

NA SOIRÉE DA MODA: o cotidiano das salas de cinema em Belém do Pará nos anos de 1920

EVA DAYNA FELIX CARNEIRO*

Após alguns momentos no salão de espera, Elza Campos, chega à sala de exibição fílmica. Lá ao som da orquestra e sob um escurinho, inicia-se o filme. Passados uns dez minutos do início da projeção, o galã surge luminoso na tela branca, com calças largas presas às botas de bico fino com charmosas esporas nos calcanhares, cinto largo, camisa de mangas longas e bufantes, na cabeça, um chapéu de abas curtas. Em seguida levanta-se, pede a dança à mocinha que estava a dançar com outro. E no que é recusado, desfere sobre seu rival um golpe certo na nuca, deixando-o desfalecido sobre as mesas. Então, Júlio toma a moça pela cintura e a conduz sobre a pista ao som sensual do tango. Diante de uma plateia formada por beberrões e sorridentes moças encerra-se a música com um beijo que é aplaudido com fervor ¹.

Elza Campos, que era considerada por muitos a mais bela frequentadora do *Olympia*, ficou ainda por alguns instantes diante da tela branca, os olhos vidrados, já não viam mais as imagens que lentamente desapareciam, a trajetória de Júlio lhe tinha causado tamanha comoção que precisou de mais uns instantes no interior da sala para se recompor. Desde a saída do *Olympia*, passando pela conversa com as outras “girls”, uma imagem não lhe saía da memória até o momento de sua chegada ao lar: A dança, e a privilegiada moça que tinha sido laureada com um beijo do galã. Naquela noite, Elza poderia ser apenas uma das várias outras mulheres que sonharam estar no lugar da jovem atriz beijada por Rodolfo Valentino ².

* Aluna do Programa de Pós Graduação em História Social da Amazônia – UFPA, Bolsista do CNPq.

¹ A cena narrada faz parte de um trecho do famoso filme *Os Quatro Cavaleiros do Apocalipse*, estrelado por Rodolfo Valentino. Elza campos era uma jovem que frequentava o cinema Olympia, chegando a ser eleita a mais bela frequentadora daquele cinema no concurso realizado em 1930. Revista *A Semana*, 04/10/1930, nº. 638, sem paginação.

² A cena narrada de forma hipotética ilustra aquilo que esteve presente nas fontes consultadas, e que permitem falar de uma admiração por aquele astro entre as plateias daqui, especialmente entre as mulheres. Cf: Coluna “Do coração aos lábios”, BELÉM NOVA, 25/10/1924. n. 24, Idem: 08/11/1924. n. 25. Isso pode ser observado ainda através da crônica de *A Semana*, de 19/01/1924, que classifica aquele ator como o príncipe dos atores e o preferido das plateias. Ou na crônica que revela o interesse do “velho” em parecer com aquele ator, observada em *A Pirralha*, 06/10/1928, nº8, p. 10. A alusão aos sonhos e devaneios femininos tendo Rodolfo Valentino como protagonista pode ser lida em MORIN, Edgar (1989) e CAWTHORNE, Nigel (2004).

O filme *The Four Horsemen of the Apocalypse* [*Os Quatro Cavaleiros do Apocalipse*] de 1921, famoso pela cena do tango narrada, mostra um Rodolfo Valentino³ confortável no papel de um sedutor dançarino de tango. Valentino, que já havia passeado por várias ocupações, inclusive a de dançarino profissional, seduzia uma grande quantidade de mulheres no mundo todo. Com seu estilo, "O Grande Amante Latino" (*The Great Latin Lover*) do qual era intitulado, povoava os sonhos de algumas das mocinhas e senhoras que frequentavam as *soirées* da moda do *Olympia*, como será visto mais a frente⁴.

O filme e a penumbra ajudavam a criar uma atmosfera propícia para esse encantamento. No cinema, para que fosse efetivada a prática da sedução de Valentino, os espectadores precisavam sentir como real e vivenciada a cena que estava sendo assistida. Para que houvesse esse desprendimento do mundo "real" e o ingresso naquilo que é chamado pela semiótica da cultura como a "segunda realidade"⁵ era necessária à

³ Rodolfo Alfonso Raffaello Pierre Filibert Guglielmi di Valentina d'Antonguolla, ou simplesmente Rodolfo Valentino, assim cabendo nas marquises dos cinemas, fora a primeira grande estrela da Metro. Apesar do nome pomposo, Valentino, nascido em 6 de maio de 1895, pertencia a classe média italiana, era filho de um veterinário do exército. Antes de se tornar *latin lover* ele passou por diversos empregos, passando desde lavador de pratos à dançarino de aluguel. Fora o filme "Os quatro cavaleiros do apocalipse", um dos maiores sucessos de 1921, que lhe rendera a fama de astro internacional. Muito criticado e taxado de homossexual, Rodolfo Valentino teve sua carreira interrompida de maneira brusca, em 1926, quando através de uma úlcera perfurada teve seu falecimento em 23 de agosto daquele ano. Mesmo após a sua morte, inclusive décadas depois, os fãs-clubes deste ator permaneceram em atividade espalhados em vários países do mundo. Cf: SABADIN, Celso. (2009), CAWTHORNE, Nigel (2004).

