

AVISO AO USUÁRIO

A digitalização e submissão deste trabalho monográfico ao *DUCERE: Repositório Institucional da Universidade Federal de Uberlândia* foi realizada no âmbito do Projeto *Historiografia e pesquisa discente: as monografias dos graduandos em História da UFU*, referente ao EDITAL Nº 001/2016 PROGRAD/DIREN/UFU (<https://monografiashistoriaufu.wordpress.com>).

O projeto visa à digitalização, catalogação e disponibilização online das monografias dos discentes do Curso de História da UFU que fazem parte do acervo do Centro de Documentação e Pesquisa em História do Instituto de História da Universidade Federal de Uberlândia (CDHIS/INHIS/UFU).

O conteúdo das obras é de responsabilidade exclusiva dos seus autores, a quem pertencem os direitos autorais. Reserva-se ao autor (ou detentor dos direitos), a prerrogativa de solicitar, a qualquer tempo, a retirada de seu trabalho monográfico do *DUCERE: Repositório Institucional da Universidade Federal de Uberlândia*. Para tanto, o autor deverá entrar em contato com o responsável pelo repositório através do e-mail recursoscontinuos@dirbi.ufu.br.

KELLEN CRISTINA MARÇAL DE CASTRO



UFU - 2004

2721

Sg
(C)

UNIVERSIDADE FEDERAL DE UBERLÂNDIA

Centro de Ciências Sociais e Humanas

Departamento de Sociologia

Uberlândia, Minas Gerais

KELLEN CRISTINA MARÇAL DE CASTRO

SALAS DE CINEMA EM UBERLÂNDIA: AS FORMAS DE EXCLUSÃO SOCIAL

Monografia apresentada como pré-requisito de conclusão do curso de História, da Universidade Federal de Uberlândia, tendo como orientador o Prof. Dr. Alcides Freire Ramos.

UFU - 2004

Ficha Catalográfica

CASTRO, Kellen C. M. de, 25/06/1981 –

Salas de Cinema em Uberlândia: As Novas Formas de Exclusão Social /
Kellen Cristina Marçal de Castro.- Uberlândia: UFU, 2004.

74fl.:

Orientador: Prof. Dr. Alcides Freire Ramos

Monografia Bacharelado em História – Universidade Federal de Uberlândia,
Curso de Graduação em História

1 - História, 2 - Uberlândia, 3 - Sociabilidade, 4 - Cinema

Dedico este trabalho aos meus pais que estiveram ao meu lado em toda a minha caminhada, sonhando com um futuro melhor, incentivando e dedicando-me amor e compressão.

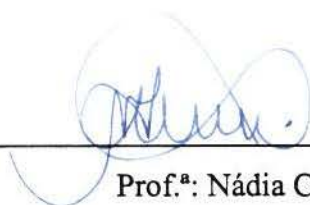
BANCA EXAMINADORA



Prof.º: Dr. Alcides Freire Ramos (Orientador –UFU)



Prof.ª: Ms. Kátia Eliane Barbosa (UFU)



Prof.ª: Nádia Cristina Ribeiro (UFU)

AGRADECIMENTOS

Gostaria de agradecer primeiramente aos meus pais e meu irmão, que estiveram ao meu lado durante todo o tempo de formação e desenvolvimento deste trabalho, colaboraram de maneira indireta para a realização do mesmo.

O meu agradecimento sincero aos meus amigos que estiveram comigo neste caminhar. Em especial a minha grande amiga Eliane que me auxiliou com um apoio incondicional na elaboração desta monografia.

A minha amiga Aline pela colaboração no trabalho de elaboração técnica das fotos.

Aos professores do instituto de História que colaboraram para meu enriquecimento pessoal e intelectual.

Ao Prof. Doutor Alcides, meu orientador, pela contribuição e dedicação desprendidos a elaboração deste, obrigado pela dedicação.

Aos amigos da Geografia que forneceram um material de pesquisa, principalmente a Karitas.

Ao Murate que esteve ao meu lado me auxiliando na pesquisa, além de participar da confecção das fotos, agradeço sua paciência e dedicação.

A todos que contribuíram de forma direta ou indireta meu muito obrigado.

RESUMO

Este trabalho tem como objetivo analisar o processo de descaracterização e a conseqüente extinção das salas centrais de cinema e o crescente encampamento dessas no âmbito restrito de um empreendimento comercial. A concomitante degradação de uma sociabilidade dada historicamente e a construção de novos parâmetros sociais ancorados na modernidade, refletem uma das decorrências da reorganização urbana, perpetrada na década de 1990.

A reurbanização da cidade de Uberlândia, norteadas pelo Plano Diretor, de 1990 a 1994, orientou o deslocamento de atividades outrora concentradas no centro da cidade para uma área anteriormente considerada periférica. Tal deslocamento acarretou valorização e especulação imobiliária deste espaço e, principalmente, uma nova reordenação de circulação de veículos e pessoas. Ao convergir para a mesma área o Carrefour, o Center Shopping e o Centro Administrativo, concentrando diversas atividades econômicas, político, culturais e sociais, acarreta uma nova relação entre a cidade e seus cidadãos.

Dentre esses empreendimentos o que mais marcadamente influenciou a inauguração de novas sociabilidades foi o Center Shopping. Esta construção reconhecidamente marcada pelos referenciais da modernidade: segurança, conforto, agilidade, praticidade; configura novos padrões de sociabilidade desse espaço público de finalidade privada. Assim, visando compreender a gestação de novas sociabilidades forjadas no confronto entre o arcaico e o novo, constitui-se como possibilidade o encampamento e a posterior extinção das antigas salas de cinema substituídas pelo sistema *Multiplex*.

O antigo hábito de ir ao cinema, compreendido anteriormente como acontecimento social, perde sua aura e configura-se como ato rotineiro e cotidiano no interior dos corredores artificialmente iluminados do shopping.

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	09
CAPÍTULO I	
TRANSFORMAÇÕES URBANAS – HISTÓRIA DA CIDADE DE UBERLÂNDIA	
1.1- Um breve comentário sobre a cidade de Uberlândia	18
CAPÍTULO II	
A INSÍGNIA DA MODERNIDADE	28
2.1- Construção do templo de consumo	32
2.2- Conjuntura histórica do processo de exclusão das salas de cinema	41
CAPÍTULO III	
APOTEOSE DE UM SOCIABILIDADE CONSTITUÍDA NOS PARÂMETROS MODERNOS	51
3.1- Espaço de visibilidade	54
3.2 - A transposição do cinema enquanto acontecimento social	63
CONSIDERAÇÕES FINAIS	67
FONTES DOCUMENTAIS	70
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	72

LISTA DE FIGURAS

FIGURA I: Imagem de formação de um complexo de varejo do Carrefour com o Center Shopping	26
FIGURA II: Vista panorâmica atual do Cente Shopping – Folder de Divulgação	31
FIGURA III: Imagem da construção inicial do Center Shopping	37
FIGURA IV: Fachada dos Cinemas Regente e Bristol	43
FIGURA V: Fachada do Cine Bristol	44
FIGURA VI: Imagem do prédio, anteriormente Cine Bristol, atual Bingo	44
FIGURA VII: Fachada do Cine It	45
FIGURA VIII: Fachada do Cine Regente	46
FIGURA IX: Escombros do Cine Regente	46
FIGURA X: Fachada do antigo Cine Windsor	48

INTRODUÇÃO

Este trabalho tem como objetivo resgatar, na memória da cidade, um modelo de entretenimento que se tornou quase um patrimônio cultural - o cinema – em um momento específico onde a convivência é respaldada num contexto histórico e social a forjar uma sociabilidade dos cidadãos dentro de um padrão cultural moderno de lazer. Tendo como pano de fundo a implantação de um empreendimento comercial, Center Shopping de propriedade do grupo Arcom, que propiciará uma multiplicidade de fatores sociais, políticos e econômicos os quais terão ressonância no agir e movimentar da cidade, alterando a noção espacial de Uberlândia. Possibilitando compreender como se formaram os laços de convivência num espaço urbano destinado à circulação, comercialização e diversão, tendo como um fim em si mesmo a construção e desconstrução das relações interligadas mutuamente na memória dos uberlandenses a partir de um viver social que permanece ativo com o passar dos tempos.

A cidade sofre modificações e transformações ao longo das décadas, adquirindo novas formas de entretenimento diretamente relacionadas com o lazer e as relações cotidianas da população. Desta forma, o cinema impõe-se como escopo de análise, na busca de refletir sua inserção na sociedade como espaço de movimentação de uma parcela significativa a qual vivencia e experimenta formas diferenciadas de lazer. Trazendo à discussão o momento de reestruturação e reformulação do espaço e do significado do simples ato de ir ao cinema, assumindo uma nova simbologia social.

Pensar a cidade a partir de suas transformações urbanas, centradas no espaço temporal compreendido entre o final da década de 1980 até o ano 2000 e suas imbricações dentro da lógica de mercado que impulsionaram um desenvolvimento em todos os setores. A classe burguesa local ambicionava incrementar a cidade, por meio da dinamização econômica, no sentido de inseri-la no circuito de desenvolvimento nacional, tendo como norte a transformação da cidade e de seus padrões sociais de lazer.

Assim sendo, torna-se imprescindível resgatar os novos elementos de congregação propiciados pelo ícone da dinamização social e econômica da cidade, o Center Shopping. Uma vez que atraiu para si os esforços público e privado, numa convergência de interesses que culminou na reorganização de um espaço público acabando por privilegiar um empreendimento da iniciativa privada. Este empreendimento por se assumir como um espaço de utilização pública, de atendimento às necessidades da população que, a princípio, não encontra nenhuma barreira física de acesso a esse espaço. Defronta-se com *fronteiras simbólicas* as quais dão-lhe seu verdadeiro significado de espaço privado de utilização pública¹. Convergem em si relações mercadológicas no intuito de gerar um retorno de investimento, na pretensão de homogeneizar relações de lazer e relacioná-las a uma gama de atividades ligadas à facilidade, à segurança e ao conforto. Todas tendo como objetivo reunir num espaço delimitado e de acesso rápido, as instâncias de mobilização da população e, primordialmente, trabalhando com a questão do entretenimento.

Ao refletir sob a apropriação do lazer enquanto instrumento de mobilização de vários segmentos sociais, o cinema aparece como local de transferência de experiências das mais diversas. Configurando-se como uma das grandes atrações da população em geral, uma vez que novas formas de entretenimento surgem, porém a sétima arte ainda consegue agrupar e congregar uma parcela significativa dos espectadores em seu entorno.

Para tal, faz-se necessário pensar a conjuntura em que as relações implícitas no cinema, principalmente, num momento histórico característico, onde as estruturas montadas nas salas centrais da cidade acabam por fenecer. As reflexões de Inimá Simões constituem-se como referência para compreender este movimento, de

¹ O Center Shopping é um local aberto ao público em geral, destinado à população que dispõe de renda para usufruir suas benesses. A princípio está acessível a todos, mas logicamente inclina-se a um padrão de convivência que exclui mendigos, transeuntes que se encontram em péssimo estado físico. Simbolicamente há uma parte dos cidadãos que se auto-exclui deste espaço pelo fato de não se reconhecer e não se sentir à vontade dentro deste espaço delimitado. Daí a expressão de público com finalidade privada. Foi organizado dentro de um comportamento de consumo que atrai os clientes de diversas maneiras, possuindo inúmeras finalidades de consumo dentro do mercado de trabalho. Reproduz a lógica do capital, visando unicamente o lucro.

desaparecimento dessas salas e a locação dos mesmos nos shopping, mais precisamente na década de 1990.

*"É certo que o ato de ir ao cinema desvencilhou-se daquela aura de acontecimento social. Na conjuntura atual o filme é apenas um programa a mais no 'pacote de atrações'. Não se diz mais 'vou ao Metro', o que denota de imediato uma prioridade. Ouve-se mais 'vou ver tal ou qual filme', e este foco de interesses termina interagindo com inúmeras outras situações."*²

Certamente, a noção de "ir ao cinema" adquiria uma simbologia respaldada num acontecimento social, sobremaneira, valorizado como imprescindível ao viver e compartilhar de experiências de uma época marcante nas lembranças dos freqüentadores assumindo uma aura de mistificação e configurando-se quase como um ritual de divertimento. Porém, com os tempos modernos desaparece a convenção social para se criar um novo ritual estabelecido nos parâmetros das vitrines.

Assim, resgatar a trajetória de construção envolta na implementação do Center Shopping, pensando a mudança de referencial propiciada tanto na estruturação da cidade, como também nas relações de sociabilidades já consagradas, sofrendo modificações e inaugurando novas tendências também no comportamento como no próprio viver social.

Neste sentindo cabe refletir, sobretudo, nas relações explícitas entre os freqüentadores, ao se tornarem consumidores de uma forma de entretenimento, uma vez que, como cidadãos, pertencem a um determinado segmento social de reconhecimento, expressando atitudes e gestos peculiares a uma parcela da sociedade. Para entender o processo de apropriação de bens de consumo, estendidas a todas as esferas da vida e como os cidadãos se legitimam a partir da representação que o consumidor produz, Nestor Garcia Canclini, serve de referência para pensar estas relações estabelecidas.

Ao referenciar as estratégias, criadas e ampliadas pela modernidade ao longo do tempo, com a possibilidade de trabalhar o novo em contraposição com o antigo

² SIMÕES, Inimá. *Salas de Cinema em São Paulo*. São Paulo, PW/Secretaria Municipal da Cultura/Secretaria de Estado da Cultura, 1990, p. 145.

sistema de cinema e as conseqüências diretas na vida em sociedade com a transformação ocasionada no espaço e, conseqüentemente, no homem, Marshall Berman vem de encontro com as aspirações de análises. Analisando criticamente o que se denomina como modernidade e sob a ótica da transformação da sociedade e as ambigüidades por esta inaugurada em diferentes momentos históricos.

Impõe-se a necessidade de analisar os possíveis efeitos sociais, políticos e econômicos no espaço urbano, passando este a ser reinventado e arquitetado em prol da produção e circulação de pessoas, discutindo o referencial criado na cidade como sinônimo de progresso. Para tal, efetivou-se a partir de projetos direcionados no final da década de 1980 os quais tiveram uma organização funcional de discussão e aplicabilidade na década de 1990, tendo como interesse fundamental o espaço e a estrutura física constituídos em Uberlândia até nossos dias.

Institui-se uma mudança no referencial, constituído até então, como ponto de convergência de interesses, a área central da cidade, caracterizada pela circulação de pessoas e pela concentração de bancos, hospitais, prédios, comércio, lazer, administração, escolas dentre outros. Há uma inversão no planejamento estrutural, no sentido de transferir, direcionar e planejar uma nova localidade que congregue recursos aliados à facilidade, viabilidade e agilidade, bens caros à vida moderna.

Assim, há um interesse na expansão vertical da cidade, por meio de uma coligação entre o poder público e privado, numa crescente especulação imobiliária em torno de uma área urbana, caracterizada como periférica. Porém, a valorização e os investimentos transformam os bairros residenciais localizados próximos à construção do Shopping, atrativos comerciais rentáveis e prósperos.

Esta revalorização do espaço urbano tem um novo referencial para a cidade pois, movimenta em torno de si a clientela do Hipermercado Carrefour, a circulação arregimentada pelo Centro Administrativo e o vai e vem proporcionado pela Universidade Federal de Uberlândia.

Trabalhar com as modificações em torno da configuração urbana de Uberlândia pressupõem inferir sob os novos espaços inaugurados em outros termos de lazer, principalmente a constituição de um novo significado de ir ao cinema e deste

como tal, trazendo consigo a mudança de referencial das antigas salas centrais, para um novo *locus* de comercialização cinematográfica.

