

O CINEMA EM FLORIANÓPOLIS: A CONSTRUÇÃO DE UM IMAGINÁRIO

Vanderlei Brasil¹

Resumo: Este artigo discute a possibilidade de estudo do cinema como elemento produtor/transformador do imaginário social. Considerando-se que o cinema não se reduz apenas a produção e exibição de filmes, entende-se que é possível através do estudo de todo o fenômeno que cerca este veículo, compreender a produção de novas subjetividades. Interrogando os discursos que estão se articulando acerca do cinema, no que se refere a sua exibição, entende-se ser possível verificar as mudanças vividas no cotidiano dentro do espaço urbano de Florianópolis nas décadas de 40 e 50.

Palavras chave: Cinema - Imaginário

Abstract: This article discusses the possibility of taking the cinema as a producer/transformer element of the social imaginary. Considering that the cinema is not only the production and exhibition of movies, it will be possible understand the production of new subjectivities, through the study of whole phenomenon around this vehicle. From the discourses regarding about cinema, in terms of its exhibition, it will be possible checking the changes occurred in the everyday life, into the urban space of the city of Florianópolis during the 1940's and 1950's.

Keywords: Cinema - Imaginary

Considerando que o cinema existe antes e depois da projeção do filme² pode-se pensar em todo um universo de componentes que cercam a exibição. Assim o cinema constitui-se também de um mercado de filmes, da propaganda que o divulga, das salas de projeção e principal-

¹ Graduado em Psicologia pela UFSC, professor do Curso de Psicologia da Universidade do Sul de Santa Catarina - UNISUL, mestrando em História na UFSC, sob a orientação da professora Dra. Maria Teresa Santos Cunha.

² Esta compreensão, apesar de não lhe ser exclusiva, encontra-se no texto "A Linguagem da Nova Oralidade - Imagens e Sons" de Milton José de Almeida, In: Coletânea Lições com Cinema - v. 2. São Paulo: FDE, 1994. P. 120-121.

mente de um público de espectadores. No momento da projeção estão presentes tanto aqueles que produziram o filme, representados pela qualidade e conteúdo da película, quanto aqueles que o consomem. E desse momento produzem-se, através das conversas e pensamentos, inúmeros desejos, vontades, ressentimentos, medos, raivas, prazeres e ilusões que irão constituir um imaginário para o espectador. Conforme Milton José de Almeida:

Se anteriormente à massificação do cinema e da televisão poderíamos pensar em uma comunidade de pessoas, hoje é forçoso pensar em uma comunidade de espectadores, de consumidores de imagens e sons, *pessoas que formam uma inteligibilidade do mundo a partir das informações dos meios de comunicação de massa*, das informações que lhes vêm por imagens e sons, dessa nova oralidade.³

A abrangência de seu alcance e a força de sua linguagem, que inclui a idéia de “representação fiel” da realidade, configuram o cinema em um meio singular de formação de novas subjetividades, exclusivo do século XX. Pode-se dizer mesmo, que o filme, com seu argumento, roteiro, interpretações, atores e atrizes e todo o aparato que o cerca, constitui em nossa época, um veículo fundamental de informação e orientação de parâmetros de novos modos de vida.

Segundo José Murilo de Carvalho,

é por meio do imaginário que se podem atingir não só a cabeça mas, de modo especial, o coração, isto é, as aspirações, os medos e as esperanças do povo. É nele que as sociedades definem suas identidades e objetivos, definem seus inimigos, organizam seu passado, presente e futuro

Entendendo então o cinema como um veículo, carregado de significações, com fins ora claros e evidentes, ora bastante implícitos e obscuros, e considerando ainda que o cinema desempenha um papel impor-

³ ALMEIDA, Milton José. A linguagem da Nova Oralidade – Imagens e Sons. In: Coletânea Lições com Cinema. Vol.2. São Paulo: FDE, 1994. P. 120-121. Grifo meu.

tante na vida social das décadas de 40 e 50, ainda que isto varie muito em função da condição financeira desse público, busca-se compreender as relações que se estabelecem, na vida cotidiana, entre as pessoas e o cinema. Pretende-se compreender, através das fontes, as falas e comportamentos, as mudanças nos hábitos e costumes locais, os discursos engendrados e apresentados sobre esta “tecnologia de diversão e entretenimento”. Enfim, compreender a produção de novas “subjetividades” influenciadas pelo cinema.

