



Cinemas MGM, monumentalidade e lugar de memória: o caso do Cine Centímetro¹

Talitha Ferraz²

Escola de Comunicação da UFRJ, Rio de Janeiro, RJ

RESUMO

Partindo de uma pesquisa etnográfica, este artigo examina temas como monumentalidade e lugar de memória, no que se refere à presença do Cine Centímetro em Conservatória, cidade do sul do Rio de Janeiro. O Cine Centímetro é uma réplica do Metro-Tijuca, que foi entre 1941 e 1972 um dos cinemas mais imponentes da Tijuca, bairro da zona norte carioca. A trajetória dos cinemas MGM no contexto urbano e no mercado de exibição do Rio de Janeiro, no século XX, parece ter agido na produção de práticas de lazer e de espaços de sociabilidade, que são hoje re-experimentados a partir da memória e de experiências de usos do Centímetro. Considerando essas salas de cinema equipamentos coletivos de lazer e aparatos territoriais, verificamos em quais graus elas se comprometem, através das vivências dos espectadores, com a construção de subjetividades, afetividades, e de uma estética da monumentalidade.

PALAVRAS-CHAVE

Exibição cinematográfica; Salas de Cinema; Monumentalidade; Memória; MGM.

1. A trajetória dos cinemas Metro no Rio de Janeiro: breve abordagem

Na década de 1920, a entrada contínua de companhias cinematográficas americanas no Brasil acelerou o processo que conferiu ao cinema brasileiro um refinamento de suas atividades no mercado, até então seminais em todo o país, exceto uma ou outra experiência mais organizada de negócios voltados à produção, distribuição e exibição de filmes. *Universal, Fox, United Artists, Metro-Goldwyn-Mayer, First National, Warner Brothers, Columbia* e *R.K.O* firmaram acordos com empresários brasileiros a partir do final dos anos 1910 (GONZAGA, 1996) e, ao longo das décadas seguintes, os braços da indústria do cinema no Brasil lidaram com mudanças em moldes empresariais.

A espetação³ cinematográfica parece ter alcançado nesta época um lugar de visibilidade no cenário urbano como atividade comum não apenas ao *high society*, mas

¹ Trabalho apresentado no GP Cinema, XI Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do XXXIV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Doutoranda da Escola de Comunicação da Universidade Federal do Rio de Janeiro (ECO-UFRJ). Professora do Departamento de Comunicação Social da Universidade Salgado de Oliveira (Universo- Niterói).

³ Preferimos o uso do termo “espetação” a “espectatoriedade”, já que o segundo termo contém o sufixo “dade”, o qual parece adjetivar e encaminhar a palavra para sentidos de “situação”, “estado”. Não acreditamos que há um “estado de ser espectador”, pois, em nossas análises, ser espectador é um vetor dentre outros ligados à ação, às práticas desempenhadas no urbano, e às sociabilidades. Nesta aplicação terminológica, levamos em consideração os caminhos efetivados rumo ao cinema e o seu entorno, que incluem, em algum grau, o desejo pelo cinema (equipamento) e tudo o que ele oferece (letreiros, pessoas, ambientes sensoriais etc). Espectação aqui abrange a questão da freqüentação, da experiência com os espaços



também às classes médias. Esta prática parece ter significado uma participação ativa das pessoas em um lazer moderno que acabava de despontar em todo o mundo, havia apenas poucas décadas. Nesse contexto, no Rio de Janeiro, aparece a figura do empresário Francisco Serrador, responsável pela elaboração da Cinelândia, uma área do centro carioca, que, a partir de 1925, abrigou um dos maiores pólos exibidores da cidade por quase 80 anos.

O nascimento desta extensão urbana voltada especificamente para o lazer parece ter ocorrido segundo interesses das *majors* do cinema norte-americano atuantes no Brasil. Assim como Serrador, Vital Ramos de Castro e outros empreendedores do setor buscavam em viagens aos Estados Unidos e na comunicação com empresas deste país os modelos para a construção de seus “palácios do cinema” (GONZAGA, 1996, p. 130), prédios imponentes, com grande capacidade de público, muitos até apelidados de “elefantes brancos” quando começaram a perder número de frequentadores.

A chegada do som ao cinema na década de 1930 também resultou em uma profunda transformação na cadeia cinematográfica e, conseqüentemente, na estrutura dos cinemas do Rio de Janeiro, os quais até então eram cine-teatros, em sua maioria. O luxo dos mármore, gessos, cortinas e tapetes volumosos, que passaram a compor a decoração dos *movie palaces*, corresponderam também à necessidade de equipar os prédios dos cinemas com materiais que permitissem uma acústica adequada à difusão do som das produções filmicas da fase pós-implantação do *movietone*.

Além dos aspectos físicos do interior das salas, transformaram-se também os rituais envolvidos nas idas ao cinema e na postura do público. Creemos que essa nova ambientação penetrou os hábitos dos espectadores, acrescentando mais componentes à espectação cinematográfica. Lanterninhas, luzes que diminuía perto de começar o filme e salas de espera convertidas em bares e cafés foram exemplos dessas mudanças. E em meio a esse conjunto de modificações no consumo de filmes e na presença da sala de cinema na cidade esteve a empresa norte-americana *Metro-Goldwyn-Mayer*.