Ao malograr um referencial de cinema, certamente um padrão constituído na perspicácia e no binômio da tecnologia e conforto impõe-se como segmento de atração, que desaloja uma sociabilidade para inaugurar outra. Dentro deste limiar, interfere diretamente na mudança de comportamento do cidadão, o qual não se reconhece como pertencente a um determinado espaço social.

Uma referência para pensar os sentimentos de pertencimento dos cidadãos no mundo moderno, com as constantes disputas entre o espaço público e privado, as análises encontradas na obra de Antônio A. Arantes vem ao encontro das aspirações deste trabalho ao referenciar as práticas simbólicas adquiridas pela cidade, a partir da estruturação de monumentos mediatizando uma forma de pertencimento que exclui ao resignificar o espaço.

Assim, a partir deste movimento de circulação de pessoas num espaço delimitado, há um canal de passagem, encontros, comunicação e convivência que determina um viver social atrelado a valores gestados dentro das finalidades estabelecidas para o momento presente.

Os espaços antes públicos como as praças e o centro da cidade, aos poucos perdem seu sentido, porque novos surgem dentro da onda consumista, agregando a estes locais um certo desleixo tanto da população quanto do poder público. Tudo em função do modelo de shopping-centers com estruturas fechadas, com vigilância vinte quatro horas, segurança nos estacionamento e um conforto no ato de passear proporcionado por esta estrutura.

O andar, falar, vestir e modos alimentares são pré-requisitos que determinam, direta ou indiretamente, os segmentos sociais que compartilham de valores intrínsecos a esse espaço. Desta forma, a modernidade constrói nos indivíduos valores e preceitos de consumo, os lugares a serem freqüentados e o comportamento molda-se dentro de uma lógica compreendida em diversas localidades.

Neste sentido, reconstruir a trajetória dos cinemas locais a partir da década de 1990 e como foram desaparecendo, seqüencialmente um a um dos cinemas existentes no centro da cidade, far-se-á imprescindível. Sobretudo, por serem cinemas

constituídos como baluartes da sociedade uberlandense, foram se esvaindo e, aos poucos, deixaram lembranças e saudades nas ruínas existentes na cidade, ou transformam-se em bingos, igrejas ou lojas. Desta forma, vão perdendo sua aura de circulação de pessoas por diversos fatores, entre eles pela concorrência de salas localizadas no shopping, configurando uma nova sociabilidade dos tempos modernos.

As localizações das salas de exibição eram remanescentes de um período que o cinema constituía-se onipresente na sociabilidade dos cidadãos uberlandenses. Estes buscavam além da diversão das imagens, a convivência de segmentos sociais atreladas ao compartilhar de experiências diversas de namoros, encontros, flertes e distração. O espaço destinado ao entretenimento convergia numa multiplicidade de desdobramentos no período compreendido entre as décadas de 1930 a 1950, como “... *o footing que acontecia antes e depois das sessões, no vai e vem próximos das casas de diversões, o cinema era um lugar privilegiado para o flerte e o namoro e as pessoas freqüentavam como um acontecimento social*”.³

Neste período, os cinemas exerciam papel fundamental no agir e no comportamento dos indivíduos sendo responsável em nutrir e desenvolver valores e significados à sociedade. Porém, os tempos são outros. A modernidade conferiu não só ao cinema, mas também a toda pluralidade social e cultural, novos valores e princípios baseados num movimento massivo que descontextualiza referências consagradas até então. Trouxe uma noção de pertencimento social voltada cada vez mais à aquisição de bens duráveis e não duráveis, como também elegeu padrões moldados numa estética que visa o lucro e o poder.

Diante desta perspectiva o que serve de escopo teórico para a análise deste movimento é a verificação na imprensa local em retratar os fatos como sendo intrinsecamente ligados ao crescimento da cidade, e de camadas sociais que têm como objetivo alavancar e proporcionar o desenvolvimento de Uberlândia. visando revelar o sentido ufanista de progresso da cidade enquanto diretamente ligado ao poder público, na própria disposição dos jornais locais, a verificação de toda a trajetória de implantação do Shopping como necessidade intrínseca à vida dos

³ PINTO, Luziano Macedo. *Situações de cinema: tramas e imagens de sociabilidade em Uberlândia de 30 a 50*. Uberlândia (MG), 2001. Dissertação de Mestrado em História, UFU, p. 14.

uberlandenses. A construção de valores em torno do cinema como desvalorização do patrimônio local e a construção de novos pilares de consagração da ideologia burguesa, esta referente a práticas, atitudes e crenças econômicas estendidas a todas as esferas da vida social e como a imprensa, mesmo atendendo a um público mais letrado, está ligada aos modelos de modernidade almejados na cidade e pelo segmento presente no poder.

Ao mesmo tempo, enfocando como eixo de documentação para a pesquisa, a valorização das pessoas que vivenciaram e experimentaram a inversão do referencial do lazer e das próprias mudanças estruturas da cidade, como valiosa fonte. Esses depoimentos demonstram as angústias e os problemas causados pela mudança de localização dos cinemas para as pessoas que trabalhavam nestes, bem como as transformações vivenciadas pelos novos referências e padrões de vida os quais a população acompanhou significativamente este processo.

Tendo como suporte um material visual dos lugares que, aos poucos, desaparecem do centro, as salas de cinema e o total descaso com algumas construções de prédios antigos que já foram de grande circulação, com o intuito de se tornarem empreendimentos mais rentáveis.

Entretanto, para compreender como aconteceu a instalação deste empreendimento, observa-se uma certa preocupação na área da geografia urbana em trabalhar a dimensão estrutural e suas ramificações proporcionadas dentro da paisagem. A organização produzida a partir da construção e das mudanças no contexto urbano, acarretando modificações em toda a área. Da atuação de reestruturar os bairros vizinhos, com a preocupação no saneamento básico, asfalto e a própria arquitetura da localidade da implantação do Shopping, propiciou um investimento e valorização nas áreas circunvizinhas pertencentes até então a uma população de baixa renda.

Fato este constatado por Márquez em seu trabalho, onde:

“...a implementação dos novos equipamentos urbanos ocorre numa área essencialmente residencial, caracterizada como sendo ocupada basicamente pela classe de baixa renda, e que atinge principalmente os

*moradores do bairro Santa Mônica e da Vila Corrêa, que são áreas que circunvizinham o Center Shopping-Carrefour e o Centro Administrativo da Prefeitura Municipal de Uberlândia”.*⁴

Tendo como referencial o desenvolvimento e investimento nos espaços urbanos sempre foi uma preocupação da elite local, no sentido de trabalhar a cidade e seu embelezamento e a arborização de determinadas localidades. Proporcionando estruturar novas formas de segregação social, onde os velhos espaços tornam-se obsoletos e efêmeros na paisagem urbana.

Assim, o desenvolvimento do trabalho dar-se-á em três capítulos. O primeiro intitulado: **“Transformações urbanas – História da cidade de Uberlândia”**, cuja análise centra-se na direção que o poder público, juntamente com o poder privado, desenvolveu na década 1990. Tendo como ponto de partida o remodelamento da estrutura física da cidade para alcançar seus interesses, o progresso de Uberlândia no cenário político e econômico, utilizando-se de artimanhas para projetar a imagem da cidade e de seu crescimento. Para tal, fez-se necessário o acompanhamento da implantação do Plano Diretor e suas possíveis modificações no perímetro urbano, que acarretaria a venda de uma área, num território delimitado, passando a ser o ponto de convergência dos serviços e atividades da cidade.

No segundo capítulo, **“A insígnia da modernidade”** centrar-me-ei na efetivação do empreendimento Center Shopping e como tal acarretou a descaracterização de espaços no centro da cidade e das salas de cinema. Uma vez que delinear e contextualizar o desaparecimento seqüencial das salas e de uma forma de diversão do cenário urbano, possibilitar ler este ambiente tornando-se contraditório ao consagrar o cinema e ao mesmo tempo destruir suas raízes. A exclusão das salas de rua se torna ponto *sine qua non* na formação de nova territorialidade do espaço social de Uberlândia.

No terceiro capítulo, **“Apoteose de uma sociabilidade constituída nos parâmetros modernos”**, a noção de individualidades e pertencimento na sociedade, regada por convenções sociais da lógica do mercado, produz movimentos de

⁴ MARQUEZ, Eduardo Alves. *Análise da Interferência da Implantação do Center Shopping-Carrefour e do Centro Administrativo na Reestruturação do Espaço Circunvizinho*. Uberlândia (MG), 1993. Monografia

exclusão social de um espaço já delimitado há anos na memória dos cidadãos inaugurando uma nova sociabilidade nos corredores do shopping. Pensando a questão envolta entre o público e o privado, as fronteiras simbólicas impostas historicamente que afugentam determinados segmentos sociais de um viver característico da modernidade e de como o espaço se singulariza assumindo uma simbologia determinada pelo mercado.

A necessidade de considerar o cinema, enquanto entretenimento consagrado como acontecimento social, tornou-se uma das atrações disponíveis, configurando-se no circuito comercial. Ao excluir os cinemas tradicionais, mediatiza assim, outro padrão de consumo o qual venha suprir aquela forma de diversão, desconstruindo os valores e sentimentos pertencentes a uma tempo presentes nas lembranças da cidade.

Cap 1º: Transformações urbanas – História da cidade de Uberlândia

1.1. Um breve comentário sobre a cidade de Uberlândia

A cidade é fonte de transformação não restrita aos aspectos físicos, mas torna-se um reflexo de variações no comportamento e nos padrões de vida de seus cidadãos, interagindo socialmente nas relações cotidianas por meio de novas referências de estilos arquitetônicos, que reconstrói significados de um tempo social-cultural-político-econômico estruturado.

Através das construções erigem-se símbolos que disseminam um viver urbano com espaços consagrados para diferentes segmentos sociais, os quais através da imagem da cidade, constroem todo um discurso alicerçado na proposta de modernidade. E para tal há implicações diretas nas experiências e nos hábitos dos cidadãos que participam ativamente das mudanças urbanas, por viver e experimentar cotidianamente os espaços criados em determinado tempo.

Assim, a cidade possui em sua história uma confluência de referências de séculos passados, todos respaldados na arquitetura dos prédios, casas, praças e ruas refletindo uma convivência entre padrões antigos e novos. Através do andar pelas ruas da cidade percebemos o quanto ela reflete anos de história mesclados com os valores modernos, que aos poucos introduzem um viver social diferenciado das décadas anteriores.

Indubitavelmente, uma cidade se constrói pela delimitação de um espaço físico, pela consagração de lugares de convivência, da relação com sua população e as tradições advindas do encontro entre a natureza e o homem e das manifestações de exteriorização do poder público, aos poucos isso edifica seus projetos nas construções e representações do cenário urbano. Como os homens, a cidade também sofre mudanças com o tempo, alguns monumentos se edificam enquanto outros se esvaem

na poeira dos anos, ressurgindo a história de seu povo nas lembranças dos moradores e na simbologia das construções.

Uberlândia traz em si as mudanças do tempo e o desejo de grupos sociais que detêm o poder público, a ambição de impulsionar a cidade, configurando-a como a metrópole do Triângulo Mineiro, com crescimento e desenvolvimento em sentido econômico, social e político. Atendendo a interesses de uma classe, privilegiando-os segundo seus anseios, suas expressões visuais e centros de convivências que materializam um universo peculiar de uma minoria.

Assim, definiu-se uma percepção no século XXI em torno da construção urbana de Uberlândia, uma contradição que recompõem na paisagem a grande discrepância e contrastes sociais existentes no viver e no morar. Numa complementaridade dispar entre os setores mais abastados da cidade e a grande maioria pobre, representando a díade entre o moderno e a permanência do arcaico, entendido como o que deve ser extirpada, menosprezada e camuflada no contexto social urbano ficando à margem da sociedade.

É notório a divisão territorial de status social, pela própria estruturação dos bairros residenciais da cidade. Com a preocupação do poder público de preservar uma imagem de cidade como “portal do cerrado”, há um escamoteamento da miséria reinante da região para localizações periféricas, onde sua visibilidade é afastada dos grandes centros de movimentação de pessoas, negócios e lazer.

Fato este perceptível na paisagem urbana, principalmente em áreas de intensa circulação dos cidadãos e visitantes. Permite constatar no percurso transcorrido nas grandes avenidas arborizadas, o esplendor estrutural e a preservação das ruas, praças e edifícios a imagem enaltecida da cidade – sinônimo de progresso, crescimento, modernidade e organização.

Sendo imprescindível pensar neste capítulo questões entrelaçadas no viver urbano de Uberlândia, a partir das relações de organização estrutural do município, onde há um direcionamento do poder público em parceria com a classe burguesa a qual pressupõem um melhoramento e expansão em todos os setores sociais da cidade. Para tal, iremos direcionar a discussão em torno dos fatores que levaram a cidade a

ser considerada um referencial de progresso vinculado a tecnologia, elementos constituintes do discurso perpetuado durante anos.

Nestes discursos sobressaem as expressões utópicas que vão sendo cristalizadas na memória dos cidadãos, na estruturação do espaço urbano, que ideologicamente assume funções dentro do universo social, são forjadas novas significações do perímetro urbano segundo os interesses vigentes.

Desta forma, Uberlândia delimitada dentro de uma construção ideológica de representações, interpretava a necessidade inerente dos anseios do desenvolvimento industrial e da própria significação do território para um contexto mais amplo de funcionalidade do capital.

Assim sendo, Uberlândia foi beneficiada entre outros fatores, pela sua ótima localização e escoamento de mercadorias para os principais centros exportadores da produção brasileira, bem como pelo intenso desenvolvimento de indústrias localizadas nesta região, que elevaram o potencial regional atrelado aos investimentos do governo municipal.⁵

Neste sentido houve e há um certo direcionamento comercial, político e econômico, que propicia a cidade seu desenrolar perante o crescimento almejado pelo poder local em parceria com a burguesia industrial, qualificando as necessidades de mudanças na região direcionando seus horizontes evolutivos na busca do desenvolvimento.

A partir de 1960, a cidade adquiriu uma nova configuração social e econômica, principalmente com a criação da Cidade Industrial, é perceptível o direcionamento de forças da coligação e da presença destes empresários industriais na formação de um modelo padrão de cidade progressista. Na busca de qualificá-la como um entreposto comercial que agrega em si uma gama de relações sociais e econômico-políticas.

⁵ MIRANDA, Hermílon M. *Evolução Urbana De Uberlândia: Uma cidade do Triângulo Mineiro de Porte Médio e em Contínuo Crescimento*. Campinas, 2001. p. 15. "Em termos de acessos, Uberlândia constitui-se num importante entroncamento rodo-ferroviário que facilita a comunicação com os principais centros urbanos das regiões Sudeste e Centro-Oeste, passando pela área urbana a Ferrovia Centro Atlântica S/A. E as rodovias: BR 050, BR 365, BR 452, BR 455 e BR 497".

“O Distrito Industrial de Uberlândia, implantado pelo estado como forma de favorecer o capital na expansão das indústrias, constitui-se em um novo processo de produção do espaço urbano, na medida em que contém em seu interior, além de equipamentos coletivos, o espaço residencial para a reprodução da força de trabalho especializada. Esse processo de produção do espaço, pela instalação de distritos industriais em centros urbanos regionais, representa para o capital monopolista e para o Estado, local da acumulação capitalista, dada a concentração da produção e da força de trabalho”.⁶

É notório a complementaridade do poder local com os grandes empresários, visando constituir além de suas indústrias um arsenal amparado dentro das possibilidades de benefício para o capital privado, que está resguardado pelas transformações impostas nesse dado momento histórico. Neste limiar, produz-se a ideologia dominante de uma sociedade em prol de atender as demandas exigentes do mercado de trabalho. Reconstrói os espaços socialmente consagrados com a finalidade de modificar toda a mentalidade e hábitos de uma comunidade provinciana que cresce pela sua posição privilegiada dentro do mercado entre outras capitais brasileiras.