⁴ Há uma grande discussão sobre a forma como Valentino dança o tango no referido filme. Alguns defendem que ele reproduz um modelo de tango, chamado de "tango de Hollywood", que distorcia e ou criava a partir da década de 1920 um novo estilo de tango tipicamente norte-americano. Vernon e Irene Castle são apontados como os precursores desse "novo estilo" os dois criaram moda nos Estados Unidos e no mundo, através de suas peças na Broadway e filmes com sua dança, chamada até hoje de New Ballroom Dance. Sobre isso acessar: <http://criatango.blogspot.com>. e <http://www.lusitango.com> Acessados em 06/06/2010. O fato é que para muitos dos que assistiam ao filme, informações como essas tinham pouquíssima relevância diante da beleza da cena. No filme, Júlio, personagem de Rodolfo Valentino, é descendente de uma abastada família argentina. Os anos que antecederam a Primeira Guerra Mundial fizeram com que os membros daquela família se deslocassem para a Alemanha e França. Júlio opta por refugiar-se na França, onde ele abre um estúdio de arte. Aqui, ele tem um tórrido romance com Alice Terry, esposa de um advogado. O início da Primeira Guerra Mundial muda os rumos da história, pois através dela, a amante de Júlio se junta à Cruz Vermelha e o seu marido, ao exército. , quando visitado pelos fantasmas dos quatro cavaleiros - guerra, conquista, fome e morte -, Julio, finalmente abandona a sua inércia em relação a guerra e resolve participar. Vale lembrar que o filme foi uma adaptação para cinema, por June Mathis, do livro de Vicente Blasco Ibanez com o mesmo nome. Cf. BERGAN, Ronald. (2007).

⁵ A "Segunda Realidade" é formada por textos culturais, definidos por Ivan Bystrina como "imaginativos e criativos", por sua vez, essenciais para a sobrevivência psíquica do homem. As estruturas da segunda realidade, segundo ele, são primeiramente armazenadas no inconsciente, surgindo apenas através de processos criativos. Assim nesta realidade, codificada a partir de raízes básicas como o

construção de um cenário propício para isso. Sem dúvida, a imagem é um dos principais mecanismos de superação da “primeira realidade”, mas a imagem por si só não consegue “transportar” o espectador para outra realidade que não a sua. No caso do cinema, estar acomodado de maneira confortável em um lugar arejado, seguro e protegido da chuva, sol, frio, mas principalmente de incêndios, temor que assolava vários espectadores em diferentes salas do país ⁶, era, e é até hoje, elemento fundamental para que se criasse esse clima de sedução e envolvimento com as imagens que estavam sendo visualizadas.

Dessa maneira, o presente tópico propõe-se a discutir como as salas de exibição da cidade de Belém estavam estruturadas nos anos de 1920 a 1930. Elementos como cadeiras, ventilação e música nos ajudam a compreender como os filmes eram recebidos pelos espectadores nesses salões. Tal análise é tomada aqui como um pressuposto fundamental para a compreensão das interferências do cinema na construção de representações sociais. Além disso, outras formas de atração e interação com o público na capital paraense, criada pelas salas de exibição como a criação de sessões em benefício e a aliança entre os cine-salões com algumas empresas na promoção de entrega de brindes e na realização de sorteios, também serão discutidas neste espaço. A reflexão acerca de tais questões se justifica por acreditar-se que essas atividades surtiam efeitos significativos na formação dos públicos e na constituição de grupos frequentadores.

Os anos de 1920 marcaram o estabelecimento de uma rede fixa de salas de cinema na capital paraense. Essas salas apresentavam diferenças galopantes na sua estruturação, o conforto que se poderia usufruir em determinadas casas era imensamente contrastante com o desconforto de outras. Os recursos possuídos pelos proprietários eram fundamentais no “equipamento” das salas. Aqueles que não pudessem importar os mais

imaginário, os sonhos, as atividades lúdicas e produção criativa, o que antes era considerado estranho perde o seu caráter terrível e pode vir a ser assumido sob nova forma. Ainda para Bystrina, a segunda realidade só é possível, por que os homens desenvolvem competências para viver um mundo existente no plano das abstrações. Sobre isso, ver BYSTRINA, Ivan. *Semiótica da Cultura: Alguns conceitos semióticos e suas fontes*; BYSTRINA, Ivan. *Cultura e Devoração: As raízes da cultura e a questão do realismo e do não-realismo dos textos culturais*; BYSTRINA, Ivan. *Inconsciente e cultura*; BYSTRINA, Ivan. *Soluções Simbólicas para a Assimetria dos Códigos Culturais*. Disponíveis no Centro Interdisciplinar de Semiótica da Cultura e da Mídia. <<http://www.cisc.org.br/linhas/>>. Acesso em 10 abr. 2010. Consultar ainda: BYSTRINA, Ivan. Apud: BAITELLO JR, Norval. **Os meios da comunicação**. São Paulo: Annablumme – CISC, 2005.

⁶ Sobre isso Cf: SOUSA, José (2004); STEYER, Fábio (2001). SILVA, Márcio (2007).

modernos equipamentos tinham que se contentar com os bancos corridos e a pouca ventilação.

Havia toda uma mística em torno do hábito de ir ao cinema. A própria diferenciação das salas de projeção traduzia-se como um elemento de distinção social. Na Belém dos anos de 1920, a criação de um ambiente favorável ao ato de assistir a um filme era fundamental, e para aqueles que não possuíam invejáveis estruturas como as do cinema *Olympia*⁷, impunha-se a necessidade de criação de estratégias para desviar ou amenizar problemas como o perigo de incêndios, o desconforto, a chuva e o calor. A capacidade de lotação e o conforto contribuíam para uma espécie de “classificação” dos cinemas nas propagandas. Diferentemente das salas que se auto intitulavam de “luxo”, as ditas “populares” apresentavam acomodações bem mais modestas.

A infraestrutura não era o único elemento que atuava na “sedução” dos espectadores. A música era algo fundamental na criação de uma atmosfera mágica de envolvimento com os filmes, obviamente que nem todas as salas tinham recursos para contratar as bandas que davam vida às projeções e animavam as conversas e *flirt's* nos salões de espera. Desse modo, o acompanhamento musical dependia do “nível” da sala. A inserção da música no cinema ocorreu em decorrência da necessidade de atrair público, principalmente após o surgimento do filme de enredo, quando a música tornou-se quase que indispensável para a construção da atmosfera que se desejava, fosse ela cômica, dramática ou romântica⁸.

