



URCA, PATRIMÔNIO CULTURAL, ENGENHO E ARTE:
UM ESTUDO SOBRE A ALMA DOS SÍTIOS

Liliana Fiuza Magalhães

Dissertação de Mestrado apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Engenharia de Produção, COPPE, da Universidade Federal do Rio de Janeiro, como parte dos requisitos necessários à obtenção do título de Mestre em Engenharia de Produção.

Orientador: Roberto dos Santos Bartholo Júnior

Rio de Janeiro

Junho 2021

URCA, PATRIMÔNIO CULTURAL, ENGENHO E ARTE:
UM ESTUDO SOBRE A ALMA DOS SÍTIOS

Liliana Fiuza Magalhães

DISSERTAÇÃO SUBMETIDA AO CORPO DOCENTE DO INSTITUTO ALBERTO LUIZ COIMBRA DE PÓS-GRADUAÇÃO E PESQUISA DE ENGENHARIA DA UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO COMO PARTE DOS REQUISITOS NECESSÁRIOS PARA A OBTENÇÃO DO GRAU DE MESTRE EM CIÊNCIAS EM ENGENHARIA DE PRODUÇÃO.

Orientador: Prof. Roberto dos Santos Bartholo Júnior, Dr.

Aprovada por: Prof. Roberto dos Santos Bartholo Júnior, Dr.

Prof. Francisco de Castro Moura Duarte, D.Sc.

Prof. Dra. Rita de Cássia Monteiro Afonso, D.Sc

RIO DE JANEIRO, RJ - BRASIL

JUNHO DE 2021

Magalhães, Lílana Fiuza

Urca, Patrimônio Cultural, Engenho e Arte: Um Estudo Sobre a Alma dos Sítios/ Lílana Fiuza Magalhães. – Rio de Janeiro: UFRJ/COPPE, 2021.

XXVI, 236 p.: il.; 29,7 cm.

Orientador: Roberto dos Santos Bartholo Júnior

Dissertação (mestrado) – UFRJ/ COPPE/ Programa de Engenharia de Produção, 2021.

Referências Bibliográficas: p. 215-220.

1. Engenharia Social Relacional. 2. Patrimônio Cultural. 3. Engenho e Arte. 4. Urca. I. Bartholo Júnior, Roberto dos Santos II. Universidade Federal do Rio de Janeiro, COPPE, Programa de Engenharia de Produção. III. Título.

Ao Ado, meu companheiro, que me fez acreditar que esse trabalho seria possível, me apoiou e me animou com a paciência e a resiliência dos fortes. Minha gratidão.

Ao Bartholo, meu orientador, agradeço a gentileza e a compaixão e partilho os méritos dessa jornada que significou um aprendizado de vida, uma transformação pessoal.

Ao meu pai Ageu (in memorian), que, com a atitude aberta e equânime de um pesquisador, professor e cientista, me inspirou a trilhar a aventura do conhecimento como um caminho para a liberdade.

AGRADECIMENTOS

Agradeço aos colegas e professores do Programa de Pós-graduação e Pesquisa em Engenharia, PEP e do Laboratório Tecnologias, Diálogos e Sítios, LTDS, por tornarem mais leve e divertida a lida diária nos percursos através dos abismos e planícies do aprendizado.

Agradeço às pessoas que, generosamente, abriram caminhos trazendo visões, informações, contatos e conteúdos definitivos nessa busca: Andréa Motta, Adriano Araújo, Alexandra Joy Formen, Ana Paula Goulart Ribeiro, André Dib, Cláudia Belém, Coronel Joel Francisco Corrêa, Cristina e Luiz Octavio Penna Kamnitzer, Diva Rolla (*in memoriam*) e Valéria Rolla, Fábio Palma, Geraldinho Magalhães, Ivana Bentes, Jair Martins de Miranda, João Leite, João Perdigão, Jozil Barros, Jomar Pereira da Silva, Jorge José Santana, Kátia de Marco, Lucas Lins, Marialva Rodrigues, Mário Pragmácio, Nádia Rebouças, Paulo César Marques, Ruth Levy e Suzanne Soares.

Agradeço ao meu filho Levi Magalhães Kaufman, aos meus enteados Flora e Jonas Reghelin de Azevedo, à família e aos amigos pelo carinho e força durante esses anos de estudos.

Agradeço a herança do olhar sobre o patrimônio do meu tio Aloísio Magalhães e ao amigo Joaquim Falcão agradeço a inspiração profissional na busca por inovação em instituições.

Por fim, agradeço ao CNPq por minha bolsa.

Resumo da Dissertação apresentada à COPPE/UFRJ como parte dos requisitos necessários para a obtenção do grau de Mestre em Ciências (M.Sc.)

URCA, PATRIMÔNIO CULTURAL, ENGENHO E ARTE: UM ESTUDO SOBRE A
ALMA DOS SÍTIOS

Liliana Fiuza Magalhães

Junho/2021

Orientador: Roberto dos Santos Bartholo Júnior

Programa: Engenharia de Produção

Esta pesquisa aborda o bairro da Urca como um exemplo da formação e representação histórica da cidade do Rio de Janeiro através do engenho e arte empenhados em sua configuração e desenvolvimento. Na sua integração com a cidade, a Urca teve dois equipamentos como protagonistas principais. Um é o forte onde a cidade foi fundada. E o outro é o espaço do Hotel Balneário, do Cassino e da Televisão como equipamento cultural decisivo para a convivência e representação política, econômica e artística dos três momentos descritos na presente dissertação, com foco no papel deste sítio para os rumos da vida artística e cultural brasileira.

A dissertação estuda a atuação do equipamento no período de 1922 a 1980, a partir da sua dimensão de patrimônio imaterial, por meio de um olhar sobre a engenharia social relacional no funcionamento do Hotel Balneário, Cassino da Urca e TV TUPI, que configuraram a Urca como um ícone da cultura carioca e do espírito do seu tempo.

A pesquisa teve como ponto de partida uma leitura iconográfica e adotou um levantamento arquivístico documental, associado a uma interpretação que destaca a atuação contextualizada de alguns personagens-chave no limiar da modernidade. A pesquisa revela um universo relacional empreendedor de significativo protagonismo situado. Foi assim possível inaugurar novas perspectivas na organização da cultura brasileira.

O trabalho indica a importância da inovação institucional para o desenvolvimento situado com valorização de sítios simbólicos de pertencimento e cidadania.

Abstract of Dissertation presented to COPPE/UFRJ as a partial fulfillment of the requirements for the degree of Master of Science (M.Sc.)

URCA, CULTURAL HERITAGE, INGENUITY AND ART: A STUDY ON THE
SITES' SOUL

Liliana Fiuza Magalhães

June/2021

Advisor: Roberto dos Santos Bartholo Júnior

Department: Production Engineering

This research approaches the neighborhood of *Urca* as an example of the formation and historical representation of the city of Rio de Janeiro through ingenuity and art engaged in its configuration and development. In its integration with the city, *Urca* had two facilities as its main protagonists. One is the fort where the city was founded. And the other is the space of the *Hotel Balneário*, the *Cassino* and the *Televisão* as a decisive cultural facility for the coexistence and political, economic and artistic representation of the three moments described in this thesis, focusing on the role of this site in the course of the artistic and cultural Brazilian life.

