionado nas entrevistas – ficou 20 semanas em cartaz no Broadway e arrecadou 2,5 milhões de cruzeiros. Falta saber se *Escola de sereias* não arrecadou mais depois, com reprises nos cinemas fora da Cinelândia.
- 16 “Os palácios de cristal, edificadas com peças padronizadas, segundo o modelo anterior das estufas, proporcionam aos contemporâneos fascinados uma primeira impressão das novas ordens de grandeza e dos novos princípios de construção. Revolucionavam os hábitos visuais e o sentimento do espaço dos observadores tão drasticamente como a ferrovia havia transformado o conceito de tempo dos viajantes” (Habermas, 1987: 119).
- 17 Segundo Inimá Simões (1990), o UFA Palace já tinha um palco móvel, para apresentação de uma pequena orquestra, que também baixava, “engolindo” a orquestra antes da sessão. Isso bem antes do Marrocos aparecer, em 1936, mas este dado não apareceu nas entrevistas.

## BIBLIOGRAFIA

ALVIM, Z. e PEIRÃO, S.

1985 *Mappin – Setenta Anos*, São Paulo, Ed. Ex Libris.

BERMAN, M.

1987 *Tudo que é sólido desmancha no ar – a aventura da modernidade*, São Paulo, Cia. das Letras.

BOSI, E.

1979 *Memória e sociedade: lembrança de velhos*, São Paulo, T.A. Queiroz.

GEERTZ, C.

1989 *A Interpretação das culturas*, Rio de Janeiro, Ed. Guanabara.

GIDDENS, A.

1991 *Conseqüências da modernidade*, São Paulo, Ed. Unesp.

HABERMAS, J.

1987 “Arquitetura moderna e pós-moderna”. , in: *Novos Estudos CEBRAP*, São Paulo, nº 18, setembro.

1992 “Modernidade: um projeto inacabado”, in: ARANTES, O. e ARANTES, P. *Um ponto cego no projeto moderno de Jurgen Habermas*, São Paulo, Brasiliense.

HALBWACHS, M.

1990 *A Memória coletiva*, São Paulo, Vértice.

HARVEY, D.

1989 *The condition of post-modernity*, Cambridge, Blackwell.

JAMESON, F.

1985 “Pós-modernidade e sociedade de consumo”, in: *Novos Estudos CEBRAP*, São Paulo, nº 12, junho.

KOTHE, F.R. (org.)

1985 *Walter Benjamin: sociologia*, coleção Grandes Cientistas, São Paulo, Ática.

LÉVI-STRAUSS, C.

1957 *Tristes trópicos*, São Paulo, Ed. Anhembi.

LYOTARD, J.

1993 *O Pós-Moderno*, Rio de Janeiro, José Olympio.

MONTERO, P.

1992 “Dilemas da modernidade no mundo contemporâneo”, in: *Modernidade e Cultura – para uma antropologia das sociedades complexas*, tese de Livre-Docência, São Paulo, Departamento de Antropologia, USP.

ORTIZ, R.

1988 *A moderna tradição brasileira*, São Paulo, Brasiliense.

ROUANET, S.P.

1987 “A verdade e a ilusão do pós-moderno”, in: *As razões do iluminismo*, São Paulo, Cia. das Letras.

SEVCENKO, N.

1992 *Orfeu extático na metrópole*, São Paulo, Cia. das Letras.

SIMÕES, I.

1990 *Salas de cinema em São Paulo*, São Paulo, PW/Secretaria Municipal de Cultura de São Paulo/Secretaria Estadual de Cultura.

SINOPSE PRELIMINAR DO CENSO DEMOGRÁFICO 1980

1981 São Paulo, Rio de Janeiro, IBGE, vol. 1, tomo 1, nº 18.

**Abstract:** This article aims to comment on certain aspects about the 40s and 50s in São Paulo regarding the habits of going to the movies. The movie-goers of that time talk about the importance of the cinemas and their projection-rooms in that period, especially the most luxurious and modern ones, always associated with the city center, whose area was occupied by commerce, and spare-time opportunities like the movies and the confectioner's. It is possible to perceive at this moment the development of consumption often related to the notion of modernization of the country.

**Uniterms:** São Paulo, projection-rooms, movies, modernity, consumption, cultural industry.