

O sentido da contextualização em uma pesquisa científica: dos primeiros cinemas de calçada de Porto Alegre à Cinemateca Paulo Amorim¹

Maytê Ramos PIRES²

Jiani Adriana BONIN³

Universidade do Vale do Rio dos Sinos, São Leopoldo, RS

Resumo

O artigo trata do desenvolvimento da contextualização em uma investigação comunicacional a partir da etapa vivenciada no meu Trabalho de Conclusão de Curso, que visa entender como se dá a relação público-Cinemateca Paulo Amorim nas apropriações que os espectadores realizam das suas propostas fílmicas e como isso se vincula ao desenvolvimento de uma cidadania comunicativa cinematográfica. No texto me proponho a refletir acerca do sentido de realizar a etapa de contextualização em uma pesquisa científica, exposto concretamente a partir da reconstrução da trajetória dos cinemas de calçada de Porto Alegre, da ascensão à queda, e da Cinemateca Paulo Amorim, como espaço da Casa de Cultura Mario Quintana, que resgata o estilo dessas salas.

Palavras-chave: contextualização; recepção cinematográfica; Cinemateca Paulo Amorim; cinemas de calçada; cidadania comunicativa cinematográfica.

Introdução

Este texto busca refletir sobre a contextualização realizada na pesquisa desenvolvida para o meu Trabalho de Conclusão de Curso, que busca investigar as apropriações das propostas fílmicas ofertadas pela Cinemateca Paulo Amorim, espaço da Casa de Cultura Mario Quintana, entre espectadores que a frequentam e entender como essa oferta cultural se relaciona com a construção de uma cidadania comunicativa cinematográfica.

Para o TCC procuro caracterizar as estratégias de formulação da programação, e as propostas fílmicas ofertadas pela Cinemateca; descrever e analisar a apropriação que os espectadores cinematográficos realizam dessas ofertas; e refletir sobre as possibilidades de uma cidadania comunicativa cinematográfica a partir do consumo cinematográfico da Cinemateca. Interessa-me pensar, então, a relação entre sujeito e oferta cinematográfica da Cinemateca considerando tanto as propostas desse espaço quanto as particularidades do

¹ Trabalho apresentado na Divisão Temática de Comunicação, Espaço e Cidadania, da Intercom Júnior – X Jornada de Iniciação Científica em Comunicação, evento componente do XXXVII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Estudante de Graduação, 7º semestre do Curso de Comunicação Social – Jornalismo da Universidade do Vale do Rio dos Sinos (Unisinos), email: mayterpires@gmail.com.

³ Orientadora do trabalho. Professora/pesquisadora do Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação da Unisinos, email: jianiab@gmail.com.

sujeito espectador e as matrizes diferenciadas associadas a referentes cinematográficos desses sujeitos desde a infância.

Para compreender aspectos do contexto que atravessam e configuram a inter-relação dos espectadores (público estudado) com a Cinemateca, o primeiro movimento de aproximação ao fenômeno foi a contextualização, que será o foco desse artigo. Para entender a definição da Cinemateca como espaço que resgata o estilo dos cinemas de calçada de Porto Alegre, é preciso pensar historicamente tais espaços e aspectos do contexto no qual surge e se insere o ambiente pesquisado.

Este texto está organizado do seguinte modo: primeiro busco refletir sobre o sentido de realizar a etapa de contextualização em uma pesquisa científica e depois recupero a contextualização realizada para fins do meu TCC ao reconstruir a trajetória dos cinemas de calçada de Porto Alegre, retomar a história da Casa de Cultura Mario Quintana, e entender o papel da Cinemateca Paulo Amorim como espaço cultural do centro porto-alegrense.

Sobre o sentido da contextualização na construção de uma pesquisa

O movimento de contextualização visa dar luz a aspectos que interessam entender a partir da perspectiva na qual se configura o meu olhar. Ao propor uma contextualização, reflete-se sobre aspectos relevantes para pensar a problemática, em perspectiva histórica, suas transformações, é uma tentativa de vincular o fenômeno específico com seu contexto, os detalhes que levaram a determinada situação (MALDONADO, 2011). Contextualizar implica pensar todos os âmbitos nos quais o objeto se constitui, os “múltiplos contextos” sócio-históricos, nos termos de Maldonado (2011), que o envolvem e formam, tendo como eixo articulador o foco comunicacional/midiático do problema estudado.

Para mapear aspectos das realidades que vigoravam à época que são relevantes para entender a problemática comunicacional que implica no recorte do real estudado, se faz uso de obras acadêmico-científicas e literárias que retratem as problemáticas e entornos. Entretanto, a reflexão sobre tais processos fica a cargo do autor, este tem o compromisso com a veracidade dos aspectos retomados, realizando incessantemente o pensar sobre a atividade científica a que se propôs (BACHELARD, 1977).

O objeto pesquisado se reconstrói constantemente, tanto por mudanças no campo quanto nos saberes teóricos (BONIN, 2011), e é função do pesquisador perceber e acompanhar as transformações buscando entender seus porquês e sentidos. Não há uma

medida certa, não há receita na ciência, e sim o constante desafio de descoberta e compreensão do mundo.

Pensando a construção do fenômeno pesquisado, em diálogo com Bonin (2011) e Bachelard (1977), ela se dá na inter-relação da observação da realidade com a problematização teórica. O diálogo depende do resgate contextual à medida que este ilumina a trajetória que culminou na configuração do objeto de estudo, sua formação.

Ao contextualizar a Cinemateca, busquei elementos que auxiliaram na sua definição atual, para isso analisei o surgimento do cinema, o aparecimento dele em Porto Alegre, seu alcance na capital, a transformação do mercado e a criação da Casa de Cultura Mario Quintana (CCMQ). O esqueleto dos caminhos de contextualização realizados na pesquisa que desenvolvo no TCC permite perceber a necessidade do processo para poder enxergar mais claramente que a Cinemateca não está isolada no presente nem em perspectivas de futuro, seu surgimento e retrospectiva também a compõem e configuram.