Visando acima de tudo a manutenção dos requisitos necessários ao engrandecimento comercial, refletido diretamente no viver da cidade, pois há um movimento de pessoas, mercadorias e automóveis desenvolvendo atividades nos setores mais variados. Além de ser atrativo industrial e comercial frente às cidades vizinhas, busca-se em Uberlândia as mercadorias e serviços dos quais não dispõem.⁷

Uberlândia assume e cria novos contornos em sua estrutura, visando beneficiar e atender aos interesses do capital de um lado, mas de outro há também, a necessidade de crescimento enquanto local de viabilidade de diversos serviços, possibilitando um engrandecimento a nível nacional da imagem da cidade e de seus benfeitores.

⁶ Op. cit., p. 36.

⁷ Op. cit., p. 46. “Quanto aos serviços relacionados diretamente à produção, seu desempenho está ligado à própria estrutura econômica do município, na qual os serviços de transporte, armazenagem, comunicação e financeiro criaram condições para o crescimento da cidade de Uberlândia, absorvendo uma parcela significativa da População Economicamente Ativa”.

Desse modo, as mudanças significativas iniciam-se gradualmente no final dos anos 1960 sofrendo um grande salto qualitativo já na década de 1970. A necessidade de investir na configuração urbana desenhando um novo cenário para a cidade, a partir do discurso da necessidade de modernizá-la, para um novo ordenamento no circuito mundial do capital. Sendo para tal necessário reajustar espaços novos que abriguem a atmosfera do desenvolvimento uberlandense através de um melhoramento nos setores de transporte, moradia, recreação e circulação transformando a vida de uma parcela dos cidadãos.

Destas modificações no cenário urbano surgem, nas décadas posteriores, uma ênfase na construção e reconstrução dos espaços criados, a efetivação de projetos na conjuntura política, tendo um respaldo do poder público voltado ao desenvolvimento demográfico e suas implicações para a cidade, como a reestruturação espacial urbana, novos padrões de construção, o movimento despendido pelo transporte, trânsito e meio ambiente.

Fatos estes atrelados à revitalização da cidade em busca de se manter como progressista e moderna. São questões que perpassam o viver social de Uberlândia, e estão significativamente explícitas na imprensa local, materializando as sórdidas escolhas e diretrizes do poder público em prol de interesses particulares.

A efetivação destes procedimentos de transformação da cidade começam com a intensificação de novos bairros ao redor da cidade, a construção de edifícios configurando um novo morar atrelado à polarização de atividades comerciais que vão se dispersando do foco central e adquirindo localizações diversas. Havendo uma expansão da cidade por todas as áreas urbanas necessitando, de certa forma, de um projeto para acomodar as novas invasões territoriais, no sentido de planificar e mapear as modificações ocorridas.

Certamente, a premência da estruturação estava inteiramente ligada à ideologia dominante, que se dispunha a apoiar as transformações em prol do embelezamento e organização da cidade, pois a mesma se tornava centro de referência e atrativo comercial e social. Além de estar nas construções erigidas pelo poder local, sua concretização e dispêndio de recursos auferidos pelo povo, nas representações constituintes do cenário urbano.

Cada governante enaltecia-se pelos seus grandes feitos, gravados em cada edificação e, à cada nova eleição, caracterizava o seu caráter empreendedor que poderia impulsionar o desenvolvimento da cidade.

Além disso, nas modificações em torno deste cenário urbano, há uma colisão de fatores que resvalam nos grandes problemas de saturação, principalmente na área central da cidade, com a expansão nos setores industriais, aumentando quantitativamente a população e os serviços prestados pela mesma. Este fator acarreta uma superlotação em determinados locais, nas avenidas de comércio e serviços no centro da cidade, proporcionando congestionamentos e uma infra-estrutura deficitária, diante da grande circulação e movimentação.

Assim, direciona-se com uma certa constância, a necessidade de se configurar um novo perfil de estruturação na região central da cidade. A inviabilidade de congregar em um território delimitado o comércio varejista, centro administrativo, prestação de serviços e bens tudo somado com o fluxo intenso de automóveis, proporciona um crescimento e valorização de áreas localizadas verticalmente na cidade, proporcionando um pensar diferenciado naquela região, movimentando setores diversos tanto no período diurno como noturno.

Desta forma, com as discussões já em vigor, há no início de 1990, a elaboração de um plano urbano, constituído em parceria com as necessidades das Secretarias de Habitação, Meio Ambiente, Obras, Transporte e Serviços Urbanos, um direcionamento no sentido de remodelar e criar novos espaços. Reestruturar a cidade em prol de um melhoramento na paisagem, no sistema viário, de trânsito, transporte e a revitalização da área central.

Com estas prerrogativas, surge a necessidade de colocar em vigor a elaboração de um projeto que contemple todas as angústias e problemas enfrentados pela cidade há algum tempo. Para tal, na gestão do prefeito Virgílio Galassi começa a designar o que seria mais tarde conhecido como o **Plano Diretor do Município**, posto em vigor com a preocupação de solucionar os principais obstáculos criados pelo crescimento urbano, o qual encontrava entraves dentro da estrutura arcaica do poder local.

Não se pode negar que havia uma certa preocupação na elaboração de um projeto modernizador para a cidade, pois seu desenvolvimento era apazível e desejado, mas ficando respaldado em determinados aspectos que o poder público julgava imprescindíveis para a organização e polarização das atividades industriais.

*“Estamos preparando Uberlândia para seu um milhão de habitantes e para o ano de 2000, disse o prefeito Virgílio Galassi na tarde de ontem, durante a solenidade de assinatura do contrato entre a Prefeitura e o escritório Jaime Lerner, de Curitiba, visando a elaboração do Plano Diretor da cidade. O Plano Diretor, em resumo, vão ordenar o crescimento da cidade para evitar transtornos no futuro”.*⁸

Plano este que foi discutido e rediscutido a partir do mês de agosto de 1990, tendo uma extensão e movimentação na câmara municipal, envolvendo a sociedade juntamente com a Câmara dos Vereadores e associações de bairros, reivindicando a participação nos debates e a elaboração direta de alguns itens recorrentes em sociedade, onde pretendiam estruturar o esboço das modificações a serem realizadas .

Foi um trabalho de investigação e acompanhamento através da imprensa, nos permitindo relatar a trajetória de oficialização do mesmo, pois houve muita discussão para o desenvolvimento deste Plano Diretor, discussões estas que ocorreram durante mais de quatro anos até a finalização do projeto em 1994.

No transcorrer deste tempo, todos os passos eram retratados pelo jornal como, indicativo de mudança, aprovação da instituição do Plano, discussão da comunidade e associação de moradores, plano em debate por entidades religiosas, sindicatos e partidos políticos, opiniões de engenheiros da Universidade Federal de Uberlândia, apresentação das reivindicações da comunidade que não estavam inseridas no plano, críticas a relação plano/sociedade, utilização da Lei de Uso e Ocupação do Solo, até a efetivação do acordo e esboço final.

Mas o grande entrave suscitado pelo Plano Diretor, estava amparada no objetivo primevo de qualificar e delimitar os espaços e áreas já determinadas à nova configuração. Certamente a diretriz do poder local não estava respaldada em critérios

⁸ Jornal O CORREIO DE UBERLÂNDIA, n.º 15.451, 29/09/ 1990. p. 01

sociais e culturais. Este fato levou a grandes embates e discussões na câmara até a efetivação do projeto, pois havia alguns pré-requisitos de modificações na estrutura viária, de trânsito e transporte em áreas que seriam o cartão postal de Uberlândia.

A partir da remodelação urbana, abrem-se novas regiões com um grande potencial de circulação, especulação e arrecadação que despendem um novo referencial territorial, agregando em si valores de mercado para a aglomeração em um espaço onde adquire gradativamente certa centralidade de atividades comerciais, administrativas, políticas e sociais.

Ao privilegiar novas localidades no perímetro urbano, há um direcionamento de recursos destinados a enaltecer regiões que seriam vistas e serviriam de baluarte da sociedade dominante.

Um dos pontos estratégicos e remanejados para fins diversos com uma valorização é o percurso compreendido entre as avenidas João Naves de Ávila e Rondon Pacheco. Assumem uma função diferenciada no cenário urbano, principalmente com a nova especulação imobiliária já solidificada pela construção do Hipermercado Carrefour naquelas imediações, a partir de 1990.

Há um privilegiar de um espaço que, nos anos seguintes, seria considerado como símbolo representativo do progresso e da modernidade de um tempo econômico no qual a ostentação na arquitetura classifica a onipotência do espaço e de sua destinação.

Com a construção de um empreendimento da envergadura econômica como o Carrefour, há um direcionamento das relações cotidianas inauguradas neste espaço. A mudança no referencial de consumidor dentro de um cenário evolutivo de grande oferta nos mais variados produtos desde cama, mesa, banho, eletrodomésticos até produtos alimentícios. Produz e dissemina um padrão de valores e consagra lugares de encontro e passagem de um grande contingente populacional de diversos segmentos sociais.

Todavia, esta nova reformulação no cenário urbano acarretou uma mudança significativa na infra-estrutura das avenidas e dos bairros circunvizinhos, no sentido de melhorar a imagem em torno do espaço e cristalizar em si uma certa clientela e moradores. Dando significação a um território até então pouco explorado, configura-

se um novo traçado para as ruas, lojas, postos, casas e arborizações na busca de se criar e inventar uma nova forma estética do lugar amparado ao seu tempo.

Neste sentido há uma responsabilidade pública com os métodos de viabilidade para o acesso, facilitando o escoamento e o tráfego naquela localização, com uma intensa modificação na estrutura até então vigente. Justamente porque se tornaria, alguns anos depois, o novo centro comercial, varejista e administrativo de Uberlândia, um novo referencial de centralização de algumas atividades locais.

Contudo, forjava-se pela imprensa local um debate iniciado no ano de 1990 das futuras instalações do Centro Administrativo e de uma grandiosa obra do empresário local, para o crescimento de Uberlândia, o Center Shopping, que estariam ambos respaldados na mesma circunscrição. No espaço já delimitado a um tráfego intenso, porém que objetivasse os novos parâmetros da modernidade, a rapidez, agilidade, habilidade e facilidade em um mesmo local.



Foto 01: Manchete da construção do Novo Shopping – Jornal O CORREIO DE UBERLÂNDIA, n.º 15.386, de 27 de maio de 1990. p. 09. Acervo: Arquivo Municipal de Uberlândia.

A implantação de um empreendimento de porte moderno e socialmente voltado aos anseios de inserir a cidade num padrão de desenvolvimento das grandes capitais, surge a idéia do projeto de um Shopping com um *design* internacional. Este projeto entra em discussão tanto na câmara quanto no jornal em circulação, alguns anos antes de sua construção, com um intuito de direcionar e cativar expectativas e ansiedades nos clientes em potencial.

Efetivamente houve uma massiva e exaustiva referência da construção, com um fim em si mesmo, incutir e forjar um novo padrão de lazer e consumo nos cidadãos uberlandenses, trabalhando ideologicamente a formação de um local consagrado e erigido para o consumidor em perspectiva.

Refletiu na sociedade um referencial que viria a ser encampado por grande parte da classe média. Tratando-se de alto investimentos na construção de baluartes da modernidade e centro do consumo elitizado para determinados segmentos sociais.

O investimento que contabilizou tempo e estudos de área, mas como sabemos, a região da construção já pertencia a um grande capitalista, Dilson Pereira da Silva, concentrava em sua mão tanto poder quanto o capital necessário para tal empreendimento.

A análise da envergadura deste empreendimento será feita no próximo capítulo, com uma abordagem da implantação do Center Shopping e suas implicações diretas no contexto social de Uberlândia. Com a efetivação de mudanças na estrutura física da cidade a partir da reorganização das salas de cinema em torno de si, e do significado apresentado com a locação dos cinemas no shopping. Pensando na movimentação de uma parcela populacional que assume no ato de ir ao cinema diversas imbricações dentro do espaço compartilhado até a bilheteria.

Cap 2º: A INSÍGNIA DA MODERNIDADE

“Num período de tantas turbulências, de profundas modificações no cenário político, econômico e social, Uberlândia dá novamente prova incontestada de sua obstinada caminhada rumo ao progresso, confiante de que as sementes do trabalho sempre vão gerar bons frutos”.⁹

A partir da epígrafe, subentende-se a visão presente na imprensa local, bem como um discurso calcado na remodelação urbana de fim progressista. Desta forma, ao reverenciar a venda primeva de uma idéia que se constituía somente como maquete de uma futura realização almejada na cidade por um segmento social.

Há uma construção em torno da idéia, oferecendo à constituição de um espaço até então inexistente em sua dimensão que resvalasse em prerrogativas inerentes aos problemas sociais, como também a reinvenção de lugares agregando um padrão social de consumo e lazer até então pouco explorado na região de Uberlândia.

Fato este notório no mundo moderno que, com a crescente onda de violência, as pessoas não se sentem à vontade para compartilhar abertamente em lugares públicos momentos de entretenimento e diversão. Os espaços que eram coletivos - praças, ruas, igrejas e o centro da cidade, ofereciam tranquilidade, bem-estar e um contato com a natureza para usufruírem seu tempo livre em horários diversificados. Com o aumento da criminalidade e da violência, isso leva-nos a *paranóia da “correria” do mundo moderno, intrinsecamente, um constante constrangimento do cidadão estranho ao lugar*¹⁰, que proporciona um sentimento aliado ao desconforto e

⁹ Jornal O CORREIO DE UBERLÂNDIA, n.º 15.321, de 18/02/1990. p. B-8.

¹⁰ FERREIRA, William R. *O Espaço Público nas Áreas centrais: a rua como referência. Um estudo de caso em Uberlândia*. Uberlândia (MG), 2002. Dissertação de Mestrado, UFU, p. 36.

o medo constante de que algo pode acontecer. Criou-se um mundo de vigilância constante e casas que se tornam verdadeiras prisões.

Este sentimento moderno não se encontra como única possibilidade existente para afastar as pessoas do convívio diário nas ruas. Torna-se um contra-argumento dentro de uma estratégia capitalista de consumo que visa alojar a classe média em novas localidades que estejam de acordo com um padrão em consonância com o viver estabelecido a partir dos anos 1950.¹¹

Com o desenvolvimento tecnológico novas relações são construídas. Tornam-se referenciais de inclusão ou exclusão tendo seu ápice na década 1990 com a criação e proliferação dos shopping-centers de maneira disseminada pelo país. Como *locus* segregacional de uma parcela da sociedade, sem referencial de sua legitimidade e de seus valores, incorpora um espaço que vem ao encontro de todas as benesses proporcionadas pela modernidade, constituindo um padrão de consumo e diversão calcados na possibilidade de segurança.

Com isso a significação agregada aos shoppings, de uma maneira geral, alenta-se na possibilidade de, no interior do mesmo, usufruir um conforto, sobremaneira, que não é possível em outras localidades públicas, a união da diversão sem o perigo latente. Refletida diretamente na propaganda de aliar-se vida social e econômica aos referenciais de bem-estar, uma parcela significativa da sociedade, a classe média, “comprou” a idéia veiculada e introjetou-a no seu cotidiano de tal forma, sendo hoje o shopping uma extensão do ambiente privado. Com uma variante, a junção de beleza, estilo, agilidade e conforto presentes em todos os shoppings, independentemente da cidade em que se localiza.

