



Salas de cinema e mobilidade urbana: dinâmicas dos espectadores- transeuntes em bairros do Rio de Janeiro¹

Talitha Gomes Ferraz²

Escola de Comunicação da Universidade Federal do Rio de Janeiro

Resumo

Nesse trabalho, verificamos o papel das salas de cinema enquanto equipamentos coletivos de lazer, que funcionam em regime de agenciamento com outros equipamentos coletivos urbanos – tais como os meios de transporte e edificações territoriais. Entendendo os cinemas como vetores notáveis para a produção de subjetividade dos sujeitos, examinamos como as pessoas, tendo em vista os rumos à sala de exibição, exercem concomitantemente os papéis de transeuntes e espectadores. Assim, este artigo pretende analisar como, na história do mercado de exibição cinematográfica dos bairros cariocas Tijuca, Botafogo e Barra da Tijuca, os cinemas, e os seus usos, ajudaram a elaborar maneiras diferenciadas de fazer circular pessoas no ambiente citadino, promovendo determinados tipos de acesso ao audiovisual e diferentes soluções para as configurações urbanas e as sociabilidades nesses locais.

Palavras-chave

Salas de cinema; Mobilidade Urbana; Espaço Urbano; Sociabilidade.

1. Introdução

Na história da exibição cinematográfica carioca, o cinema, *equipamento coletivo de lazer* (FERRAZ, 2009), parece ter se atrelado às soluções de mobilidade urbana encontradas para fazer circular as pessoas na cidade. Sem com isso pensarmos em uma sujeição entre salas de cinema e mobilidade, acreditamos que o surgimento dos cinemas contou com a participação de um vetor essencial, que ajudaria na acessibilidade a esses locais e que incidiria na forma como as imagens em movimento cinematográficas se propagariam na malha urbana: o deslocamento de pessoas.

Não condicionamos, todavia, o aparecimento ou o fechamento de salas de cinema às soluções de mobilidade e configuração urbanas que foram se alterando ao longo do século XX (e que hoje seguem apresentando novas disposições). Acreditamos antes que esses dois vetores citadinos – cinemas e formas de circulação motorizadas e

¹Trabalho apresentado no GP Culturas Urbanas, X Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do XXXIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

²Doutoranda da Escola de Comunicação da UFRJ (ECO-UFRJ). E-mail: talitha.ferraz@gmail.com



não-motorizadas – encontraram-se em “agenciamento coletivo”, trabalhando em “co-funcionamento” (DELEUZE e GUATTARI, 1992; 1997) nos processos de construção das cidades e na produção de subjetividade dos indivíduos que vivem e fazem seus percursos no meio urbano. Essas duas noções, “co-funcionamento” e “agenciamento coletivo”, encontradas na esquizo-análise guattariana e na filosofia deleuziana, falam em componentes não submetidos uns aos outros (mas que se afetam mutuamente), e aqui são aplicadas no sentido de uma produção coletiva do espaço urbano, sem privilégios de um ou outro determinado elemento cidadão sobre os demais vetores constitutivos das cidades.

Nos “agenciamentos coletivos”, os elementos heterogêneos funcionam como verdadeiras engrenagens de produção e entre eles não há “a precessão de figuras como sujeito, significante, identidade, representação, que são resultantes possíveis no jogo dos agenciamentos e não identidades primeiras” (CAIAFA, 2007, p. 152). Assim, em contrapartida a uma abordagem supra-histórica para a análise das relações entre os vetores aqui trabalhados, e dos acontecimentos que os agenciam, dialogamos mais com a ideia da “genealogia” foucaultiana, enquanto análise fragmentária e transformável. A ideia de genealogia (FOUCAULT, 1979) tem por fim suscitar as discontinuidades e rupturas que nos atravessam, as diferentes emergências, os lugares de afrontamento das forças de determinado campo, assim como os canais sutis dos exercícios de poder e formações de saberes³.

Com esta perspectiva teórica, verificamos que, no caso de alguns bairros do Rio de Janeiro, tais como Tijuca, Botafogo e Barra da Tijuca, seus pólos de exibição cinematográfica estiveram ligados, desde as suas constituições, às redes de mobilidade urbana e às variadas maneiras de deslocamento encontradas para adensar o ir e vir de pessoas na cidade. Entendemos que na trajetória de vida e morte das salas de cinema desses lugares, e nas suas relações com os diversos tipos de mobilidade urbana que foram se desenvolvendo em cada região, não haveria, *a fortiori*, uma história total, mas rupturas e continuidades.

É revelando uma miríade de possibilidades de usos, ocupações e consumos dos equipamentos coletivos, que a mobilidade urbana se coloca para a sala de cinema. O

³ Foucault, por sua vez, parte de Nietzsche (2009) para trabalhar uma perspectiva genealógica com vistas a uma “história efetiva” sobre fragmentos, emergências, sobre o que se dá nos interstícios (e não sobre linearidades, conforme aponta), em vez de uma perspectiva “supra-histórica” (FOUCAULT, 1979, p. 26). A genealogia, *grosso modo*, quer destituir a ideia da origem, a noção de *essência das coisas*, um lugar onde houve perfeição ou verdade anterior.