Os músicos ocupavam um papel de destaque no cenário dos cinemas. Berillo Marques já falava em 1921 dos músicos excêntricos que compunham as “orchestras typicas” e os “jazz-bands bizarros” e que já se configuravam em *habitués* dos salões de exibição de Belém e ainda da presença dos “músicos de cor” que alegravam e divertiam o salão de espera do cinema *Olympia* quando tocavam “excellentes peças”. A crônica de Marques permite pensar que ao menos uma parte desses músicos que trabalhavam para as empresas de exibição fílmica, eram músicos de fama na cidade, “admirados e

⁷ O cinema *Olympia*, mais do que o valor dos filmes, atraía pela infraestrutura que apresentava. Quando de sua inauguração em 1912, possuía quatrocentas poltronas, dez ventiladores elétricos, seis portas e quatorze janelas, o que era considerado algo grandioso para a época. A própria construção, obedecendo ao estilo eclético, atraía por seu esplendor. Além do salão de projeções, apresentava um luxuoso salão de espera. O teto do cinema era todo decorado em gesso e chumbo apresentando desenhos suaves em alto-relevo, sendo que as luminárias eram de ferro importadas da França.

⁸ Cf: TINHORÃO, José (1972).

aplaudidos em toda parte” (A SEMANA, 29/10/1921, n.186, sem paginação). Assim como era o caso do musicista José Pontes Nepomuceno.

Nepomuceno foi um importante pianista e compositor daqueles anos de 1920, uma de suas composições que ganhou destaque no ano de 1922, chegando a ser notificada pela revista *A Semana*, foi à valsa “A soberana do mundo”⁹. Fica claro com isso que a relação entre os músicos e o cinema não dizia respeito apenas à utilização daqueles espaços como ambiente de trabalho, mas que, os próprios filmes exibidos serviam de inspiração para aqueles músicos. Para boa parte dos cinemas que anunciavam suas programações na *Folha do Norte*, as inaugurações e eventos eram o ponto culminante para a presença dos músicos, pois as apresentações daqueles, juntamente com a programação do filme, eram caprichosamente divulgadas pelo jornal. Ocasões especiais como a exibição de uma sessão em benefício eram marcadas pela presença de números musicais, que poderiam ocorrer antes, depois ou em ambos.

Além da música, outros mecanismos para atração do público eram amplamente utilizados pelos cinemas de Belém naqueles agitados anos de 1920. A relação entre os exibidores e os espectadores passava por várias estratégias de sedução. As empresas exibidoras promoviam a entrega de brindes e a promoção de sorteios como uma dessas estratégias. A exemplo do cinema *Fuzarca*, que em 1930, fez uma distribuição entre os seus frequentadores, de dez mil amostras de pó de arroz “*hovenia*”, este mesmo produto também chegou a fazer a alegria dos “*habitués*” do cinema *São João*.

No caso de Belém, a maior parte dos brindes encontrados nas fontes pesquisadas, era de produtos voltados para o público feminino, o que revela a presença marcante das mulheres nos espaços dos cinemas e a preocupação dos exibidores em agradar esse público específico. Além das entregas de brindes, as empresas, vez por outra, realizavam sorteios, nas salas de exibição, para atrair ainda mais pessoas para dentro daqueles espaços. O cinema *Olympia* em conjunto com o cinema *Iracema*, por exemplo, chegaram a sortear uma bicicleta.

⁹ “A soberana do mundo”, fonte de inspiração de Nepomuceno, foi um grande sucesso exibido pela empresa Teixeira Martins no ano de 1922, anunciado como o maior “portento da cinematographia allemã. Um desafio a todas as obras de arte passadas, presente e futuras! Protag. A inconfundível Mia May 30.000 interpretes e figurantes! UM ASSOMBRO!”. A expectativa em torno da exibição deste filme era tamanha que o *Olympia* chegava a publicar que aquele era “o film de 1922! o film que maior número de espectadores vae attrahir” àquele cinema. (REVISTA A SEMANA, 11/02/1922, n.201).

O ato de assistir a um filme era apenas uma parte do “ritual” de frequência dos cinemas. Para os espectadores, o cinema era um espaço de interação social, um espaço para se “*flertar*”, fazer negócios e ainda de conexão à vida moderna. É notório que este ritual iniciava-se antes mesmo do ingresso às salas de cinema. Para além da circularidade dos filmes e do valor dos ingressos, o público deveria identificar-se com as salas e essa identificação não pode ser pensada somente em termos materiais concretos mais principalmente através de construções ideológicas¹⁰. Porque, mais do que assistir em primeira mão ao filme que circularia pela cidade, ou pagar mais, era importante frequentar um espaço desfrutado, pretensamente, por “iguais”, sejam eles identificados com a elegância, com o “*smartismo*”, com a “boa” conduta moral e preservação dos valores familiares ou simplesmente por serem “modernos”. Daí a importância fundamental da propaganda para deixar claro ao público que tipo de cinema ela estava sendo convidado a frequentar.

Toda a velocidade que esses novos tempos impunham, com o trem, os novos vapores, o automóvel, a aviação, o telégrafo, o telefone, estendiam-se também à comunicação das notícias. Aquele cenário favorecia o surgimento de uma imprensa mecanizada e “beneficiada pelos métodos fotoquímicos de impressão e reprodução da imagem (...), através da fotografia e seus derivados, o clichê em cores e a rotogravura” (MARTINS, 2008: 107). Na ponta estavam as revistas ilustradas, que vinham tomando corpo desde fins do século XIX. Atendendo aos anseios de diferentes grupos sociais, como homens de negócio, mães de família, crianças em idade escolar e moças, entre outros, elas apresentavam uma grande variedade temática.

Cinema, notas sociais, moda, esportes, teatro, literatura, esses eram alguns dos temas que estampavam as páginas de revistas como *A Semana*, *Belém Nova*, *Caraboo*, *Gente Nova*, *Paraoara*, *Guajarina*, que circulavam por Belém naqueles anos de 1920.