Assim, em Uberlândia este sentimento de progresso aliado a um complexo arquitetônico foi sendo construído a partir de uma união entre o empresário Dílson Pereira, políticos e a imprensa local, que sempre estiveram “antenados” a um determinado referencial de modernidade para a cidade. Notas referentes à construção expressam no quão viável seria o projeto de um shopping para Uberlândia, *porque o*

¹¹ MELLO, João. M. C. NOVAIS, Fernando A. Capitalismo tardio e Sociabilidade Moderna. In: (org) SCHWARCZ, LILIA M. *História da Vida Privada no Brasil: contrastes da intimidade contemporânea*. Discutem sobre a sensação de alguns brasileiros para se chegar a uma nação moderna mais

*consumidor local e da região pode ser considerado um público de shopping*¹², subentendo nesta frase a viabilidade e o retorno que tal empreendimento justificaria. Uma vez que, inaugura-se um viver específico atrelado a padrões de consumo, erigem-se determinados espaços como consagrados e pertencentes a uma realidade social diferenciada da grande maioria, porém uma sociabilidade forjada em padrões estéticos e econômicos que certamente teriam respaldo de uma parcela de uberlandenses ávidos pelo consumo.

No entanto, dar-se-á, primeiramente, a venda da idéia num momento de simpatia ou repulsão da mesma. Caminhando na direção de objetivar seus pressupostos na imprensa, como veículo de informação, tinha um respaldo da população – entendida aqui como àqueles os quais têm acesso ao jornal-, mediante a idéia oferecida como sinônimo de progresso. Conseqüentemente, a imprensa local, ao enfatizar a construção de um empreendimento de tal envergadura, logicamente predispunha uma noção e compartilhava de valores sociais potencializados na necessidade de se ter um monumento de tal ordem, o Center Shopping, como símbolo de uma cidade marcada pela modernidade.

O desenvolvimento de Uberlândia, dentro do circuito nacional de indústria e comércio, elevou a aura da cidade a um patamar de reconhecimento de seu potencial de progresso, cuja mentalidade reinante é a de que *“a região do Triângulo Mineiro, em especial Uberlândia, se desenvolveu muito rapidamente e o mercado comporta perfeitamente um shopping”*¹³, ou seja, a previsão do futuro e o olhar de desenvolvimento estava espelhada na intenção de uma burguesia industrial.

Sem dúvida, percorremos na pesquisa toda as artimanhas e subterfúgios que respaldam a noção de modernidade expressa na edificação do shopping como imprescindível para o viver social dos uberlandenses.

Far-se-á necessário recuperar a trajetória envolta na suntuosidade do empreendimento, bem como as causas primeiras de sua construção anos depois, para uma parcela significativa da população. Acarretando, sobremaneira, um segmento de

significativamente, entre 1950 a 1970. As duas grandes novidades neste momento em que escrevem foram o supermercado e o shopping-center.

¹² Jornal O CORREIO DE UBERLÂNDIA, suplemento, de 04/03/90, p. B 1.

¹³ Jornal O CORREIO DE UBERLÂNDIA, suplemento, de 25/03/90, p. 01.

mercado, já consagrado e respeitado há anos na cidade – como as salas de cinema centrais, que sofrem uma efetiva diminuição, chegando ao holocausto do desaparecimento.

Certamente, o shopping acarretou entre outros fatores, a exclusão de muitos espaços existentes em Uberlândia, já consagrados como referenciais, porém nosso foco de interesse será, sobretudo, a ocorrência do falecimento das salas de cinema central, tendo como causa o shopping, ao inaugurar um outro padrão de referência de diversão da sétima arte.

Não se trata de referendar o shopping enquanto um empreendimento voltado para a lógica do capitalismo, mas as relações implícitas a partir de sua construção, que entrarão em choque com uma determinada sociabilidade presente em um segmento social de diversão que é o cinema. Similarmente configura-se um novo paradigma de sociabilidade nos corredores do shopping os quais, de forma efetiva, atraíam uma parcela significativa de frequentadores dos cinemas centrais, levando à exclusão de um modelo referencial de cinema, a inclusão de outro padrão de diversão no “escurinho das sessões”.



2.1. Construção do templo do consumo

A relação existente entre o espaço e a cidade configura-se como uma necessidade imposta a cada período histórico e, como não poderia deixar de ser, alguns espaços acabam por deteriorar outros. Assim, a construção de um novo referencial deve ter, sobremaneira, um respaldo da população, agregando a uma área delimitada, valores, sentimentos, experiências e vivências que se tornam pertencentes a um dado momento.

No intuito primordial de reconstruir um momento característico da década de 1990 na cidade de Uberlândia, acabamos referenciando um movimento contemporâneo no Brasil, quando da inclusão de um modelo conhecido como shopping por volta de 1960¹⁴. Desta forma, inicia-se outra dimensão de sociabilidade. O movimento constitutivo de um mercado que acabará por modificar a relação de lazer e diversão num mesmo espaço, compartilhando de um comportamento internacionalizado entrando em consonância direta com a implantação de um shopping em Uberlândia.

A construção do Center Shopping, símbolo consagrado do desenvolvimento social e econômico para a cidade, começa a se configurar no cenário social três anos antes de sua realização final *como notável complexo que vai dar a nossa cidade um empreendimento que reflete o dinamismo de seus empresários*¹⁵, conforme as notas referendadas no jornal, com a mistificação agregada ao que seria posteriormente o imponente projeto de arquitetura.

Percorrendo as relações envoltas na imprensa local bem como o imaginário social criado em torno do shopping, possibilita analisar o movimento e ambições dos empresários locais aliados ao poder público, numa união de forças para a concretização de um *centro comercial*, que proporcionaria à população a fascinação

¹⁴ Primeiro Shopping a ser construído no Brasil, em especial São Paulo, foi o Iguatemi em 1966.

¹⁵ Jornal O CORREIO DE UBERLÂNDIA, n.º 15.381, de 19/05/90, p. B-6.

do primeiro contato com um lazer proporcionado pelo conforto dos padrões modernos.

A ênfase direcionada na construção do shopping tinha, de certa forma, um intuito primordial ao referenciar uma idealização de espaço até então distante da realidade dos cidadãos locais.

“... uma ótima localização estratégica, o novo shopping tem no Carrefour um outro referencial fortíssimo, que garantirá um tráfego de pessoas diário superior à casa das 20 mil. Além disso, todo o cuidado, profissionalismo e critério com que está sendo planejado reforçam a certeza de que Uberlândia vai ganhar realmente um empreendimento que vai mudar o comportamento da cidade e região”.¹⁶

Houve uma intensa pesquisa para dar credibilidade ao empreendimento, com uma intensa movimentação em torno de sua construção, deixando todos a par os proclames necessários à efetivação de sua concretização e posteriores expansões numa área delimitada próxima ao Carrefour.

Certamente, toda a ênfase fomentada em torno de uma maquete se deve, sobretudo, a existência anterior de um modelo de shopping em Uberlândia com padrões de lazer, área de alimentação, lojas, cinema e estacionamentos – o Ubershopping¹⁷. Este configurou-se como elemento que não agregava uma quantidade relevante de freqüentadores, segundo o modelo atual do Center Shopping, nem causou o desaparecimento das salas de cinemas centrais. Havia em seu interior apenas uma sala de cinema (Cine Center), porém, não se consagrava como concorrente das estruturas já montadas e estruturadas no perímetro central da cidade.

O Ubershopping foi um projeto pioneiro no Triângulo Mineiro que visava acima de tudo o conforto e o bem-estar dos cidadãos uberlandenses. Para tal, este também se afirmava, há alguns anos, como viabilidade econômica, acompanhando o movimento de um novo segmento comercial no Brasil. “... o Ubershopping está a

¹⁶ Idem, p. B-6.

¹⁷ Inaugurou-se o Ubershopping no dia 30/04/1987, considerado na época como o maior empreendimento da cidade e região, este se configura como o primeiro shopping center do Triângulo Mineiro. Com uma área de 70mil metros quadrados, sendo 20 mil de área construída, estacionamento para 1200 carros, uma praça interna com 900m e um centro de diversão com dois mil metros quadrados. Ficando localizado a 3km do centro da cidade, numa área nobre.

*nível dos melhores já existentes*¹⁸, era uma das entonações feitas a partir da imprensa local sempre enfatizando um discurso ufanista do progresso rápido e contínuo. A referência estava diretamente aliada à “grande” participação das *unidades industriais* que alavancavam o potencial desenvolvimentista de Uberlândia. Certamente essa construção não se efetivou com tamanha destreza e eficiência, segundo verificação na imprensa, com pouca referência a este empreendimento no final da década de 1980.

Destarte, vários são os fatores convergentes para a localização do Ubershopping, numa região afastada do centro da cidade a 3km de distância. Uma vez que, este shopping foi construído para atrair um público que morava em seu entorno, não houve mecanismos específicos para melhorar o acesso e o transporte, justamente pelo cuidado e demarcação de seus freqüentadores. Próximo de bairros de classe média alta, o público alvo certamente seriam aqueles que pudessem encampar e usufruir materialmente dessa nova referência, com um poder aquisitivo para desfrutar das vantagens do local.

O Ubershopping teve seus momentos de glória e valorização, principalmente quando de sua inauguração como espaço novo para a sociedade. Não conseguindo arregimentar freqüentadores que movimentassem satisfatoriamente seu comércio, não se sustentou perante a concorrência com a implantação do Center Shopping, cinco anos após sua construção.

Para tal, vários são os fatores que proporcionam o deslancar do novo shopping. No entanto, há de se levar em consideração, principalmente, a experiência do empresário Dílson Pereira da Silva, proprietário do grupo ARCOM, acreditando e visando a rentabilidade de tal investimento, investiu no projeto que teria como suporte estratégico, sua localização. Aludida ao entorno do perímetro urbano próximo ao centro, devido à existência do Carrefour no local escolhido para a construção, onde o terreno já pertencia à empresa. Não esquecendo as especulações existentes quanto à mudança do Centro Administrativo próximo à construção e, toda a infra-estrutura, organizaria o espaço diante das políticas públicas.

¹⁸ Jornal PRIMEIRA HORA, n.º 15, de 29/04/87, p. 05.

*“Nos próximos 120 dias será realizada a pesquisa de mercado, a elaboração do anteprojeto e o planejamento global da obra.. O shopping será criado com recursos próprios dos diretores do Armazém do Comércio (ARCOM), mantendo-se independente financeiramente desta empresa. A obra começou a ser articulada pelo grupo empresários do Arcom desde setembro do ano passado, quando adquiriu 80 mil metros quadrados no Bairro Tibery, próximo a Avenida João Naves de Ávila, com o objetivo de construir a nova sede da empresa neste terreno, mas devido a centralização da área decidiu vender 30 mil metros quadrados para a diretoria do grupo Carrefour e destinar 50 mil metros quadrados para a construção de um Shopping”.*¹⁹

A criação imagética em torno de algo constituída somente no papel, enquanto possibilidade de realidade, foi construída historicamente com uma incisiva propaganda voltada à população, sempre despendida a unir a necessidade de tal monumento com o capitalismo em expansão.

O projeto ainda se encontra em fase inicial, sendo os detalhes a ser determinados por pesquisas de mercado que buscariam identificar o perfil mercadológico de Uberlândia e o potencial de venda de suas lojas. Caso os planos iniciais se concretizassem, seria a primeira cidade no Brasil a ter quatro estruturas – Shopping, hipermercado, prédio de serviços e apart-hotel em um único complexo.

Assim, a propagação do empreendimento assumiu consistência dentro do poder público que tinha e tem, como matriz de atuação, a valorização dos bairros circunvizinhos e as avenidas de acesso – João Naves de Ávila e Rondon Pacheco, qualificando o perímetro compreendido em torno da construção do shopping.

Essa parceria de poder local e privado proporcionou a glorificação e o empenho com a cidade, pois *são de gestos assim por pessoa com a vontade, perseverança e grandiosidade, que Uberlândia pode encarar o futuro sempre com muito otimismo*²⁰, reforçando, sobremaneira, o discurso ufanista. O povo deveria retribuir à cidade com carinho e gratidão oferecida aos cidadãos uberlandenses.

¹⁹ Jornal O CORREIO DE UBERLÂNDIA, suplemento, de 04/03/90, p. B-1.

²⁰ Jornal O CORREIO DE UBERLÂNDIA, suplemento, de 18/02/90, p. B-8.

Abrindo um parêntese, dentro de tal cordialidade entre os políticos e os empresários que, com tamanha astúcia, vinham atuando efetivamente na região, principalmente em Uberlândia, direcionando o movimento e a organização do município a seu bel prazer. Sem se preocuparem com as consequências ocasionadas por suas atitudes, desejos e vontades as quais, de certa forma, afetam a vida social, econômica e política da população.

A pragmática e exacerbada construção do shopping de forma incisiva moldou e forjou anos antes, uma clientela que esperava ansiosamente sua concretização a ser afirmada no ano de 1992.



Foto 03: Vista aérea do Center Shopping – 26 de abril de 1992. Acervo: Arquivo Público Municipal de Uberlândia.

Nesta imagem percebemos um padrão de desenvolvimento que não se realizava apenas na idéia, mas a aparência resplandecente da onipresença de sua edificação. Não havia até então algo tão ousado e suntuoso. Agregando um valor de modernidade e crescimento a Uberlândia, modificaria a visão de cidade interiorana,

uma vez que este centro comercial atrairia para seu entorno um complexo de shopping voltado para um comércio diversificado, um centro de convenções para movimentar eventos sociais e *business*, tendo também como parceiro um hotel luxuoso e sofisticado. Assim, proporcionaria todos os serviços de compras, lazer e negócios no interior de Minas, atraindo consumidores de várias regiões diariamente, ampliando as relações da cidade movimentando uma maior renda per capita.

“Inaugurado em abril de 1992, o Center Shopping foi a primeira etapa do projeto de construção de um Complexo Comercial que nasceu há cerca de 15 anos com a compra do terreno. Junto com o desenvolvimento da cidade e valorização da área, veio a idéia de construir no local um Shopping Center. Dentro de um trabalho de pesquisa e planejamento foram feitos estudos de viabilidade para a instalação de um Complexo que agregasse Shopping, Hotéis, Centro de Convenções e salas comerciais.”²¹

Com esse ponto de vista, ênfase vinculada à aceitação de um novo *locus*, certamente não estava restrita à cidade de Uberlândia, mas representava para o Triângulo Mineiro um empreendimento que movimentaria um intenso fluxo de pessoas e mercadorias provenientes de outras localidades. Na qualificação de estabelecer diretamente uma relação com outros mercados consumidores vizinhos, significava o crescimento de uma região estigmatizada como “portal do cerrado” no mercado regional. Além do fluxo econômico proporcionado.

A partir da efetivação da idéia, o shopping assumiu uma significação latente, que, a cada ano, configura-se numa referência de moda, lazer, culinária, música, conforto e consumo, tudo aliado à satisfação dos consumidores e da movimentação ocasionada na cidade.

Mas para além de evocar as benesses criadas por este complexo comercial, certamente a referência deste espaço se tornou e que vem de encontro à nossa pesquisa, está justamente na incorporação de lojas-âncora, na possibilidade de atrair uma gama significativa de freqüentadores, em especial os cinemas, movimentando um determinado público. Este segmento muito bem explorado neste espaço, uma vez

²¹ Dados fornecidos pela Administração atual do Center Shopping.

que, conforme sua inauguração havia em seu interior um investimento destinado e uma região delimitada com duas salas de cinemas²² funcionando com um público esperado.