O advento da cadeia de cinemas da *Metro-Goldwyn-Mayer* no Rio de Janeiro foi um marco para a vida social urbana e também um divisor de águas para os grupos gestores das demais companhias exibidoras, que se moldaram à standardização das salas segundo o padrão Metro. No entanto, anteriormente à construção de seus cinemas no Brasil, a Metro já tecia estratégias no mercado cinematográfico brasileiro, promovendo suas empresas satélites

construídos do cinema e do espaço urbano, coletivo, onde ele se coloca, e não apenas a vidência/ audiência de filmes no interior das salas de exibição.



no braço da distribuição ou organizando por aqui consórcios com agências ligadas à exibição (GONZAGA, 1996). Em cinemas de Rio de Janeiro e São Paulo – que pertenciam a grupos exibidores parceiros da MGM e não ostentavam diretamente a marca Metro em seus letreiros –, a companhia realizava sessões beneficentes voltadas para pessoas que viviam em asilos ou para crianças pobres de orfanatos, antes mesmo de ter efetivamente suas salas de exibição em funcionamento no país (FERRAZ, 2009, p. 94).

Quando a MGM resolveu aportar de vez no mercado brasileiro de exibição, o primeiro cinema que construiu foi o Metro-Passeio, no centro do Rio, construção de visual grandioso aberta em 1936. As inovações técnicas para projeção dos filmes acompanharam a introdução da corporação no país e, pela primeira vez na história das salas de cinema cariocas, a platéia experimentou o frescor de uma refrigeração que dava conta do calor do Rio de Janeiro. Inaugurava-se aí “o ar de montanha do Metro”, jargão utilizado pelos frequentadores e pela publicidade da época para qualificar o ar-condicionado dos cinemas Metro.

O Metro-Tijuca foi inaugurado em 1941 e logo se tornou o cinema mais sofisticado da Tijuca, bairro da Zona Norte carioca, cujo ponto central, a Praça Saens Peña (e seus arredores imediatos), na segunda metade do século XX, começava a tecer a fama de *Segunda Cinelândia Carioca*⁴. Essa região abrigou uma dezena de cinemas de rua no mesmo perímetro urbano, durante meio século. Foram cinemas tais como o Olinda (que chegou a ser o maior cinema da América Latina, com 3.500 lugares), América, Tijuquinha, Carioca, entre outros. Mais tarde, uma semana depois da inauguração do Metro-Tijuca, foi a vez do bairro de Copacabana ganhar um Metro com “ar da montanha”.

No Rio de Janeiro, a cadeia de cinemas que a *Metro-Goldwyn-Mayer* fez construir para exibir as suas produções com exclusividade, fez com que o comércio cinematográfico sofresse um forte impacto e que, junto ao público, se estabelecessem padrões e necessidades novos que reforçavam não apenas a reprodução continuada dos seus filmes como também consagrasse uma vez mais a noção já cristalizada de que cinema americano era o verdadeiro Cinema (VIEIRA; PEREIRA, 1982, p. 59).

O Metro trouxe tanto para Tijuca, como para Copacabana e Centro, um padrão de qualidade e um modo específico de assistir a filmes, com sofisticação e atendimento personalizado, que se traduziam nas marcas do interior e do exterior de seus prédios.

⁴ A fama do bairro como Segunda Cinelândia Carioca, e principalmente da Praça Saens Peña, que compartilhou este título, parece ter sido deflagrada – segundo os dados de pesquisa etnográfica realizada entre 2007 e 2009 (FERRAZ, 2009) – nos anos 50 e 60 do século XX.



O que hoje chamam de *soundround*, não tão sofisticado, mas o Metro tinha! Aquele som, o som dele era fantástico! Porque pertencendo a uma empresa americana, toda a tecnologia que eles tinham lá vinha diretamente pra cá, né! (Danilo, 63 anos, engenheiro e morador da Tijuca).

O cinema vivia cheio, ele tinha cara de hollywoodiano, isso que é engraçado. O letreiro dele era completamente hollywoodiano, as letras pretas, com coisas em branco, um quadradinho... Um iluminado forte amarelo... Era uma letra iluminada de noite, iluminava tudo. (Rosane, 43 anos, ex-moradora da Tijuca).

Precursor de letreiros dispostos perante a rua, o Metro apostava na iluminação da fachada através da luz *neon*, que foi um sinal de modernidade na época. Isso colaborava para que os nomes dos filmes exibidos ficassem em evidência para quem passasse em frente aos cinemas da cadeia exibidora. Pelo fato de geralmente⁵ exibirem suas próprias produções, os cinemas da *Metro-Goldwyn-Mayer* usavam a exposição do título dos filmes na fachada como forma de associá-los à marca MGM, cativando o público e atraindo-o para dentro de suas salas (GAMA-ROSA, 1998). A arquitetura seguia à risca a tendência do *art déco* norte-americano, que passava a imagem de cosmopolitismo sofisticado a partir do tratamento da iluminação e das fachadas cheias de detalhes simétricos e linhas aerodinâmicas, além da palavra Metro em vertical e *neon*.

Os projetos arquitetônicos dos cines Metro eram criações do arquiteto escocês Robert Prentice, que também foi um dos responsáveis por um grande número de outros prédios *art déco* no Rio de Janeiro. Mas foi Adalberto Szilard, arquiteto húngaro do escritório de Prentice, com participação notável em outros projetos arquitetônicos do contexto urbano carioca, quem construiu em 1941 o prédio do Metro-Tijuca, edificação que para muitos frequentadores de cinema da época fora o mais majestoso dos Metro.

