

# Cinemas da Metro e a dominação ideológica

João Luiz Vieira e Margareth C. S. Pereira

O cinema historicamente levou um certo tempo para constituir uma arquitetura específica, com superfícies, planos e volumes próprios. Das fotografias animadas ao cinema como experiência estética, o espaço que acolheu estas imagens em movimento passou das pequenas salas improvisadas do final do século para o requinte dos Roxys e Capitols disseminados pelo mundo inteiro. A definição do programa arquitetônico *sala de exibição*, do fato mesmo de ter a sua origem na afirmação e desenvolvimento de um cinema dominante, foi profundamente marcada pelos valores que este cinema estabeleceu.

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. Apenas dez anos depois de construídos, os grandes cinemas da Cinelândia já se mostravam anacrônicos diante do Cine Metro-Passeio, aberto ao público em 28 de setembro de 1936. Ao controlar os seus próprios cinemas, a MGM deu um novo passo no sentido de dominar todas as etapas da indústria cinematográfica, experiência já tentada com êxito pela Paramount no início da Cinelândia, com a diferença que, ao contrário da MGM, que verdadeiramente construiu os seus cinemas, a Paramount os arrendou quando já se encontravam prontos e inaugurados.

A uma standardização da linguagem do filme corresponde também uma standardização 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. Agindo sobre a percepção do espectador e criando 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 dominan-



Espeços do Scentio

O Metro Tijuca foi aberto em 9 de outubro de 1941.

te. A Metro-Goldwyn-Mayer, em suas salas no Brasil, desempenhou plenamente essa função. O cinema Metro-Passeio, projeto do arquiteto Robert Prentice, foi construído pela Companhia Construtora Nacional no prazo recorde de oito meses. Dentro da política da Metro, Prentice foi assessorado por técnicos do Departamento de Construções da Loew's Incorporation, proprietária da cadeia, ficando parte da decoração interna a cargo de uma firma também norte-americana, chamada Battisti & Brothers, de Brooklyn, Nova Iorque.

A inauguração do novo cinema da Cinelândia foi um grande acontecimento social na vida da cidade. A introdução de aparelhos de ar condicionado, por exemplo, trouxe uma grande novidade. Numa cidade quente como o Rio de Janeiro, a questão da ventilação e da renovação de ar era um dos aspectos mais relevantes e problemáticos a ser resolvido nos projetos. O abafamento das salas e o calor sempre foram reclamações constantes desde a época dos primeiros cinemas da Avenida Central. Arquitetos e construtores buscavam soluções as mais inventivas,



Espaços do Sontho

*Metro Copacabana: o último cinema construído pela Metro-Goldwyn-Mayer funcionou até abril de 1977.*

variando, por exemplo, de tetos em estrutura metálica que se abriam nos intervalos das sessões, como a famosa cúpula do Cinema Ideal, até as paredes vazadas do Cinema Rosário (hoje Ramos). Aparelhos os mais sofisticados, e quase sempre de procedência norte-americana, destinados à renovação de ar, foram também utilizados e são ainda encontrados em alguns cinemas, significando grandes investimentos no custo total da obra. Com uma aeração deficiente, as receitas caíam consideravelmente. Nos meses de verão, mesmo com as salas razoavelmente ventiladas, o carioca preferia outras formas de lazer, influenciando nos lançamentos que eram feitos geralmente a partir de março. Além do ar condicionado, o Cine Metro-Passeio foi dotado de poltronas estofadas e excelente visibilidade. O tratamento acústico também introduziu novidades, com o emprego de materiais absorventes nas paredes, tapetes e painéis perfurados nos tetos. Tais avanços foram amplamente celebrados por toda a imprensa da época e significaram um impacto muito forte no meio cinematográfico do Rio. Após o Metro-Passeio, os exibidores

foram obrigados a proceder a reformas urgentes nas salas a fim de poder fazer frente ao "padrão Metro" de exibição.

A análise do projeto do Cinema Metro-Passeio nos revela um programa definido, com uma planta ajustada à função a que se destinava. Já não se vê na concepção das plantas, por exemplo, as frisas, galerias e camarotes herdados do teatro, embora a decoração interna em estilo D. João V na sala de espera da platéia ainda não traduzisse tão claramente esta transformação. Referências historicistas fazem um contraponto com o exterior, que é arrojado, modernista.

Ao enobrecer o cinema dentro de intenções já levadas a cabo pela indústria no período de construção dos *movie palaces*, a Metro elevou o espectador carioca a um novo estatuto, tal como, de certa forma, Francisco Serrador já o havia feito nos primórdios da Cinelândia. Num cinema Metro, cada um poderia, ao preço de um ingresso, sentir-se repentinamente um pouco rei. Apesar de, na estréia, o filme inaugural ter sido *O Grande Motim*,



Espaços do Sonho

*O Cine Metro Passeio tinha 1 mil 501 lugares e seu interior lembrava um palácio ricamente decorado.*

um filme de aventuras em alto-mar, exótico, enfatizando o lado escapista e a fantasia da platéia, uma outra produção havia sido escalada para essa sessão inaugural, *Marie Antoinette*, que com toda a certeza combinava muito mais com a atmosfera palaciana sugerida pela decoração do cinema do que *O Grande Motim*. O Metro-Passeio, assim como os demais cinemas Metro construídos no Brasil — e provavelmente em todas as partes do mundo onde a companhia construiu cinemas — reproduzia o mesmo visual que, na esfera das produções cinematográficas, Cedric Gibbons, principal diretor de arte da companhia, já havia definido e caracterizado como o visual da Metro: rico, aveludado, de sonhos.

Os cinemas da Metro, no Centro, e depois na Tijuca e em Copacabana, eram bastante populares. Não importavam muito os filmes que lá passavam, o prazer de se “ir ao Metro” compensava qualquer insatisfação com a qualidade do filme. Talvez por isso que, 20 anos mais tarde, o filme de Nelson Pereira dos Santos, *Rio 40°*, conseguiu chegar a um público que em outro cinema provavelmente

teria sido menor e sobre o qual talvez não tivesse causado o mesmo impacto. Exibido com bastante sucesso de público e crítica nos cinemas Metro (e depois proibido), o filme, que se encontra na origem da revolução formal e temática que caracterizaria o Cinema Brasileiro no início dos anos 60, contrastava radicalmente com o interior dos cinemas. Com sua imagem em preto e branco, e com cenas desenroladas em favelas do Rio de Janeiro sob o forte calor do título, *Rio Quarenta Graus*, saltava da tela e atingia em cheio os espectadores confortavelmente embalados nas poltronas e no ar condicionado dos cinemas. De uma certa forma, e talvez inconsciente, o exibidor terminou por chamar a atenção não só para um de nossos mais políticos diretores como também, sem ter a menor intenção, ajudar a lançar as sementes para um novo Cinema Brasileiro que explodiria nos anos seguintes.

*Capítulo do livro inédito* Espaços do Sonho: Cinema e Arquitetura no Rio de Janeiro.