Contudo, houve nesta área de diversão, o retorno da clientela ao se deleitar com os cinemas, havendo, sobremaneira, uma procura deste espaço e, conseqüentemente, com a reforma do shopping, fez-se necessário um acréscimo das salas de cinema²³, agora com um outro padrão de projeção. Certamente as salas de cinemas centrais acabaram tornando-se peças fora de uso, pois sua estrutura de projeção e estilo arquitetônico, dentre outros motivos, não mais correspondiam às ansiedades de um público que garantisse sua sobrevivência.

Segundo entrevista realizada com o proprietário do cinema do shopping, o senhor Pedro Naves, que trabalhara nos cinemas centrais da cidade, os tempos foram mudando gradativamente, e a sétima arte foi aperfeiçoando e melhorando sua diversão sempre em busca de atrair seu público.

“...Iniciei no cinema na década de 60, como Office-boy aos 13 anos de idade, ali nós militamos em todas as áreas dentro dos cinemas. Este período era um período que a gente chamava de grande momento do cinema. Mas depois a concorrência com a televisão, e mas tarde com a onda de shoppings, é um casamento que deu certo. Um casamento entre cinema-shopping, já vinha dando certos em diversos lugares no mundo, quando chegou no Brasil deu sucesso. Pois aonde se fazia um shopping se fazia também um cinema, o cinema faz parte da loja-âncora do shopping, que ajuda a atrair público.”²⁴

²² Jornal O CORREIO DE UBERLÂNDIA, n.º 15.929, de 01/05/92, p. 10. O Shopping inaugurou com uma sala de cinema o Cine Astor I, tendo 224 poltronas, com uma tecnologia avançada, o outro Astor II, com 240 lugares, foi inaugurado um mês depois, também com tecnologia, caixas laterais em estéreo sofisticado e de alta qualidade.

²³ O Center Shopping passou por duas ampliações que abriram novos espaços, reformas estas concretizadas no final de 2000, onde garantiram ao público novos serviços em compras e lazer, em especial nos cinemas que antes eram duas salas - onde funcionou por um ano, passaram para quatro salas (Center I, II, III, IV), na terceira etapa de ampliação há a duplicação da praça de alimentação e com a introdução do segundo piso, que abriga 10 salas de cinema (com dois mil e duzentos lugares), um sistema *multiplex*, telas gigantescas e som digital.

Este sistema *multiplex* foi desenvolvido para revolucionar a estrutura da rede de exibição de filmes, em salas que têm um formato *stadium* – que permite a visualização da tela graças aos diferentes níveis existentes entre cada fileira de poltronas, suporte para copos e isolamento acústico. Esta estrutura foi montada pela Cinemark, a maior rede de cinemas do Brasil desde 1987. Criada em 1984 nos Estados Unidos. Disponível em: <http://www.google.com.br/sear.../nem3211.sntmi/cinemark&m>. Acesso em: 25 de março de 2004.

²⁴ Entrevista realizada com o proprietário da rede Cinemais em Uberlândia, localizado no Center Shopping.

A partir de suas afirmações e devido ao grande público decorrente de suas salas de cinema, não há como negar a mudança ocorrida, ou seja, um novo contorno no escurinho das sessões que, de certa forma, determinou uma sociabilidade não mais legada ao centro da cidade, e sim despendida pelo espetáculo proporcionado no Shopping.

Não há como negar, que de certa forma, esta nova referência de cinema levou ao holocausto as antigas salas. Esbanjavam em suas paredes e em sua estrutura a lembrança dos momentos áureos em que o cinema era conhecido por seus palácios grandiosos e eloqüentes. A recordação de tais monumentos foi sendo com o passar do tempo transformada e modificada pelo paisagismo da cidade em bingos, igrejas, lojas ou prédios abandonados. Ainda refletem a vivência de um período que ficará na memória dos que viveram e experimentaram o adentrar naqueles espaços.

2.2. Conjuntura histórica do processo de exclusão das salas de cinema

A presença marcante do desenvolvimento do cinema no Brasil, principalmente, pelo esplendor de suas casas, não pode deixar de ser elevado a um patamar de referência que esta diversão proporcionou, por anos a fio, a seus freqüentadores, constituindo-se como preferência absoluta onde se *falará em multidões e fortuna em arrecadação*²⁵. Deste divertimento em projetar nas telas sonhos, esperanças e lugares distantes e maravilhosos aos olhares atentos do público.

Assim sendo, reconstruir o movimento que proporcionou o falecimento quase completo das salas de cinema do centro da cidade, e como este ato de ir ao cinema ganha nova complexidade diante de tal vasto campo de opções para o lazer. Requer ilustrar momentos perdidos no tempo e nas lembranças do prazer experimentado por um ambiente que se transformava em magia ao remeter a um universo da fantasia e mexer com a imaginação de cada freqüentador do cinema.

A simbologia inerente ao comprar o ingresso na bilheteria, esperar na fila, e adentrar ao *hall*, enquanto aguardava-se ao filme, normalmente tornava-se ponto de encontro, de amores, de amigos, de conhecidos e de inimigos. Configurava-se numa sociabilidade perdida ao longo dos anos. Perde-se a emoção compartilhada nas sessões escurinhas, pois no mundo moderno o frenético ritmo do trabalho acaba por incutir um outro padrão de cinema.

Assim, recordar a “Cinelândia” uberlandense, a partir de suas modestas salas de cinema, não comparadas às da grande São Paulo, mas não deixou de ter o esplendor e a aura resplandecente do cinema. Em Uberlândia, no período de grande efervescência em torno das sessões de cinema, conheceu o glamour de uma grande sala de espetáculos, o Cine Teatro de Uberlândia (CTU), onde se ostentava uma platéia de 2200 lugares, na década de 1940, segundo, Torres, O CTU, constituía-se de

²⁵ SIMÕES, Inimá. *Salas de Cinema em São Paulo*. São Paulo, PW/Secretaria Municipal de Cultura/Secretaria de Estado da Cultura, 1990, p. 14.

*luxo e requinte, do ambiente forjavam um comportamento social, fato este notório tendo a sociabilidade como parâmetro na moral do bem viver.*²⁶

Desta forma, Uberlândia chegou a comportar em seus tempos áureos muitos cinemas no perímetro central da cidade, para uma região de porte médio como esta, se configura numa paixão às projeções. Tivemos o Cine Éden, Cine Windsor, Cine Avenida (conhecido depois como Bristol), Cine Paratodos, Cine Regente, Cine Uberlândia, Cine Tupan, Cine Comodoro, Cine Capri, Cine Vera Cruz e Cine It, que foram revividos na lembrança dos cidadãos. Certamente, por falta de documentos e maiores informações alguns não se constituem no intuito primordial deste trabalho. Somente como referência cabe ressaltar a existência dos mesmos.

Assim, o enfoque dar-se-á nas salas de cinema sobreviventes ao tempo e, persistiram às transformações sociais e culturais de cada momento histórico, principalmente, as referentes da década de 1990, compunham o cenário de diversão de Uberlândia. São elas que guardam saudades de um tempo que já se foi. Algumas continuam vivas nos velhos prédios que cortam a cidade, em especial, o Cine Bristol, Cine Regente, Cine Windsor, Cine It e Cine Comodoro²⁷, cinemas contemporâneos à implantação de um espaço, inaugurando um novo viver social e acaba forçosamente por excluí-los.

Desta forma, uma breve contextualização do movimento que levou ao falecimento desta memória perdida, o desaparecimento dos cinemas paulatinamente do convívio urbano. Os dois grandes baluartes remanescentes do cinema e mais conhecidos são o **Cine Bristol**, assim conhecido após sua reforma, e **Cine Regente** que resistiu bravamente à concorrência até pouco tempo. Pertencentes à mesma companhia de Ribeirão Preto, Alvorada Cinematográfica Internacional Ltda, de propriedade do senhor Wilton Figueiredo²⁸.

²⁶ TORRES, Paulo Eduardo de Oliveira. *A Programação do Cine Teatro Uberlândia em 1944*. Uberlândia (MG), 2003. 54 páginas. Monografia apresentada como conclusão do curso de História. UFU, p. 41- 42.

²⁷ Cinemas este que ficam circunscrito às principais avenidas e ruas do centro da cidade.

²⁸ Os cinemas do centro da cidade tinham um único proprietário na década 1990, o senhor Wilton Figueiredo, que possuía Cine Bristol, Windsor, Regente e alugava o prédio do Cine It e o Cine Center. A empresa quando surgiu era comumente conhecida como Teatral Paulista, depois veio a se chamar São Paulo Minas e fechou como Alvorada Cinematográfica.

Estes cinemas compunham-se de prédios próprios, com arquitetura mais arejadas, com tela plana com até 800 lugares. Nos momentos de grande concentração, tinham como acesso central um enorme corredor, com *hall* de entrada, com *bombonière* onde oferecia pipocas, refrigerantes, balas, doces etc. Todos os aparatos disponíveis ao público ofereciam um mínimo de conforto nas sessões. Os cinemas foram sendo fechados no mesmo ano com intervalos de semanas, em 1999.



Foto 04: Cine Bristol e Regente –Jornal O CORREIO DE UBERLÂNDIA, n.º 252, de 29 de agosto de 1999, p. 01. Acervo: Arquivo Público Municipal de Uberlândia.

O **Cine Bristol** ao ser inaugurado comportava 680 pessoas. Após uma reforma houve um realinhamento e passou para 500 poltronas, mas mesmo assim era um grande cinema, compunha enormes filas de espera das sessões, lembra a gerente do cinema:

*“... o cinema quando eu entrei era bem cheio, tinha um movimento grande o Bristol, então ele era um lançador de fita, um cinema mais chique na época. Quando saí e voltei de novo, já havia sido o Shopping e com isso os cinemas do centro da cidade foram sofrendo, as consequências desta abertura e foi decaindo, começamos a enfrentar dificuldade de conseguir fitas porque a companhia exigia um público maior e passaram a dar preferência para o Shopping”.*²⁹

O **Cine Bristol** era uma referência para a cidade em termos de charme e elegância. Não tinha o esplendor dos “palácios cinematográficos” das décadas anteriores, mas constituía-se como um dos principais espaços de diversão e sociabilidade da cidade, proporcionando um *footing* nas suas calçadas.

Com o tempo, acabou fechando suas portas, por não resistir à pesada concorrência. Mesmo com um quadro reduzido de funcionários não foi possível manter as despesas que se tornavam acima dos lucros obtidos nas sessões. O cinema tornou-se uma casa de bingo. E mesmo como bingo Bristol, acabou fechando suas portas devido ao déficit de público, encontrando-se abandonado.



Foto 05: à esq. Fachada do Cine Bristol retirada do Jornal O CORREIO DE UBERLÂNDIA, suplemento de 25 de março de 1990, p. 01. À direita fachada atual do Cine Bristol, caracterizada como Bingo Bristol. Foto da autora.

²⁹ Entrevista realizado com Rosângela Anchieta, 18/03/04, atual gerente do Cine It.

O **Cine It**³⁰ o único sobrevivente na área central de um modelo de cinema, continua localizado no mesmo prédio de sua inauguração. Passou por grandes mudanças na década de 1980, voltando a exhibir, em 1990, filmes pornográficos a um público fiel que mantém a existência deste segmento de mercado, comparecendo às sessões que comportam 335 lugares.

Informações presentes na imprensa enfatizam que este cinema chegou a exhibir desenhos infantis em seus dias de glória. No entanto, foi o escolhido para a exibição de pornô. Uma vez que, *até o início de 80, sexo no cinema só através das pornochanchadas brasileiras. Em 1982, com a abertura política e cultural do presidente Figueiredo, que foi liberado cenas de sexo explícito.*³¹ Podemos caracterizar como um acontecimento recente, que mobiliza em torno deste cinema sua clientela cativa que permite sua existência até nossos dias.



Foto 06: Fachada atual do Cine It –23/03/2004. Foto da autora.

³⁰ Pertencente ao mesmo proprietário dos outros cinemas, Wilton Figueiredo, porém como era o único prédio alugado, o nome ficou e passou para um novo proprietário que manteve a estrutura e o gênero pornográfico de filmes.

³¹ Idem, p. 01.

O **Cine Regente** abriu e reabriu por diversas vezes. Passou pelo quebra-quebra em 1959 onde foi totalmente destruído e permaneceu no circuito exibidor por anos. Recentemente voltou à ativa em 2000, porém com o déficit de público foi obrigado a fechar há um ano. Segundo seus funcionários, que se lembram dos momentos de efervescência deste, *filas quilométricas que dobrava quarteirões*³² uma para comprar ingresso e outra para entrar e assistir aos filmes. Com uma *programação mais popular*, possuía um público cativo, que assistia atento aos lançamentos, chegou a possuir 840 poltronas e, quando fechou estava com 700. Hoje encontra-se numa situação lastimável. Seu prédio foi demolido para construir uma loja no local. Um embargo da Prefeitura – que tinha o intuito de tombar o prédio já quase destruído, mantinham o local fechado. No entanto, com a total destruição do prédio, só restaram seus escombros. No momento, com o insucesso do embargo da Prefeitura, encontra-se em adiantado processo de construção, uma nova estrutura comercial, sem nenhum resquício da construção anterior. Somente a poeira é testemunha do esplendor de outrora da magnificência do Cine Regente.



Foto 07: à esquerda, Fachada do Cine Regente, sem referência de data, Acervo: Arquivo Municipal de Uberlândia. À direita, foto atual do espaço outrora ocupado pelo Cine Regente. Foto da Autora.

³² Segundo entrevistado Lúcio, que trabalhava no cinema, como projetista desde 1990, atualmente está no Pratic Center.

Já do **Cine Comodoro** não temos grandes referências deste espaço, apenas algumas informações que, quando começou a exhibir filmes, era considerado um bom cinema. Com a grande defasagem da clientela, optou por um período de exibição de filmes voltados para a pornografia, inaugurando este perfil por volta de 1990, mantendo-o até 1999, segundo a programação oferecida diariamente no jornal. Com o fechamento das demais salas centrais, voltou-se à programação de filmes não-pornográficos, por curto período no ano de 2000. No entanto, não conseguiu firmar-se no mercado, fechando posteriormente suas portas.

O **Cine Windsor** tinha um público diferenciado, principalmente, por possuir uma linha de projeção muito particular, pelo trabalho desenvolvido conjuntamente com a Secretaria de Cultura. Possuía uma agenda voltada à projeção diferenciada da “hollywoodiana”, ficando conhecida como “Seção Especial de Cinema” apresentando os chamados filmes de arte. Havia uma programação voltada para a semana da cultura. Escolhiam-se filmes de diretores renomados, sem contar com sessões voltadas à entidades beneficentes. Também não podemos negar que havia sessões semanais que compunham os lançamentos do período, chegando a ter filas enormes em suas calçadas. Seu trágico fim foi o abandono quase que total por volta de 1998. Houve a locação do prédio por um determinado tempo para igrejas evangélicas. Permaneceu fechado e abandonado por anos até a sua venda. Neste ano, de 2004, passou por grande reforma e transformou-se em uma loja.



Foto 08: Fachada do prédio que antes fora o Cine Windsor –junho/ 2004. Foto da autora.

A decadência dos cinemas centrais não foi acompanhada somente pela construção de um outro perfil de cinema. Houve, paralelamente, uma incisiva colaboração desencadeada a partir de propaganda por parte da imprensa, sob as condições estruturais e técnicas dos mesmos. Questionava-se, entre outros fatores, das condições estruturais, técnicas e de segurança das antigas salas de cinema. Notas referentes e chamativas, como também reportagens denegrindo a imagem das salas se tornam freqüentes. Chamadas como *Exibidores e espectadores se queixam do cinema*³³ com argumentos baseados na projeção, do som ruim, das poltronas quebradas e do calor insuportável, destacam a pauperização dos cinemas.