Sua imponência era considerada pelos seus *habitués* em razão tanto da qualidade e conforto oferecidos, quanto por causa dos elementos físicos apresentados na construção, embora toda a linha de salas da companhia, e não somente o cinema Metro-Tijuca, seguisse um padrão inconfundível: os três cinemas Metro do Rio compartilhavam o mesmo sistema operacional para as projeções, o tratamento acústico e a refrigeração de salas e *foyers* (ELIAS, 2010; GONZAGA, 1996; VIEIRA; PEREIRA, 1982; GAMA-ROSA, 1998).

⁵ Até a década de 1960, os cinemas da Metro exibiam exclusivamente produções dos estúdios da MGM. Havia exceção apenas para as produções brasileiras, as quais os cinemas da Metro eram obrigados a exibir, de acordo com leis e decretos de cota de tela para o cinema nacional. Depois da década de 1960, os cinemas da MGM, já sob administração da Cinema International Corporation (CIC), como veremos a seguir neste artigo, passaram a exibir produções de outras companhias, tais como filmes da Universal Pictures.



Tais aspectos parecem corroborar com o que João Luiz Vieira e Margareth Pereira (1982) chamam de “dominação ideológica” da MGM, quando explicam a atuação do grupo no que concerne não apenas às narrativas filmicas da marca, mas, do mesmo modo, às impressões do público, que tinha seus gostos, corpos, subjetividades, sociabilidades e trajetos urbanos marcados e requisitados de maneiras bem peculiares pela presença dessas salas de cinema nas ruas do Rio de Janeiro.

Ao controlar seus próprios cinemas, a MGM deu um novo passo no sentido de dominar todas as etapas da indústria cinematográfica (...). A uma estandardização da linguagem do filme, corresponde também uma estandardização da linguagem da sala. Os cinemas da MGM, embora projetados por arquitetos no Brasil (ainda que estrangeiros, vivendo no Brasil), são completamente supervisionados por técnicos americanos. Em todos os níveis, a Metro buscou definir junto ao público uma forma específica de consumir filmes, identificada com a sua própria marca (VIEIRA; PEREIRA, 1982, p. 59).

Portanto, entendemos que as salas de exibição da Metro, e aqui destacamos o Metro-Tijuca, funcionaram como peças notáveis na composição das ruas do Rio de Janeiro. Seus prédios, arranjos físicos e elementos de ordem sensorial, como o “ar de montanha” que se espalhava pelas calçadas em frente aos cinemas, colocavam-se em meio aos deslocamentos realizados pelos transeuntes.

Agindo sobre a percepção do espectador e estimulando estímulos sensoriais, a arquitetura provoca uma exacerbação da sensibilidade fazendo com que a experiência do cinema, tal como ela se dá hoje, seja a um só tempo coletiva e particularizada. As salas de exibição, longe de serem superfícies neutras, se dão como um espaço carregado de subjetividade. É esta subjetividade que a instituição cinema trabalhou, no sentido de garantir a sua manutenção, e conseqüentemente, a de todos os valores inscritos nesse cinema dominante. A *Metro-Goldwyn-Mayer*, em suas salas no Brasil, desempenhou plenamente essa função (VIEIRA; PEREIRA, 1982, p. 59).

Metro-Tijuca e Metro-Copacabana encerraram suas atividades em 1977. O Cine Metro-Passeio, aberto em 1936, no Centro, foi demolido em 1964 e no mesmo espaço surgiu depois, em 1969, o Metro-Boavista, o qual da MGM manteve somente o nome, pois a gestão naquela altura já era feita pela *Cinema International Corporation (CIC)*⁶, companhia que, em 1973, começou a operar a marca Metro internacionalmente, enquanto a *United Artists* ficou responsável pelas operações no território dos EUA (ELIAS, 2010).

⁶ Consórcio distribuidor-exibidor que reunia *Paramount*, *Universal*, *Metro-Goldwyn-Mayer* e *Walt Disney* (GONZAGA, 1996, p. 260).



A Metro já não era a mesma *Metro-Goldwyn-Mayer* fazia anos. Desfez-se de sua cadeira exibidora em 1957, nos EUA, por ordem do governo americano aos estúdios, fato que parece não ter afetado imediatamente os cinemas mantidos pela companhia no Brasil na época, mas que acelerou o processo de fechamento das salas do Rio e de São Paulo. Por aqui, antes de serem fechados os cinemas ainda contaram com a administração da CIC, que também geria os cinemas Condor do Largo do Machado e de Copacabana. O arrasamento geral, com a demolição dos prédios do Metro-Tijuca e do Metro-Copacabana, aconteceu em 1977. O prédio do Metro-Boavista manteve-se aberto, em funcionamento para fins cinematográficos, até 1997, vinculado ao chamado “circuito Verde”, que também englobava os cinemas Condor Largo do Machado e Condor Copacabana.

2. O caso do Cine Centímetro: réplica, monumentalidade e lugar de memória

O Metro-Tijuca foi demolido, em 1977, para dar lugar a uma loja C&A. Ficava localizado na Rua Conde de Bonfim, bem em frente à Praça Saens Peña. Quando se extinguiu, logo aquilo que sobrou do seu mobiliário entrou no montante da massa falida da Metro no Brasil. O espólio dos cinemas da Metro da Tijuca e de Copacabana prontamente se tornou material de interesse para o advogado Ivo Raposo, ex-projecionista de cinema durante infância e juventude⁷, cuja vida parece ter servido de *leitmotiv* para o filme “Cinema Paradiso”, de Giuseppe Tornatore.