A imersão no objeto estudado a partir da contextualização amplia a percepção sobre ele, possibilitando novos olhares e perspectivas que o concretizam em termos de seus vínculos com a realidade onde se insere seu movimento, redescobrimo o objeto ao encará-lo historicamente.

Observamos que uma contextualização dos aspectos sociais, históricos, culturais e políticos na qual o nosso objeto de estudo se encontra inserido é imprescindível para expandir a compreensão dos processos midiáticos, bem como das realidades de produção e de leitura que os constituem (FOLETTTO; MALDONADO, 2010, p. 2).

A relevância de contextualizar está neste movimento se caracterizar como o primeiro contato real com o objeto, no qual percebe-se as especificidades que o envolvem e formam. É a partir do levantamento de dados problematizados na contextualização que se colhem pistas que no decorrer da investigação se concretizarão na compreensão do fenômeno investigado (FOLETTTO; MALDONADO, 2010). Para a investigação concreta do meu TCC, retomar a trajetória dos cinemas de calçada de Porto Alegre auxilia a pensar o nascimento da Cinemateca Paulo Amorim e sua relevância na cena cinematográfica da capital, para que no decorrer da pesquisa seja possível traçar o papel do espaço para o seu público.

Os cinemas de calçada de Porto Alegre

O cinema surge na última década do século XIX, tem sua invenção patenteada pelo visionário Thomas Edison, em 1893, e seu lançamento⁴ feito pelos irmãos Louis e Auguste Lumière, em 1895. No início o cinema era uma atividade desenvolvida pelos pequenos comerciantes, proprietários de lojas de conveniências, que realizavam exibições em suas mercearias. A partir do crescimento do público e do lucro, ainda no início do século XX, pensando o contexto cinematográfico estadunidense que foi um expoente para o crescimento do cinema mundial, houve a expansão do cinema e as exibições passaram a ser feitas em galpões com ingressos a um níquel e devido a isso, foram chamados de *nickelodeons*. Estas foram as primeiras salas exclusivas de cinema.

Antes haviam exibições curtas – de cerca de cinco minutos cada, em conjuntos que somavam aproximadamente trinta minutos – em “casas de espetáculo de variedades, onde era possível beber, comer e dançar” (SILVA, 2009, p. 33). Esses antecessores dos *nickelodeons* (que inclusive herdou o mesmo público de pessoas de baixa renda) eram denominados *vaudevilles*, nos EUA, *music-halls*, na Inglaterra, e *café-concerts*, na França. Nos EUA houve ainda o *penny arcade*, no qual existia um projetor com visor individual (o quinetoscópio desenvolvido Thomas Edison) que dividia a atenção do público com máquinas de jogos, seguindo a mesma linha dos *vaudevilles*.

Os *nickelodeons* foram expandidos para redes de exibição e seus proprietários passaram, também, a produzir filmes. Em meados de 1908 os produtores começaram a apostar em novos gêneros (D. W. Griffith foi o primeiro) para alcançar todas as faixas de público. Aqui o cinema começa sua transição para virar espetáculo de grandes proporções (CALIL, 1996 e MACHADO, 2009).

Cerca de um ano após a primeira projeção, Porto Alegre inaugura esse mercado, e em 05 de novembro de 1896 a Pharmacia Jouvin realiza a primeira exibição de filmes. Apenas doze anos depois, em 1908, é inaugurada a primeira sala fixa de Porto Alegre⁵, o Recreio Ideal. Os primeiros cinemas da capital riograndense caracterizam-se pela

⁴ Realizada em 28 de dezembro de 1895, a demonstração feita pelos irmãos Lumière é tida por muitos como a primeira “exibição de filmes pública e paga” (COSTA, 2006, p. 19), mas em 1º de novembro de 1895 “os irmãos Max e Emil Skladanowsky fizeram uma exibição de 15 minutos do bioscópio, seu sistema de projeção de filmes, num grande teatro de vaudeville em Berlim” (COSTA, 2006, p. 19).

⁵ A primeira sala do Brasil abriu no Rio de Janeiro, em 1897, era o Salão de Novidades.

grandiloquência. São espaços com capacidade para, em média, 1.000 espectadores⁶, situados majoritariamente no Centro e em suas proximidades – formando uma Cinelândia.

No período da Primeira Guerra Mundial (1914-1917) iniciam-se os processos de alteração estilística dos cinemas e amplia-se a abrangência estadunidense, pois o conflito impossibilitou a indústria cinematográfica europeia de manter a produção, o que repercutiu também na produção latino-americana que se servia dos equipamentos europeus, de preços mais acessíveis (MACHADO, 2009).

A Segunda Guerra (1939-1945) ratifica a expansão do cinema dos EUA pois Alemanha, Inglaterra, França, Itália e Japão, que se destacavam no ramo, sofrem com a desestruturação de suas economias e logo Hollywood adquire grande faixa do mercado graças à baixa concorrência. Entretanto, segue certo nacionalismo nas produções realizadas pelos países que perderam a Segunda Guerra e são lançados clássicos do cinema durante o período (FABRIS, 2006).

A cada reformulação do cinema crescia seu público, e os anos 40, quando inicia a sonorização dos filmes, são o auge dos cinemas de calçada porto-alegrenses. A transição do cinema mudo para o falado e a adição de cores às películas mobilizou os espectadores, melhorando a linguagem e a experiência deles (SILVEIRA NETO, 2001).