The thesis studies the performance of the facility in the period of 1922 to 1980, from its dimension of intangible heritage, through a look at the relational social engineering in the operation of the *Hotel Balneário*, *Cassino da Urca* and *TV TUPI*, which configured *Urca* as an icon of *Carioca* culture and the spirit of its time.

The research had as its starting point an iconographic reading and adopted a documentary archival survey, associated with an interpretation that highlights the contextualized performance of some key characters on the threshold of modernity. The research reveals an entrepreneurial relational universe of significant situated protagonism. It was therefore possible to inaugurate new perspectives in the organization of Brazilian culture.

The research indicates the importance of institutional innovation for situated development with the valorization of symbolic sites of belonging and citizenship.

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	1
1. O HOTEL BALNEÁRIO 1922/1932: ABERTURA E CONTEXTO	8
1.1 UM ELOGIO À OBRA HUMANA NA CIDADE DESDE A FUNDAÇÃO	8
1.2 A CAPACIDADE DO FAZER HUMANO PARA FAZER DA CIDADE, O QUE ELA É E PODE VIR A SER	15
1.3 MOMENTOS RADICAIS DA ENTRADA DA CIDADE NA MODERNIDADE	24
1.4 O HOTEL BALNEÁRIO - A INDUÇÃO DE UM HUB.....	46
2. O CASSINO DA URCA 1933/1946	63
2.1 UM TEMPO DE APOSTAS	63
2.1.1 Qual era a estratégia? A Proposta do jogo	63
2.1.2 Qual era o cenário? O Momento da jogada.....	68
2.1.3 Quais eram as cartas do Jogo? Quem fez o Cassino da Urca?.....	71
2.2 O SEGREDO DO JOGO – A EXPLOSÃO DO HUB	104
2.2.1 Qual era o motor da roleta? A magia do espetáculo	104
2.2.2 E o que é que o cassino tinha? O jogo e o iludir, o mundo do espetáculo	108
2.2.3 O que o jogo simbolizava para além do apostar, perder ou ganhar? O jogo e o misturar, a diversidade de iniciativas	122
2.2.4 Como um jogo leva a outro? A conexão, gestão em rede.....	136
3. A TV TUPI - 1950/1980	147
3.1 OLHO MÁGICO	147
3.1.1 Televisão, técnica, gestão e inovação.....	152
3.1.2 Televisão, comunicação e simulação	160
3.2 EXPERIMENTAÇÃO IN SITU.....	166
3.2.1 URCA.....	166
3.2.2 O meio é a mensagem	169
3.2.3 Propaganda e publicidade.....	179
3.3. UM COMPROMISSO COM A VIDA.....	186
3.3.1 Impulso.....	187
3.3.2 Abertura.....	195
3.3.3 Lápide.....	198
CONCLUSÃO	199
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	207

LISTA DE FIGURAS

- Figura 1.** Fotografia de Augusto Malta. Fonte: Acervo Museu Histórico Nacional, Instituto Brasileiro de Museus IBRAM MC. nº21 /2019.....8
- Figura 2.** Pintura de Francisco Cocolilo (à esquerda). Fonte: Acervo Enciclopédia Itaú Cultural de Arte e Cultura São Paulo: Itaú Cultural, 2021 (Disponível em: <<http://enciclopedia.itaucultural.org.br/pessoa21340/francisco-cocolilo>>. Acesso em: 20 Abr 2021. Verbete da Enciclopédia. ISBN: 978-85-7979-060-7); Pintura de Charles Landseer (ao centro), 1827. Fonte: Acervo da Fundação Estudar Pintura em comodato com a Pinacoteca do Estado de São Paulo (Disponível em: <<https://www.brasilianaiconografica.art.br/obras/19988/vista-do-pao-de-acucar-tomada-da-estrada-do-silvestre-atribuido>>. Acesso em: 21 de set 2020; Pintura de William Gore Ouseley (à direita). Fonte: Enciclopédia Itaú Cultural de Arte e Cultura Brasileiras. São Paulo: Itaú Cultural, 2021. Disponível em: <<http://enciclopedia.itaucultural.org.br/pessoa24351/william-gore-ouseley>>. Acesso em: 20 Abr 2021. Verbete da Enciclopédia. ISBN: 978-85-7979-060-7.....9
- Figura 3.** Fotografia de Helmut Batista. Vista panorâmica do Rio de Janeiro. Fonte: Rio de Janeiro 360 graus, Batista, Helmut, 2002.....11
- Figura 4.** Fotografia de Helmut Batista. Vista panorâmica da Praia de Copacabana. Fonte: Rio de Janeiro 360 graus, Batista, Helmut, 2002.....12
- Figura 5.** Fotografia de Thiele & Kollien. Exposição Internacional do Centenário da Independência (1922). Fonte: Acervo Instituto Moreira Salles (RJ).....12
- Figura 6.** Rio Genero, carta do Reys-boeck (1624). Fonte: Exemplar Fundação Biblioteca Nacional. Mostra a separação do complexo montanhoso Urca/ Pão de Açúcar do continente.....16
- Figura 7.** Visão aérea da Exposição de 1908. Fotografia de Augusto Malta. Fonte: Acervo Museu Histórico Nacional/ Instituto Brasileiro de Museus - IBRAM MC nº21 /2019.....17
- Figura 8.** Escola Militar, 1906. Fotografia de Marc Ferrez. Fonte: Acervo Instituto Moreira Salles.....18
- Figura 9.** Palácio da Indústria, 1908. Fotografia de Augusto Malta. Fonte: Acervo Museu Histórico Nacional; Instituto Brasileiro de Museus - IBRAM MC nº21 /2019.....19
- Figura 10.** Porta Monumental da Exposição de 1908. Fotografia de Augusto Malta. Fonte: Acervo Museu Histórico Nacional; Instituto Brasileiro de Museus - IBRAM MC nº21 /2019.....20
- Figura 11.** Pavilhão de Minas Gerais e São Paulo, Exposição de 1908. Fotografia de Augusto Malta. Fonte: Acervo Museu Histórico Nacional; Instituto Brasileiro de Museus - IBRAM MC nº21 /2019.....21