“deslocar-se” entre pontos, a possibilidade de fazer trajetos, de circular, de “viajar” no meio urbano funcionam para a tessitura do espaço e, além disso, no caso do cinema, trabalham para a própria sobrevivência das edificações voltadas à exibição audiovisual, na medida em que ora reforçam as disposições das salas exibidoras nas ruas, ora ajudam a esmorecer essas presenças. O cinema (sala de exibição), por sua vez, no contexto da cidade e dos itinerários que nela executamos, ajuda a efetivar práticas comunicativas e culturais entre seus espectadores/ usuários/ consumidores, trabalhando diversas esferas da vida social nos espaços contemporâneos.

Tais cinemas, eles mesmos equipamentos citadinos de lazer e elementos a serviço da imagem em movimento na urbe, mantêm relação com uma função noética, isto é, atuam na cidade na forma de vetores de arte e pensamento. Essa hipótese dialoga com a ideia que Deleuze (1992) lança, em carta ao crítico de cinema do *Cahiers du Cinéma*, Serge Daney, ao dizer que o cinema, produção fílmica, por vezes se atrelou a poderes e, inclusive, ajudou a instaurar outros, mas nunca deixou de conservar sua função estética e noética, ao contrário da televisão, que sempre seguiu muito mais ligada a uma função social e pedagógica. “(...) Em favor de uma formação profissional do olho, um mundo de controladores e controlados que se comunicam através da admiração pela técnica, nada além da técnica” (DELEUZE, 1992, p. 93) a TV se diferenciaria do cinema, que, mesmo sujeito a inúmeras tentativas de assassinio de sua arte, consegue se ligar a “um pensamento arriscado, singular, que só se apreende e se conserva no seu “im poder”, tal como ele retorna dos mortos e enfrenta a nulidade da produção geral” (DELEUZE, 1992, p. 91).

Aqui, ao tratarmos da exibição cinematográfica, acrescentamos: o trabalho criador e não consensual do cinema se faz no espaço coletivo das cidades, que, por sua vez, prevê a não demarcação, a fuga, o imprevisível, o encontro entre heterogeneidades. Entretanto, nota-se que esta tarefa de pensamento e de produção de resistência do cinema na cidade pode também se sujeitar a encapações e sequestros espaciais, a desvitalizações de seu papel em meio aos trajetos dos indivíduos, conforme veremos a seguir ao abordarmos as cognições entre mobilidade urbana e cinemas de rua ou cinemas *multiplex*.

Assim, examinaremos, a partir de uma pesquisa etnográfica, a relação entre a trajetória das salas de exibição que existiram, ao longo do século XX, nas ruas do bairro da Tijuca, na Zona Norte do Rio de Janeiro (as quais formaram o que muitos antigos frequentadores desses cinemas chamam de Segunda Cinelândia Carioca) e as diversas



apropriações do espaço urbano local, como da Praça Saens Peña⁴ e suas adjacências, vinculadas às soluções de deslocamento lá operadas em cada época, em especial o metrô. Por outro lado, observaremos como as novas dinâmicas de acesso ao cinema refletem novas ordens de deslocamento engendradas hoje no bairro, que passam necessariamente por um tipo de *elogio* ao automóvel particular.

Investigaremos a relação entre cinema de rua e oferta intensa de transporte urbano na Rua Voluntários da Pátria, localizada no bairro de Botafogo, Zona Sul do Rio de Janeiro. Um dos trechos dessa rua abriga dois cinemas notáveis para a exibição cinematográfica carioca. Estação Botafogo e Espaço de Cinema, ambos do Grupo Estação, se consolidaram no local de forma intrínseca (inclusive por conta de sua nomeação) à presença de uma estação de metrô, ali inaugurada em 1981.

Por fim, outro exemplo que será trabalhado é o da Barra da Tijuca, bairro cujos cinemas parecem já ter nascido na década de 1980 atrelados a uma concepção de cidade, que trabalha determinados traços bem característicos para a construção dos lugares de lazer, também fazendo certo *elogio* ao automóvel particular. Tentamos entender como acontece o acesso ao cinema na região, tendo em vista a infra-estrutura urbana de alguns trechos do bairro, que lidou e lida atualmente com a mobilidade urbana de maneira muito particular, em detrimento do pedestre.

Nesses três locais da cidade, os meios de mobilidade cresceram e se afetaram pela presença de salas de cinema e, ao mesmo tempo, tais bairros viram cinemas surgirem, se adaptarem, desaparecerem ou se transformarem, tendo como um dos fatores para essas modificações as diversas formas de movimentação das pessoas no solo urbano, operadas de maneiras distintas em cada momento, atravessando-se e revelando configurações e apropriações urbanas bem específicas.