A entrada de redes de exibição estrangeiras no circuito, a falta de segurança e questões técnicas como qualidade de projeção e conforto foram fatores que contribuíram para a transição do público de cinema para novos lugares e a deterioração dos cinemas de calçada, iniciando a era dos *shopping centers*. A partir das ideias de García Canclini (2010) é possível pensar que, na transição gradual das salas para os *shoppings*, transferem-se também as demais atividades sociais e perde-se o vínculo identitário com a cidade pois o centro se desloca para um ambiente universalizado, semelhante em todos os lugares.

Em 1973 é inaugurado o primeiro cinema de Porto Alegre localizado em um *shopping center*, o Studio Center – no Centro Comercial João Pessoa. Nos anos 80 os *shoppings* ganham maior espaço na capital, mas é nos anos 90 que eles se consolidam como espaços multifacetados hegemônicos: até 1990 somente uma sala de cinema estava localizada em *shopping*, já em 1997 esse número sobe para 22 (RECHENBERG; GOELLNER; CAPARELLI, 2000, p. 284-285).

⁶ Os dados informados sobre a história dos cinemas de calçada da capital foram retirados dos levantamentos disponíveis nas publicações de Gastal (1999) e Zanella (2006), que realizam um mapeamento da cinematografia de Porto Alegre em vinculação com a realidade atual.

Além dos centros urbanos terem sido reinventados, houve uma mudança no público, que passou a contar também com a audiência a domicílio, dividindo a assistência fílmica, que antes só se dava nas salas de cinemas, com os vídeos – videolocação, acesso online etc. Mas essa nova possibilidade de vivência cinematográfica (realizada em casa) coloca o cinema em outra perspectiva, modificando a experiência anteriormente constituída de espectador pois os filmes ganham agora possibilidades diversas de interpretação à medida que o silêncio não é mais necessário, que a interação se modifica, o que também leva a uma mudança nas ambiências das salas de cinema, visto que elas tendem a se aproximar mais do aconchego e da comodidade das casas.

As formas de se assistir filmes se ampliaram, já não é preciso sair de casa para isso e muitos tendem a se sentir mais à vontade assim. Isto não aponta para uma diminuição do mercado, inclusive se assistem mais filmes do que nunca, e as experiências fílmicas encontraram novas possibilidades (GARCÍA CANCLINI, 2010). Deste modo, inevitavelmente, os primorosos cinemas de calçada perderam boa parte do seu público, que passou a estabelecer relações de proximidade com o meio com o qual se relaciona com o cinema. As salas mudam suas roupagens, mas permanecem atrativas a todas as faixas de público (GARCÍA CANCLINI, 2010), entre outros fatores, por suas ofertas plurais, colocando-se como ponto de encontro de um público segmentado, e por ainda terem suas marcas na configuração das identidades culturais de seus espectadores (ZANELLA, 2006).

Se antes os cinemas caracterizavam-se por grandes salas de 2.000/3.000 lugares – caso dos cinemas Apollo⁷ e Coliseu⁸, respectivamente –, agora as pequenas salas garantem à audiência segmentada, maior oferta de filmes, maior abrangência de estilos, mais opções de lazer⁹, sem esquecer da magia do cinema:

Hoje, embora com menor capacidade de espectadores, é maior o número de salas de exibição em Porto Alegre do que em tempos passados. Assim, talvez a resposta para a continuidade e proliferação dos cinemas esteja no fato de que nenhuma mídia, até então, tenha conseguido substituí-los à altura: a sala escura, o silêncio pré-sessão, a tela grande, a luminosidade da imagem projetada, o som envolvente, enfim, o clima característico daquele que foi considerado por muitos “o último ritual do século XX” (ZANELLA, 2006, p. 101-102).

⁷ O cinema Apollo foi fundado em 1914, sendo o primeiro a funcionar com um projetor produzido em Porto Alegre. Era um Cine Theatro, com disposição de lugares dividida em dois níveis: primeira e segunda classe, com 1554 e 450 lugares, respectivamente. Foi um dos primeiros cinemas da capital gaúcha alcançando renome no mercado da época.

⁸ O Coliseu foi fundado em 1915 e alcançou renome nas décadas de 1920 e 1930, mas fechou nos anos 1950 e em seu lugar foi construído o edifício Coliseu e uma agência do Banrisul de mesmo nome em homenagem ao cinema. Tal como o Apollo, era de propriedade de Eduardo Hirtz, que nomeia uma das salas da Cinemateca Paulo Amorim.

⁹ Mais opções de filmes em cartaz aliada à localização dos complexos de exibição nos *shoppings*.

Todavia, há uma dissonância entre arte e indústria cinematográfica. Isto se dá pois a bilheteria¹⁰ passa a significar basicamente lucros, o que se almeja com os filmes escolhidos. A história do cinema retrata uma confrontação direta das duas vertentes cinematográficas porém, atualmente, também em virtude do aumento do número de salas e da segmentação do público, elas convivem, e há espaço tanto para o cinema arte (que gera reflexão) quanto para os produtos mais vendáveis e rasos da indústria cultural cinematográfica.

A reinvenção do fazer cinema, com o aprimoramento de tecnologias, o reinaugura, recria a novidade e chama público. Primeiro o 3D¹¹, depois 4D¹², estratégias para manter o público, diferencial que transforma a experiência de assistência fílmica. À parte a constante reconquista do público, uma inovação necessária para a manutenção das salas de cinema é a implementação de salas digitais¹³. Zanella (2006) aponta que a mudança é essencial para o mercado, garantindo agilidade aos lançamentos e diminuindo tensões decorrentes do transporte das películas¹⁴. As experiências das salas alternativas não conseguem oferecer os aparatos tecnológicos das demais, porém, as salas de cinema de calçada mantêm seu público justamente por garantir o diferente, retomar o estilo das salas da cinelândia porto-alegrense.