¹⁰ É importante lembrar que as empresas distribuidoras faziam contratos com os proprietários de um circuito. Conforme Graeme Turner, até a década de 1940 existia os chamados *block booking* ou aluguel de lotes de filmes, no qual, os produtores através de um acordo com os exibidores, alugavam um pacote fechado de filmes, sem direito a escolha. “isso garantia a exibição do produto fazendo com que o exibidor arcasse com a maior parte do risco no que diz respeito ao sucesso ou fracasso do filme”. cf. TURNER, Graeme. (1997), p. 24. Nessa perspectiva, os filmes que chagavam em Belém eram em sua grande maioria comprados da região sul, pouco se alugava filmes, esses eram adquiridos em lotes que depois de lançados passavam a ser revendidos, inclusive para estados vizinhos. Essa comercialização era feita somente depois dos filmes terem encerrado todo o circuito, com direito a reprises, se fosse o caso. Sobre isso cf. VERIANO, Pedro. (2006). Desse modo, os filmes que eram exibidos nas diferentes salas de projeção da cidade, eram basicamente os mesmos.

Aqueles temas eram apresentados pelos literatos como aspectos das mudanças processadas naquele momento. Amostras de uma cidade pulsante que ansiava sentir-se moderna. Essas revistas passaram a ser um dos veículos de divulgação mais utilizados pelas salas de cinema da década de 1920. Aproveitando-se da característica das revistas de serem voltadas para uma diversidade de público leitor, as empresas proprietárias de salas de exibição utilizavam-se daquelas para seduzir os leitores a frequentarem os seus salões de exibição¹¹.

A figura do espectador foi sendo construída e modificada dentro da própria trajetória da indústria cinematográfica. A presença deste tornou-se fundamental para a consolidação do cinema enquanto arte, isto porque a projeção de uma película só tem significado se ela for assistida. O cinema não existiria senão pela presença de plateias que atribuem sentidos às formas visualizadas na tela. As empresas exibidoras, por seu turno, foram se moldando ao longo do tempo conforme as especificidades das sociedades nas quais se encontravam inseridas, com feições mais democráticas ou mais seletivas, de acordo com o público. As plateias, desse modo, sempre interagiram diretamente com o cinema em uma troca constante de influências. A indústria cinematográfica é tanto influenciada quanto é influenciadora.

As plateias interferem tanto na construção das salas, quanto na criação dos filmes. De fato, na capital paraense, a criação de número significativo de salas que se diziam “populares” e que faziam apelo às “classes menos favorecidas” nos anos de 1920, é um reflexo das imposições do público. Tais salas não seriam construídas se não houvesse grupos sociais específicos para os quais elas fossem voltadas¹². Caso

¹¹ Essas revistas, não se restringiam apenas aos anúncios da programação dos cinemas. *A Semana*, por exemplo, possuía no início dos anos de 1920 uma coluna chamada “*A arte do silêncio*”, assinada simplesmente por *Operador*, que ricamente ilustrada dava notas biográficas sobre os artistas da tela e ainda fazia algumas análises fílmicas. Em 1928, outra coluna marcava a relação entre o cinema e aquele periódico. “*A Semana Cinematográfica*”, diferente do formato adotado pela coluna de 1920, fazia comentários específicos sobre os filmes exibidos em alguns cinemas da cidade, como *Olympia* e *Eden*, que dependendo do gosto de *Carlos Valentino*, poderiam receber notas que variavam de 0 a 10. Da mesma forma, a revista *Belém Nova* através da coluna “*Arte dos gestos e dos olhares*” publicava notícias sobre os filmes que estavam sendo feitos, das contratações de atores e com menos frequência da compra de salas de projeção.

¹² O posicionamento de Severiano Ribeiro diante do projeto de Francisco Serrador de construção da Cinelândia paulista, “um bairro sofisticado e culturalmente atraente”, no qual Severiano criticava, e ao contrário disso, apostava nos cinemas de Bairro, onde o aluguel, ou aquisição dos edifícios eram mais baratos, demonstravam a importância do público, neste caso do público de bairros periféricos, nos rumos dos negócios, posto que, para Severiano, a dedicação aos cinemas de bairro era entendida como um “investimento seguro” (VAZ, 2008:96).

contrário, a empresa Teixeira Martins, proprietária das principais salas de exibição voltadas para o público *rafiné*, não julgaria “acertado fazer erigir uma casa de diversões para as classes populares. E não se enganou a próspera empresa, pois que dos seus salões ocorreu um público ávido por desfrutar de momentos de alegria” (A FOLHA DO NORTE, Belém, 25 de maio de 1926, pag. 02). Fica explícita aqui a relevância dos frequentadores no processo de estabelecimento do cinema como forma de lazer na capital paraense.

Os cinemas configuram-se como espaço privilegiado de interação social. As pessoas acorriam para as salas de exibição não apenas para assistir aos últimos sucessos cinematográficos, mas também, e às vezes, principalmente, para encontrar pessoas, exibir-se, namorar ou simplesmente *flanar*. Daí a necessidade de compreender as formas de sociabilidade processadas no interior daquelas salas, nas quais estão incluídos laços de solidariedade, relações afetivas, tensões sociais, estratégias de autopromoção, mexericos da vida mundana. O cinema marca assim um diferente tipo de sociabilidade urbana, e que dentro da esfera do lazer nos ajudam de uma maneira geral, a uma melhor compreensão da própria cidade.

Os cinemas de Belém nos anos de 1920 eram frequentados por uma grande variedade de tipos sociais, portanto, não podemos classificá-los somente como divertimento dos grupos letrados e abonados financeiramente e tampouco como um entretenimento exclusivamente operário¹³. A forma como este público interagiu com o cinema não poderia dar-se de maneira simples, pois cada um dos tipos e grupos sociais que frequentavam as salas de exibição reagiam guiados por diferentes motivações.