A fascinação de Ivo Raposo pelas salas de exibição deu início a uma empreitada arqueológica. Há 30 anos, ele começou a adquirir mobiliário e peças dos cinemas Metro, após a falência do Metro Tijuca e do Metro Copacabana. Nessa época, com 20 poltronas originais dos cinemas e mais alguns projetores sem uso doados por Luiz Severiano Júnior, do Grupo Severiano Ribeiro, ele organizou uma pequena sala de cinema em um espaço anexo à casa de seu pai, em Conservatória, distrito do município de Valença, localizado ao sul do estado do Rio de Janeiro.

Os filmes eram exibidos na minúscula sala para um público de amigos e parentes e os rolos eram emprestados ou doados por conhecidos que trabalhavam em distribuidoras. E assim seguiu o seu cinema particular, até que, em 2005, Ivo conseguiu o restante dos

⁷ Ivo Raposo foi projecionista do Cinema Santo Afonso, localizado na Tijuca, ainda na década de 1950, quando era criança. O cinema era de propriedade da Igreja Santo Afonso e as exibições deviam seguir certas regras estipuladas pelos padres. Ivo conta que diversas vezes precisou cortar determinadas cenas dos filmes por ordem dos religiosos. Também trabalhou, anos mais tarde, na cabine do cinema Bruni Saens Peña, também na Tijuca. Sua trajetória como funcionário de cinemas terminou quando ele começou o curso de Direito, mas ele manteve sua ligação com o meio cinematográfico adquirindo gradualmente as peças dos cinemas Metro que foram fechados na cidade do Rio de Janeiro.



equipamentos e do mobiliário dos cines Metro, objetos que estavam guardados em um depósito do cinema Condor, desde a década de 1970. Resgatando-os, Ivo deu partida a mais uma nova empreitada: reconstruir peça por peça e reerguer, segundo fotografias antigas e de acordo com as suas recordações pessoais, o prédio do Metro-Tijuca, mas, agora, na cidade de Conservatória. A antiga sala particular com 20 lugares, diante da segunda sala projetada para abrigar 57 poltronas, se tonaria, de acordo com o que Ivo conta, um simples milímetro perto do Cine Centímetro, nome com o qual foi batizado o cinema-réplica em 2005.

A história de Ivo Raposo e deste cinema Metro replicado parece articular questões relacionadas a algumas abordagens sobre memória social, esquecimento, monumentalidade e usos do passado no presente. Acreditamos que a reconstrução de um local de exibição cinematográfica aos moldes do padrão *movie palace*, comum aos meados do século XX, pode ser entendida como uma tentativa de re-elaboração de um passado de glória e *glamour* do mercado exibidor, em uma contemporaneidade onde as salas de cinema de rua, além de raras no Rio de Janeiro e em todo o Brasil, já não seguem perfis monumentais.

A começar pela história da cidade onde o Cine Centímetro foi aberto, cremos que determinadas concepções de memória e de formas de lembrar estão articuladas aos movimentos que deram origem ao Centímetro. A cidade de Conservatória, sede do cinema de Ivo Raposo, é conhecida por manter uma relação intrínseca com culturas diretamente associadas a vestígios do passado. Tal relação parece ser, de fato, um possível sintoma de que a sobrevivência desses vestígios é frágil, particularizada, embora também coletiva e plural, e, por vezes, localizada, e que, por isso mesmo, suscita o que Andreas Huyssen (2000) chamará de *medo e terror do esquecimento*, fator que o autor diz estar associado às próprias estruturas da memória midiaticizada atuantes em nossa sociedade tão “obcecada pela memória” (HUYSSSEN, 2000, p. 19). O presente se joga sobre si mesmo, mas tenta atar a si algo que passou e que precisa ser recapturado, seguindo a idéia de que há: “um deslizamento cada vez mais rápido do presente ao passado histórico, uma percepção geral de que tudo e qualquer coisa pode desaparecer – tudo isso indica a ruptura de um equilíbrio” (NORA, 1984, p. 1).

A cidade de Conservatória é palco de serestas, conserva a arquitetura do casario colonial e as marcas do ciclo do café. Ufana-se por preservar “suas características bucólicas de arraial, pacata e tranqüila”, como anuncia um dos seus *websites* turísticos⁸. Assim, entendemos que, desde a sua constituição, parece haver em Conservatória uma forte ligação entre (1) combate ao esquecimento e a *estados de dizimação*, (2) recuperação da memória e

⁸ Disponível em: http://www.seresteiros.com.br/historia_cons.htm. Última visualização: junho de 2011.



(3) tributo ao passado, em dinâmicas que fomentam e negociam as sociabilidades, os espaços construídos e o turismo local.