Reclamações advindas, segundo as reportagens, dos espectadores sob as qualidades das salas de exibição, referindo-se à insegurança e deficiência das mesmas. O tom das matérias enfatizam, principalmente, o descontentamento dos

³³Jornal O CORREIO DE UBERLÂNDIA, suplemento, de 25/03/90, p. 01.

ditos cinéfilos, sobre a situação dos cinemas, chegando ao extremo de sugerir aos espectadores que a frequência a essas salas constituía-se como ameaça real à sua integridade.

*“Espectadores reclamam das salas e do som, pois com cinco salas de cinema, Uberlândia tem conseguido acompanhar pelo menos em parte os principais lançamentos. Mas, apesar das boas intenções, são cada vez mais freqüentes as reclamações dos freqüentadores em relação à qualidade das salas de exibição. Em muitas delas, as poltronas são desconfortáveis e já não tem apoio para o braço. Outra falha freqüente é o ar-condicionado, que muitas vezes, apesar do calor intenso, não está funcionando. Mas o problema mais grave segundo alguns, é a qualidade técnica do som, que deixa muito a desejar, comprometendo a audição”.*³⁴

A percepção adquirida com tais reportagens moldavam, segundo enquetes semanais que acompanhavam o movimento da opinião pública sobre as salas de cinemas, afirmando tal situação. Respalhando tal perspectiva, a entrevista de um dos gerentes da empresa proprietária de cinco salas de cinema na cidade, Paulo Casado, onde, segundo ele, *“cinema há muito tempo não é mais um bom negócio para o exibidor”*, apontando elementos para a crise e justificativas para os problemas apresentados. Relatando tais problemas existentes e que a empresa buscava saná-los contando com a colaboração do público.

No entanto, criou-se um estigma em torno das salas de cinema centrais acarretando, sobremaneira, a identificação como deficiente a qualidade técnica, sonora, de exibição e das condições materiais das mesmas, levaram mais rapidamente à segregação ocasionando a extinção deste espaço de diversão no centro da cidade. Conseqüentemente, a expectativa em torno das novas salas cresceu sobre os auspícios do referencial de bem estar social, forjando uma nova sociabilidade em outro espaço delimitado. O velho se desfaz tacitamente para a entrada do novo.

³⁴Jornal O CORREIO DE UBERLÂNDIA, n.º 15.477, de 05/10/90, p. B-4.

Todos os esforços foram realizados em prol da sobrevivência das salas de cinema, apesar da precariedade decorrente da abertura do shopping. Essas continuariam no mercado, lutando para reafirmarem um espaço antes pertencente só a elas, resistindo por sete anos até fenecer. Sem ter um respaldo da população e de seus freqüentadores acabaram por desaparecer do centro da cidade, das avenidas Afonso Pena, Floriano Peixoto e da rua Machado de Assis, que agora são pontos de circulação e cenário de lojas, bancos, bares, correios e praças edificando a modernidade em suas construções.

O novo centro de sociabilidade e diversão adquiriu novos contornos, não se constituindo nos arredores das avenidas e das ruas principais, o público numeroso segue um outro caminho, inverso ao centro e invade os corredores do shopping.

O fenômeno de locação dos cinemas em salas nos shoppings com um padrão de tecnologia, no qual se racionaliza o espaço para diversificar e ampliar o número de salas, com a possibilidade de alojar em um território confinado a um sistema de exibição no formato *multiplex*, fato este relacionado com o padrão globalização. Certamente, este movimento acaba por deflagrar a evasão e exclusão de espaços de sociabilidade, pautando-se em outro ritmo de diversão.

Cap 3º: Apoteose de uma sociabilidade constituída nos parâmetros modernos

O comportamento contemporâneo tem despertado grandes atenções principalmente por fragmentar aspectos econômicos, culturais, sociais e políticos, compartimentando cada qual dentro de uma esfera isolada de relações ou, quando muito, restringindo à mera coexistência econômica.

Com isso, há um direcionamento vinculado aos padrões estabelecidos dentro desta lógica racional de desenvolvimento alicerçado no capital e nas relações advindas dele. Deixa subentendidas as questões referentes à subjetividade e à sociabilidade, constituídas e forjadas na experiência e na troca de valores compartilhados refletindo os significados de grupos que disputam determinados espaços.

Nesta relação de proximidade e indiferença dentro de uma cultura de modernização encampada no século XX, há uma aura reinante de individualização e segregação de grupos que se fragmentam na multiplicidade de produtos, objetos e possibilidades de pertencimento, dependendo do momento presente de cada indivíduo. A cada instante surgem novas tecnologias para entreter e direcionar os cidadãos a um padrão de conforto, comodidade e segurança.

Ao referenciar a categoria cidadão dentro da complexidade inerente ao mundo social, uma consequência *sine qua non*, faz-se imprescindível diante da relação presente entre o cidadão e a comunidade a qual pertence. Ao mesmo tempo em que se individualiza, torna-se reconhecido dentro de um grupo vivenciando e experimentando as mesmas relações econômico-sociais, pois “*pertencimento*” *significa, em termos amplos, fazer parte do que a coletividade reconhece como nós*³⁵,

³⁵ ARANTES, Antonio A. *Paisagens Paulistas: transformações do espaço público*. Campinas, SP: Editora da Unicamp: São Paulo. Imprensa Oficial, 2000, p.133. Segundo Arantes este pertencimento é inerente a um conviver, que compartilhar interesses, memórias e experiências por meio das quais sentimentos e valores comuns de solidariedade e sociabilidade produzem um reconhecimento social. Reconhecer-se como cidadão é estar situado em e pertencer a, ou seja, estar situado no mundo e ter o direito reconhecido de desempenhar as

dentro da infundável multiplicidade de “tribos sociais”³⁶ existentes nos diferentes segmentos econômicos. Desta forma, as pessoas se aproximam por afinidades e valores compartilhados e identificados dentro de um todo, ao mesmo tempo em que os vários estilos e possibilidades individuais são advindos das relações sociais.

Não estar inserido em grupo de reconhecimento, subentende-se não fazer parte de um espaço pré-determinado e à margem da sociedade, pois não há uma unificação com a multiplicidade existente. Sendo compreendido como marginalizados da sociedade, mendigos, transeuntes e sem moradia que ficam perambulando pelas ruas a procura de algo para compartilhar e inserir-se. Pois na sociedade o que prevalece é *ter uma posição social reconhecida como legítima e situar-se num espaço físico compartilhado: sem domicílio ou referências pessoais não se é reconhecido como membro pleno da coletividade*.³⁷

Assim sendo, há de se levar em consideração a esfera econômica, na qual os indivíduos incluem-se em compartimentos segregados nas relações constituídas em valores que, ao longo do tempo, vão sofrendo modificações dependendo de seu *status quo*. A condição de sujeito remete a um tempo presente em determinado grupo e em relação subsequente com os espaços criados historicamente.

Neste íterim, ao relacionar os hábitos sociais com a modernidade, entendemos o inaugurar de um novo viver social, extrapolando o âmbito econômico e político, atingindo culturalmente a preferência social dos sujeitos históricos remanescentes. Assim, pensar as estruturas forjadas dentro de padrões modernos de entretenimento, convergentes para uma grande circulação e movimentação de pessoas experimentando o significado criado pela imagem do fugaz. Nos permite analisar o segmento social de entretenimento – o cinema, que foi encampado e desenvolvido nos moldes da pragmática modernidade. O Shopping Center - enquanto território da valorização das imagens em detrimento do ser humano-, onde as construções erigem-

atribuições próprias de determinada posição, num sistema de relações sociais que permite e impede, o acesso a determinados recursos materiais e simbólicos.

³⁶ Tribos sociais aqui entendida, como diversos grupos os quais se formam num espaço imaginário, compartilhando dos mesmos valores e experiências comuns. A partir da vivência de sentimentos pertencentes a este imaginário social, formam grupos identificadores por meio de raça, etnia, religião, classe, faixa etária, gênero entre outros, encontrando assim a possibilidade de exercer sua sociabilidade no mundo moderno.

³⁷ Op., cit., p.133.

se em sintonia com o que há de mais avançado para prender e hipnotizar seus freqüentadores numa aura de êxtase misturada com admiração.

Dentro deste *locus* convergente da afirmação do progresso, há um movimento em especial que nos possibilita trabalhar com a sociabilidade de uma clientela cativa deste espaço compartilhado, dentro de um território, a inclusão dos cinemas refletindo uma comunicação direta com um viver característico dos padrões modernos. Ao mesmo tempo em que, a exclusão de um espaço demarcado há anos, as salas centrais, reconhecidamente constituintes da sociabilidade uberlandense, desaparece tacitamente da história da cidade.

3.1 Espaço de visibilidade

A possibilidade de analisar a simbologia adquirida ao longo do tempo, em particular, a forma de sociabilidade desenvolvida especificamente em um dado tempo histórico. Traz em si a necessidade de se pensar como esta sociabilidade inclui e exclui os sujeitos históricos, dependendo do espaço criado e recriado para determinadas camadas sociais. Os sujeitos tornam-se participantes de determinado local quando se identificam e se reconhecem legitimados neste espaço.

Assim, ao pensar como a modernidade encampa uma nova lógica de pertencimento e o compartilhar de experiências que vão sendo forjadas dentro da relação homem/trabalho. Estende-se para o social, político e cultural que incorporam um viver atrelado ao novo ritmo de trabalho, consumo e lazer.

"... experiência de tempo e espaço, de si mesmo e dos outros, das possibilidades e perigos da vida - que é compartilhada por homens e mulheres em todo o mundo, hoje. Designarei esse conjunto de experiências como 'modernidade'. Ser moderno é encontrar-se em um ambiente que promete aventura, poder, alegria, crescimento, autotransformação e transformação das coisas ao redor - mas ao mesmo tempo ameaça destruir tudo o que temos, tudo o que sabemos, tudo o que somos".³⁸

Não há como negar que o homem é fruto da relação com outros e principalmente com a natureza. Ele modifica tudo ao seu redor inventando e destruindo o que está ao seu alcance. Nessa constante luta para criar e recriar, estabelecem-se relações no espaço percorrido, numa dialética de pertencimento entre o arcaico - condições estas dadas e pré-estabelecidas - e o moderno - o novo, aquilo com possibilidade de transformar e modificar, o que está por vir.

A leitura de Berman nos possibilita pensar a partir das questões do presente a mudança no referencial entre a passagem e ascensão da burguesia a novos padrões de estruturação das cidades e o movimentar dos cidadãos neste mundo contraditório e

³⁸ BERMAN, Marshall. *Tudo que é sólido desmancha no ar: A aventura da modernidade*. São Paulo: Cia das Letras, 1986, p. 15.

fragmentado. Um mundo que esbarra em contradições e significações do passado encontrando entraves para reestruturar uma dinâmica alicerçada na convivência de diferentes segmentos sociais. Porém, um universo não estabelecido na relação de destruição do passado para se recriar o novo, mas num diálogo entrincheirado nas barreiras e conseqüências de se pensar o amanhã, enquanto possibilidade de viver e relacionar o passado e o presente, não como elementos dissociados, mas complementares entre si.

Neste movimento de pensar como a modernidade inaugurada em um outro contexto, vive presente em nossa sociedade e adquire novas facetas e metamorfoses nas crises geradas por ela, tornando-se remanescente de novas contradições. A cada nova mudança fortifica-se na dialética de construir um presente diferente do passado e um futuro longe de qualquer menção dos mesmos.

Assim sendo, a tecnologia aliada à industrialização e ao frenético ritmo de estudos voltados para a modificação do ambiente e com eles a sociedade, esta passa a viver e pensar sob novos parâmetros não mais identificando uma coletividade. O imprescindível neste mundo, onde tudo se desenvolve em tempo recorde, está em agregar individualmente bens e serviços para impulsionar a transformação social.

Transformação esta em que se desenvolvem e engendram-se as significativas mudanças a partir dos grandes centros urbanos, num movimento de estruturação e implantação de referenciais modernos, inaugurando novos espaços em detrimento de outros. Essa movimentação responde com um crescimento desordenado e uma ocupação sem precedentes na constante expansão das cidades e de seus serviços. Proporcionam uma configuração diferenciada da sociedade, passando a viver o efêmero e a obsolescência. A cada instante, objetos, valores, comportamentos e significados consagrados e reconhecidos tornam-se vazios diante dos modelos e símbolos criados e recriados.

A intensa proliferação de novos referenciais desaloja e gera um conflito, onde não há mais uma relação fundamental entre os seus vínculos identificadores de valores. Num prazo particularmente curto, de duas ou três décadas, houve a inversão dos valores sociais, culturais e familiares que acarretaram dificuldades no exercício dos papéis sociais, influenciando diretamente o comportamento dos indivíduos.

Diante desta inconstância de relações sociais, políticas e econômicas estabelece-se uma relação de indiferença com o mundo onde as pessoas vivem cada vez mais isoladas em suas casas, onde *à medida que se expande, o público moderno se multiplica em uma multidão de fragmentos*³⁹, não se reconhecem na coletividade e na interação com o outro, mas sim em relações pautadas pela tecnologia e, desse contato, molda-se a vida moderna, cada vez mais alicerçada na individualidade.

Deste distanciamento da coletividade e das implicações advindas desta relação com a modernidade, inauguram-se espaços, delimitados e circunscritos à lógica de mercado, interferindo diretamente no compartilhar entre os indivíduos. As pessoas, os bens e os serviços passam a ser vistos e observados. A imagem torna-se referencial acima de qualquer valor social. É através das aparências que os indivíduos agrupam-se para usufruir e compartilhar um mesmo espaço, mesmo perdendo a noção de vínculo a um determinado segmento social, pois o que confere a qualificação de pertencimento está diretamente relacionada com o poder e *status quo* do momento presente.

Chegamos ao ápice da elaboração de “eus” sem referenciais de comprometimento com algo maior que seus próprios desejos, ambições e egoísmos. Pensar ou falar em comunidade, coletividade e afabilidade com o próximo, subentende que estamos na era de *cada um por si*, onde cada qual deve procurar por seus próprios méritos a se adequar a um padrão competitivo estabelecido inacessível à grande maioria. Nesta direção a segregação torna-se a forma mais coletiva de se compartilhar com seus “semelhantes” um espaço e tempo pertencentes a eles.

Um símbolo da modernidade contemporânea que reflete a passagem, o efêmero e a multiplicidade, impossibilitando o reconhecimento em sua autenticidade é a *geração*⁴⁰ forjada dentro dos shopping-centers. Geração que se reconhece neste espaço por lhe ser correspondente ao momento histórico, validando uma sociabilidade inerente ao viver regulamentado à classe média. Desta forma, constitui um

³⁹ Op. cit., p.17

⁴⁰ Geração entendida como filiação, linhagem e descendência de indivíduos que nascem sobre os auspícios de espaços já consagrados, que moldam, sobremaneira, suas escolhas, atitudes e gostos em um determinado tempo histórico. O shopping enquanto local de lazer se faz presente na sociabilidade dos indivíduos que compartilham deste espaço, como lugar intrínseco ao seu viver social. Esta geração é inerente à modernidade.

significado de reconhecimento ao mesmo tempo de ausência de espaço, e de relação direta com outros espaços perdidos e remodelados com finalidades diversas.

A modificação do espaço urbano com as novas construções arquitetônicas de porte moderno, como os shopping-centers, inaugura um novo viver social, onde o espaço público se confunde com o privado e ganha novos contornos sociais. Pois a relação público/privado está diretamente relacionada à questão social, ou seja, um local designado como público, por estar aparentemente ao acesso de todos, mas, no momento que exclui uma parcela significativa de baixa renda⁴¹ é implicitamente privado. Privado no sentido de intransponível, para aqueles que não se sentem reconhecidos e muito menos participantes deste espaço. A princípio, pela própria edificação, imputa um conforto àqueles que podem usufruir suas benesses, dispondo de recursos para tal, criando a barreira invisível com suas especificidades ao identificar claramente o segmento social deste espaço.