Nos cinemas contemplados pelas fontes consultadas, criava-se um corpo de espectadores que se conheciam e que eram “*habitués*” das exibições fílmicas, o que permitia inclusive comentários sobre a vida íntima dos mesmos. Eles reconheciam-se e identificam-se pelo nome. Desse modo, podemos entender o cinema como importante espaço de sociabilidades que permitia a construção de laços afetivos no interior de suas sessões.

¹³ Segundo Robert Sklar, inicialmente, o cinema nos Estados Unidos tinha características operárias e era visto pelas elites como um lixo imoral que só servia para os membros da classe operária, esta situação começou a se modificar somente no pós-guerra, quando as platéias de cinema, aos poucos cede espaço também para a classe média norte-americana. C.f. SKLAR, Robert (1978).

Os *habitués* formam um grupo de espectadores privilegiados pelas crônicas das revistas de mundanismo. Aqueles mereciam notas por não faltarem as sessões cinematográficas nem nas ocasiões mais inapropriadas, como os dias chuvosos. Uma destas figuras era o coronel Theodomiro Martins, um burocrata federal e presença cativa nas sessões do *Olympia*. Todas as noites, independentemente do clima, com chuva ou sem chuva, “ele estadeia numa das cadeiras do elegante cine-salão, para admirar as summidades da scena muda” (A SEMANA, 20/05/1921, n.164).

O tipo físico e, ainda, aspectos da personalidade de determinadas pessoas serviam para identifica-las com estrelas do cinema. É muito recorrente nesta documentação as comparações, a maioria em tom de galhofa, entre os frequentadores das salas com os artistas que estrelavam os filmes. Assim, da mesma forma que o cinema influenciava sentimentos e sonhos ele aparecia aqui nas conversas e formas de tratamento. O sr. Ribamar Pereira, por exemplo, em uma conversa entre dois *almofadinhas* era identificado como o Chico Bóia que havia fugido do cinema (A SEMANA, 01/05/20, sem paginação).

O Moacyr Motta, agora era o John Barrymore da 28 de Setembro, como o chamam as garotas frequentadoras das *matinéés* domingueiras do *Iris* (BELÉM NOVA, 10/15/1928, sem paginação). Barrymore foi um dos mais importantes atores americanos da década de 1920, famoso por interpretar personagens shakesperianos, ele ficou conhecido como “o grande perfil”¹⁴. Alguns dos colaboradores da revista *Belém Nova*, também aderiram a esse tipo de tratamento, a exemplo do que foi feito com o cearense Messias Pedro Gusmão (rei do calor) um artista popular, que foi apresentado pela revista, através de uma comparação com Houdini, um grande ilusionista, que ganhou visibilidade em Belém graças às exibições fílmicas de seus feitos. O “rei do calor” cearense, por desvencilhar-se de cordas e correntes quando amarrado, é lembrado aqui como um “rival destemido de Houdini” (BELÉM NOVA, 10/15/1928, sem paginação).

Até mesmo o ator americano Harold Loyd, afamado por seus papéis cômicos, também encontrou um “sósia” na cidade de Belém. “o Brito Pereira é o Harold Loyd em pessoa, dizia uma ‘girl’(...) Olha os óculos, exactamente os do Harold Loyd, olha(...) (BELÉM NOVA, 01/12/1923, n.293). Se a semelhança vinha dos óculos, uma das

¹⁴ Biografia de John-Barrymore encontra-se disponível em: <http://www.biography.com/articles/John-Barrymore>. Acesso em: 12/06/2011.

marcas registradas daquele ator, não seria de se estranhar que vários *Harold Loyd's* caminhassem pelas ruas de Belém, devido ao grande consumo de produtos identificados com artistas da cena muda. Como não poderia ser diferente, o galante Rodolfo Valentino também era um dos que por aqui poderiam encontrar seus similares. “Por ser careca, um velho residente na Av. São Jeronymo entre Quintino e Rui Barbosa, julga ser um segundo Rodolpho Valentino; porém, o mais importante é que o cujo está cavando uma menina de 99 janeiros. Vamos gostar, mas assim...” (A Pirralha, 06/10/1928, nº8, p. 10).

Nos cinemas “elegantes”, como *Olympia*, *Palace Theatre* e *Iracema*, a presença de “doutores” e coronéis era frequente. Para lá iam sempre as “famílias mais distintas do meio”, e com elas um grande número de mulheres, que na sua maioria eram as “senhorinhas mais elegantes”. Elas eram presenças cativas nos cinemas da cidade, sendo em muitos momentos presenteadas por brindes, elas floreavam as salas de exibição com seus vestidos e cabelos modernos. A relação entre algumas dessas mulheres com o cinema era de uma proximidade tão intensa que chegou-se mesmo a criar uma coluna “*Do coração aos lábios*” na revista *Belém Nova*, com entrevistas curtas, perguntando às mulheres se o cinema as seduzia e qual era o seu artista cinematográfico preferido.

Em boa parte das falas, o cinema foi posto como um veículo para outras realidades, como aquele que “dá margem a divagações”, como um “entretenimento para o espírito”. Isso é induzido pelo seu poder de realizar desejos impedidos na vida real, mas, realizáveis nos sonhos e na imaginação. O cinema se insere em uma realidade onírica na qual é possível sentir-se vivendo uma “segunda realidade”. É muito provável que várias mulheres na exibição do filme “Os Quatro Cavaleiros do Apocalipse”, tenham se sentido, embaladas pelo tango, em uma estranha sensação, como se elas estivessem sendo conduzidas pelo galante Valentino, preferido por 33% das entrevistadas¹⁵.