É curioso que a réplica de um dos cinemas mais famosos do Rio de Janeiro entre 1941 e 1977 tenha sido erguida justamente na “capital da seresta e da serenata”. Esses elementos de um passado que se apresenta em manifestações culturais e urbanísticas indicam agenciamentos, dicotomias e paradoxos entre musealização e destruição, amnésia e rememoração. O par *memória-esquecimento*, no caso do cinema Centímetro de Conservatória, nos oferece caminhos para pensar os próprios sentidos da réplica e a sua ligação com aspectos concernentes à musealização e à monumentalidade. Antes de abordarmos tais perspectivas, é necessário, no entanto, atentarmos para a diferença entre história e memória, conforme coloca Pierre Nora (1984).

De acordo com o autor, há na contemporaneidade modificações consideráveis na maneira como percebemos a história, fato que indica uma “aceleração da história” (NORA, 1984, p. 2). Tal aceleração, segundo Nora, conta com ajuda da mídia e seus processos de tratamento sobre aquilo “que passou”, o que foi registrado ou não, e o que virá. Para ele, outro vetor que aponta para a mudança de percepção histórica seria uma cadeia de transformações e fenecimento de idéias, ideologias, baluartes institucionais e tipos de sociedades que antes asseguravam, em variados graus e modos, a “transmissão e a conservação de valores coletivamente lembrados” e garantiam certa suavidade nas relações de passagem entre passado, presente e futuro (NORA, 1984, p. 1).

Todo esse quadro evidencia, na visão de Pierre Nora, uma notável oposição entre história e memória (NORA, 1984). Considerando a memória aberta tanto ao esquecimento quanto à lembrança, e como um dado que se aventura por deformações, vulnerabilidades, mortes e renascimentos imprevisíveis, afetos, nuances mágicas, e sacralizações de relembranças, Nora a contrapõe à história, que, opostamente, carregaria aspectos voltados à representação do passado, quase nunca completa e fiel, mas que se pretende crítica e analítica, universal, secular, progressiva e iconoclasta. Entendemos que o cinema Centímetro pode estar justamente nessa zona de conflito entre história e memória, ratificando – na base de sua idealização, construção, organização espacial, configuração arquitetônica e de seu funcionamento – a “oposição fundamental” (NORA, 1984, p. 3) que há entre essas duas instâncias evocativas do passado.

Tomado como monumento – que faz menção e tenta replicar um prédio de exibição cinematográfica, que já existiu de fato, e que no século XX, no Rio de Janeiro, fora um



equipamento de cultura, mídia e lazer, fortemente comprometido com a constituição de redes de sociabilidade e afetividade –, o Centímetro parece trabalhar no sentido de um elogio ao passado do Metro (mais especificamente do Metro-Tijuca) e do próprio passado de seus frequentadores, daqueles mais aos menos assíduos, incluindo ainda aí as pessoas que simplesmente tinham conhecimento do cinema e apenas passavam em frente à porta, visualizando os letreiros em *neon*.

Desta maneira, o Centímetro aparece com significações históricas. Sua construção feita exatamente em cima de elementos genuínos – sejam poltronas ou projetores, sejam formatos das linhas *art déco* ou lustres originais do espólio da sala MGM na Tijuca – reivindica em algum grau uma autoridade, uma unicidade, uma representação “fiel” e analítica de uma era de glória dos cinemas de rua e da *hollywoodianização* dos sonhos dos espectadores, à luz de uma reconquista total dos vestígios que foram deixados para trás.

O tema da “arquitetura monumental” é tratado por Andreas Huyssen (2000) quando ele assinala as questões do “excesso de memória” e de uma busca incessante pelo armazenamento da memória e do passado (e sua comercialização e veiculação midiática) em nossa sociedade atual. Fazendo considerações sobre o monumento, desde o discurso monumental de Wilhelm Richard Wagner, até a prática da monumentalidade na vida contemporânea, Huyssen acredita que na modernidade o desejo e a busca pelo monumental sempre foi o desejo e a busca de origens, aliado a um “discurso das origens” comum ao século XIX. Tal “discurso das origens”, conforme continua a afirmar Huyssen ao citar Lukács, fora produzido por um “desamparo transcendental como *conditio moderna*” (HUYSSSEN, 2000, p. 53).

Já sobre hoje, Huyssen passa por análises de *eventos-arte-performances-monumentos* na Alemanha, oferecendo pontos para discutir se as nossas sociedades possibilitam ou não a existência de um desejo por arquiteturas monumentais. O autor indica que a “monumentalidade está viva e passa bem” (HUYSSSEN, 2000, p. 64), mesmo chamando atenção para o fato de que no século XX passamos por um “declínio do espaço público monumental”. Ainda de acordo com ele, a monumentalidade lida, na contemporaneidade, com migrações, nas quais as edificações concretas e suntuosas, reais e imponentes, tornam-se agora imagens marcadas pela mídia, “monumentalidade em miniatura” que cabe em *chips* ou em *bytes* (HUYSSSEN, 2000, p. 64), transmutando-se em um *imaterial digitalizado*: não são mais palpáveis, mas, de sobremaneira, deixam de ser monumentais.



Em nosso caso, ao fazermos uma aproximação entre o Metro-Tijuca (monumento *art déco* em si e, em seu tempo, *movie palace* de grande ressonância no espaço urbano) e o cine Centímetro, “vivo” em Conservatória, podemos observar uma estética da monumentalidade em ambos os exemplos, e, além disso, podemos estabelecer relações e diferenças entre esses monumentos, apesar dos ensejos da idéia de réplica que os permeia.