Fato semelhante ao que Berman cita quanto ao poema de Baudelaire “Os Olhos dos Pobres”, onde a relação se estabelece no espaço urbano, *um espaço privado, em público onde eles podiam dedicar-se à própria intimidade, sem estar fisicamente sós*⁴². O olhar e esplendor de se deliciar com a magnificência da construção criam uma barreira invisível a olho nu, agregando uma parcela que se sente completamente à vontade. Como no poema, a barreira é a vidraça. No shopping, a construção edificada dentro de padrões de beleza, limpeza e luxo servem, a princípio, de muralha ao acesso. Adentrar nos portões com vigias, câmeras e guardas por toda parte, pressupõem uma certa distância tornando-se intransponível a um segmento social pobre que fixa o olhar no esplendor erigido.

A construção do shopping é pautada sob padrões rígidos e excludentes, diferentemente do que se convencionou denominar de espaço público, de circulação

⁴¹ Ao referenciar e intitular baixa renda esta implica denominar a simbologia e opulência deste espaço, que fora criado para atender aos anseios e necessidades da classe média, com um poder aquisitivo para usufruir deste. Mendigos, transeuntes, pessoas esfarrapadas e sujas sempre estiveram à margem da sociedade indiferentemente do momento histórico, mas uma parcela significativa da sociedade que sobrevive com o mínimo possível não tem acesso ao shopping, uma vez que outras necessidades se fazem presentes para sua sobrevivência. A estratégia de *marketing* do empreendimento foi delimitada a restringir um número significativo de frequentadores, ao elevar o custo de lojas, restaurantes, cinema e boates inseridos no shopping.

⁴² Op. cit., p.147.

da coletividade. Seu uso tinha imbricações diretas a espaços compreendidos enquanto livres, tais como ruas e praças. As pessoas possuíam o direito de ir e vir em algum momento nestes espaços, mesmo por minutos, permaneciam ali.

Assim, ao criar distinções e uma série de normas que vão configurar uma relação de diferença às classes sociais. Estas, em um determinado momento, começam a se distanciar uma das outras criando e recriando, sobremaneira, espaços de reconhecimento e identificação. Como vimos, o centro da cidade que antes considerado como lugar público, adquire em um momento – mais especificamente o final da década de 1980 a 1990, uma alta concentração de bens, comércios, automóveis e indivíduos inviabilizando, muitas das vezes, seu acesso com um intenso movimento. Abre-se desta forma, para a possibilidade de reorganizar em outras áreas, principalmente, lugares onde a classe média sinta-se à vontade para direcionar seu tempo com a praticidade da vida moderna, novos territórios, agora estruturados e arquitetados em um mesmo local diversos serviços e atividades. Possibilitando segurança e conforto, que o centro da cidade não pode dispor, gera assim, uma circulação neste espaço criado e designado como shopping-centers, traduzindo a imagem fiel de um ambiente privado.

Privado e configurado em sua dimensão particularizada, restringindo o acesso a seu entorno, mesmo com as portas abertas, este assume uma valorização regida por preceitos de bem estar social, legitimadores de uma parcela da sociedade construindo neste ambiente sua representatividade. Ao adaptar o shopping, ao viver da classe média, esta conscientemente estaria afugentando de sua convivência segmentos sociais situados abaixo de um padrão exigido de consumo. A área prescrita se justifica pela opulência de sua construção que, a princípio, foi construída para afastar de seu entorno mendigos, transeuntes, vendedores ambulantes e um comércio informal pela sua disposição física voltada a avenidas e vias expressas largas e de rápida movimentação.

Esta mudança na área de convergência urbana das atividades sociais introduziu na cidade, principalmente neste espaço, sua variante privada ao alojar em um mesmo local o consumo, lazer e a produção cultural. Num perímetro onde não se apercebem traços das classes baixas, uma vez que estas foram jogadas para áreas

periféricas da cidade. A impressão que perpassa o imaginário social é de sua ausência neste espaço. A única marca presente da desigualdade nesta área, é a notória frequência quando, ao parar no semáforo, estes indivíduos estão presentes vendendo quinquilharias, entregando panfletos ou pedindo esmolas, mesmo quando os vidros do carro estão fechados, numa clara continuidade da negação de convívio neste espaço.

Na década de 1990, o centro de Uberlândia ainda oferecia, além de prestação de serviços, espaços destinados ao lazer e diversão. Uma das possibilidades de entretenimento, as salas de cinema, ficavam em locais estratégicos de passagem de carros e pessoas nas principais avenidas e ruas da cidade, num perímetro urbano próximo aos bancos, lojas, supermercados, praças e pontos de ônibus, de intensa circulação e movimentação no âmago da cidade.

A reorganização espacial acarretada pela construção do Center Shopping e sua conseqüente resignificação, estabeleceram um novo padrão de comportamento na cidade. Tal fato é mais perceptível em relação às salas de cinema, uma vez que a simbologia erigida pelo ícone da modernidade, acarretou a extinção das salas centrais e de um padrão anteriormente enraizado no conviver social. Com o perecer dessas, fenece com elas também experiências e vivências compartilhadas pelos indivíduos, os quais se reconheciam nestes espaços.

Com a transposição de um novo espaço de convivência possibilitado pelo shopping, não houve um rompimento com o ato de ir ao cinema. Inaugurou-se sim uma nova relação com o antigo hábito. São permanências renovadas em outros espaços, de novas maneiras, sob novas perspectivas, reorganizadas pelas circunstâncias inerentes dessa transposição. A conseqüência mais imediata é a estruturação de uma sociabilidade calcada na incorporação de novos referenciais que não elimina de si, práticas sociais historicamente estabelecidas. O *footing* anteriormente praticado nos espaços abertos de ruas e avenidas ganhou nova roupagem nas passarelas fechadas dos corredores do shopping. O burburinho dos antigos *hall* de entrada dos cinemas transpôs-se para as filas do segundo piso do shopping e estendeu-se pela sua antesala - a praça de alimentação- o livre exercício do compartilhar de experiências peculiares à nova historicidade.

Congregando diversas formas de consumo, de comércio e de entretenimento, o shopping consegue ser a atração mais proeminente de sociabilidade para a cidade de Uberlândia. Convivendo e dividindo um local que referencia os pilares da modernização, compelem à frequência dos cidadãos, com um intuito primordial de ver e serem vistos diante dos corredores compondo-se como vitrines vivas.

A percepção de lazer forja uma estreita relação entre os que buscam o prazer no ato de consumir diversos produtos e os que compartilham deste espaço a fim de se interar de uma forma ou de outra deste entorno social. Neste lugar determinado à convivência e à experiência de sujeitos que elaboram um viver e uma sociabilidade atrelada aos padrões de consumo, há uma identificação de pertencimento a um segmento social, fazendo com que as pessoas compartilhem o mesmo ambiente.

Configurado a partir de uma localização vinculada com relações diretas à funcionalidade e rentabilidade, esse ambiente onde *as fronteiras simbólicas* passam a ocupar uma *versão de pedra e cal*, extrapolando o âmbito espacial para influir no indivíduo, em sua própria vivência em sociedade. A parede representa a barreira e a diferença social entre os que podem conviver e usufruir o mesmo espaço e os excluídos dessa convivência. A segregação sedimentada configura-se na edificação de símbolos como os shoppings que não mais necessitam de barreiras físicas. Visíveis são as fronteiras introjetadas afugentando ideologicamente um segmento o qual não se reconhece na legitimidade deste espaço, *nem os parâmetros simbólicos às práticas e processos sociais*⁴³.

Este segmento social que não se identifica com a suntuosidade do shopping, perdeu seu referencial de lazer, as salas das ruas, a partir do momento no qual não encontram reciprocidade em compartilhar e usufruir uma área delimitada, onde a princípio inibe e afasta.

Desta forma, o shopping identifica um grupo que, diante da possibilidade de lazer, o cinema vem ao encontro das ambições do mercado, pois a grande clientela passante nos corredores do shopping não vai “exclusivamente” ao cinema. Vai a um espaço cuja aura envolvente e hipnotizante congrega necessidades e anseios de uma

⁴³ ARANTES, Antônio A. *Paisagens Paulistas: transformações do espaço público*. São Paulo: Unicamp, 2000. p.151.

parcela significativa da sociedade, visando o consumo e a magnificência do espaço. Aparentemente não é possível perceber na primeira impressão qual a distinção social que circunda a sociabilidade deste espaço.⁴⁴

"A grande questão é que pertencemos, a um só tempo, a diferentes categorias e agrupamentos sociais, segundo critérios de gênero, etários, de raça, étnicos, regionais, profissionais, religiosos, partidários... e de classe e nacionalidade. Evidentemente, nem todos esses critérios de segmentação e classificação social possuem o mesmo peso".⁴⁵

Apesar de todos estes elementos, ao criar um espaço que serve de reconhecimento significativo para uma determinada classe social – apresentada neste trabalho como imprescindível, reforça a exclusão de outros segmentos e, principalmente, produz o desaparecimento de uma forma de sociabilidade já engendrada por grande parte da população, que se habituou a freqüentar determinado local.

A necessidade de incorporar sempre uma parcela a mais dentro deste entorno social, produz modificações que venham ao alcance das aspirações e desejos de abarcar uma clientela. Assim, com a reforma do **Center Shopping**, houve um acréscimo de seis salas de cinema totalizando dez, com horários diversos no começo da tarde até a noite, com uma variedade de filmes para tipos diferenciados de público – atendendo diversas faixas etárias, principalmente, com a promoção da “quarta-feira” o valor do ingresso e reduzido pela metade, consegue agregar valores e vantagens ao serviço de exibição. Tendo como finalidade única movimentar uma parcela significativa, a qual disputa o mesmo espaço, a fim de compartilhar deste universo os bens, serviços e imagens disponibilizados.

Um fato marcante na observação feita nos shopping nos horários de pico é a diversidade de público desde jovens, adultos, idosos e crianças que convivem e fazem

⁴⁴ O frenesi em torno dos corredores, praça de alimentação e entrada do cinema, muitas das vezes, dilui os indivíduos que extasiados com o espaço se perdem na sua imensidão. Logicamente, há uma segregação aparente no entorno do shopping, pela própria disposição de sua área, tendo um local privilegiado aos que certamente são consideradas a alta classe média. Em outras localidades mistura-se um pouco, ao referenciar estilos, gostos e atitudes díspares em horários e dias diversificados. Assim, identificar por meio de vestimenta, comportamento e *status* não se faz de todo uma tarefa fácil.

⁴⁵ Ibidem, p. 136.

parte de uma interação mais ampla, onde os grupos se assemelham dependendo do estilo criado por cada um. Há uma circulação e movimentação de pessoas com diferentes atitudes, gestos e comportamentos. A identificação simultânea em torno da platéia do shopping não se dá aleatoriamente seguindo critério de classificação econômica. Pois, ao entrar neste espaço, as pessoas inserem-se e incorporam a aura do espetáculo sentindo-se participante das vitrines vivas. Dividir o mesmo espaço tem imbricações diretas com um pertencimento social de reconhecimento. O cinema consegue proporcionar em última instância esta identificação, quando se torna local de encontros e desencontros.

O fato de experimentarem o mesmo lugar delimitado, o shopping, possibilita-os, entre outras coisas, usufruir além de uma boa sessão de cinema, acompanhar um movimento e circulação entre as lojas, a praça de alimentação e o encontro com amigos na bilheteria. Proporciona um viver social que direciona uma sociabilidade pautada na modernidade e em um novo imaginário social no qual os indivíduos sentem-se reconhecidos

Portanto, o cinema torna-se um coadjuvante dentro das possibilidades oferecidas neste espaço, mas a partir das escolhas racionalizadas de lazer, construiu um outro referencial de cinema que consegue atrair uma miríade de público, com diferentes atitudes, gestos, gostos e crenças para desfrutarem do prazer proporcionado pela sétima arte.

3.2 A transposição do cinema enquanto acontecimento social

"As técnicas de reprodução aplicadas à obra de arte modificam a atitude da massa diante da arte."

Walter Benjamin

O ato de ir ao cinema nas décadas de 1940 e 1950, experimentou o auge como acontecimento social cuja frequência era entendida a partir do *glamour* e do refinamento. Uma vez que, como acontecimento social, exigia um requinte na composição do vestuário, acompanhado de um comportamento exigido pela simbologia que tal ato representava. Diante de restritas opções de lazer na cidade, ir ao cinema configurava-se como renomado reduto de sociabilidade e de entretenimento coletivo "respeitável".

Apesar de ainda manter-se como espaço de encontros, de exercício da sociabilidade, de troca de experiências, o cinema perdeu o *status* de relevante opção de lazer. Os horários restritos de sessões, a imponentia das salas centrais e a importância como acontecimento social, só encontra referência nas memórias dos cidadãos que vivenciaram esse momento histórico. Ir ao cinema adquire nova simbologia diante do incremento tecnológico e do aceleração acarretado pela industrialização.

"... o culto que expressa a incorporação da obra de arte num conjunto de relações tradicionais...perde necessariamente sua aura a partir do momento em que não mais possua nenhum traço de sua função ritual".⁴⁶

⁴⁶ BENJAMIN, Walter. A obra de arte na época de sua reprodutibilidade técnica. In: *Teoria da cultura de massa*. 4ª edição. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1990. p. 216.

Desta forma, o antigo ritual de ir ao cinema tornou-se prática tão corriqueira e cotidiana perdendo sua eloquência. A banalização da sétima arte ocasionada pelas modificações inauguradas pela modernidade encontra seu ápice pelo encampamento do cinema pelo shopping center.

Assim sendo, verificar esse encampamento a um espaço delimitado e o desaparecimento das antigas salas, deve-se, notadamente, compreender o movimento mercadológico e uma de suas principais ramificações, a indústria cultural. Esta segundo Alves, ao discorrer sobre o conceito de indústria cultural formulado por Theodor Adorno e Max Horkheimer, a indústria cultural *em linhas gerais significa a produção da cultura a partir de pressupostos industriais na sociedade de massa.... a diluição da unicidade da arte em contraposição à sua reprodução em larga escala.*⁴⁷

A arte, ao inserir-se no mundo da mercantilização, perde sua aura envolvente, principalmente, no cinema, desenvolvendo uma indústria voltada à tecnicização e racionalização da produção em larga escala. Formando o que comumente convencionou-se filmes *holliwoodianos*, encarados sempre com o mesmo padrão de exaltação sem maiores discussões sociais. Os filmes anteriormente considerados como arte, eram referências de um modelo de criatividade, consciência social e acima de tudo ainda refletiam sobre os papéis sociais. Ao enveredar na onda da massificação, da produção em série, abarcando todos os países, o cinema torna-se uma indústria à medida que vem suprir as necessidades impostas pelo mercado.

A ampliação das esferas de produção foi de tal magnitude, atingindo outras dimensões que, de início, não lhe seriam pertinentes. Essa ampliação impôs-se inclusive a um dos redutos que não sofria diretamente desta influência.

*“Com o século XX, as técnicas de reprodução atingiram tal nível que estão agora em condições não só de aplicarem à todas as obras de arte do passado e de modificarem profundamente seus modos de influência, como também de que elas mesmas se imponham como formas originais de arte”.*⁴⁸

⁴⁷ ALVES, Luciano C. Rock e indústria cultural: palavras acerca de algumas velhas idéias. In: *Revista ArtCutura*. Revista do NEAHC, Vol. I, nº II, 2000, p.15.