- Figura 12.** Vista geral da Exposição de 1908. Fotografia de Augusto Malta. Fonte: Acervo Museu Histórico Nacional; Instituto Brasileiro de Museus - IBRAM MC nº21 /2019.....22
- Figura 13.** Pavilhão dos Estados, 1908. Fotografia de Augusto Malta. Fonte: Acervo Museu Histórico Nacional; Instituto Brasileiro de Museus - IBRAM MC nº21 /2019.....22
- Figura 14.** Vista Pão de Açúcar e Bonde do Pão de Açúcar. Fotografias de Afonso José dos Santos, 1920. Fonte: Acervo Instituto Moreira Salles.....23
- Figura 15.** Planta original da Exposição do Centenário da Independência de 1922. Fonte: Arquivo Geral Cidade do Rio de Janeiro; Secretaria Municipal de Cultura; Prefeitura da Cidade do Rio de Janeiro.....29
- Figura 16.** Conjunto de fotografias: Pavilhão Francês, Pavilhão Mexicano, Exposição Internacional do Centenário da Independência e Pavilhão Argentino (da direita para a esquerda). Fotografias de Thiele & Kollien. Fonte: Caras y Caretas/Acervo Instituto Moreira Salles.....30
- Figura 17.** Duas fotografias da Exposição Internacional do Centenário da Independência. Rio de Janeiro (1922). Fotografias de Thiele & Kollien. Fonte: Caras y Caretas/ Acervo Instituto Moreira Salles.....31
- Figura 18.** Pavilhão do Distrito Federal na Exposição Internacional do Centenário da Independência, Rio de Janeiro, 1922. Fotografia de Augusto Malta. Fonte: Acervo Família Otávio Moreira Penna.....32
- Figura 19.** Vista Morro do Pão de Açúcar. Fotografia de Marc Ferrez. Fonte: Acervo Museu Histórico Nacional/ Instituto Brasileiro de Museus - IBRAM MC nº21 /2019.....35
- Figura 20.** Fotografia de Augusto Malta e Cartão de Circulação de Otávio Penna como engenheiro chefe das obras da Exposição Internacional de 1922. Fonte: Acervo da Família Otávio Moreira Penna.....36
- Figura 21.** Planta com os terrenos aforados a Sociedade Anonyma Empreza da Urca situados entre Morro da Urca e o mar. Fonte: Acervo Família Otávio Moreira Penna.....39
- Figura 22.** Pão d'Assucar e Urca. Fotografia de Holland, S. H, Rio de Janeiro, 1930. Fonte: Acervo digital Fundação Biblioteca Nacional (Disponível em: <http://acervo.bndigital.bn.br/sophia/index.asp?codigo_sophia=42257>. Acesso em: 29 abr. 2021).....39
- Figura 23.** Construção do Hotel Balneário na Urca. Fotografia de Augusto Malta, 1921. Fonte: Acervo Família Otávio Moreira Penna.....40
- Figura 24.** Hotel Balneário. Fotografia de Augusto Malta. Fonte: Acervo Museu da Imagem do Som Rio de Janeiro.....40
- Figura 25.** Imagens da Revista *Careta*, n. 1554, 1938. Autor: José Carlos de Brito e J. Carlos Cunha. Fonte: Coleção J. Carlos/ Coleção Eduardo Augusto de Brito e Cunha/Instituto Moreira Salles.....41

- Figura 26.** Hotel Balneário da Urca. Rio de Janeiro - RJ. Fotografia de Augusto Malta
Fonte: Acervo Museu da Imagem do Som Rio de Janeiro.....42
- Figura 27.** Fotografia de Augusto Malta. Acervo: Museu da Imagem e do Som Rio de Janeiro.....43
- Figura 28.** Matéria “Hotel Balneário da Urca: O que sua inauguração representa”. *Jornal O Imparcial*, 1925. Fonte: Acervo digital da Hemeroteca Digital da Fundação Biblioteca Nacional. (Disponível em: <http://memoria.bn.br/DocReader/107670_02/21282>. Acesso em: 29 abr 2019).....47
- Figura 29.** Excerto de *A CRUZ* (Jornal da paróquia S. João Batista), 1925. Fonte: Acervo digital da Hemeroteca Digital da Fundação Biblioteca Nacional (Disponível em: <<http://memoria.bn.br/DocReader/829706/994>>. Acesso em: 24 abr 2019).....48
- Figura 30.** Reabertura. Excerto da *Gazeta de Noticias*, 1925. Fonte: Acervo digital da Hemeroteca Digital da Fundação Biblioteca Nacional (Disponível em: <http://memoria.bn.br/docreader/DocReader.aspx?bib=103730_05&pagfis=14386>. Acesso em: 24 abr 2019).....48
- Figura 31.** Propaganda do Hotel Balneário. *Revista Para Todos* (RJ), 1925. Fonte: Acervo digital da Hemeroteca Digital da Fundação Biblioteca Nacional (Disponível em: <<http://memoria.bn.br/docreader/124451/13559>>. Acesso em: 24 abr 2019).....49
- Figura 32.** Matéria sobre Chá dançante em prol da construção da igreja do bairro. *Revista da Semana*, 1932. Fonte: Acervo digital da Hemeroteca Digital da Fundação Biblioteca Nacional (Disponível em: <http://memoria.bn.br/DocReader/025909_03/5398>. Acesso em: 29 abr 2019).....50
- Figura 33.** Matéria “A Festa Aquática da Liga de Esportes da Marinha”. *O Paiz*, 1928. Fonte: Acervo digital da Hemeroteca Digital da Fundação Biblioteca Nacional (Disponível em: <http://memoria.bn.br/docreader/DocReader.aspx?bib=178691_05&pagfis=32675>. Acesso em: 29 abr 2019).....50
- Figura 34.** Nota “Aniversários” - Comemoração de aniversário do famoso engenheiro e arquiteto Francisque Cucho. ”. *Jornal A Manhã*, 1926. Fonte: Acervo digital da Hemeroteca Digital da Fundação Biblioteca Nacional (Disponível em: <<http://memoria.bn.br/docreader/DocReader.aspx?bib=116408&pagfis=440>>. Acesso em: 24 abr 2019).....51
- Figura 35.** Nota “Reunião Geral”, Reuniões para a construção da Igreja Nossa Senhora do Brasil. *Revista da Semana* 1931. Fonte: Acervo digital da Hemeroteca Digital da Fundação Biblioteca Nacional (Disponível em: <<http://memoria.bn.br/DocReader/829706/2741>>. Acesso em: 25 abr 2019).....51
- Figura 36.** Nota “Terrenos em Botafogo” - Anúncio de venda dos terrenos da Urca que indica o Hotel Balneário como ponto de comercialização. *Correio da Manhã*, 1925. Fonte: Acervo digital da Hemeroteca Digital da Fundação Biblioteca Nacional (Disponível em: <http://memoria.bn.br/docreader/DocReader.aspx?bib=089842_03&pagfis=21908>. Acesso em: 28 abr 2019).....52
- Figura 37.** Anúncio “Hotel Balneário da Urca”. *Diário da Noite*, 21 jan 1932, p. 15, ed. 00609.. Fonte: Arquivo Diário da Noite/D.A Press. Acervo digital da Hemeroteca Digital