Em meados dos anos 1990 começa a revitalização cultural do bairro que por muitos anos concentrou as atividades da cidade, o Centro. Nascem espaços próprios para a valorização do Centro e a preservação de sua história, além de servirem de palco para o crescimento cultural da cidade e de seus habitantes¹⁵, entre eles a Casa de Cultura Mario Quintana¹⁶, que abriga a Cinemateca Paulo Amorim. Apesar disso, os cinemas não parecem

¹⁰ As leituras no âmbito do cinema me levaram ao entendimento de que a bilheteria concretamente representa apenas uma parte do lucro. A variedade de filmes e o tráfego de pessoas abre outros comércios mais rentáveis. Ou seja, apesar de os espectadores dirigirem-se aos cinemas motivados pelos filmes, o lucro vem majoritariamente dos produtos oferecidos no entorno, a saber: alimentos próprios para o momento de exibição – pipoca, refrigerante, balas e sorvete (que passam a ser uma espécie de pré-requisito, companhia para todos os filmes) – e itens temáticos dos filmes – copos, chaveiros, potes, camisetas, etc.

¹¹ O 3D garante à exibição uma dimensão espacial. Esse tipo de filme dá ao espectador a impressão de que “sai” da tela.

¹² O cinema 4D caracteriza-se pela exibição de um filme 3D somada a efeitos físicos na sala, em sintonia com o filme: água, vento, cadeiras que movimentam... Os espectadores participam da história, uma experiência de sensações físicas.

¹³ Sobre a “migração” da película para o digital, o documentário *Side by side*, do Christopher Kenneally, expressa com aptidão os prós e contras da mudança, trazendo diversos especialistas (desde diretores a coloristas) com dados e exemplos que ajudam o espectador a visualizar os processos e entender os dois lados da indústria. O documentário estabelece o diálogo garantindo a clareza nas opiniões dos dois lados e elucidando o fato de uma tecnologia não excluir a outra, mesmo que uma se torne mais viável.

¹⁴ Entretanto, as alterações nas formas de projeção e qualidade de exibição, que envolvem a fabricação dessa ambiência pois não é em qualquer espaço que pode-se desenvolver determinadas tecnologias, afetam os custos de produção, as possibilidades de recursos utilizados e o nível de imersão do espectador no filme.

¹⁵ O Centro Cultural CEEE Erico Verissimo, por exemplo, é inaugurado em 1994, o Santander Cultural em 2001, a Cinemateca Capitólio está em processo de lançamento (obras finalizadas em 04/04/2014), entre outros.

¹⁶ O próximo subcapítulo é dedicado a contar a história da Casa de Cultura Mario Quintana e na sequência do texto, a Cinemateca Paulo Amorim também ganha espaço na contextualização de seu surgimento.

ter espaço para voltar a ter o Centro como palco, pois sua realidade nos *shoppings* apresenta-se de forma mais viável e cômoda aos espectadores pela localização e segurança. Ainda assim, há ambientes como a Cinemateca e o Guion Center¹⁷ que retomam o estilo dos tradicionais cinemas, de forma reduzida e mais convencional. A estética dos cinemas de calçada aqui se define pela ausência da “poluição visual exagerada provocada por grandes e coloridos outdoors de farmácias, supermercados, agências bancárias e pelos quiosques, bastante comum nos shoppings” (ZANELLA, 2006, p. 74).

A retomada de estilo recupera, também, os problemas que fizeram com que os *shoppings* dominassem o mercado cinematográfico e não fossem apenas mais uma opção de lazer. Apesar disso, as salas resistem, sobretudo por apresentarem uma programação diferenciada, com títulos de nacionalidades que geralmente não entram em cartaz nas salas dos *shoppings*. No entanto, o Guion Center e a Cinemateca se diferenciam no momento em que o Guion é parte de um *shopping* e tem seus lucros vinculados à bilheteria e aos demais produtos oferecidos no local e a Cinemateca tem apoio financeiro da Secretaria de Cultura do Estado do Rio Grande do Sul e do Bannrisul.

Os primeiros cinemas de Porto Alegre¹⁸ surgiram no fim da primeira década do século XX. Eram espaços experimentais, pequenos, para cerca de 100 a 200 espectadores, e foi a partir deles que se inaugurou esse tipo de mercado, inspirando a abertura de muitas outras salas – melhor equipadas e preparadas. No início, houve um *boom* de salas e muitas não conseguiram manter suas atividades por causa da concorrência, mas as que atravessaram essa fase inicial se afirmaram como ponto de encontro de famílias até meados da década de 1980¹⁹, quando o público começou a migração de espaço de lazer para os *shoppings*. A primeira grande sala teve sua inauguração ainda no primeiro ano de cinema na capital, em 1908, era o Cine Variedades – tinha capacidade para 1.500 lugares, foi a primeira sala exclusivamente de cinema, e o início da “cinelândia” de Porto Alegre (SILVEIRA NETO, 2001).

Segundo levantamento de Silveira Neto (2001), que se propôs a listar todas as salas de cinema de Porto Alegre do século XX, a capital teve 161 cinemas de 1858 a 2000 – aqui

¹⁷ Apesar de ser parte do Shopping Nova Olaria, esse cinema faz referência aos antigos cinemas de calçada pois tem como divisão dos demais espaços do *shopping* uma praça, com um chafariz e bancos ao redor, além de em sua entrada contar com uma cafeteria e uma loja de CDs logo em frente à bilheteria.

¹⁸ Se situavam todos nos arredores do centro. O primeiro foi o *Recreio Ideal*, que teve funcionamento de 1908 a 1911/12, na Rua dos Andradas, número 1077, e tinha capacidade para 135 lugares. No mesmo ano abriram várias salas, as quatro que se seguiram ao *Recreio Ideal* foram *Cinematógrafo Berlim*, na Rua da Praia, número 305; *Recreio Moderno*, na rua Demétrio Ribeiro, número 1151; *Cine Variedades*, na Rua dos Andradas, número 1162; e o *Cinematógrafo Rio Branco*, na Rua dos Andradas, número 1449 (RECHENBERG; GOELLNER; CAPARELLI, 2000).