O Metro-Tijuca já nasceu como monumento de uma época bem marcada. Tal como colocam muitos antigos frequentadores e o próprio idealizador do Cine Centímetro, Ivo Raposo, esse cinema (assim como os demais da cadeia MGM) foi um templo destinado a um determinado tipo de espetação cinematográfica. Esse modo de espetação era realizado comumente até meados da década de 1960, quando então começa a esmaecer, no momento em que o mercado de exibição brasileiro⁹ passa a ganhar outras feições, com novos arranjos de salas, as quais não seguiriam com tanto ânimo, dali por diante, os aspectos anteriores de luxo e aveludados e a característica de instalações enormes, que transformavam sessões de filmes em verdadeiros *happenings* sociais.

O recente cinema Centímetro, que conforme vimos, nasce de uma reprodução aumentada de uma pequena primeira junção de materiais originais vindos do espólio da Metro (a sala de exibição seminal, com 20 poltronas, construída por Ivo Raposo), surge como uma edificação monumental, com sentidos e objetivos de réplica, mas com suas unicidade, razões e identidade colocadas bem precisamente no tempo presente. Do mesmo modo, o Centímetro faz elogio a um monumento análogo, já demolido, e a elementos simbólicos de uma era solidificada na(s) memória(s) coletivamente construída(s), traçando sua própria monumentalidade (RODRIGUES, 2001) – período, elementos simbólicos e *modus vivendi* esses que parecem representar uma fase monumental da cultura midiática do século XX.

O monumento é, portanto, um legado a memória coletiva, um legado “criado pela mão do homem” e por ele edificado para carregar consigo toda uma carga de concepções que o farão símbolo de uma mensagem que quis ser passada, de um aviso ou de uma instrução que se desejou transmitir. A categoria concreta, empírica do monumento não se limita, então, ao objeto, uma vez que ele leva uma carga simbólica, abstrata — sua monumentalidade —, a qual tem por função trabalhar sobre o imaginário social. (...) O monumento encerra em si uma monumentalidade, a qual, por sua vez, e transcendente, pois ela não é só mais um objeto presente no espaço urbano; ela é ideia, concepção, crença: objetivo simbolizado em objeto-

⁹ Fenômeno de mudança no perfil das salas de exibição impulsionado e atravessado por diversos aspectos concernentes tanto às transformações dos gostos e mentalidades dos públicos cinematográficos, como às modificações nos braços de produção e distribuição cinematográficas e nas estéticas filmicas, assim como às novas configurações citadinas, a partir da década de 1960. De *movie palaces*, a tendência passou a ser as divisões de grandes salas em duas ou três menores, demolições ou abertura de salas compactas, muitas em fundo de galeria.



símbolo, mas capaz de viajar no imaginário. Os monumentos diversos (esculturais: em homenagem a pessoas e a fatos históricos; ou arquitetônicos: edifícios, torres, praças, avenidas e planos urbanísticos inteiros) são a própria espacialização de uma ideia, de uma concepção de mundo que procura tanto sua auto-afirmação quanto a subjugação de outras ideias e concepções destoantes (RODRIGUES, 2001, p. 4).

Mesmo não tendo sido concluído em *bytes* ou em *chips*, de acordo com a tendência da *nova monumentalidade* apontada por Huyssen, mas concretamente no ambiente construído da cidade, o Centímetro guarda sinais do sintoma de recusa à amnésia, o qual procede pela via do revigoramento do museu, do monumento e do memorial, e desempenha, no urbano e na vida das pessoas, a garantia de que os vestígios do passado, às vistas do presente, tenham lugar no tempo e no espaço.

(...) o fascínio pelo passado é mais do que um simples efeito colateral compensatório ou fraudulento de uma nova temporalidade pós-moderna que paira sobre a necessidade de memória e o ritmo acelerado do esquecimento. Talvez ele deva ser levado a sério como um modo de diminuir um pouco a velocidade da modernização, como uma tentativa, embora frágil e cheia de contradições, de atirar salva-vidas ao passado e contrabalançar a notória tendência de nossa cultura à amnésia, sob o signo do lucro imediato e da política de curto prazo. O museu, o monumento e o memorial de fato se revigoraram depois de terem sido tantas vezes dados por extintos, ao longo da história do modernismo (HUYSSSEN, 2000, p. 76).

A esse revigoramento do monumento apontado por Andreas Huyssen soma-se, no caso do Centímetro, a ideia de que tal réplica parece assumir o papel de um lugar que ancora a memória e estende, na atualidade, as identidades ligadas às sociabilidades do que foi ser espectador de cinemas *movie palaces*, reforçando esses laços identitários através de uma coesão afetiva. Como coloca Ivo Raposo, a partir da visita ao Centímetro, os turistas e antigos frequentadores do Metro-Tijuca, que vão à Conservatória:

(...) tomam um choque com o que veem, porque quando entram já está tudo iluminado, pois eu abro para as visitas já à noite. Passo trechos de filmes, melhores momentos de musicais da Metro, passo cine-jornal, Canal 100, trechos do Tom e Jerry, desenho que era exibido no primeiro domingo de cada mês lá, trailer de Doutor Jivago e Ben-Hur. As pessoas ficam muito entusiasmadas e emocionadas, revivem aquilo tudo (Ivo Raposo).