- da Fundação Biblioteca Nacional (Disponível em: <http://memoria.bn.br/docreader/DocReader.aspx?bib=221961_01&pagfis=9522>. Acesso em: 29 abr 2019).....52
- Figura 38.** Anúncio “Grande Reveillon no Balneário da Urca” e matéria “ A linda festa de hoje no Balneário da Urca”. *A Manhã* (RJ), 1926. Fonte: Acervo digital da Hemeroteca Digital da Fundação Biblioteca Nacional (Disponíveis em: <<http://memoria.bn.br/DocReader/116408/1134>>; <<http://memoria.bn.br/DocReader/116408/1176>>. Acesso em: 17 mai 2019).....53
- Figura 39.** Nota “No Hotel Balneário da Urca: O Chá das Rosas de terça-feira passada”. *Jornal Beira Mar*, 1932. Fonte: Acervo digital da Hemeroteca Digital da Fundação Biblioteca Nacional (Disponível em: <<http://memoria.bn.br/DocReader/067822/3436>>. Acesso em: 24 mai 2019).....54
- Figura 40.** Matéria “Um Sorriso para todas” – um relato poético sobre as atividades da cantora Germana Bittencourt que volta de Buenos Ayres que descreve a noite no restaurante do Balneário. *Revista Careta* (RJ), 1928. Fonte: Acervo digital da Hemeroteca Digital da Fundação Biblioteca Nacional (Disponível em: <<http://memoria.bn.br/DocReader/083712/41890>>. Acesso em: 21 mai 2019).....55
- Figura 41.** Nota “Chá dançante”. *A Manhã*, 1926. Fonte: Acervo digital da Hemeroteca Digital da Fundação Biblioteca Nacional (Disponível em: <<http://memoria.bn.br/DocReader/116408/1232>>. Acesso em: 21 mai 2019).....55
- Figura 42.** Nota “Social” em homenagem ao escritor e jornalista Porto da Silveira no Hotel Balneário quando da divulgação do matte nas américas. *Revista Fon Fon* (RJ), 1930. Fonte: Acervo digital da Hemeroteca Digital da Fundação Biblioteca Nacional (Disponível em: <<http://memoria.bn.br/docreader/DocReader.aspx?bib=259063&pagfis=73185>>. Acesso em: 17 mai 2019).....56
- Figura 43.** Matéria “Lindo sucesso do Hotel Balneário da Urca” - registro sobre a programação “Hora de Arte”. *Beira Mar*, 1932. Fonte: Acervo digital da Hemeroteca Digital da Fundação Biblioteca Nacional (Disponível em: <<http://memoria.bn.br/DocReader/067822/3548>>. Acesso em: 16 mai 2019).....56
- Figura 44.** Coluna Social - Almoço com artista pintor Navarro da Costa homenageado pelas recentes exposições. *Revista Para Todos*, 1926. Fonte: Acervo digital da Hemeroteca Digital da Fundação Biblioteca Nacional (Disponível em: <<http://memoria.bn.br/DocReader/124451/17091>>. Acesso em: 21 mai 2019).....57
- Figura 45.** Matéria “Porque são pagos os banhos de mar na Urca”. *O Jornal*, 14 jun 1925, ed. 01980. Fonte: Arquivo O Jornal/D.A Press. Acervo digital da Hemeroteca Digital da Fundação Biblioteca Nacional (Disponível em: <http://memoria.bn.br/docreader/DocReader.aspx?bib=110523_02&pagfis=21005>. Acesso em: 22 abr 2019).....58
- Figura 46.** Matéria “Camara dos deputados: Em torno do caso da enseada da Urca - Um requerimento de informações do Sr. Arthur Caetano”. *O Jornal*, 04 jul 1925, p. 4, ed. 02076. Fonte: Arquivo O Jornal/D.A Press. Acervo digital da Hemeroteca Digital da Fundação Biblioteca Nacional (Disponível em: <http://memoria.bn.br/docreader/DocReader.aspx?bib=110523_02&pagfis=22567>. Acesso em: 22 abr 2019).....59

- Figura 47.** Nota “Várias” - Chamada de jantar concerto para imprensa. *O Paiz*, 1927. Fonte: Acervo digital da Hemeroteca Digital da Fundação Biblioteca Nacional (Disponível em: <http://memoria.bn.br/docreader/DocReader.aspx?bib=178691_05&pagfis=31819>. Acesso em: 21 mai 2019).....59
- Figura 48.** Matéria “O Balneário da Urca A Festa da sua inauguração”. *O Paiz*, 1927. Fonte: Acervo digital da Hemeroteca Digital da Fundação Biblioteca Nacional (Disponível em: <http://memoria.bn.br/docreader/DocReader.aspx?bib=178691_05&pagfis=31846>. Acesso em: 18 mai 2019).....60
- Figura 49.** Notas nos jornais *Jornal do Comercio* (1926), *A Noite* (1929), *L'imparziali* (1928), *Correio da Manhã* (1929) - Edição de anúncios com ofertas de hospedagem por temporadas, aluguéis e pensão familiar em variadas condições. Fonte: Acervo digital da Hemeroteca Digital da Fundação Biblioteca Nacional.....61
- Figura 50.** Matéria “Casino Balneario da Urca” Revista *O Cruzeiro*, ed.0046, p. 48, 07 set 1933. Fonte: Arquivo O Cruzeiro/EM/D.A Press. Acervo digital da Hemeroteca Digital da Fundação Biblioteca Nacional (Disponível em: <<http://memoria.bn.br/docreader/003581/10320>>; <<http://memoria.bn.br/docreader/003581/10321>>. Acesso em: 17 jul 2019).....63
- Figura 51.** Matéria “Casino Balneario da Urca” – em detalhe. Revista *O Cruzeiro*, ed.0046, p. 48, 07 set 1933. Fonte: Arquivo O Cruzeiro/EM/D.A Press. Acervo digital da Hemeroteca Digital da Fundação Biblioteca Nacional. (Disponível em: <<http://memoria.bn.br/docreader/003581/10320>>; <<http://memoria.bn.br/docreader/003581/10321>>. Acesso em: 17 jul 2019).....64
- Figura 52.** Joaquim Rolla. Fotografia de autor desconhecido. Fonte: Acervo Diva Rolla.....73
- Figura 53.** Matéria de página dupla sobre o baile de reinauguração após a reforma do Grill da Urca, e descreve o luxo das instalações e inédito sistema de refrigeração em 1936. Revista *O Cruzeiro*, 22 fev 1936. Fonte: Arquivo O Cruzeiro/EM/D.A Press. Acervo digital da Hemeroteca Digital da Fundação Biblioteca Nacional (Disponível em: <<http://memoria.bn.br/DocReader/003581/16392>>. Acesso em: 15 jul 2019).....74
- Figura 54.** Matéria “O Cassino da Urca tem novo Proprietário”. *O Jornal*, 25 jul 1935. Fonte: Arquivo O Cruzeiro/EM/D.A Press. Acervo digital da Hemeroteca Digital da Fundação Biblioteca Nacional (Disponível em: <http://memoria.bn.br/DocReader/110523_03/2518>. Acesso em 22 jul 2019).....75
- Figura 55.** Matéria “As modernas instalações do Balneário da Urca” - descreve o jantar oferecido no Grill da Urca pela General Eletric. *Jornal A Noite*, 1934. Fonte: Acervo digital da Hemeroteca Digital da Fundação Biblioteca Nacional (Disponível em: <http://memoria.bn.br/DocReader/348970_03/16380>. Acesso em: 14 jul 2019).....76
- Figura 56.** Conjunto de matérias dos jornais *A Noite*, *Amanhã* e *Revista Cruzeiro* entre os anos 1937 e 1944 - matérias que revelam a diversidade de iniciativas realizadas no Cassino da Urca: Aniversário de modista, Convocação reunião sindical, Desfile de moda inglesa, Orquestra de representação de estado, Jantar em homenagem a intelectuais. Fonte: Acervo digital da Hemeroteca Digital da Fundação Biblioteca Nacional (Disponíveis em: <<http://memoria.bn.br/DocReader/003581/37439>>. - *O Cruzeiro*, 1943;

<<http://memoria.bn.br/DocReader/120588/21255>>. - *A Noite*, 1941;
 <http://memoria.bn.br/DocReader/348970_03/40638>. - *A Noite*, 1937;
 <http://memoria.bn.br/DocReader/348970_03/47785>. - *A Noite*, 1937;
 <http://memoria.bn.br/docreader/348970_03/68362> - *A Noite*, 1939;
 <http://memoria.bn.br/DocReader/348970_03/50287> - *A Noite*, 1937.
 Acessos entre: 16 jan 2020 e 14 fev 2020).....77