⁴⁸ Op. cit. p. 212

A perda da aura e do caráter de unicidade da obra de arte também é sentida pela cinematografia. A partir do momento em que a sétima arte passa a ser um dos componentes da indústria do entretenimento, incorpora elementos da esfera da produção. Visa agora não mais atender às ansiedades dos autores e diretores. Almeja atingir faixas diferenciadas de público que dêem o devido retorno financeiro ao investimento empreendido.

"... a técnica da indústria cultural só chegou a estandarização e a produção em série, sacrificando aquilo pelo qual a lógica da obra se distingue da lógica social. Mas isso não vai imputado a uma lei de desenvolvimento da técnica enquanto tal, mas à sua função na atual sociedade econômica".⁴⁹

O cinema perdeu a aura de grande acontecimento social, no entanto, mantém o aspecto de espetáculo, numa extrapolação da esfera de produção. A massificação da cinematografia é perceptível não só no absurdo aumento do número de lançamentos de filmes, como também na reestruturação do espaço de exibição. Esta reestruturação se dá em dois tempos. Primeiramente, a circunscrição do cinema nos diversos shoppings centers e, subseqüentemente, uma reordenação no interior dessas mesmas salas. Desta forma, as salas de cinema dos shoppings adquirem novo *status*. Passam num segundo momento, a ter a funcionalidade de loja, mais especificamente loja-âncora, servindo de atrativo para o local.

A simbologia adquirida pelo cinema, decorrente dessa reorganização espacial, torna-se representante de mais uma *griffe* comercial dentro dos shoppings. Uma vez que o cinema assume sua forma comercializada de vender imagens, sonhos, conforto, tranquilidade e prazer para seus freqüentadores ávidos pela modernidade, estes vão em busca de algo a mais do que apenas as sessões escurinhas.

Os espectadores tornam-se mais exigentes. Compram ingressos para assistir a um espetáculo, a ser proporcionado pela luz, sonorização, qualidade de imagens e de efeitos especiais entre outros, isso agrega valores a um determinado segmento que se reconhece. Tanto se reconhece, pois há o sucesso na implantação de um padrão

⁴⁹ Op. cit. p. 160.

voltado às necessidades deste segmento, incorporando inovações técnicas que ficou conhecido como “*Multiplex*”.

A sociabilidade, antes proporcionada apenas no simples ato de ir ao cinema, o qual carregava toda uma simbologia e uma aura excitante em ficar na frente de uma imensa tela, é transformada com a modernidade em outros parâmetros, a cada momento surge algo novo e o velho modelo se torna obsoleto. Assim, as regras do espetáculo estão amparadas nos padrões de tecnologia mundial desenvolvidas em tempo recorde, onde as particularidades não se estabelecem mais como primordiais. O fundamental é homogeneizar o entretenimento de tal forma, pois, o filme exibido nos Estados Unidos, seja o mesmo do Japão, França, Chile e Brasil, onde se perde a magnitude proporcionada por cada filme, em determinado tempo histórico.

A mudança da representação do cinema não se restringiu a aspectos físicos e mercadológicos. Transformou os antigos freqüentadores em consumidores da sétima arte. Assim, há uma relação muito tênue com o que convencionou a ser consumidor e cidadão dentro da representatividade social, as pessoas se reconhecem exercendo sua cidadania através do ato de comprar e adquirir algo que os promova a uma categoria de pertencimento social.

Esta relação é de tal forma bem engendrada que os freqüentadores de um maior refinamento e exigência de elaboração das produções cinematográficas, os considerados cinéfilos, normalmente, não encontram exibição de filmes os quais venham ao encontro das suas expectativas, mesmo com grande diversidade de salas e horários.

*“... esta cultura do efêmero quando nos ocuparmos de diferença de atitude entre espectadores que selecionem os filmes pelo nome dos diretores e dos atores, pela situação da história do cinema, e de videófilos interessados unicamente em estréias. Muito do que é feito atualmente nas artes é produzido e circula de acordo com as regras das inovações e da obsolescência periódica, não por causa do impulso experimentador, como no tempo das vanguardas, mas sim porque as manifestações culturais foram submetidas aos valores que ‘dinamizam’ o mercado e a moda: consumo incessantemente renovado, surpresa e divertimento”.*⁵⁰

⁵⁰ CANCLINI, Nestor. G. *Consumidores e cidadãos: conflitos multiculturais da globalização*. 4ª edição. Rio de Janeiro: UFRJ, 1999, p.49.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Privilegiar a cidade como foco de discussão, regionalizando, sobremaneira, as relações urbanas e sociais envoltas na construção de um empreendimento de alto porte como o Center Shopping. Pensar suas várias facetas e imbricações diretas implica em especificar um recorte temático que convirja para si, o impacto da dimensão desse processo. Perante tal perspectiva, elencar a inserção e a conseqüente restrição das salas de cinema em seu espaço, constitui-se como possibilidade de compreensão da inauguração de uma sociabilidade pautada nos referenciais da modernidade.

De certa forma, o movimento de análise não se separa de uma conjuntura ampla, que resvala na desapropriação das salas de cinema localizadas no centro da cidade e a incorporação do cinema nos shopping centers das grandes cidades e capitais do Brasil. Este fenômeno aqui resgatado está intrinsecamente ligado a um processo global, que tem como norte o encampamento do lazer e do prazer social em uma área destinada ao consumo.

A partir das transformações ocasionadas pela construção do Center Shopping, é possível pensar a cidade que traz em si um sentimento ufanista, voltado ao progresso e ao desenvolvimento até as últimas conseqüências. Há toda uma remodelação no perímetro urbano, na viabilidade de abarcar o projeto do shopping, que cristaliza a aura da modernização encampada pelos empresários e políticos locais.

Neste ínterim, as ramificações estendidas a uma profusão de remodelamentos arquitetônicos, de arborização e de infra-estrutura conseguem ir ao encontro do potencial almejado entre a parceria da tecnologia aliada à comodidade, cujos parâmetros pertencem a uma era de informação simultânea.

Conjugar dentro do shopping uma gama de relações mercadológicas com entretenimento proporciona estar ligado via satélite com outras culturais mundiais, representadas nas grifes, nos livros, nas lojas e conseqüentemente nos filmes. O ato de inserir-se num shopping center remete diretamente a um universo de fantasias e

ilusões criadas para sustentar a aura reinante de internacionalização. No esplendor das paisagens, arquiteturas e decorações, interna e externa, na amplitude do horizonte visual, este se projeta dentro das mais novas linhas de *design* moderno, uma cidade isolada dentro do turbilhão do trânsito e da poluição. Muitas vezes confundido como um templo sagrado que, ao adentrar em suas portas, deve-se impor todo um ritual de passagem e permanência dentro do mesmo resvala-se no comportamento e nas atitudes.

Ao mesmo tempo serve como espaço convergente de valores, crenças e hábitos que fazem parte do cotidiano de uma pequena classe social. No entanto, gera um conflito interno ao inserir na população o desejo de estar ali, permanecer ao menos para olhar as vitrines e os corredores. As pessoas sentem a necessidade de serem vistas e verem o que está naquele espaço circunspecto, produzindo, muita das vezes, um estereótipo que não faz parte de seu dia-a-dia.

A presença do shopping fundiu-se à cidade, como se sempre estivera ali e, justamente refletir a questão do cinema circunscrito ao Center Shopping, possibilita refletir as estratégias criadas para que esse público direcione-se a esse espaço. Tal direcionamento já traz em si a idéia de enveredar-se na prática do *footing* no shopping antes ou depois da sessão.

Desta forma, o cinema se torna uma das atrações do shopping, movimentando um número significativo de pessoas em diferentes horários. Constitui-se como estratégia de *marketing* de sucesso ao equilibrar e diversificar atividades em seu entorno. A comodidade e segurança oferecidas pela convergência de atividades, acarreta a otimização do tempo, de forma a disponibilizá-lo a práticas de lazer e diversão como uma prazerosa sessão no escurinho do cinema, encampando um viver social atrelando-o ao mercado.

Ao transformar-se em uma poderosa indústria de entretenimento, o cinema, como empreendimento rentável, arregimenta um significativo contingente de consumidores. A variedade de salas, horários e filmes visa atender ao crescente público, porém, compartimentando-o e pulverizando a freqüência nas diversas salas. Assim, rompe-se com o compartilhar de uma ampla sociabilidade, exercida em único espaço, agora diluída em salas menores.

A experiência de ir ao cinema ainda encontra permanências perceptíveis no encontro na fila do ingresso, da entrada ou da pipoca, e a vivência em um lugar comum. Este lugar comum está explicitamente relacionado com o desejo de participar de um entorno social, compartilhar a mesma linguagem e os mesmos costumes. Remete a uma parcela que ainda considera o cinema um ato prazeroso de viver e de usufruir em seu tempo livre. No entanto, essa experiência pauta-se em novos referenciais. Assim, inaugura-se uma nova sociabilidade no velho ato de ir ao cinema.

Um fato relevante é como as pessoas agregam e incorporam no seu viver social um novo espaço sem a remetência direta da exclusão de determinados segmentos deste convívio. O cinema inaugurado num espaço característico e modelado para atender a seu público, nas condições historicamente construídas, faz com que as salas centrais de cinema, desapareçam da percepção e passem a restringirem-se à memória daqueles que experimentaram um outro referencial dessa prática.

Assim, ao diluir-se o referencial de esplendor e de grande acontecimento social, as grandes salas dos cine-teatros perdem-se na poeira dos escombros de suas construções e na apropriação de seu espaço por atividades comerciais bem menos glamurosas. As antigas salas saem da história da cidade como se nunca ali estivessem, banalizando o ato de ir ao cinema, tornando-o atividade corriqueira e cotidiana. Constitui-se como uma, dentre vasta gama de possibilidades. Mantém-se como referência de lazer, uma vez que, ainda tem público cativo e em franca expansão e por ter um custo acessível a um grande contingente. O ritual anterior e posterior à entrada da sala de exibição, compondo como atração a parte do ato de ir ao cinema, deslocou-se para as passarelas dos corredores, artificialmente iluminados onde os frequentadores compõem-se como elementos da decoração deste espaço.

No entanto, mesmo balizado por uma nova sociabilidade, o ato de ir ao cinema ainda assim não perdeu sua dimensão de espetáculo. Esta dimensão foi transposta e restrita às esferas de produção em série em que se tornou a antiga sétima arte.

FONTES DOCUMENTAIS

1. Periódicos - Jornais

- CORREIO DO TRIÂNGULO - 1987 a 2000.
- PRIMEIRA HORA – 1986 a 1988
- A NOTÍCIA – 1987

2. Fontes Orais

- Entrevista realizada no dia 18 de março de 2004 com Rosângela Anchieta, gerente do cinema It, trabalhou até fechar no Cine Regente e Bristol.
- Entrevista realizada no dia 16 de junho de 2004 com Lúcio, atualmente operador do Pratic Center, trabalhou por dez anos no Cine Regente e Bristol.
- Entrevista realizada no dia 31 de março de 2004 com Pedro Naves, proprietário do Cinemais do Center Shopping, trabalhou em todos os cinemas centrais desde 1960.
- Entrevista realizada no dia 26 de fevereiro de 2004 com Jacy Silva, começou no cinema como aprendiz de pintura onde pintava os painéis que os cinemas exibiam.
- Entrevista realizada no dia 06 de março de 2004 com Vicentina Soares, trabalhou 66 anos nos cinemas locais como bilheteria até fechar o Cine Bristol.

- Entrevista realizada no dia 28 de junho de 2004 com João Lima, trabalha há anos como fiscal dos cinemas para as distribuidoras.

3. Fontes Iconográficas

- Fotos do Cine Regente – Arquivo Público Municipal
Década de 1950 e 1990.
- Fotos do Arquivo da Administração do Center Shopping
- Fotos contidas nos Jornais do Arquivo Público Municipal
- Fotos de Autoria própria

4. Fontes eletrônicas

- www.google.com.br/sear.../nem3211.sntmi/cinemark&m – Acesso 25 de março de 2004.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ADORNO, T. W. e HORKHEIMER, M. "A indústria cultural: O Iluminismo como mistificação de massas". In: (org) LIMA, Luiz Costa. *Teoria da Cultura de Massa*. 4ª edição. RJ: Ed. Paz e Terra, 1990.

ALVES, Luciano Carneiro. "Rock e Indústria Cultural: Palavras Acerca de Algumas Velhas Idéias". In: *ArtCultura*. Uberlândia: Revista do NEHAC – Programa de Pós Graduação em História da Universidade Federal de Uberlândia, vol.I, nº II, dezembro, 2000. p. 14-20.

BERMAN, Marshall. *Tudo que é sólido desmancha no ar: A aventura da modernidade*. Trad.: MÓISES, Carlos Felipe e LORIATTI, Ana Maria. São Paulo: Cia das Letras, 1986.

BLOCH, Marc. *Apologia da História ou Ofício do Historiador*. Tradução André Telles. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2001.

BRESCIANI, Stella (org). *Imagens da Cidade: Séculos XIX e XX*. ANPUH/São Paulo – Marco Zero FAPESP, 1994.

CANCLINI, Nestor Garcia. *Consumidores e cidadãos; conflitos multiculturais da globalização*. Rio de Janeiro: UFRJ, 1995. 3ª ed.

ECO, Umberto. *Como se Faz Uma Tese*. 2 ed, São Paulo: Perspectiva, 1985.

ELIAS, Norbert. *O Processo Civilizador*. Tradução Ruy Jungman; revisão e apresentação, Renato Janine Ribeiro. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1994.

NOVAIS, Fernando (org). "Capitalismo Tardio e Sociabilidade Moderna". In: *História da Vida Privada no Brasil: contraste da intimidade contemporânea*. Vol 4. São Paulo: Cia das Letras, 1998. p. 559-658.

PESAVENTO, Sandra Jatahy. Memória, História e Cidade: Lugares no Tempo, Momentos no Espaço. In: *ArtCultura*. Uberlândia: Revista do NEHAC – Programa de Pós-Graduação em História da Universidade Federal de Uberlândia, vol. 4, nº 4, junho, 2002. p. 23-35.

RIBEIRO, Renato Janine. *A etiqueta no Antigo Regime: do sangue à doce vida*. São Paulo:Brasiliense,1983.

SIMÕES, Inimá Ferreira. *Salas de Cinema em São Paulo*. Pesquisa realizada pela Equipe Técnica de Cinema, PW/Secretaria Municipal de Cultura/Secretaria de Estado da Cultura, São Paulo, 1990.

DISSERTAÇÕES

ALVES, Eduardo M. *Análise da Interferência da Implantação do Center Shopping-Carrefour e do Centro Administrativo na Reestruturação do Espaço Circunvizinho*. Uberlândia, Dissertação de mestrado, UFU, 1993.

AZEVEDO, Veruska de Sales. *Entre a tela e a Platéia: Theatros e Cinemathografos na Franca da Belle Époque - (1890-1930)*. Franca: Dissertação de Mestrado apresentada à FHDSS da Universidade Estadual Paulista “Júlio Mesquita Filho”, 2001.

MARIA, Silvana P. *O Templo Da Mercadoria, estudo sobre os Shopping-Centers do Estado de São Paulo*. São Paulo, Tese de doutoramento apresentada ao Departamento de Geografia da Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas, 1989.

PINTO, Luziano Macedo. *Situações de cinema: tramas e imagens de sociabilidade em Uberlândia de 30 a 50*. Uberlândia, Dissertação de mestrado, UFU, 2001.

RIBEIRO, Beatriz S. *Da “Cidade Jardim” ao Portal do Cerrado – Imagens e representações no Triângulo Mineiro*. Tese de dissertação de doutorado, USP.

RODRIGUES, William F. *O Espaço público nas áreas centrais: a rua como referencia – um estudo de caso em Uberlândia*. São Paulo, Tese de dissertação, USP, 2002.