2. Tijuca, Botafogo: cinemas de rua e mobilidade urbana

Até a inauguração da Linha 1 do metrô em 1982, a Tijuca já demonstrava ser um bairro bem servido em termos de transporte público e soluções de mobilidade urbana que não passavam obrigatoriamente por meios de locomoção motorizados, como os exemplos de pedestrianismo urbano chamados de *footing* e *flânerie*, muito típicos no

⁴ A Praça Saens Peña tornou-se historicamente um ponto de destaque no bairro da Tijuca. Nela e em algumas ruas do seu entorno, apareceram muitas salas de cinema de rua ao longo do século XX, embora os primeiros cinemas da Tijuca tivessem começado suas operações na Rua Haddock Lobo e na Rua Conde de Bonfim, um pouco antes da inauguração da Praça, ocorrida em 1911. Alguns informantes chamam a Praça Saens Peña e seus arredores de Cinelândia da Tijuca. Também utilizam outro apelido: Segunda Cinelândia Carioca.



bairro ao longo do século passado. Principalmente nas redondezas da Praça Saens Peña – que, a partir de sua construção em 1911, tornou-se o centro estratégico do bairro, isto é, o “ponto nodal” ou o “ponto de comutação” (LYNCH, 1997) da Tijuca –, o aparecimento de dinâmicas culturais e de equipamentos de lazer parece ter contado com a transformação das formas de deslocamento incutidas no solo urbano. O tráfego de carros particulares e de veículos de transporte público coletivo aumentou entre 1950 e 1960, alterando substancialmente as circulações e a configuração física de toda a Tijuca. Surgiram com mais fôlego mobilidades para além da escala do pedestre, que passariam a celebrar o curso rodoviário, garantindo a passagem de automóveis privados e ônibus ao redor do “ponto nodal” do bairro.

Os cinemas da região tiveram sua fama deflagrada justamente nessa época de transformações físicas mais intensas nos aparatos territoriais e de modificações nas formas de mobilidade no perímetro da Praça Saens Peña. No período entre o final da década de 1940 e a década de 1960, alguns cinemas foram reformados, outros inaugurados seguindo o formato *movie palace*. Cinema Metro-Tijuca, Cinema América e Cine Carioca – com aspectos monumentais, em estilo *art déco* – e o imponente Olinda tiveram seu auge de público, *glamour* e notoriedade por toda a cidade do Rio de Janeiro entre as décadas de 1940 e 1960.

Os investimentos em transporte na região, assim como o aparecimento do carro particular, provocaram mais possibilidades de acesso ao bairro para aqueles que não residiam lá. Por outro lado, anos mais tarde, o crescimento de linhas de ônibus, o melhoramento das vias, a inserção do metrô e a expansão da circulação através de veículos particulares seriam vetores que agiriam também em episódios de fuga dos tijucanos para outros cantos da cidade. As alterações significativas nas condições de mobilidade podem ter proporcionado, como se verifica na história do bairro e das migrações dos indivíduos para além do local tijucano, mudanças na frequência aos cinemas da área, trazendo novas mentalidades de espectação cinematográfica, novos hábitos e exigências do espectador (que passariam pela reivindicação de estacionamento ou mais segurança nas ruas ao redor das salas) e sucateamento de alguns cinemas.

Os dados etnográficos indicam que foi o metrô o divisor de águas em termos de acessibilidade e movimentação na Tijuca. A construção da estação de metrô da Praça Saens Peña foi iniciada em 1976 e causou à Tijuca grandes transformações no deslocamento das pessoas, alterações na direção dos fluxos viários e modificações dos elementos urbanos já existentes. Além da desvalorização temporária de casas e



prédios próximos aos canteiros de obra do metropolitano, muitas edificações antigas foram demolidas nesse período. As transformações foram substanciais. Toda a área da Praça transformou-se num grande buraco aberto.

O comércio local passou por uma temporada conturbada entre 1976 e 1982 (data da inauguração da estação Saens Peña), incluindo nesse bojo cinemas como Bruni Tijuca, Carioca e América, cujas instalações se localizavam exatamente à beira dos canteiros. Os pedestres, possíveis espectadores de cinema, conviveram durante seis anos com muito barulho de escavações, britadeiras e com a poeira levantada. Muitos chegaram a associar a decadência dos cinemas da Praça às obras do metrô.

Eles mudaram toda a infra-estrutura da praça com o metrô. Entendeu? O metrô veio primeiro e em 83 começou a obra na praça pra tentar dar jeito. O cinema perdeu muito. Subia uma poeirada geral. Detonou! (Tuca, moradora da Tijuca).

O metrô, quando o metrô chegou foi uma bagunça mesmo, mas aí os cinemas já tavam acabando mesmo... Não colaborou tanto pro fim dos cinemas não (Alcides, ex-morador da Tijuca).

Nos anos 80 isso começou a se transformar por causa do metrô sem dúvida nenhuma, estação final, você tinha acesso de outras populações ao bairro (...). E você passou a ter um subúrbio mais próximo, que perdeu seus cinemas pelo menos até o Méier e essa população começou a ir ao cinema na Praça Saens Peña. (...) A Praça foi reformulada por causa do metrô mesmo, uma série de coisas, comércio paralelo, camelôs começam a ocupar a cidade por causa da crise... E pro olhar, sobretudo do tijucano, isso foi uma degradação pro bairro, né? (Hernani, curador da Cinemateca do MAM-Rio)

Apesar de querelas e celebrações relativas à estação Saens Peña, o metrô foi um aliado na promoção da diversidade no local, abrindo o espaço para a circulação de pessoas de demais localidades do Rio de Janeiro. É nesse sentido que Janice Caiafa (2002: 21) defende que o transporte coletivo é um agente fundamental para que existam condições de fuga nas cidades, contra privatização de trajetos e circuitos demarcados.