Figura 57. Conjunto de anúncios de noites temáticas de festa e shows. *A Noite*, 1935-1938. Fonte: Acervo digital da Hemeroteca Digital da Fundação Biblioteca Nacional (Disponíveis em: <http://memoria.bn.br/docreader/348970_03/26089> - *A Noite*, 02 nov 1935; <http://memoria.bn.br/docreader/348970_03/23698> - *A Noite*, 20 jul 1935; <http://memoria.bn.br/docreader/348970_03/59247> - *A Noite*, 26 nov 1938. Acessos em 20 dez 2019).....79

Figura 58. Seleção de matérias que divulgavam as atrações no Cassino. Da esquerda para a direita: “Chegou a famosa orquestra Baron Lee” (1938); “Estreiou a Santa Paula Serenaders” (1937); “Phillis Cameron e seus jazzmen hoje novamente ao microfone da Sociedade Rádio Nacional” (1938). *A Noite*, 1937-1938. Fonte: Acervo digital da Hemeroteca Digital da Fundação Biblioteca Nacional (Disponíveis em <http://memoria.bn.br/DocReader/348970_03/54006>; Acesso em 18 nov 2019; <http://memoria.bn.br/DocReader/348970_03/46226>; Acesso em: 17 nov 2019; <http://memoria.bn.br/docreader/348970_03/55224>. Acesso em: 16 nov 2019).....81

Figura 59. Luiz de Barros. Fotografia de autor desconhecido. Fonte: acervo Filmow.....83

Figura 60. Duas matérias do jornal *A Noite*. “New York Dreams Revue no Grill da Urca” e “Um sucesso há muito tempo não visto a estréia do grande cantor italiano no Casino da Urca”. *A Noite*, 1937. Fonte: Acervo digital da Hemeroteca Digital da Fundação Biblioteca Nacional. (Disponíveis em: <http://memoria.bn.br/DocReader/348970_03/43728>; <http://memoria.bn.br/DocReader/348970_03/47877>. Acesso em: 14 dez 2019).....84

Figura 61. Seleção de publicações que demonstra a diversidade de atrações do Cassino. “O sorriso de quatro girls no Casino da Urca”, *A Noite* (1935), “Spec and Spot estréia hoje no Cassino da Urca The Wonders” *A Noite* (1937) e “Uma estréia sensacional Ballet Tamar Beck” *O Jornal* (1937). Fonte: Acervo digital da Hemeroteca Digital da Fundação Biblioteca Nacional (Disponíveis em: <http://memoria.bn.br/DocReader/348970_03/26699>; <http://memoria.bn.br/docreader/348970_03/40190>; <http://memoria.bn.br/DocReader/348970_03/48648>. Acesso em: 11 dez 2019).....85

Figura 62. Seleção de anúncios publicados no Jornal *A Noite* entre 34 e 36. *A Noite*, 1934- 1936. Fonte: Acervo digital da Hemeroteca Digital da Fundação Biblioteca Nacional (Disponíveis em: http://memoria.bn.br/DocReader/348970_03/16227; <http://memoria.bn.br/DocReader/348970_03/16241>; <http://memoria.bn.br/DocReader/348970_03/32753>. Acesso em: 12 dez 2019).....86

Figura 63. Carmen Miranda no Palco do Cassino da Urca, 1938. Fotografia de autor desconhecido. Fonte: acervo Museu Carmem.....87

Figura 64. Matéria “Degraus da Vida um novo filme brasileiro”. *O cruzeiro*, 20 set 1930. Fonte: Arquivo O Cruzeiro/EM/D.A Press. Acervo digital da Hemeroteca Digital da

Fundação Biblioteca Nacional (Disponível em: <<http://memoria.bn.br/docreader/003581/3492>>. Acesso em: 13 dez 2019).....88

Figura 65. Edição da entrevista de Carmem Miranda. *O Cruzeiro*, 07 out 1944, ed. 0050. Fonte: Arquivo O Cruzeiro/EM/D.A Press. Acervo digital da Hemeroteca Digital da Fundação Biblioteca Nacional (Disponível em: <<http://memoria.bn.br/docreader/003581/43082>>. Acesso em: 12 dez 2019).....92

Figura 66. Matéria “A Volta de Carmem Miranda ao Grill da Urca”. *A Noite*, 1939. Fonte: Acervo digital da Hemeroteca Digital da Fundação Biblioteca Nacional (Disponível em: <http://memoria.bn.br/DocReader/348970_03/61724>. Acesso em: 22 nov 2019).....92

Figura 67. Matéria do Jornal *A Noite* traça uma linha do tempo da vida de Carmen Miranda. *A Noite*, 1940. Fonte: Acervo digital da Hemeroteca Digital da Fundação Biblioteca Nacional (Disponível em: <<http://memoria.bn.br/DocReader/120588/18249>>. Acesso em: 15 nov 2019).....93

Figura 68. Matéria “Como o povo auxilia as iniciativas de caridade da Sra. Darcy Vargas!”. Recorte mostra o balanço do sucesso e a prestação de contas da Revista *Joujoux Balangandnas*, uma iniciativa beneficente da primeira-dama. *O Radical*, 1941. Fonte: Acervo digital da Hemeroteca Digital da Fundação Biblioteca Nacional (Disponível em: <<http://memoria.bn.br/docreader/830399/22014>>. Acesso em: 23 nov 2019).....94

Figura 69. Matéria “Cidade das Meninas” sobre a noite beneficente organizada pela primeira dama Darcy Vargas em prol da Casa das Meninas. *Jornal das Moças*, 1941. Fonte: Acervo digital da Hemeroteca Digital da Fundação Biblioteca Nacional (Disponível em: <http://memoria.bn.br/docreader/111031_04/3352>. Acesso em: 12 dez 2019).....96

Figura 70. Matéria “JouJoux e Balangandãs de 1941” - publicação com a prestação de contas de uma temporada do Teatro Revista *Joujoux Balagandans*, realizado no Teatro Municipal. *O Imparcial*, 1941. Fonte: Acervo digital da Hemeroteca Digital da Fundação Biblioteca Nacional (Disponível em: <http://memoria.bn.br/docreader/DocReader.aspx?bib=107670_04&pagfis=7384>. Acesso em: 12 dez 2019).....97

Figura 71. Matéria “A Apoteose das três raças tristes”, do Teatro Revista *Joujoux Balagandans* realizado no Teatro Municipal, encartes 1 (p.40) e 2 (p.41). *O Cruzeiro*, 09 ago 1941, ed. 0041. Fonte: Arquivo O Cruzeiro/EM/D.A Press. Acervo digital da Hemeroteca Digital da Fundação Biblioteca Nacional (Disponível em: <<http://memoria.bn.br/docreader/DocReader.aspx?bib=003581&pagfis=32075>>; <<http://memoria.bn.br/docreader/DocReader.aspx?bib=003581&pagfis=32076>>. Acesso em: 12 dez 2019).....99

Figura 72. Montagem dos desenhos de alguns figurinos apresentados no encarte especial sobre a revista *Joujoux e Balangandans*. Revista *O Cruzeiro*, 09 ago 1941. Fonte: Arquivo O Cruzeiro/EM/D.A Press. Acervo digital da Hemeroteca Digital da Fundação Biblioteca Nacional. (Disponíveis em: <<http://memoria.bn.br/DocReader/003581/32064>>; <<http://memoria.bn.br/DocReader/003581/32065>>; <<http://memoria.bn.br/DocReader/003581/32066>>; <<http://memoria.bn.br/DocReader/003581/32067>>;