Ao falar em subjetividade, faz-se necessário remeter-se à discussão acerca de imaginação e imaginário. Segundo Baczko:

O homem, na sua qualidade de ser sensível, é muito menos guiado por princípios generosos do que por “objetos imponentes, imagens chamativas, grandes espetáculos, emoções fortes”. Sendo esta “nova consideração” rigorosamente aplicável aos indivíduos, é-o ainda mais “às nações encaradas no seu conjunto”. Assim o poder deve apoderar-se do controle dos meios que formam e guiam a imaginação coletiva. A fim de impregnar as mentalidades com novos valores e fortalecer a sua legitimidade, o poder tem designadamente de institucionalizar um simbolismo e um ritual novos.⁴

Ao falar de um poder que deve apoderar-se dos meios que formam a imaginação coletiva, que em nosso caso referem-se aos meios de comunicação de massa, em particular o cinema, o autor citado discute a constituição de um imaginário social por um governo ou poder local. A questão se complica quando falamos de uma situação em que o elemento constituinte desse imaginário não é local e sim “importado”, ou seja, estrangeiro. Em outros termos, podemos afirmar que a questão, apesar obviamente de não negar a idéia do autor, torna-se ainda mais complexa quando se fala em cinema no Brasil, pois a exibição de filmes no país, praticamente em toda a sua história e não só nestas duas décadas, é quase que absolutamente dominada pela produção estrangeira e em es-

⁴ BACZKO, Bronislaw. Imaginação Social. In: Enciclopédia Einaudi - Tomo 5 - Anthropos. Lisboa: Imprensa Nacional, Casa da Moeda, p. 297-332.

pecial a norte-americana. Para se ter uma idéia do tamanho do mercado consumidor e, portanto, do grau de penetração deste meio de comunicação no cotidiano urbano do país, é importante lembrar que o Brasil é o terceiro país no mundo em número de espectadores na década de 40⁵

Poderíamos então supor que a produção de nosso imaginário estaria nas mãos de uma “cultura estrangeira”. Mas o que se observa é que, em se tratando de cinema, a relação entre o nacional e o estrangeiro não passou por uma medição de forças. A predominância quase que total do cinema estrangeiro, ou seja, norte-americano, justifica-se, entre outras coisas, pela congruência de valores e pela sintonia de interesses de alguns dos discursos da época. Segundo Meneguello:

As emergentes metrópoles brasileiras encontravam-se em uma relação de sintonia com o estilo americano, sem pressuporem relações periféricas ou terceiro-mundistas. Este cinema, que deixou para o cinema brasileiro o espaço de apenas 6% do mercado - isso no auge da produção cinematográfica nacional dos anos 50 - demonstra a relevância do discurso que estava se formando nesta relação.⁶

Ainda no sentido de clarear um pouco mais esta questão, cabe citar Paulo Emílio Salles Gomes, que ao discutir os cinemas de países “subdesenvolvidos” do norte-africano e oriente próximo se depara com a peculiaridade da situação brasileira:

Somos um prolongamento do Ocidente, não há entre ele e nós a barreira natural de uma personalidade hindu ou árabe que precise ser constantemente sufocada, contornada e violada. Nunca fomos propriamente ocupados. Quando o ocupante chegou o ocupado existente não lhe pareceu adequado e foi necessário criar outro. A importação maciça de reprodutores seguida de cruzamento variado, assegurou o êxito na criação

⁵ MENEGUELLO, Cristina Poira de Estrelas. O Cinema Hollywoodiano na Mídia Brasileira das Décadas de 40 e 50. Campinas, SP: Editora da Unicamp, 1996. p.12.

⁶ Op. Cit. P. 13.