As mulheres detinham uma atenção especial por parte dos exibidores, tanto é que o cinema *Olympia* em parceria com a revista *A Semana*, realizou um concurso em 1930 para escolher a mais linda frequentadora daquele cine-salão, que funcionava da seguinte

¹⁵ Sobre isso, Edgar Morin, coloca que o cinema corresponde a “necessidade de fugirmos a nós mesmos, isto é, de nos perdermos algures, de esquecermos os nossos limites, de melhor participarmos do mundo”. (MORIN, 1997: 134).

maneira, a revista distribuía os cupons de votação entre seus leitores que deveriam ser postos nas urnas instaladas no próprio cinema. O concurso contou ainda com a colaboração da *Casa Coty*, que ofereceu a vencedora um “raro estojo de perfumes, marca Coty” e dos srs. Lima e Victorão, que ofertaram à ganhadora um “luxuoso brinde”. Além desses, a vencedora do concurso Alza Campos que obteve 18 votos, ganhou um prêmio não revelado da empresa Teixeira Martins.¹⁶ Para a abertura das urnas, foi criada uma assembleia especial no “hall” do cinema *Olympia* que contou com uma plateia atenta para a contagem das cédulas.

“Era , porém, impossível, humanamente impossível ver toda gente que estava no salão. Mlls. Mariana Chermont, Eneida Costa, Perpétua Coutinho de Oliveira, Silva Santos, Filipina e Alice Lobo, Inah Simões, Maria Bittencourt, Isolina e Thereza Coutinho, Maria e Alzira Azambuja, Viscondessa de Augusto Corrêa, Fernanda e Consuelo Mello e vinte e outros inundavam o Olympia com sua graça e seu encanto”. (A SEMANA, 04/10/1930, p. 15)

A crônica assinada por Judex ratifica a noção de que as mulheres eram um dos grupos de frequentadores cativos que lotavam os cinemas locais, daí a grande preocupação dos exibidores para com os brindes e “adulações” a elas.

É importante lembrar ainda que estas mulheres não pensavam e se comportavam da mesma maneira. Havia diferentes tipos de mulheres que frequentavam aqueles espaços. A convivência forçada entre os espectadores era marcada também pela presença incômoda de algumas frequentadoras que distoavam daquilo que se esperava para o público feminino das salas. Nesse grupo de frequentadoras “indesejadas”, estavam às chamadas “cocotes”.¹⁷

Sempre sozinhas, sem a companhia de nenhum homem, elas circulavam entre os cinemas mais “elegantes” da cidade chamando atenção por onde passavam. Os vestidos e as riquíssimas joias exibidas pelas “cocotes” contribuía ainda mais para torná-las distintas das demais damas que frequentavam os salões de exibição. Obviamente que não faltavam comentários sobre as suas vidas íntimas, inclusive, as mesmas eram

¹⁶ A Semana, 04/10/1930, n. 638. O resultado final do concurso foi: primeiro lugar Elza Campos com 18 votos, em segundo Alba Maneschy com 6 votos, em terceiro vieram empatadas com 3 votos cada as senhoritas Daisi Veiga, Nathercia Trindade e Ruth Silva, em quarto com 2 votos Heliana Miranda e apenas com um voto cada, vieram em seguida as “senhorinhas”: Helda jucá, Maria Miranda, Odette Nobre, Elza Bezerra e Sylvia Loyola.

¹⁷ *Cocottes* eram as mulheres, geralmente vindas da França, que eram sustentadas por ricos senhores.

identificadas de acordo com o senhor que as patrocinava, como “a Panchita de fulano”, a “Margot de sicrano”.

Além das “*cocottes*”, havia um outro tipo de frequentador que também era incomodo à maioria dos frequentadores dos cinemas, os “*Bolinas*”. Estes eram identificados como os “aproveitadores de mulheres indefesas” que agiam sob a proteção do escurinho das salas de exibição para afagar voluptuosamente certas partes eróticas do corpo feminino.

O espectador do cinema, o qual estamos tratando, não pode ser entendido como uma unidade, na falsa idéia de uma platéia homogênea. Para que se possa compreender a forma como esse meio de comunicação de massa interveio na vida cotidiana daqueles que frequentavam os cinemas da cidade, é importante que se tenha clara a idéia de uma heterogeneidade desse público. O espectador não pode ser entendido como uma entidade abstrata e passiva. Saber da presença dos coronéis, doutores, literatos, dos habitués, das “*cocottes*”, “*bolinas*”, é importante para se pensar as motivações que levavam cada uma dessas pessoas as salas de exibição. A compreensão dessas motivações, que poderiam ser desde a coleta de matéria para as colunas sociais, a exibição das vestimentas e jóias, a bulinação de mulheres e, claro, o ato de assistir ao filme, nos permite pensar em diferentes formas de recepção.

O público que convivia nas salas de cinema, era composto por mulheres, velhos, crianças, jovens. A convivência entre estes diferentes grupos sociais no cotidiano das salas de exibição era marcada por uma série de acontecimentos que serviam tanto para definir laços de solidariedade, quanto para o agenciamento de relações de antipatia. Assim, a visita a uma sala de projeção deixava os espectadores a mercê de acontecimentos que lhes fugiam ao controle e que não eram projetados pelas empresas proprietárias, como fora o caso dos “meninos pobres” que tentavam entrar no cinema. Gestos, olhares, risadas e silêncios também marcavam essa convivência, que merecia destaque nas revistas ilustradas, como o carinho do Sr. Bedê nos “pirralhos travessos” que participavam da *soirée* da moda do *Olympia* em 1920 (A SEMANA, 10/04/1920, n. 106).

O interior das salas de cinema era marcado por uma rede de relações sociais que estrapolava o hábito simples de se assistir a um filme. É sabido que o cinema era um dos cenários preferidos dos jovens da época para os olhares de sedução e namoros à

distância. Para alguns, a existência desse tipo de relacionamento era tão marcante nas salas de exibição que o cinema nem conseguiria sobreviver sem eles. Uma das formas de intimidade observadas nos salões cinematográficos e bastante popular entre estes jovens era o “*flirt*”.