O transporte coletivo realiza o que talvez seja a força mais marcante da cidade: a dispersão. As cidades surgem produzindo um espaço de circulação. Para além das casas familiares, a rua abriga desde o início nas cidades os encontros com estranhos, o contágio de ideias e doenças, a mistura que vem com o acesso aos lugares e a ocupação do espaço público. O transporte coletivo expande as possibilidades de circulação, estende a muitos o exercício da dispersão. E assim pode funcionar como



fator de heterogeneização, ao conduzir a população para longe das vizinhanças (...) (CAIAFA, 2002, p. 18).

Ao lado dos equipamentos de lazer e do comércio vigoroso da Praça Saens Peña, o metrô funcionou como mais um vetor para uma ocupação urbana calcada na diversidade, trazendo pessoas de fora do bairro para a Tijuca. Por outro lado, foi mais um meio de transporte coletivo, dando aos tijucanos a possibilidade de sair dos limites de sua região, para a qual, de repente, poderiam voltar com algo a mais. Os cinemas da Praça e arredores passaram por fases de adaptação na chegada desse grande agente urbano que é o metrô. Sem, no entanto, buscarmos causalidades nas ligações entre o metropolitano, sua obra e seus aparatos territoriais (entradas, respiradores, placas) é notável o fato de que muitas salas de exibição dispostas no local tiveram perdas de público ao longo dos anos da construção deste meio de transporte, embora outras, tais como América e Carioca, logo após o fechamento dos buracos do metrô, recuperassem o funcionamento com certa normalidade.

É importante observar o aumento das possibilidades de acesso a esses cinemas, que contaram com a chegada do metrô, ainda que nos anos 80 o processo de decadência da Cinelândia da Tijuca tenha começado a se manifestar com mais força, seja através da divisão de alguns cinemas em duas salas de exibição, seja mais drasticamente através do fechamento irrestrito de todos até 1999⁵, incluindo nesse processo uma franca queda no número de público para os filmes exibidos no pólo cinematográfico da região.

O transporte coletivo, os modos de circulação a pé e salas de cinema – enquanto equipamentos coletivos de lazer que se colocavam voltados para as calçadas, com letreiros e aspectos sensórios que investiam nos caminhos dos passantes – se imbricaram em uma rede de relações que proporcionou a constituição da Segunda Cinelândia Carioca, com experimentação do espaço urbano e trocas entre os indivíduos realizadas no ambiente da rua. Consideramos que tais aspectos foram preponderantes na produção de subjetividades e sociabilidades das pessoas que vivenciaram as fases iniciais, o auge e a derrocada deste local da exibição cinematográfica, indivíduos que vivenciam hoje outras maneiras de circulação no território, que já não conta mais com a presença das salas de cinema em suas vias.

No bairro de Botafogo, podemos verificar mais um caso proeminente de conjugação entre cinema de rua e mobilidade urbana. A Rua Voluntários da Pátria

⁵ O arrasamento geral da Cinelândia da Tijuca, como era conhecido o pólo de exibição cinematográfico do bairro, veio em maio de 1999, quando o Art-Tijuca, a última sala de rua da região, encerrou suas atividades.



recebeu na década de 1980 uma sala de cinema que se tornaria o termômetro da manutenção do mercado de exibição em ruas cariocas: o Cineclube Estação. No local, onde anteriormente funcionaram um cinema poeira chamado Cine Capri (aberto em 1968 e fechado em 1979), uma sala de vídeo e o cinema Coper-Botafogo, nasceu o embrião do Grupo Estação, hoje uma das principais empresas exibidoras nacionais. O Cineclube Estação Botafogo, depois Estação Banco Nacional de Cinema, começou suas atividades em 1985, sendo patrocinado pelo Unibanco⁶.

Observamos aqui o detalhe do nome de batismo do cinema (e de seu grupo gestor). Estação Botafogo alude à estação de metrô homônima que, já na época da inauguração do cinema, ficava próxima às suas instalações. Tal constatação nos aponta a dimensão da importância que o metropolitano pode ter tido, e pode ainda ter, no território ocupado por este cinema e no contexto das relações dos indivíduos, que lá circulam, sociabilizam e tecem seus lazers e demais atividades. Mais uma vez, o metrô – assim como ocorreu no caso da Tijuca, com outras implicações e em diferentes circunstâncias – aparece como um agente especial para os usos e consumos de salas de cinema radicadas nas calçadas.

A questão das salas do Estação (acessadas diretamente através da rua) estarem localizadas em uma área permeada por alta rotatividade de pedestres e veículos de transporte coletivo, público e privado, parece ter contribuído, em algum grau, para a estabilização de sua edificação e de sua frequência, ainda que os públicos do Grupo – que, desde a sua criação, se envolveu com o movimento cineclubista e com uma proposta de formação cultural dos espectadores (GONZAGA, 1996, p. 257) – possam, a princípio, ter desenvolvido preferências pelo Estação Botafogo mais por conta dos filmes lá exibidos do que necessariamente por causa de seu ponto no território.