Portanto, entendemos o Centímetro como um “lugar de memória” (NORA, 1984), na medida em que vestígios, peças de ruínas, remontagens, reproduções fiéis dão o caráter memorialístico a essa edificação. No cerne disso, há a inexistência de fato do cinema original. Não se conta mais com a presença efetiva do Metro-Tijuca na rua e com a ativação contínua e



atual (não virtual) da experiência de assistir a filmes nesse equipamento coletivo de lazer, donde vinham as construções: de determinados laços sociais; de determinadas formas de apropriação da urbe; de modos de espetação cinematográfica, consumo e recepção dos filmes; de certos tipos de sensações, afetos e posturas.

Na acepção colocada por Pierre Nora (1984), não haveria mais contextos reais de memória, por conta de uma perda do sentido de continuidade, inaugurada pela aceleração da história e pela substituição da legitimação do passado pela legitimação do futuro. Segundo essa visão, não se recorre mais à memória, há “o fim da tradição da memória”: tomada pela história, a memória sobrevive “como um objeto reconstituído sob o olhar da história crítica”.

Estes lugares de memória são fundamentalmente vestígios do passado, as últimas encarnações de uma consciência da memória que sobrevive numa época histórica que não recorre à memória, pois a abandonou. Eles aparecem em virtude de desritualização de nosso mundo – produzindo, manifestando, estabelecendo, construindo, decretando e mantendo artificialmente e intencionalmente uma sociedade profundamente absorvida em sua própria transformação e renovação, que inerentemente valoriza o novo em detrimento do antigo, o jovem em lugar do velho, o futuro em relação ao passado. Museus, arquivos, cemitérios, festivais, aniversários, tratados, exposições, monumentos, santuários, associações são marcos de uma outra época; são ilusões de eternidade. É a dimensão nostálgica destas instituições devocionais que as faz parecer distantes e frias – elas marcam os rituais de uma sociedade sem ritual; particularidades integrais numa sociedade que nivela a particularidade; signos de uma distinção e do pertencimento a um grupo numa sociedade que tende a reconhecer os indivíduos apenas como idênticos e iguais (NORA, 1984, p. 7).

Embora o Centímetro não se mostre como monumento *distante ou frio* – pois provoca emoções explícitas em quem lá vai e desenvolve um trabalho que, mesmo lidando com a noção de nostalgia, sugere estar mais ligado às sensações e afetos do que a uma simples exacerbação da devoção ao passado –, ele faz parte de uma postura quase lúdica, com pretensões à eternidade. Situado em uma cidade que já mantém em seu seio a questão da preservação, da continuidade e da manutenção da “tradição”, tudo ali parece mesmo tentar sobreviver a um entorno de mudança, superação, avanço e “futuro”. O curioso é que a própria tentativa de sobrevivência exprime e denuncia uma falta, uma perda, um “não existir mais”. Só restam investimentos de desejo na vontade de lembrar e é por essa vontade que se encontram pontos de apoio para que os “lugares de memória”, eles mesmos sinais de que algo desapareceu, se ergam.



Os lugares de memória se originam da idéia de que não há mais memória espontânea, de que nós temos que criar deliberadamente arquivos, manter aniversários, organizar celebrações, fazer apologias e listar descrições, porque tais atividades não ocorrem mais naturalmente (NORA, 1984, p. 7).

São as identidades que circulam em torno do imaginário da época da espetação cinematográfica realizada como *happening*, com “sonhos aveludados” e luxo em palácios do cinema, e, além disso, com uma exacerbação da indústria de Hollywood (impressa tanto no formato das salas de exibição, quanto nas exigências que se faziam do espectador em cada um desses espaços), que precisam ser fincadas, pois já não procedem mais nas experiências da atualidade. Assim, consideramos que a sua retomada, através da análise do caso do Centímetro, não soa como uma atividade urbano-cultural espontânea. É dessa inexistência que o Centímetro parece se valer e por onde parece se fundar.

A identidade da qual falamos, e a memória coletiva a ela vinculada, só aparece imbuída de preservação, nas sessões programadas por Ivo Raposo em seu cinema-réplica, porque está ameaçada. Sob o signo da vigilância rememorativa, o Centímetro e suas visitas são plausíveis num mundo que já esquece (e não comporta mais) o Metro-Tijuca, o mercado profícuo de salas de exibição de rua e a figura da MGM de uma dada época. Com isso, entendemos que o Centímetro, enquanto “lugar de memória”, se produz através de um jogo, conforme coloca Pierre Nora ao assinalar o surgimento desses patrimônios, arquitetônicos ou não, sempre grupais e afetivos:

Nós apoiamos nossas identidades sob tais bastiões, mas se o que eles defendem não fosse ameaçador, não haveria necessidade de construí-los. Por outro lado, se as memórias que eles guardam fossem liberadas os mesmos seriam inúteis; se a história não assediasse a memória, deformando-a e transformando-a, penetrando-a e petrificando, não haveria lugares de memória. Sem dúvida, é este o jogo que produz lugares de memória – momentos de história selecionados do movimento da história, e então ressuscitados; não mais a vida, porém ainda não a morte, como as conchas que aparecem na praia quando o mar da memória já recuou (NORA, 1984, p. 8).