- <<http://memoria.bn.br/docreader/DocReader.aspx?bib=003581&pagfis=32084>>;
 <<http://memoria.bn.br/docreader/DocReader.aspx?bib=003581&pagfis=32085>>;
 <<http://memoria.bn.br/docreader/DocReader.aspx?bib=003581&pagfis=32086>>;
 <<http://memoria.bn.br/docreader/DocReader.aspx?bib=003581&pagfis=32087>>. Acessos em: 12 dez 2019).....100
- Figura 73.** Carlos Machado no Correio da Manhã, 1957. Fotografia de autor desconhecido. Fonte: acervo Arquivo Nacional.....101
- Figura 74.** Anúncio na revista *O Cruzeiro*, 05 fev 1944, ed. 0015. Fonte: Arquivo O Cruzeiro/EM/D.A Press. Acervo digital da Hemeroteca Digital da Fundação Biblioteca Nacional (Disponível em: <<http://memoria.bn.br/docreader/003581/39782>>. Acesso em: 23 jan 2019).....106
- Figura 75.** Matérias das revistas *O Cruzeiro*, 1941, e *Revista Careta*, 27 set 1938. Fonte: respectivamente (da esquerda para a direita), Arquivo O Cruzeiro/EM/D.A Press - Acervo digital da Hemeroteca Digital da Fundação Biblioteca Nacional e Coleção Eduardo Augusto de Brito e J. Carlos Cunha/ Acervo Instituto Moreira Salles. (Arquivo da BN – Disponível em: <<http://memoria.bn.br/DocReader/003581/32525>>. Acesso em: 05 fev 2019).....107
- Figura 76.** Seleção de matérias de páginas duplas na *Revista Careta* sobre os hábitos do banho de mar na praia da Urca. *Revista Careta*, publicações 1658, 15554 e 1599, entre os anos 1938 – 1940. Fonte: Coleção Eduardo Augusto de Brito e J. Carlos Cunha/ Acervo Instituto Moreira Salles.....108
- Figura 77.** Matéria “Ambiente de sonho, uma página das Mil e Uma Noites!”. *A Noite*, 1938. Fonte: Acervo digital da Hemeroteca Digital da Fundação Biblioteca Nacional (Disponível em: <http://memoria.bn.br/docreader/348970_03/54145>. Acesso em: 25 fev 2019).....110
- Figura 78.** Três matérias do Jornal *A Noite*. *A Noite*, entre os anos 1938 e 1939. Fonte: Acervo digital da Hemeroteca Digital da Fundação Biblioteca Nacional. (Disponíveis em: <http://memoria.bn.br/docreader/348970_03/63682>; <http://memoria.bn.br/DocReader/348970_03/50848>; <http://memoria.bn.br/docreader/348970_03/60464>. Acesso em: 03 mar 2019).....111
- Figura 79.** Imagem das comédias acrobáticas nos espetáculos do palco do Cassino da Urca, na Matéria “Eles são endiabrados”. *O Cruzeiro*, p. 20, ed. 0008, 20 dez 1941. Fonte: Arquivo O Cruzeiro/EM/D.A Press, Acervo digital da Hemeroteca Digital da Fundação Biblioteca Nacional (Disponível em: <<http://memoria.bn.br/DocReader/003581/30188>>. Acesso em: 25 abr 2019).....112
- Figura 80.** Seleção de anúncios e chamadas para shows de patinação no gelo, acrobacias e atletas ginastas no palco do Cassino da Urca. *A Noite*, 1938 – 1942. Fonte: Acervo digital da Hemeroteca Digital da Fundação Biblioteca Nacional. (Disponíveis em: <<http://memoria.bn.br/DocReader/163880/2614>>; <http://memoria.bn.br/DocReader/348970_03/52180>; <<http://memoria.bn.br/DocReader/120588/22032>>. Acesso em: 28 fev 2019).....112
- Figura 81.** Baile no Cassino da Urca 1945. Fotografias de Carlos Moskovics. Fonte: Acervo Instituto Moreira Salles.....113

- Figura 82.** Matéria “Onde a realidade supera a fantasia!”. *Jornal A Noite*. 1938. Fonte: Acervo digital da Hemeroteca Digital da Fundação Biblioteca Nacional. (Disponível em: <http://memoria.bn.br/docreader/348970_03/54226>. Acesso em: 30 mar 2019.....114
- Figura 83.** Duas fotografias de Carlos Moskovics, década de 1940, dos ensaios no Cassino da Urca. À esquerda, Grande Otelo, Ary Barroso, Herivelto Martins e as famosas garotas; à direita, Grande Otelo, Dalva de Oliveira, Herivelto Martins e Ary Barroso ao piano. Fonte: Acervo Instituto Moreira Salles.....115
- Figura 84.** Matéria “A Grande Noite de Pedro Vargas”. *O Cruzeiro*, p. 62, ed. 0009, 26 dez 1942. Fonte: Arquivo O Cruzeiro/EM/D.A Press. Acervo digital da Hemeroteca Digital da Fundação Biblioteca Nacional (Disponível em: <<http://memoria.bn.br/docreader/DocReader.aspx?bib=003581&pagfis=33654>>. Acesso em: 12 abr 2019).....116
- Figura 85.** Matéria da revista *O Cruzeiro*, p. 54, ed. 0037, 08 jul 1944, edição. Fonte: Arquivo O Cruzeiro/EM/D.A Press. Acervo digital da Hemeroteca Digital da Fundação Biblioteca Nacional (Disponível em: <<http://memoria.bn.br/docreader/DocReader.aspx?bib=003581&pagfis=41818>>. Acesso em: 25 abr 2019).....117
- Figura 86.** Matérias sobre Carmen Miranda e Lucienne Boyer. À esquerda, “Encantadora a festa de Carmem Miranda no Cassino da Urca” e à direita, “Star internacional e Rainha da canção francesa”. *Jornal A Noite*, 1939 e 1938, respectivamente. Fonte: Acervo digital da Hemeroteca Digital da Fundação Biblioteca Nacional. (Disponíveis em <http://memoria.bn.br/docreader/348970_03/63391>; <http://memoria.bn.br/docreader/348970_03/55342>. Acesso em 22 abr 2019.).....118
- Figura 87.** Matéria “Raquel Meller homenageada no Casino da Urca”. *Jornal A Noite*, 1938. Fonte: Acervo digital da Hemeroteca Digital da Fundação Biblioteca Nacional (Disponível em: <http://memoria.bn.br/DocReader/348970_03/59243>. Acesso em: 22 mai 2019).....119
- Figura 88.** Dançarinas do Cassino da Urca. Duas à esquerda, fotografias de Carlos Moskovics; à direita, fotografia de José Medeiros. Fonte: Acervo Instituto Moreira Salles.....119
- Figura 89.** Matéria “A Escola de Girls na Urca”. *Revista da Semana*, ed. 00046, 1943. Fonte: Acervo digital da Hemeroteca Digital da Fundação Biblioteca Nacional. (Disponível em: <http://memoria.bn.br/DocReader/025909_04/10262>. Acesso em: 22 mai 2019).....120
- Figura 90.** Matéria “Shows do Brasil”. *Gazeta*, 1941. Fonte: Acervo digital da Hemeroteca Digital da Fundação Biblioteca Nacional. (Disponível em: <http://memoria.bn.br/DocReader/103730_07/21094>. Acesso: 22 mai 2019).....121
- Figura 91.** Publicação da *Revista Careta*, p.26-27, ed. 1651, 1940. Fonte: Coleção Eduardo Augusto de Brito e J. Carlos Cunha/ Acervo Instituto Moreia Salles.....121
- Figura 92.** Publicação da *Revista Careta*, p. 21-22, ed. 1658, 1940. Fonte: Coleção Eduardo Augusto de Brito e J. Carlos Cunha/ Acervo Instituto Moreia Salles.....122
- Figura 93.** Matéria “Comemorando a conclusão da nova Carta Magna”. *A Noite*, 1934. Fonte: Acervo digital da Hemeroteca Digital da Fundação Biblioteca Nacional (Disponível em: <http://memoria.bn.br/DocReader/348970_03/18538>. Acesso em: 22