¹⁹ Em 1979 o público cinematográfico brasileiro era de 192 milhões, enquanto em 1988 caiu para 24 milhões. Somente entre 1979 e 1981 o público diminuiu 34% (GATTI, 2000b).

inclusos os espaços que não serviam apenas de salas de cinema, mas que também ofereciam essa modalidade, tal como os teatros e também os cinemas de *shopping*²⁰. Em comum, os cinemas que se consolidaram na capital tinham características como grandiosidade dos espaços, com salões amplos que antecederiam as salas e remetiam aos ambientes dos teatros (até porque muitos atuavam também neste segmento). Os cinemas Guarany²¹, Capitólio²², Imperial²³ e Marrocos²⁴, por exemplo, representam esta fase de ascensão dos cinemas em Porto Alegre.

As ofertas fílmicas configuram as dinâmicas de assistência que caracterizam seus usos. Se atualmente um cinema apresenta várias salas (6 a 8, em geral) com ofertas fílmicas diferenciadas, buscando alcançar todas as parcelas do público, antigamente cada cinema caracterizava-se por um estilo fílmico, cada um atingindo determinado público cinéfilo. O cinema *Bristol*, por exemplo, exibia “filmes de arte e ciclos de cineastas cult”, como explica Silveira Neto (2001, p. 173)²⁵.

O que sobrevive após as transformações nos cenários de assistência é o ato de ir ao cinema e experimentar cerca de duas horas compartilhadas com desconhecidos, risos, choros, surpresas em grupo. As dimensões de espacialidades, ofertas de conteúdo, formas e experiências de assistência se modificam com a chegada dos *shoppings*, componentes de um mercado maior que ganha especificidade no cenário de Porto Alegre. A realidade hegemônica dos *shopping centers* relaciona-se diretamente com a violência na cidade, com a construção de novas experiências de consumo inauguradas pela televisão e a elementos maiores que não estão só em Porto Alegre, como a produção em massa hollywoodiana e a unificação dos espaços – os *shoppings* são territórios universais, afinal (ZANELLA, 2006).

²⁰ Para uma retrospectiva completa da cena cinematográfica de Porto Alegre consultar as obras de Zanella (2006), Rechenberg; Goellner; Caparelli (2000), Silveira Neto (2001), Gastal (1999) e Faraon (2010).

²¹ Com funcionamento de 1913 a 2005, tinha capacidade inicialmente para 958 lugares e, à época de seu fechamento, para 330. Foi o primeiro cine-teatro de Porto Alegre, inaugurando o ramo. Fecha em 1975 e o prédio passa a ser do Banco Safra, que preserva (e restaura) a fachada. Em 1987 é reaberto em novo local, no mezanino do cinema Imperial (ver nota de rodapé 28) e fecha definitivamente junto com este em 2005 (ZANELLA, 2006).

²² Inaugurado em 1928, teve suas atividades encerradas em 1994 (tombado em 2002 e em processo de reinauguração como *Cinemateca Capitólio*, espaço cultural), possuía 1.295 lugares e mantinha contrato de exclusividade as produtoras *United Artists* e *RKO* (ZANELLA, 2006)..

²³ Com funcionamento de 1931 a 2005, tinha capacidade inicialmente para 1.632 lugares e, à época de seu fechamento, para 550. Foi a sala de exibição que funcionou por maior período de tempo em Porto Alegre, aberta por 74 anos. Em 1987 passa a abrigar o Guarany, e apresentam preços acessíveis (às terças o ingresso era apenas R\$ 3,00). Fecham não em decadência como os demais cinemas, mas pela necessidade do mercado. Em 2004, o prédio é tombado pela Secretaria Municipal da Cultura (SMC). Abrigará o Conjunto Cultural da Caixa Econômica Federal (teatro com 800 lugares), mas as obras não têm previsão de entrega (ZANELLA, 2006)..

²⁴ Com atividades de 1953 a 1994, foi um dos grandes cinemas da capital.

²⁵ Inaugurado em 1970, nasceu como extensão do Cinema Baltimore (ver nota de rodapé 33), situado em seu Salão de Festas, com capacidade para 184 lugares. O Bristol cresce e adquire público fiel nos interessados pelo “cinema de arte”. Em 1988 muda de nome para Baltimore 3, mas mantém mesma linha de exibição até o fechamento do Baltimore em 2000. “[...] em sua tela foram programados ciclos dedicados a diretores como Fellini, Woody Allen, Trufaut, entre outros grandes diretores, seguidamente colocados em segundo plano pelos programadores das salas de maior apelo junto ao grande público” (SILVEIRA NETO, 2001, p. 248).

Apesar de as novas opções de assistência adquirirem espaço e relevância no cenário cinematográfico, elas não conseguem esgotar a experiência de uma sala de projeção. Entretanto, as salas de cinema de calçada perdem a concorrência para os *shoppings* e entre 2000 e 2005 fecharam os últimos cinco grandes cinemas de calçada de Porto Alegre: Baltimore²⁶, Bristol²⁷, Cine Theatro Carlos Gomes²⁸, Cine Theatro Guarany²⁹ e Cine Theatro Imperial³⁰.

Histórico da Casa de Cultura Mario Quintana

O Hotel Majestic, inaugurado em 1935 no prédio que antes fora uma revendedora de veículos e que para se transformar em hotel foi acoplado ao prédio ao lado por galerias que cruzam a Travessa Araújo Ribeiro (atualmente denominada Travessa dos Cataventos)³¹, abrigou muitos escritores de renome, tais como Erico Verissimo e Vianna Moog (INSTITUTO ESTADUAL DO LIVRO, 2006), mas o que lá viveu por mais tempo foi Mario Quintana, hóspede de 1968 a 1980. Neste ano, 1980, o Majestic é comprado pelo Banrisul, que dois anos mais tarde vende a propriedade para o Governo do Estado do Rio Grande do Sul. Em 1983, é tombado patrimônio histórico da cidade e logo após, por meio da Lei 7.803 (de 08 de julho), é chamado Casa de Cultura Mario Quintana e incorporado à Subsecretaria de Cultura do Estado (INSTITUTO ESTADUAL DO LIVRO, 2006).