*do ocupado, apesar da incompetência do ocupante agravar as diversidades naturais. A peculiaridade do processo, o fato de o ocupante ter criado o ocupado aproximadamente à sua imagem e semelhança, fez desse último, até certo ponto o seu semelhante. Psicologicamente, ocupado e ocupante não se sentem como tais: de fato, o segundo também é nosso e seria sociologicamente absurdo imaginar a sua expulsão como os franceses foram expulsos da Argélia.*⁷

Os filmes retratando o modo de vida americano, mostrando todos os seus valores, dramas, vestimentas, falas, enfim todas as histórias de amor contadas por estrelas, devidamente fabricadas e sustentadas pelo esquema do “star-system”⁸ participaram na constituição de um público cativo, consumidor voraz de toda esta estética. Este consumo se traduziu muitas vezes pela encarnação dos tipos vistos nos filmes, tanto com falas, roupas e gestos como por modos de pensar as suas próprias vidas. As empresas norte-americanas de cinema, todas devidamente enraizadas no país, propunham além dos próprios filmes produzidos com uma temática pretensamente norte-americana, filmes para o consumo específico da América Latina. No dizer de Meneguello: *Em sua atuação, os filmes com temas latinos, misturaram modas, tendências e o desconhecimento das especificidades de cada país retratado, inventando uma América Latina que, muitas vezes risível, fındou por atuar como modelo pelo qual os “latinos” podiam entender a si mesmos.*⁹

Segundo Maria Rita Kehl¹⁰, *o cinema está para a cultura americana como a Igreja Católica está para os italianos*. Assim o cinema é entendido com “uma função civilizatória”, pois os filmes visam

⁷ GOMES, Paulo Emílio Salles. *Cinema: Trajetória no Subdesenvolvimento*. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1986. p. 89-90.

⁸ Este esquema refere-se ao projeto hollywoodiano, ainda em voga nos dias de hoje apesar de que com grandes diferenças, de construir grandes atores e atrizes, mediante a divulgação de imagens e fatos, por vezes escandalosos, da vida pessoal na mídia impressa.

⁹ MENEGUELLO, op. cit., p. 12.

¹⁰ KEHL, Maria Rita. *Cinema e Imaginário*. In: *O Cinema no Século*. Rio de Janeiro: Imago, 1996. Org. Ismail Xavier.

através do estabelecimento de “uma ética, uma linguagem e uma geografia imaginária” “narrar e atualizar o mito da América para os americanos”; e uma função expansionista, situando “a América numa posição de destaque junto ao resto do mundo”. O cinema americano deveria pois “salvar o mundo” anunciando todos os seus valores, modos de vida e “princípios de democracia”.

A referência a este mundo cinematográfico, foi, nesta época, muitas vezes obrigatória para se denotar beleza, educação e enfim um sentimento de pertencer ao mundo civilizado. A idéia de se obter através do cinema um espelho e poder e se reconhecer nele, característica esta várias vezes suscitada pelos filmes que visavam “retratar” tanto sociedades como comportamentos individuais, pautou muitos dos discursos da época. A vida cotidiana, ao incluir as idas ao cinema como um programa, propiciou a este veículo o espaço para sua força de penetração nestes contextos urbanos e o cinema talvez tenha sido para muitas pessoas uma forma de se perceber individual e socialmente. Ainda sobre este assunto parece extremamente significativo o pensamento de Sales Gomes: *Não somos europeus nem americanos do norte, mas destituídos de cultura original, nada nos é estrangeiro, pois tudo o é. A penosa construção de nós mesmos se desenvolve da dialética rarefeita entre o não ser e o ser outro.*¹¹

Sobre estes sentimentos gerou-se uma indústria paralela e altamente lucrativa que visava atender a uma demanda social por objetos e novidades de assuntos acerca do cinema com seus astros e estrelas¹². Trata-se de tudo o que se produziu em função e ao redor do fenômeno cinematográfico. Desde as propagandas que veiculavam estrelas anunciando a “fórmula secreta” para se ter uma beleza igual, como cremes, perfumes e sabonetes, até revistas, programas de rádio e jornais que

¹¹ Salles GOMES, op. cit. p, 90.