- mai
2019).....124
- Figura 94.** Matéria “Os universitários cariocas vão homenagear os cadetes do Sagres”. *A Noite*, 1936. Fonte: Acervo digital da Hemeroteca Digital da Fundação Biblioteca Nacional. (Disponível em: <http://memoria.bn.br/DocReader/348970_03/38590>. Acesso em: 15 mai 2019).....124
- Figura 95.** Duas matérias, à esquerda “Alvaro de Souza, Vencedor do Campeonato Commercial de Cyclismo”, *Jornal dos Sports*, 1938, à direita “As atividades sociais dos nossos clubs esportivos”, *A Noite*, 1939. Fonte: Acervo digital da Hemeroteca Digital da Fundação Biblioteca Nacional. (Disponível em: <memoria.bn.br/DocReader/112518_01/10430>; <http://memoria.bn.br/DocReader/348970_03/67200>. Acesso em: 30 mai 2019).....125
- Figura 96.** Matéria “Jantar entre intelectuais e artistas”. *Revista da Semana*, 1943. Fonte: Acervo digital da Hemeroteca Digital da Fundação Biblioteca Nacional (Disponível em: <http://memoria.bn.br/docreader/348970_03/68362>. Acesso em: 21 mai 2019).....126
- Figura 97.** Matéria “O 5º Aniversário de Vamos Ler”. *Revista da semana*, 1943. Fonte: Acervo digital da Hemeroteca Digital da Fundação Biblioteca Nacional (Disponível em: <<http://memoria.bn.br/DocReader/830259/18345>>. Acesso em: 30 mai 2019).....127
- Figura 98.** Matéria “Obtiveram grande êxito as festividades do dia do PAN-AMERICANO da Propaganda”. *Revista mensal ilustrada Eu Sei Tudo*, n.8, 1943. Fonte: Acervo digital da Hemeroteca Digital da Fundação Biblioteca Nacional (Disponível em: <<http://memoria.bn.br/DocReader/164380/35652>>. Acesso em: 24 mai 2019).....127
- Figura 99.** Seleção de Matérias do *Jornal A Noite* sobre homenagens no Cassino da Urca. “Homenagem ao ministro da Justiça” (1936); “Homenagem aos Argentinos e Peruanos” (1941); “Homenagem ao Sr. Getúlio Vargas Filho no Grill da Urca”. *A Noite*, 1936-1941. Fonte: Acervo digital da Hemeroteca Digital da Fundação Biblioteca Nacional. (Disponíveis em: <http://memoria.bn.br/DocReader/348970_03/36555>; <<http://memoria.bn.br/DocReader/120588/19729>>; <http://memoria.bn.br/DocReader/103730_07/11009>. Acesso em: 18 mai 2019).....128
- Figura 100.** Matérias do *Jornal A Noite*, “Noite Pernambucana” (1937) e “Uma Noite Maravilhosa” (1937). *A Noite*, 1937. Fonte: Acervo digital da Hemeroteca Digital da Fundação Biblioteca Nacional. (Disponível em: <http://memoria.bn.br/docreader/348970_03/47785>; <http://memoria.bn.br/DocReader/348970_03/40638>. Acesso em 27 mai 2019).....128
- Figura 101.** Notas “O banquete na Urca, aos pilotos italianos” e “Homenagem do Casino da Urca aos aviadores italianos”. *A Noite*, 1938. Fonte: Acervo digital da Hemeroteca Digital da Fundação Biblioteca Nacional (Disponíveis em: <http://memoria.bn.br/DocReader/348970_03/51168>; <http://memoria.bn.br/DocReader/348970_03/51140>. Acesso em 12 mai 2019).....129
- Figura 102.** Notas “O Jantar dançante que a AAB do Brasil oferece hoje” (*A Noite*, 1939), “Uma grande festa em homenagem a classe bancária”, *Gazeta de Notícias* (1941), “Club dos Tabajaras o Grande Baile do dia 19” *A Noite*, 1937. Fonte: Acervo digital da Hemeroteca Digital da Fundação Biblioteca Nacional (Disponível em:

<http://memoria.bn.br/docreader/348970_03/64278>;
 <http://memoria.bn.br/DocReader/103730_07/5841>;
 <http://memoria.bn.br/DocReader/348970_03/39270>. Acesso em: 21 mai 2019)...130

Figura 103. Matéria de página dupla, “O Tijucano no Grill-Room do Cassino da Urca”. *Jornal O Tijucano*, 1942. Fonte: Arquivo O Cruzeiro/EM/D.A Press. Acervo digital da Hemeroteca Digital da Fundação Biblioteca Nacional (Disponível em: <<http://memoria.bn.br/DocReader/180270/274>. Acesso em: 17 mai 2019)...131

Figura 104. Nota “Em homenagem à Missão chefiada pelo Sr. Antonio Ferro”. *Correio da Manhã*, 1941. Fonte: Acervo digital da Hemeroteca Digital da Fundação Biblioteca Nacional. (Disponível em: <http://memoria.bn.br/docreader/089842_05/8459>. Acesso em: 13 mai 2019)... 131

Figura 105. Matéria “O aniversário de Mme Bastos”. *O Cruzeiro*, ed. 0042. 14 ago 1943. Fonte: Arquivo O Cruzeiro/EM/D.A Press. Acervo digital da Hemeroteca Digital da Fundação Biblioteca Nacional (Disponível em: <<http://memoria.bn.br/DocReader/003581/37439>>. Acesso em: 20 abr 2019)...132

Figura 106. Matéria “A Elegância Britânica num Desfile de Modas”. *Jornal A Noite*, p. 8, 1941. Fonte: Acervo digital da Hemeroteca Digital da Fundação Biblioteca Nacional (Disponível em: <<http://memoria.bn.br/DocReader/120588/21255>>. Acesso em: 21 jun 2019)...133

Figura 107. Matéria sobre noite de baile da escolha da Miss do Brasil 1939 no Cassino da Urca. *Revista Careta*, p. 19, ed. 1599, ano 1939. Fonte: Coleção Eduardo Augusto de Brito e J. Carlos Cunha/ Acervo Instituto Moreira Salles...133