Atualmente o Grupo Estação mantém seis salas de cinema distribuídas em dois prédios na Rua Voluntários da Pátria, Estação Botafogo e Espaço de Cinema⁷, ambos próximos a paradas de ônibus e ao metrô. São quase 900 poltronas dispostas em salas de exibição, cuja entrada, a partir da rua, é mais facilitada para quem chega a pé do que

⁶ O Unibanco comprou o Banco Nacional.

⁷ O Espaço de Cinema foi inaugurado em 1996 como Espaço Unibanco de Cinema, contando com o patrocínio do Unibanco, da RioFilme e da Petrobras. Na época, a intenção do Grupo Estação, então gerido por Adhemar Oliveira (hoje dono da rede Arteplex), era transformar o local no cinema mais atrativo da cidade em termos de alta qualidade das instalações, de boa relação com a comunidade e com os equipamentos urbanos do entorno, e de oferecimento de determinados filmes (os quais se enquadravam mais em categorias ditas “cult”/ “alternativas” ou simplesmente eram filmes europeus, brasileiros ou que fugiam de uma hollywoodianização). O Espaço surgiu no prédio onde também funcionou o Cinema Star, entre 1944 e 1951, e o Cine Botafogo (entre 1951 e 1995), que, até um pouco antes da abertura do Espaço (apelido inicial do Espaço), era famoso por passar filmes pornôs.



para quem chega de carro. A dificuldade para conseguir estacionar nas “vagas certas” que a CET-Rio gerencia nas ruas ao redor dos cinemas não parece impedir a assiduidade dos espectadores. Há estacionamentos privados, tipo *parkings*, em garagens cobertas, mas geralmente são mais caros do que as “vagas certas”. Existem ainda vagas irregulares, cujo controle é feito pelos tantos “flanelinhas” que atuam na Rua Voluntários da Pátria e adjacências. Com isso, muitas pessoas optam por ir de metrô ou de ônibus ao Espaço e ao Estação.

Vou de metrô sempre. É difícil eu ir de carro e como esses cinemas ficam pertinho do metrô, eu geralmente vou de metrô, mesmo quando tenho disponibilidade pra ir de carro. Eu já fui com pessoas que foram de carro, marquei com elas, mas elas não tiveram muita dificuldade pra chegar no cinema indo de carro não, porque tem um estacionamento ali do cinema. Mas eu costumo ir de metrô mesmo (Marília, estudante de jornalismo).

3. Cinemas em *shopping centers*: os casos da Tijuca e da Barra da Tijuca

Notamos que as formas de operação das empresas administradoras dos *multiplex* do New York City Center, Downtown e Shopping Tijuca⁸ são atravessadas pela solução espacial derivada da presença de *shopping centers* no solo urbano das cidades. Concepções que apostam em usos privativos do território parecem se conjugar quando o formato *shopping center* e cinemas *multiplex* se encontram, o que pode ocasionar formas de acesso aos equipamentos e circulações em seu entorno bem específicas. Acreditamos haver no cerne da composição dos complexos de cinemas, sobretudo aqueles localizados na Barra da Tijuca, um cuidado especial com os espectadores que se deslocam por meio de automóveis particulares.

No caso da Barra da Tijuca, que reúne cinco complexos de salas de cinema, nos detemos em dois espaços de exibição: o UCI, localizado no *shopping* New York City Center (uma espécie de extensão do Barra Shopping), e o Cinemark, localizado no *shopping* “aberto” Downtown. Ambos são *multiplex* e oferecem respectivamente 18 e 12 salas, numa soma de cerca de sete mil poltronas⁹. Para atendê-los, os dois *shoppings* dispõem estacionamentos gigantescos, que ocupam boa parte da área construída de seus terrenos ao redor e dos subsolos. No New York há 1.192 vagas para carros (além das

⁸ As companhias exibidoras que operam os *multiplex* trabalhados neste artigo são o UCI, no New York City Center, o Cinemark, no Downtown (ambos na Barra da Tijuca), e o Kinoplex/ Severiano Ribeiro, no Shopping Tijuca.

⁹ UCI com 4.612 lugares distribuídos por 18 salas e Cinemark com 2.333, em 12 salas. Dados acessados através dos *websites* dos cinemas: www.ucicinemas.com.br; www.cinemark.com.br. Último acesso em junho de 2010.



5.097 vagas do Barra Shopping, que também atendem o complexo)¹⁰. Já no Downtown¹¹ são 3.068 vagas, 2.262 vagas cobertas e 806 abertas. Nos dois centros de lazer e compras, durante os finais de semana, a lotação dos estacionamentos chega a esgotar as quase dez mil vagas oferecidas.

Dos estacionamentos até o *hall* do UCI ou do Cinemark, há caminhos iluminados, sinalizados, com corredores amplos, escadas rolantes e elevadores, tudo em ambientes fortemente vigiados. No Downtown, o trajeto precisa ser realizado ao ar livre, pois o *shopping* segue uma concepção de “cidadezinha turística, a céu aberto e com árvores na calçada”, conforme é anunciado no *website*¹² do negócio, embora as calçadas do local estejam visivelmente desarraigadas da cidade de fato, do espaço público do Rio de Janeiro.