Somente 7 anos após, em setembro de 1990, é inaugurada a Casa de Cultura Mario Quintana³², disponibilizando espaços³³ relacionados às artes que em seus nomes fazem

²⁶ Inaugurado em 1931, tinha capacidade inicialmente para 1.848 lugares. Em 1970 o Salão de Festas com o qual o espaço contava é transformado em sala de cinema passando a se chamar mini Baltimore e em 1975 Cinema Bristol (ver nota de rodapé 31). Em 1988 passou por reformas e reabriu com quatro salas – a grande sala de 1.848 lugares transformou-se em três: Baltimore 1, 2 e 4, com 600, 264 e 138 lugares, respectivamente e a Baltimore 3 (anteriormente chamada Bristol) com 184 lugares. Apesar da reformulação e abertura de novas salas perde a concorrência para os *shoppings*, encerra funcionamento em 2000 e tem seu prédio demolido em 2003.

²⁷ Ver nota de rodapé 31.

²⁸ Fundado em 1923, tinha capacidade inicialmente para 2.000 lugares e posteriormente, quando da sua decadência, para 699. Por ser um Cine Theatro, também contava com apresentações artísticas. Em seus últimos anos de funcionamento, a sala mudou sua linha de exibição e passou aos filmes pornográficos – teve sua primeira exibição do gênero em 1983, mas foi no final dos anos 1980 que tornou-se o único gênero exibido na sala. Em 2000 passou a exibir apresentações de “shows ao vivo de sexo explícito” (FARAON, 2010, p. 10), mas estas não alcançaram o público esperado, apesar de ter aumentado a bilheteria. Hoje o espaço mantém a mesma fachada da época do cinema, mas não é mais do ramo cinematográfico, tendo encerrado suas atividades em 2002.

²⁹ Ver nota de rodapé 26.

³⁰ Ver nota de rodapé 28.

³¹ Contava com 400 quartos, 310 banheiros, um salão de refeições para 600 pessoas e aposentos especiais para famílias (SILVA, 1992).

³² A Casa de Cultura teve sua abertura simbólica em 1983, com o funcionamento de uma discoteca e um cinema no local. Porém, só foi oficialmente inaugurada em 1990, após a finalização da restauração, que havia sido iniciada em 1987.

³³ Cinemateca Paulo Amorim, Teatro Bruno Kiefer, Teatro Carlos Carvalho, Acervo Elis Regina, Biblioteca Erico Verissimo, Biblioteca Lucília Minssen, Discoteca Pública Natho Henn, Espaço Prof. Dionéia de Macedo Rüdiger, Jardim Lutzenberger, Espaço Romeu Grimaldi, Mezanino (palco para apresentações), Laboratório fotográfico (no qual ocorrem

homenagens a artistas e demais personagens importantes no desenvolvimento cultural do Rio Grande do Sul³⁴. Localizada num prédio que se caracteriza pela grandiosidade aliada a um ambiente familiar (é uma construção imponente, mas apresenta traços que remetem à introspecção do estar em casa), a CCMQ está na zona central da cidade³⁵, onde antes fluía toda a cena cultural porto-alegrense e que, mesmo com a ascensão dos *shoppings*, permanece sendo um polo cultural, com museus dividindo espaço com comerciantes informais ao redor das praças.

No chamado Centro Histórico de Porto Alegre situam-se 5 museus (Memorial do RS, Museu de Comunicação Social Hipólito José da Costa, Museu de Arte do Rio Grande do Sul Ado Malagoli, Museu Júlio de Castilhos e Santander Cultural), 2 centros culturais (Centro Cultural CEEE Érico Veríssimo e Centro Cultural Usina do Gasômetro) 1 teatro³⁶ (Theatro São Pedro), entre outros lugares de memória e vivência cultural, tais como as praças³⁷. Neste contexto, a transformação do Majestic em Casa de Cultura aparece aliada à redescoberta do centro como local de vivência e não apenas de passagem. Assim, atividades surgem nos espaços da Casa e também nos arredores, aflorando a vida do centro – uma vida com horários regulados, disponível geralmente até às 21h, mas ainda assim mantendo a zona ativa. Seis instituições estão envolvidas no funcionamento da CCMQ, cada qual com sua função e investimento. A primeira a declarar apoio foi a Associação dos Amigos da Casa de Cultura Mario Quintana (AACCMQ), criada em dezembro de 1984 a fim de lutar pela preservação e restauração do espaço. Desde então suas ações visam a captação de recursos e busca por apoio de patrocinadores tanto para a CCMQ, quanto para eventos artísticos e culturais desenvolvidos em seus ambientes. A AACCMQ foi a primeira entidade do tipo a iniciar funcionamento antes da abertura do espaço, evidenciando a valorização do patrimônio pela população³⁸.

Em termos de medidas legais e apoio cultural do Estado, a CCMQ conta com a Secretaria de Estado da Cultura do Governo do Estado do Rio Grande do Sul. Em 2007, é criada a Secretaria de Infraestrutura e Logística do Governo do Estado do Rio Grande do Sul (SEINFRA), que passa a responder por questões relativas às questões de Transportes e Energia, Minas e Comunicações e garante o apoio às atividades da CCMQ. Outras

oficinas de fotografia), 10 salas para oficinas e ensaios, sete espaços para exposições e cinco espaços comerciais (cafés e lojas).

³⁴ Dados retirados do site oficial da CCMQ. Disponível em: <<http://www.ccmq.com.br/>>. Acesso em: 8 mai. 2014.