As “tesouradas” ou “trepações”, como também eram conhecida a “arte de falar da vida alheia”, eram muito realizadas nos salões de espera. Para alguns, de uma maneira estranha, aquela prática era tida como sinônimo de “chiquismo” e “elegância”, chegava-se mesmo a valorizar o “costume requintadamente civilizado da trepação”. Desde a entrada na *soirée* da moda do *Olympia* até a estadia no salão de espera, participava-se essa ácida arte de falar da vida alheia. Naquele cinema:

“às 8 ½ é uma tragédia. Ninguém escapa. Formam-se os grupinhos. Aqui os “sportman”... Genaro, Virosas, Dorinho... Abreu, Bordallo, Olavo... Daniel. Dudu, Francellizio... Alli os “encantadores”... Carlos Eduardo, Moacyr... Aladio, Pernanbuco, Bedê... Hélio Coelho, Oswaldo Orico, João... são os campeões da tesoura”. (A SEMANA, 24/04/1920, n. 108)

Além desses grupos as “*melindrosas*” também se reuniam para se divertir com a observação dos “gaviões” que faziam pose na sala de espera ou para falar daqueles que traíam “a olhos nus”. Depois de formados os “grupos”, iniciavam-se os comentários sobre as pessoas que entravam na sala ou que chegavam as portas do cinema. Muitos eram os “tesouradores” que se reuniam no *terrasse* do *Grande Hotel*, antes de iniciar a primeira sessão noturna do *Olympia*, como Jacyntho Ferro, senador Marcos Nunes, dr. Mello César, Joaquim Pimentel, entre outros. Era a noção de uma intimidade com a história do outro que permitia os comentários de caráter particular sobre a vida dos frequentadores (A SEMANA, 24/04/1920, n. 108).

Sabia-se e comentava-se intimidades como, se a pessoa era casada, noiva, namorada, se estava traindo, se estava atraída por alguém. Tudo era assunto a ser amplamente debatido nos salões de espera. Como o caso do “dr. do cinema Ideal”, um advogado que após o cumprimento de suas obrigações utilizava o cinema para se distrair. E era alvo de comentários do tipo, “como é belo ver o dr. no cinema Ideal, ao lado de seu Ideal”, referindo-se ao possível interesse do advogado por uma mulher (A SEMANA, 22/04/1922, n.210). O cinema Ideal também serviu de cenário para os ácidos comentários de Johon Krisch, colunista de *A Semana*, sobre um tal “confrade S. R. de O.” que demonstrava seus sentimentos por uma normalista em uma das sessões daquele

cinema (A SEMANA, 13/05/1922, n.213). Um proprietário de um cinema de bairro, o qual não é denominado, é lembrado pelo fato de prestar mais atenção “a garridice da estonteante senhorinha” do que no próprio filme (A SEMANA, 22/07/1922, n.223). Nem o respeitado Edgar Proença escapava as tesouradas. “vi sexta feira no Olympia bancando gente de imprensa, para a sessão, a primeira, entrar de beijo o Proença” (A SEMANA, 28/10/1922, n.236).

Conforme as crônicas das revistas, as fofoca configuravam-se com um dos elementos marcantes no interior das salas de cinema, pois, ela também representava o cuidado dos indivíduos com seus interesses particulares, haja vista que, a mesma poderia ser utilizada na manipulação de informações. Os dados repassados através das “trepações” poderiam ter o objetivo tanto de causar uma boa impressão quanto de parecer superior na competição com seus rivais. “A fofoca é fundamental na construção, manutenção e destruição da honra ou reputação de uma família ou de um indivíduo”. Deste modo, a prática das tesouradas contribuía para a construção de uma “imagem pública” daqueles que frequentavam aqueles espaços ¹⁸.

Os espectadores eram sujeitos ativos que expunham suas opiniões de diferentes maneiras. Além de falarem uns dos outros, eles também falavam dos proprietários das salas, e sobre estes reclamavam por aquilo que lhes parecia justo. Assim como nos filmes, em que o espectador é um interlocutor e intérprete ativo que pode negociar tal posição em razão de gosto, ideologia e contexto cultural individuais, nas salas de cinema esta negociação também era possível. Os frequentadores não foram meros receptores passivos, vítimas das normas e estruturas impostas pelas salas. De maneira direta eles reclamavam por aquilo que os desagradava no interior daqueles espaços e em alguns casos, rezingavam com objetivos de barganhar melhorias.

Na construção de uma película, os produtores sempre a fazem pensando no receptor. A participação dos receptores se faz presente desde a definição das técnicas e linguagens a serem adotadas na produção de um filme, à própria recepção do mesmo. Posto que, também é uma forma de participação a atribuição de significados. O espectador interpreta e atribui significados de acordo com a sua subjetividade, por conta

¹⁸ Para Peter Burke, a fofoca foi durante muito tempo, negligenciada pelos historiadores, e somente nos últimos anos este tema passou a ganhar importância nas análises históricas. Nestes últimos momentos, trivialidades como a fofoca, passaram a ser percebidas como importantes indícios da mentalidade de uma época, e, portanto, um importante meio de se conseguir uma maior compreensão de uma cultura do passado. (BURKE, 2009: 219).

disso não podemos afirmar que exista apenas um significado absoluto em cada obra, haja vista que, as mensagens são interpretadas livremente por cada um dos que a recebem.

A forma como as *melindrosas* assistiam a dança de Rodolfo Valentino, ao certo, não era a mesma que os “meninos pobres”. Por mais que se assistisse a mesma cena, ela é vista e interpretada de maneiras diferenciadas por aqueles espectadores. Elementos como identidade, história individual, e ainda, talvez de maneira mais relevante, as motivações que levavam aqueles indivíduos às salas de cinema, imprimiam às cenas assistidas significados que poderiam fugir daquilo que era previsto e planejado pelos exibidores.

O espaço das exhibições fílmicas servia como lócus de sociabilidade deste público ativo, que construía nestes espaços diferentes redes de relações. Os namoros, as brincadeiras, a solidariedade, estreitavam os laços entre os frequentadores, atuando por vezes, como um meio de reafirmação de uma identidade de classe. As reclamações, por outro lado, demonstravam as feições de um público participativo, que manifestadamente se incomodava com aspectos presentes nas sessões, como o cigarro, a carestia dos ingressos e até mesmo a música nas salas de espera, e que, em alguns momentos, criavam relações de animosidades entre si, como antipatias e competições.