Há apenas duas formas de acesso aos dois *shopping centers* através de transportes públicos: ônibus e vans (ou kombis). Existem paradas de ônibus e de vans em frente¹³ ao New York/ Barra Shopping e Downtown, mas geralmente os pontos são mal providos em segurança, caso relacionemos esta vigilância com a que é realizada nas “ruas” e corredores que dão suporte aos estacionamentos do interior dos *shoppings*. Os pontos de ônibus e vans variam entre aglomerados de pessoas e deserto perigoso. Para os indivíduos que precisam sair do *shopping* rumo à Zona Sul ou ao Centro, por exemplo, a alternativa é utilizar uma passagem subterrânea para alcançar os pontos de ônibus do outro lado da Avenida das Américas, no caso das proximidades do New York, ou esperar nas parcas faixas de pedestre pelo fechamento dos sinais demorados da mesma avenida, quando se está no trecho imediato ao Downtown.

Em regra, não há muito conforto para quem chega por meio de transporte público. Comumente, nesses casos, anda-se muito do ponto de ônibus até a bilheteria dos cinemas inseridos no contexto dos *shoppings*. Para os que acessam a pé, as agruras do caminho até a sala de exibição são ainda piores e beiram a gravidade do risco de atropelamentos, quando se quer encurtar o caminho atravessando as pistas da Avenida das Américas fora dos sinais, ou quando se anda muito, às vezes por canteiros sem

¹⁰ Em www.multiplan.com.br. Último acesso em junho de 2010.

¹¹ Em www.downtown.com.br. Último acesso em junho de 2010

¹² Em www.downtown.com.br. Último acesso em junho de 2010.

¹³ Os pontos em frente aos dois *shoppings*, na pista da extrema direita da Avenida das Américas, trazem veículos coletivos vindos geralmente da Zona Sul, do Centro e de parte da Zona Norte. São as paradas também de ônibus que seguem em direção a outras localidades da Zona Oeste, além da Barra, como Jacarepaguá e a bairros do subúrbio carioca. Há trechos especiais onde param as vans. Parece haver certa organização e recentemente uma faixa especial para ônibus foi construída bem em frente ao Barra Shopping, o que trouxe melhorias para o fluxo rodoviário. Na pista da extrema esquerda, passam os transportes que saem da Barra (vindos ou não de demais bairros da Zona Oeste ou do subúrbio) para o Centro, Zona Sul ou localidades da Zona Norte.



calçamento, de terra batida e mato, até encontrar um sinal, com faixa de pedestre para atravessar. Observamos que a distância média entre um sinal com faixa de pedestre e outro não beneficia a escala do pedestre. Em relação ao New York, mesmo havendo a passagem subterrânea que liga os dois sentidos da Avenida das Américas, o caminho não se mostra uma solução tão segura e confortável para aqueles que decidam caminhar ou que não tenham carro, circunstâncias que se agravam principalmente à noite.

No caso das únicas salas de cinema da Tijuca, acontece algo parecido. De um lugar que abrigou um grande número de cinemas de rua durante todo o século XX, hoje há apenas seis salas *multiplex* que funcionam no Kinoplex Shopping Tijuca, com 1.810 poltronas. Esse *shopping*, embora esteja bem localizado em termos de acesso pelos pedestres e apesar de se encontrar envolto por alternativas de transporte público (muitas linhas de ônibus circulando e muitos pontos de ônibus situados nas redondezas; acesso por metrô com distâncias médias de apenas três quadras curtas entre a Estação Saens Peña e a entrada do *Shopping*; pontos de vans), no que concerne ao seu arranjo espacial mostra seguir também uma espécie de elogio aos automóveis particulares, o mesmo elogio que verificamos ocorrer no caso dos cinemas de *shoppings* da Barra.

Da entrada principal do Shopping Tijuca até o Kinoplex – desejando-se chegar ao *shopping* para ir ao cinema sem ser de carro e sem utilizar o estacionamento – precisamos subir sete escadas rolantes até as salas de exibição, que ficam no último piso, bem destacadas do resto do centro de compras. Esse percurso, entre a entrada do *shopping* e o piso dos cinemas, dura, em média, quatro minutos. Mas também existe a possibilidade de seguirmos através dos elevadores, sempre cheios e demorados. Já para quem vai de carro, o acesso é mais facilitado. Um dos pavimentos do estacionamento¹⁴ do *shopping* oferece saída quase direta para o *multiplex*: apenas um pequeno lance de escada rolante separa as vagas dos carros da bilheteria do cinema. O Kinoplex parece não ter sido pensado visando ao pedestre. E mais: se já se encontra, antes de tudo, desarraigado do espaço da cidade de fato, pois está alojado no interior de um *shopping center* e não na rua, também acaba extirpado do espaço de convivência mais usual do Shopping Tijuca, já que se localiza no último piso.

Mas, cara, uma coisa tipo assim, se o cinema fosse no primeiro piso, seria ótimo, excelente! No subsolo também... era só descer... Como não tem jeito, eu não vou dizer assim: “ah, não vou ao cinema porque tem que subir milhões de escadas”, entendeu? Por exemplo, se eu tô no primeiro piso de bobeira, eu não

¹⁴ O estacionamento do Shopping Tijuca possui 1.500 vagas para carros.



sei o que vou fazer, vou passear no *shopping*, não sei o que vou fazer e pensar: “ah! eu podia ir ao cinema!”, dá uma preguiça. Pra ver o que tá passando ainda, aí eu vou embora. Talvez pudesse ter lá embaixo, sei lá, um letreiro, ou uma coisa avisando sobre os filmes que tão passando, até uma bilheteria aqui embaixo, pra você comprar aqui embaixo e depois de você rodar o *shopping*, subir. Que também, pra você subir pra comprar, ver o que está passando, comprar e depois descer pra fazer hora... Não tem atrativo lá em cima! (João Guilherme, empresário).