³⁵ Mais especificamente na Rua da Praia, 736 – Centro.

³⁶ Há mais de um teatro, entretante este é o único que não está inserido em outro espaço (centro cultural).

³⁷ Levantamento realizado pela autora.

³⁸ Dados retirados do site oficial da AACCMQ. Disponível em: <<http://www.aacmq.com.br/site/>>. Acesso em: 8 mai. 2014.

organizações estatais que apoiam o espaço são a Companhia Riograndense de Mineração (CRM), que é regida pela SEINFRA, e a CORAG – Imprensa Oficial do Estado do Rio Grande do Sul³⁹.

O patrocínio fica a cargo do Banco do Estado do Rio Grande do Sul (Barrisul)⁴⁰, que arca com a maioria das despesas para o funcionamento da CCMQ. Com o amparo financeiro do Barrisul, as atividades desenvolvidas nos espaços da Casa são geralmente gratuitas ou de custo baixo, facilitando o acesso da população. É uma iniciativa que garante que ações artísticas e culturais não sejam restritas apenas a uma parcela do público, mas estejam ao alcance de várias faixas. A Cinemateca Paulo Amorim se insere neste contexto e, devido ao apoio e patrocínio das instituições já citadas neste item, apesar dos custos de exibição, consegue oferecer um dos ingressos mais baratos da capital, variando entre cinco e doze reais, o que colabora para tirar o cinema-arte de uma perspectiva elitista, colocando-o em circulação.

A Cinemateca Paulo Amorim

A Cinemateca Paulo Amorim⁴¹ surgiu ainda em 1984, no início da CCMQ, sob o nome de Cinema Mario Quintana – a esta época funcionavam apenas o cinema e uma discoteca nas dependências da casa, que teve sua abertura em 1990 (ver item acima). O então subsecretário de Estado da Cultura, Paulo Amorim, inovou ao dar a responsabilidade da programação da sala a outro que não o Setor de Cinema e Fotografia do Museu de Comunicação Social Hipólito José da Costa, no caso o responsável era o Romeu Grimaldi⁴². As reformas no Majestic fizeram as duas salas existentes à época – Paulo Amorim e Eduardo Hirtz – mudarem de lugar. Apenas em 1995, com a abertura da terceira sala – Norberto Lubisco –, a Cinemateca ganha a roupagem que conhecemos atualmente. As salas continuam a situar-se no térreo, agora as duas primeiras uma em frente à outra na Travessa dos Cataventos e a terceira na Rua da Praia, com ambientes familiares que remetem aos cinemas de calçada.

³⁹ Dados retirados do site oficial da CCMQ. Disponível em: <<http://www.ccmq.com.br/>>. Acesso em: 8 mai. 2014.

⁴⁰ O Barrisul investe, através de projeto aprovado pela Lei Rouanet em uma iniciativa do Governo do Estado do Rio Grande do Sul e da AACCMQ, R\$ 8 milhões nas obras de revitalização da CCMQ.

⁴¹ Paulo Amorim foi homenageado no nome da Cinemateca quando do seu falecimento, em 1986, assim sendo criada oficialmente a Cinemateca Paulo Amorim por meio de decreto publicado no Diário Oficial do Estado.

⁴² Foi programador e conhecedor de cinema. Foi responsável pela programação do Bristol, onde começou a se destacar no circuito do cinema-arte. Foi diretor da Cinemateca até o seu falecimento, em 1996.

A criação do espaço da Cinemateca, ainda antes da inauguração oficial da CCMQ, veio em concomitância com a abertura da Discoteca Pública Natho Henn, com fins de já começar as atividades culturais no espaço que antes sediava o Majestic, como um compromisso para com o desenvolvimento da cultura da capital. Dessa forma, como diretrizes do espaço desde as primeiras sessões estão primar por produções independentes, filmografia não comercial e filmes do circuito comercial com traços de produção autoral e/ou de arte⁴³. Assim, a faixa de público que consome a oferta cultural das salas da Cinemateca Paulo Amorim é de interessados por filmes que fujam do convencional que está disponível em grande parte das salas situadas nos *shopping centers*.

Tal como os demais espaços da CCMQ, a Cinemateca homenageia personalidades que tenham colaborado para o desenvolvimento cultural do Rio Grande do Sul nos nomes de suas salas. A sala Paulo Amorim, como já explicitado neste item, tem essa denominação graças ao jornalista e advogado que foi diretor da Divisão de Cultura da Secretaria de Educação e Cultura (SEC) do Rio Grande do Sul⁴⁴, foi também o primeiro subsecretário de Cultura do Estado (de 1975 a 1979), sendo responsável pelo Departamento de Assuntos Culturais da SEC, e criou uma coordenadoria exclusiva para o Patrimônio Histórico e Cultural do Estado. Eduardo Hirtz, que nomeia a segunda sala do espaço, foi cineasta, tendo dirigido o primeiro filme de ficção do Estado, foi ainda o criador do primeiro cine-jornal do Estado, em 1912, além de ter sido sócio de muitos cinemas. A última sala é a Norberto Lubisco, que foi um dos diretores de fotografia mais premiados no Festival de Gramado⁴⁵.

Considerações finais

A partir dos dados expostos ao longo desse artigo percebe-se especificidades na configuração da CCMQ e do lugar em que surge a Cinemateca Paulo Amorim como um espaço de promoção e valorização das culturas, em específico ao oferecer à sua audiência uma filmografia diversificada e reflexiva. A contextualização realizada revela aspectos para entender o papel da Cinemateca no contexto cinematográfico porto-alegrense ao retomar o estilo dos cinemas que formaram parte do público cinéfilo da capital e também perceber as mudanças nos espectadores. A partir desse movimento é possível pensar as possibilidades

⁴³ Dados retirados do blog da Cinemateca. Disponível em: <<http://cinematecapauloamorim.wordpress.com/>>. Acesso em: 8 mai. 2014.