¹² Apenas para se ter uma idéia e situar melhor, cabe dizer que em 1909 (muito antes portanto, da época recortada na pesquisa) o cinema em Florianópolis já está regulamentado junto a legislação de diversões públicas (Decreto n.º 462, Fonte: Arquivo Público do Estado). A cidade possui três empresas do gênero, a Júlio Moura Pathé, a Empresa Sylla e a Empresa Julianelli. Um ano antes lemos anúncios da venda de um cinematógrafo (O Dia, Florianópolis, 08/08/1908). E onze anos mais tarde, a cidade possui três salas fixas, o Cine Elegante, o Variedades e o Casino.

retratavam e punham em dia todos os assuntos pertinentes a este mundo. Neste sentido podemos dizer que, entender as décadas de 40 e 50 implica em dedicar um capítulo a esta problemática, devido a *inserção deste cinema nos debates, referenciais estéticos e comportamentais deste período*¹³.

Nas palavras de Walter Benjamin: *No interior de grandes períodos históricos, a forma de percepção das coletividades humanas se transforma ao mesmo tempo que seu modo de existência. O modo pelo qual se organiza a percepção humana, o meio em que ela se dá, não é apenas condicionado naturalmente, mas também historicamente.*¹⁴ Observando a transitoriedade a que está submetida a cidade objetiva-se decodificar a inteligibilidade engendrada neste processo, através do cinema e a sociabilidade que o cerca. Desta forma olhando, através das fontes¹⁵, o que se passa nesta época no que se refere aos espaços físicos e sociais ligados ao cinema, pensamos ser possível entender o modo como esse meio de comunicação se incorporou ao modo de viver ilhéu.

Sem pensar o cinema como um puro veículo de dominação cultural nem tampouco desprovido de mensagens ideológicas que formaram e informaram um imaginário local, nosso propósito será verificar as mudanças geradas pela exibição do cinema através do material que o discute, divulga e legisla, nos hábitos e costumes das pessoas, ou seja, a construção e manutenção de um imaginário social no cotidiano da cidade. Interrogar os discursos sobre o cinema paralelamente ao crescimento da cidade, evidenciando os espaços que ocupa na cidade, os filmes exibidos, o público que o frequenta, os espaços de socialização por ele suscitados. Pretende-se ainda, situar o fenômeno de inserção e estabelecimento do cinema como um elemento cultural e de lazer na vida da cidade, compreender como o cinema, no processo de urbanização, atuou

¹³ MENEGUELLO, op. cit. p. 11.

¹⁴ BENJAMIN, Walter. *Obras Escolhidas - Magia e Técnica, Arte e Política*. São Paulo: Brasiliense, 1994.

¹⁵ Para a realização da pesquisa estão sendo utilizadas como fontes, notícias dos jornais do período, crônicas da vida social, documentos oficiais como legislações, e ainda e memória dos que viveram a época, através de entrevistas.

como elemento produtor/transformador de comportamentos sociais, enfim observar como no caso de Florianópolis “funcionou” uma “cultura do cinema”.

Conforme Bakhtin:

Todo sistema de normas sociais ... somente existe relacionado à consciência subjetiva dos indivíduos que participam da coletividade regida por essas normas. São assim os sistemas de normas morais, jurídicas, estéticas (tais normas realmente existem), etc. Certamente estas normas variam. Diferem pelo grau de coerção que exercem, pela extensão de sua escala social, pelo grau de significação social, que é função de sua relação mais ou menos próxima com a infra-estrutura, etc. Mas, enquanto normas, a natureza de sua existência permanece a mesma; só existem relativamente à consciência subjetiva dos indivíduos de uma dada comunidade.”¹⁶

O cinema neste sentido se apresenta com uma condição bastante peculiar na divulgação/implementação de normas e valores sociais e seu estudo por consequência, torna-se muito elucidativo para a história da vida urbana. Possui uma força de persuasão que muitas vezes impõe seu discurso como pura transposição do real para as telas. A consciência subjetiva dos indivíduos absorve assim, obviamente não sem a transformar, a mensagem de uma representação fiel e instantânea da realidade. As imagens e sons do filme e o material audiovisual que o divulga constituem-se num grande aparato capaz de produzir e sustentar uma inteligibilidade e uma sensibilidade impregnada de significados previamente estabelecidos, e capaz também de informar todo um sistema de normas sociais.

¹⁶ BAKHTIN, Mikhail. *Marxismo e Filosofia da Linguagem*. São Paulo: Hucitec, 1995. p. 91