A noção de espectador, outrora relacionada à noção de pedestre (no caso das salas de cinema dispostas nas ruas), passa a ser vetorizada com mais força por outra noção, que, por sua vez, se vincula igualmente aos prováveis tipos de mobilidade de pessoas na urbe. Atualmente, a noção de motorista (e com mais rigor, a noção de proprietário de carros privados), a nosso ver, permeia necessariamente a ideia de espectador cinematográfico. Ir ao cinema passa amiúde pelo processo de pegar o carro para dirigi-lo, e estacioná-lo. Em outras ocasiões, passa pela questão de ser *um simples carona*. Ambas as situações participam de um tipo de locomoção com tendência privatista e de um tipo de acesso ao cinema que já não provoca mais uma circulação efetiva de pessoas nas calçadas. Esses aspectos formam um conjunto ordenado de duas modalidades *espectador e motorista*, evocando assim temas ligados a um estilo de vida que presume a garantia de segurança para o bem automobilístico de cada indivíduo, a paragem certa e acessível para este veículo, a proteção do carro contra intempéries. Funda-se no coração da organização arquitetônica e espacial dos cinemas um problema a ser resolvido de maneira a evitar quaisquer riscos de esvaziamento das sessões dos filmes: o estacionamento.

Áreas para estacionar assumem o papel de peça essencial para a vitalidade das salas de exibição. Podemos incluir neste problema mais uma questão: a localização territorial das salas, que, para seguir o pleito do binômio *espectador-motorista*, de preferência, deve ocupar não mais as calçadas das ruas, praças e avenidas (que talvez não comportem um número eficiente de vagas para carros), mas espaços amplos de lazer e compras, altamente controlados e vigiados. Estacionamentos comumente seguem a ordem e as normas de um sistema privado, que carrega como princípio a garantia da propriedade e a previsibilidade (menos arriscada) para os encontros com outrem.

Na esfera dos *shoppings* e dos *multiplex* (e dos grandes estacionamentos que alicerçam suas bases), os encontros parecem ser o menos fortuitos possíveis: deparar-se sim, mas, de preferência, com o outro que seja o quanto mais reconhecível melhor. O contexto do *shopping* e sua função de invólucro de cinemas ratificam a ideia de que



esses complexos de compras tecem novas organizações sociais e espaciais: “A transformação que esse espaço comercial representa, o significado de sua inserção no urbano, vem indicar que há um processo novo que aponta para uma organização espacial cada vez mais gerenciada e monopolizada” (GAETA *apud* MAIA, 2005, p. 82).

Se antes o cinema se colocava mais habitualmente em meio à malha urbana, com entradas voltadas para as calçadas (direta ou indiretamente, no caso de cinemas de galeria), e constituía-se como um equipamento coletivo de lazer que privilegiava mais o indivíduo não-motorizado ou pessoas que se ligavam à função de usuário de transporte coletivo (tais como metrô e ônibus), hoje, no caso de algumas salas situadas em *shopping centers*, o cinema parece efetivar um elogio ao automóvel, aos deslocamentos privados, corroborando os arranjos do espaço onde as salas atualmente se situam.

O que se nota é uma regulação do solo urbano, que embute algumas regras – de orientação, espacialização, normatizações etc – também às formas de lazer efetivadas na cidade. Os trajetos executados até o cinema tornam-se deslocamentos vinculados não mais a acessibilidades gratuitas aos pedaços de lazer e cultura da urbe – como um pedestrianismo urbano – ou a taxas para obter serviços públicos – como a passagem de ônibus. Agora, vemos uma articulação dos trajetos, deslocamentos, acessibilidade e lazer cinematográfico com taxas voltadas, frequentemente, à manutenção de um ir-e-vir cada vez mais privatista: a lógica do estacionamento, que permeia os *shoppings* e os *multiplex*, surge como forma de pedágio para um acesso mais facilitado ao cinema e à realização da espectação cinematográfica.

4. Considerações finais

As cidades mantêm relações com a história das mídias (DANEY *apud* DELEUZE, 1992; DANEY *apud* CAIAFA, 2007). Os acontecimentos temporais do cinema (concernentes à construção das salas, à espectação de filmes, ao mercado cinematográfico, às estéticas das produções fílmicas, às sociabilidades nas salas de espera) se apresentam em co-funcionamento com as configurações do espaço urbano onde se efetivam e se constituem. As cidades e seus equipamentos coletivos mais do que operarem contenções de pessoas, possibilitam o trânsito e os percursos.

Os itinerários dos sujeitos – entre destinos escolhidos, impostos ou repentinos – atam lugares, trabalham a ocupação urbana, tecem a urbe; a força da mobilidade e da mistura é a própria verve da cidade. “Na origem das cidades existe um movimento, um deslocamento. São fluxos que vêm de fora e que vão criar um nomadismo propriamente



urbano, constituir a cidade como lugar de circulação e dispersão” (CAIAFA, 2007, p. 118).