⁴⁴ Essa Secretaria foi dividida em duas: Secretaria da Educação do Rio Grande do Sul e Secretaria de Estado da Cultura do Rio Grande do Sul (esta responsável pela CCMQ).

⁴⁵ Dados retirados do blog da Cinemateca. Disponível em: <<http://cinematecapauloamorim.wordpress.com/>>. Acesso em: 8 mai. 2014.

de recepção ofertadas tanto por espaços alternativos de cinema quanto pelos hegemônicos (cinemas de *shoppings*).

Para a minha pesquisa, as pistas adquiridas na contextualização de elementos relevantes à problemática, no caso retomando os cinemas de calçada de Porto Alegre, ajudam a traçar a ação do espaço e começar a entender a formação do seu público, que ao invés de recorrer ao conforto dos *shoppings* opta por salas com menos estrutura nas quais seus elementos constitutivos remontam à lembrança dos primórdios do cinema.

Referências

ALENCASTRO, Bruno Schmidt; BONIN, Jiani Adriana. Das pinturas rupestres ao *Flickr*: as relações entre fotografia, imagem e memória. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 32., 2009, Curitiba. **Anais...** São Paulo: Intercom, 2009. CD-ROM. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2009/resumos/R4-2284-1.pdf>>. Acesso em: 29 jun. 2014.

BACHELARD, Gaston. **A epistemologia**. Rio de Janeiro: Zahar, 1977.

BONIN, Jiani. Revisitando os bastidores da pesquisa: práticas metodológicas na construção de um projeto de investigação. In: MALDONADO, Alberto Efendy [et al]. **Metodologia de pesquisa em comunicação**: olhares, trilhas e processos. 2. ed. Porto Alegre: Sulina, 2011. p. 19-42.

CALIL, Carlos Augusto Machado. Cinema e Indústria. In: Ismail Xavier (org.). **O Cinema no século**. Rio de Janeiro: Imago, 1996. p. 44-69.

COSTA, Flávia Cesarino. Primeiro Cinema. In: MASCARELLO, Fernando (org.). **História do cinema mundial**. Campinas: Papirus, 2006, p. 17-52.

FABRIS, Mariarosaria. Neo-realismo italiano. In: MASCARELLO, Fernando (org.). **História do cinema mundial**. Campinas: Papirus, 2006, p. 191-219.

FARAON, Gustavo. As transformações do Cine Theatro Carlos Gomes: 1923 – 2002. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 33., 2010, Caxias do Sul. **Anais...** São Paulo: Intercom, 2010. CD-ROM. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2010/resumos/R5-2690-1.pdf>>. Acesso em: 8 mai. 2014.

FOLETTTO, Rafael; MALDONADO, Efendy. Tempos de mudança: os novos caminhos do Paraguai contextualizados à luz do relato de Juan Díaz Bordenave. **Revista Rumores**, v. 4, n. 7, jan./jun, 2010. Disponível em: <<http://www.revistas.usp.br/Rumores/article/viewFile/51186/55256>>. Acesso em: 29 jun. 2014.

GARCÍA CANCLINI, Néstor. **Consumidores e cidadãos**: conflitos multiculturais da globalização. 8. ed. 1ª reimpr. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2010.

GASTAL, Susana. **Salas de cinema**: cenários porto-alegrenses. Porto Alegre: Prefeitura de Porto Alegre, 1999.

GATTI, André. Exibição. In: RAMOS, Fernão; MIRANDA, Felipe (orgs.). **Enciclopédia do cinema brasileiro**. São Paulo: Editora SENAC São Paulo, 2000. p. 219-224.

INSTITUTO ESTADUAL DO LIVRO. **Mario Quintana**. Porto Alegre: Instituto Estadual do Livro, 2006.

MACHADO, Mariângela. A formação do espectador de cinema e a indústria cinematográfica norte-americana. **Revista Famecos**, Porto Alegre, n. 22, p. 77-87, 2009.

MALDONADO, Alberto Efendy. Pesquisa em Comunicação: trilhas históricas, contextualização, pesquisa empírica e pesquisa teórica. In: _____ [et al.]. **Metodologias de pesquisa em comunicação**: olhares, trilhas e processos. 2. ed. Porto Alegre: Sulina, 2011. p. 277-303.

RECHENBERG, Fernanda; GOELLNER, Rene; CAPARELLI, Sérgio. As telas da cidade: a trajetória das salas de cinema de Porto Alegre. In: HAUSSEN, Dóris Fafundes (org.). **Mídia, imagem e cultura**. Porto Alegre: PUCRS, 2000.

SILVEIRA NETO, Olavo Amaro da. **Cinemas de rua em Porto Alegre**: do Recreio Ideal (1908) ao Açores (1974). 2001. 274 f. Dissertação (Mestrado em Arquitetura) – Universidade Federal do Rio grande do Sul, 2001. Disponível em: <<http://www.lume.ufrgs.br/handle/10183/1830>>. Acesso em: 14 abr. 2014.

SILVA, Dafne Reis Pedrosa da. **Hoje tem cinema**: a recepção de mostras itinerantes organizadas pelo Cineclube Lanterninha Aurélio. 2009. 288 f. Dissertação (Mestrado em Ciências da Comunicação) – Universidade do Vale do Rio dos Sinos, 2009. Disponível em: <http://www.dominiopublico.gov.br/pesquisa/DetalheObraForm.do?select_action=&co_obra=156784>. Acesso em: 21 set. 2013.

SILVA, Liana Koslowsky. **Majestic Hotel**: memórias de um monumento. Porto Alegre: Ed.Movimento, 1992

ZANELLA, Cristiano. **The end** – cinemas de calçada em Porto Alegre (1990-2005). Porto Alegre: Ideias a granel, 2006.