O cinema como espaço de interação e sociabilidade, deve ser pensado de uma maneira múltipla e diversa, como um meio de comunicação de massa¹⁹ que através do estímulo a criação de hábitos, costumes, e padrões de consumo, modificou de forma definitiva as formas de ver e perceber o mundo.

¹⁹ Segundo Edgar Morin, após o fim da segunda guerra mundial, a sociologia americana reconheceu o que chamou de “Terceira Cultura”, oriunda da imprensa, do cinema, do rádio, da televisão, e a denominou de *Mass culture*. A Cultura de Massa é produzida segundo as normas da fabricação industrial e ela é destinada a uma massa social, a um grande aglomerado de indivíduos. Para Morin, a cultura de massa é em si uma cultura: “ela constitui um corpo de símbolos, mitos e imagens concernentes a vida prática e a vida imaginária, um sistema de projeções e de identificações específicas. Ela se acrescenta a cultura nacional, a cultura humanista, a cultura religiosa, e entra em concorrência com estas culturas” (MORIN, 1969, p. 17). A datação proposta por Morin e vários outros estudiosos que centra o surgimento da teoria da sociedade de massa entre os anos de 1930-1940, é amplamente questionada por Jesús Martín-Barbero, segundo o qual, esses estudos, desconhecem as matizes históricas, sociais e políticas deste conceito, que segundo ele, no período apontado como de sua gênese, já tinha quase um século de vida. Iniciando-se por volta de 1835, quando começa a ser gerada uma nova concepção do papel e do lugar das multidões na sociedade, esta marcada pelo constante “medo das turbas”. Sobre isto cf: MARTÍN-BARBERO, (2001).

REFERÊNCIAS

- BENJAMIN, Walter. *A obra de arte na era de sua reprodutibilidade técnica*. In: ROUANET, Paulo. **Magia e Técnica, Arte e política**: obras escolhidas. v. 1. São Paulo: Brasiliense, 1986. p.165-196.
- BERGAN, Ronald. **Guia Ilustrado Zahar: Cinema**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2007.
- BOURDIEU, Pierre. **A distinção**: crítica social do julgamento. São Paulo: Edusp; Porto Alegre, RS: Zouk, 2007.
- BURKE, Peter. **O historiador como colunista: Ensaios da Folha**. Trad. Roberto Muggiati. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2009.
- CAWTHORNE, Nigel. **A vida sexual dos ídolos de Hollywood**. Rio de Janeiro: Ediouro, 2004.
- CHARNEY, Leo; SCHWARTZ, Vanessa R. (Orgs). **Cinema e a invenção da vida moderna**. 2. ed. revisada e ampliada. São Paulo: Cosac & Naify, 2004.
- COSTA, Renato da Gama-Rosa. *Os Cinematógrafos do Rio de Janeiro (1896-1928)*. IN: **História, Ciência e Saúde**, Manguinhos, RJ, v.1, n. 1, p. 153-168, 1998.
- DUMAZEDIER, Joffre. **Lazer e cultura popular**. 3. ed. São Paulo: Perspectiva, 2000 (Coleção Debates)
- GONZAGA, Alice. **Palácios e Poeiras: 100 anos de cinemas no Rio de Janeiro**. Rio de Janeiro: Record, 1996.
- MARTIN-BARBERO, Jesus. **Dos meios às mediações**. Rio de Janeiro: UFRJ, 2001.
- MORIN, Edgar. **O Cinema ou o Homem Imaginário**. Lisboa: Relógio D' Água Editores, 1997.
- _____ **As Estrelas: Mito e Sedução no Cinema**. Rio de Janeiro: José Olympio, 1989.
- OELZE, B. (org). **Simmel e a modernidade**. Brasília, DF: UnB, 2005. p. 249-267.
- SABADIN, Celso. **Vocês ainda não ouviram nada: a barulhenta história do cinema mudo**. 3ª ed. SP: Summus, 2009.
- SCHVARZMAN, Sheila. *Ir ao cinema em São Paulo nos anos 20*. **Revista Brasileira de História**, São Paulo, Unicamp, v. 25, n. 49, p. 153-174, 2005.
- SEVCENKO, Nicolau. **Orfeu extático na metrópole**: São Paulo, sociedade e cultura nos frementes anos 20. São Paulo: Companhia das Letras, 1992.
- SILVA, Márcio Inácio da. **Nas telas da cidade: salas de cinema e vida urbana na Fortaleza dos anos de 1920**. Dissertação de Mestrado apresentada ao Programa de Pós-Graduação em História Social da Universidade Federal do Ceará. Fortaleza, 2007.
- SKLAR, Robert. **História social do cinema americano**. São Paulo: Cultrix, 1978.

SOUZA, Jose Inácio De Melo. **Imagens do passado: São Paulo e Rio de Janeiro nos primórdios do cinema.** São Paulo: SENAC, 2004.

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

THOMPSON, John B. **A mídia e a modernidade: uma teoria social de mídia.** Trad. Wagner de Oliveira Brandão. Revisão da trad. Leonardo Corretzer. Petrópolis, RJ.: Vozes, 1998.

TINHORÃO, José Ramos. **Música popular, teatro e cinema.** Petrópolis: Vozes, 1972.

TURNER, Graeme. **Cinema como prática social.** São Paulo: Summus, 1997.

VAZ, Toninho. **O rei do cinema: a extraordinária história de Luiz Severiano Ribeiro, o homem que multiplicava e dividia.** RJ/SP: Ed. Record, 2008.

VERIANO, Pedro. **Fazendo fitas: Memórias do cinema paraense.** Belém: EDUFPA, 2006.

_____ **Cinema no Tucupí.** Belém: Secult, 1999.

_____ **A crítica do cinema em Belém.** Belém: Secult, 1983.