Nesse contexto, nossa hipótese final é que as salas de cinema diretamente voltadas para as calçadas, mais do que aquelas que existem no interior de *shopping centers*, são equipamentos coletivos e edificações cidadinas que funcionam com grande influência na configuração das redes de mobilidade. São pontos fixos, embora não obstruídos, que por conta de sua trama com uma função noética e estética (DELEUZE, 1992) trabalham a favor da inserção da arte e do pensamento nas experiências que as pessoas constroem em seus percursos. Os cinemas nas calçadas ativam afetos, sensações, articulam elementos humanos e artificiais. Aproveitam-se do seu próprio caráter de exterioridade, dando vez a encontros bem específicos em torno de seus prédios: ocupação urbana que aposta no imprevisível e na produção de vivências no espaço coletivo com outrem, de forma menos regulada do que ocorre, a princípio, em complexos fechados de lazer.

As redes de mobilidade de várias épocas, nos dois bairros aqui estudados, parecem ter concorrido para promover ou destituir a sala de exibição, e, em algum grau, as práticas dos indivíduos nos espaços da cidade dedicados ao cinema. As soluções encontradas para fazer circular pessoas no território determinaram diversas soluções dadas à atividade de exibir filmes na urbe. Na Tijuca, em Botafogo e na Barra da Tijuca, a maneira de ver e exibir imagens em movimento se condicionou e se afetou pela forma como foi tecida a acessibilidade a esses locais, fato que passa necessariamente pelo transporte, pela privatização do espaço público, pelo privatismo dos veículos ou pelo esforço em trazer as telas para mais perto possível do lugar coletivo atravessado por transeuntes e espectadores.

Bibliografia

ALMEIDA, P. S. e BUTCHER, P. **Cinema, desenvolvimento e mercado**. Rio de Janeiro: Aeroplano, 2003.

CAIAFA, J. **Aventura das cidades: ensaios e etnografias**. Rio de Janeiro: FGV, 2007.

_____. **Jornadas urbanas: exclusão, trabalho e subjetividade nas viagens de ônibus na cidade do Rio de Janeiro**. Rio de Janeiro: FGV, 2002.

DELEUZE, G.. **Conversações**. Tradução: Peter Pál Pelbart. São Paulo: Editora 34, 1992.



_____ e GUATTARI, F. **Mil Platôs: capitalismo e esquizofrenia**. Tradução: Peter Pál Pelbart e Janice Caiafa. São Paulo: Editora 34, 1997. Vol. 5.

De volta à Tijuca, os velhos tapumes do Metrô. Tijuca News, Rio de Janeiro, abril de 1988.

FERRAZ, T. **A Segunda Cinelândia Carioca: cinemas, sociabilidade e memória na Tijuca**. Rio de Janeiro: Multifoco, 2009.

FOUCAULT, M. **Microfísica do poder**. Organização e Tradução: Roberto Machado. Rio de Janeiro: Graal, 1979.

GAETA, A. C.. **Gerenciamento dos shopping centers e transformação do espaço urbano**. In: PINTAUDI, S. M. e FRÚGOLI JR, H. (org). **Shopping centers: espaço, cultura e modernidade nas cidades brasileiras**. São Paulo: Editora da Universidade Estadual Paulista, 1992.

GAMA, R. da. **Salas de cinema art déco no Rio de Janeiro: a conquista de uma identidade arquitetônica (1928-1941)**. 1998. Dissertação (Mestrado) – FAU/ UFRJ.

GONZAGA, A. **Palácios e Poeiras: 100 anos de cinema no Rio de Janeiro**. Rio de Janeiro: Ministério da Cultura, Funarte, Record, 1996.

GUATTARI, F. **Caosmose: um novo paradigma estético**. Tradução: Ana Lúcia de Oliveira e Lúcia Cláudia Leão. São Paulo: Editora 34, 1992.

JACOBS, J. **Morte e vida de grandes cidades**. Tradução: Carlos S. Mendes Rosa. São Paulo: Martins Fontes, 2000.

LYNCH, K. **A imagem da cidade**. Tradução: Jefferson Luiz Camargo. São Paulo: Martins Fontes, 1999.

MAGNANI, J. G. e TORRES, L. de L. (orgs.). **Na metrópole: textos de antropologia urbana**. São Paulo: Edusp/ Fapesp, 2000.

MAIA, R. **A produção do espaço em áreas de auto-segregação: o caso da Barra da Tijuca**. Anuário do Instituto de Geociências – UFRJ, v. 21, p. 39-75, 1998.

_____. **Mudando a cara do lugar: o shopping no contexto do bairro e da cidade**. Praia Vermelha – Estudos de Política e Teoria Social (PPGSS-UFRJ), vol. 1, p. 70-98, 2006.

VIEIRA, J. L. e PEREIRA, M. C. da S. **Cinemas da Metro e a dominação ideológica**. Filme Cultura, nº 47, agosto de 1986.

_____. **Espaços do sonho: arquitetura dos cinemas no Rio de Janeiro 1920-1950**. Rio de Janeiro, 1982.