3. Considerações finais: réplica, trauma, usos e abusos da memória

O que se desponta de todo o caso da reconstrução do Metro-Tijuca – mais do que a re-elaboração, o mais fidedigna possível, de suas estruturas físicas através do uso de mobiliário e equipamentos de exibição originais – seriam mesmo os próprios esquecimentos e lembranças que permeiam a figura desse cinema. Em primeiro lugar, esquecimentos e lembranças de uma memória individual, relacionada ao papel de Ivo Raposo como uma



espécie de arauto da reminiscência, um “homem-memória” (LE GOFF, 1990, p. 429). Em segundo lugar, esquecimentos e lembranças de uma memória material/ visual, relacionada ao uso de fotografias de arquivo para a reconstrução arquitetônica e decorativa do exterior e do interior do prédio do Centímetro.

Ambas as situações mnemônicas estão, em nosso entendimento, inseridas e arraigadas a uma memória coletiva, que, por sua vez, construiu e ainda constrói imagens, comportamentos, subjetividades, sonhos e desejos intrincados às experiências de especulação cinematográfica vividas pelas pessoas com grande potência no espaço urbano.

O Centímetro em Conservatória apresenta-se como um dever legítimo de recuperação do passado, já que concede um lugar de honra à memória de algo que fora constitutivo para a configuração urbana do Rio de Janeiro. Tendo em sua base lembranças e esquecimentos, fatores que, agenciados, são a razão de ser da memória (e do monumento “útil”, “positivo” e “produtivo”), o cinema-réplica de Ivo Raposo demonstra fazer algum tipo de uso do passado, conferindo ao presente a possibilidade de acender a preocupação com a vida e a morte de equipamentos coletivos de lazer, os quais têm a propriedade de proporcionar aos transeuntes (e ao próprio espaço construído das cidades) uma verve propriamente urbana, onde arquitetura, arte e dinâmicas do *ir e vir* possam co-funcionar.

A questão que levantamos (e para a qual buscamos mais uma reflexão do que respostas) é: para que lado esse tipo de uso do passado pode apontar? Desde que o passado não passe a reger o presente, mas, ao contrário, o presente consiga fazer um uso benfazejo do passado (quanto menos ligado ao luto e à recusa da perda dos cinemas *movie palaces* e da mudança das cidades e do mercado de exibição, melhor), a memória aí se instala de forma integrada à realidade hodierna. Pode, assim, desbancar possíveis traumas que a prendam a nostalgias neutralizantes da potência de agir do indivíduo e dos elementos artificiais da urbe, que, por sua vez, englobam *corporeidades* ativas na *produção de subjetividade* dos sujeitos (GUATTARI, 1992).

É com Tzvetan Todorov com quem podemos refletir a respeito da questão desses tipos de usos, e abusos, da memória. Por uma memória libertadora, que o autor sugere ser a “memória exemplar” (TODOROV, 1998) – aquela que procura tirar do passado lições para ações em prol da justiça no presente e não aquela que ara o presente com a sombra do passado insuperável – é que a monumentalidade de peças como o Centímetro deve lutar.

Para Todorov, todos têm o direito de relembrar o seu passado, mas não há necessidade de erguer um culto da memória pela memória, pois sacralizar a memória é uma



forma de se tornar estéril no presente (TODOROV, 1998, p. 33). O Centímetro ressuscitou o passado do Metro-Tijuca, coloca-se entre esquecimento e lembrança, mas só mesmo a ação efetiva de seus visitantes, com honras ao passado e pés no presente, sem elogio ao trauma, possibilitará os usos profícuos e as finalidades produtivas dessa réplica.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ALMEIDA, P. S.; BUTCHER, P. **Cinema, desenvolvimento e mercado**. Rio de Janeiro: Aeroplano, 2003.
- ELIAS, P. R. **Ascensão e glória dos cinemas Metro**. Webinsider - UOL, 2010. Disponível em: <http://webinsider.uol.com.br/2010/06/04/ascensao-e-gloria-dos-cinemas-metro/> . Último acesso em julho de 2011.
- FERRAZ, T. **A Segunda Cinelândia Carioca: cinemas, sociabilidade e memória na Tijuca**. Rio de Janeiro: Multifoco, 2009.
- GAMA-ROSA, R. **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.
- HALBWACHS, M. **A memória coletiva**. São Paulo: Vértice, 1990.
- HUYSSSEN, A. **Seduzidos pela memória**. Rio de Janeiro: Aeroplano Editora, Universidade Cândido Mendes, Museu de Arte Moderna-RJ, 2000.
- LE GOFF, J. **História e memória**. Campinas: Unicamp, 1992.
- NORA, P. **Les lieux de mémoire**. Paris: Gallimard, 1984.
- POLLAK, M. **Memória, esquecimento e silêncio**. In: Estudos Históricos, 2 (3). Rio de Janeiro: Associação de Pesquisa e Documentação Histórica – CPDOC-FGV, 1989.
- RAMOS, F. ; MIRANDA, L. F. (orgs.). **Enciclopédia do cinema brasileiro**. São Paulo: Senac, 2000.
- RODRIGUES, C. M. **Cidade, Monumentalidade e Poder**. GEOgraphia, América do Norte, 3, set. 2009. Disponível em: <http://www.uff.br/geographia/ojs/index.php/geographia/article/view/65/63>. Último acesso em agosto de 2010.
- TODOROV, T. **Les abus de la mémoire**. Paris: Arléa, 1995.
- VIEIRA, J. L. e PEREIRA, M. **Espaços do sonho: arquitetura dos cinemas no Rio de Janeiro 1920-1950**. Rio de Janeiro, 1982.