Figura 108. Nota “A Estrela de ‘Sinfonia Inacabada’ cantará para a Cidade das Meninas” (*Jornal A Batalha*, 1940) e Matéria “Na Festa do Pequeno Jornaleiro” (*Jornal A Noite*, 1938). Fonte: Acervo digital da Hemeroteca Digital da Fundação Biblioteca Nacional. (Disponíveis em: <<http://memoria.bn.br/DocReader/175102/19354>; http://memoria.bn.br/DocReader/348970_03/59489>. Acesso em: 23 mai 2019)...134

Figura 109. Matérias “Parada de beleza e elegância no Cassino da Urca” (*A Noite*, 1939) e “Campanha Redentor” (*A Noite*, 1939). Fonte: Acervo digital da Hemeroteca Digital da Fundação Biblioteca Nacional. (Disponíveis em: <http://memoria.bn.br/DocReader/348970_03/50287>; <http://memoria.bn.br/docreader/348970_03/64745>. Acesso em: 15 mai 2019)...134

Figura 110. Matéria “Um astro da tela e do microfone e um sportman ás direitas”. *Jornal O Imparcial*, 1941. Fonte: Acervo digital da Hemeroteca Digital da Fundação Biblioteca Nacional (Disponível em: <http://memoria.bn.br/docreader/DocReader.aspx?bib=107670_04&pagfis=7923>. Acesso em: 17 jun 2019)...135

Figura 111. Matéria “Um Grande Filme Brasileiro: dessa vez os americanos acertaram ao escolher Vicente Paiva”. *Gazeta de Noticias*, 1944. Fonte: Acervo digital da Hemeroteca Digital da Fundação Biblioteca Nacional (Disponível em: <http://memoria.bn.br/docreader/103730_07/20146>. Acesso em: 21 mai 2019)...137

Figura 112. Matéria “Qual o melhor artista do broadcasting nacional?”. *Gazeta*, 1945. Fonte: Acervo digital da Hemeroteca Digital da Fundação Biblioteca Nacional. (Disponível em: <http://memoria.bn.br/docreader/103730_07/22872>. Acesso em: 13 mai 2019)...137

- Figura 113.** Matéria “Uma estréia sem black-out”. *O Cruzeiro*, p. 40, ed. 0025, 15 abr 1944. Fonte: Arquivo O Cruzeiro/EM/D.A Press. Acervo digital da Hemeroteca Digital da Fundação Biblioteca Nacional (Disponível em: <<http://memoria.bn.br/docreader/DocReader.aspx?bib=003581&pagfis=40672>>. Acesso em: 13 mai 2019).....138
- Figura 114.** Matéria “A Noite de Walt Disney na Urca”. *O Cruzeiro*, 10 ago 1941. Fonte: Arquivo O Cruzeiro/EM/D.A Press. Acervo digital da Hemeroteca Digital da Fundação Biblioteca Nacional. (Disponível em: <<http://memoria.bn.br/DocReader/003581/32271>>; <<http://memoria.bn.br/docreader/DocReader.aspx?bib=003581&pagfis=32272>>. Acesso em: 25 mai 2019).....139
- Figura 115.** Duas matérias sobre festejos carnavalescos, “Os festejos carnavalescos de amanhã na Avenida Rio Branco” e “Os festejos carnavalescos de domingo” *Jornal do Brasil*, 1937. Fonte: Acervo digital da Hemeroteca Digital da Fundação Biblioteca Nacional (Disponível em: <http://memoria.bn.br/DocReader/030015_05/81577>; <http://memoria.bn.br/DocReader/030015_05/80644>. Acesso em 19 jun 2019).....140
- Figura 116.** Chamada no jornal A Noite 1937. Fonte: Acervo digital da Hemeroteca Digital da Fundação Biblioteca Nacional (Disponível em: <http://memoria.bn.br/DocReader/348970_03/49517>. Acesso em: 24 jun 2019).....141
- Figura 117.** Anúncio indica patrocínio exclusivo do Cassino da Urca ao Campeonato brasileiro de futebol transmitido pela rádio nacional. *Jornal A Noite*, 1939. Fonte: Acervo digital da Hemeroteca Digital da Fundação Biblioteca Nacional (Disponível em: <http://memoria.bn.br/docreader/348970_03/61003>. Acesso em: 23 jun 2019).....141
- Figura 118.** Matéria “Seguiu para Belo Horizonte o ministro da aeronáutica”. *Gazeta de Notícias*, 1941. Fonte: Acervo digital da Hemeroteca Digital da Fundação Biblioteca Nacional (Disponível em: <http://memoria.bn.br/DocReader/103730_07/8956>. Acesso em: 16 jun 2019).....142
- Figura 119.** Anúncios nos jornais, da esquerda para a direita, *A Manhã*, (1945), *A Noite* (1938) e *Gazeta de Notícias* (1944). Fonte: Acervo digital da Hemeroteca Digital da Fundação Biblioteca Nacional (Disponível em: <<http://memoria.bn.br/DocReader/116408/27616>>; <http://memoria.bn.br/docreader/348970_03/59247>; <http://memoria.bn.br/DocReader/103730_07/21085>. Acesso em: 13 jul 2019).....143
- Figura 120.** Montagem para visualização. Programa do Casino da Urca de 1938, [S.l.: s.n.], [32]p., principalmente il., ret., 18 cm. Fonte: Acervo digital da Fundação Biblioteca Nacional. Disponível em: <http://objdigital.bn.br/objdigital2/acervo_digital/div_iconografia/icon773435/icon773435.pdf>. Acesso em: 29 abr 2019.....144
- Figura 121.** Mapa visual. Ilustração da autora. Fonte: acervo próprio.....146
- Figura 122.** Matéria de inauguração TV TUPI RJ. Revista *O Cruzeiro*, 10 fev de 1951, p. 56 e 57. Fonte: Arquivo O Cruzeiro/EM/D.A Press. Acervo digital da Hemeroteca Digital da Fundação Biblioteca Nacional (Disponíveis em: <<http://memoria.bn.br/docreader/003581/74239>>; <<http://memoria.bn.br/docreader/003581/74240>>. Acesso em: 25 abr 2019).....147
- Figura 123.** Matéria de inauguração *TV TUPI Rio* (Imagem acima: Escaladores e Assis Chateaubriand em recorte aproximado da mesma matéria). *O Cruzeiro*, p.59-60, ed. 0017,

10 fev de 1951. Fonte: Arquivo O Cruzeiro/EM/D.A Press. Acervo digital da Hemeroteca Digital da Fundação Biblioteca Nacional (Disponíveis em: <<http://memoria.bn.br/docreader/DocReader.aspx?bib=003581&pagfis=74242>>; <<http://memoria.bn.br/docreader/DocReader.aspx?bib=003581&pagfis=74243>>. Acesso em 02 dez 2019).....149

Figura 124. Foto beijo técnico gestores e técnicos - detalhe da matéria de inauguração *TV TUPI Rio. O Cruzeiro*, p. 60, ed. 0017, 10 fev 1951. Fonte: Arquivo O Cruzeiro/EM/D.A Press. Acervo digital da Hemeroteca Digital da Fundação Biblioteca Nacional (Disponível em: <<http://memoria.bn.br/docreader/DocReader.aspx?bib=003581&pagfis=74243>>. Acesso em: 02 dez 2019).....150

Figura 125. Matéria de inauguração “TV TUPI Rio”. *O Cruzeiro*, ed. 0017, p. 58, 10 fev de 1951. Fonte: Arquivo O Cruzeiro/EM/D.A Press. Acervo digital da Hemeroteca Digital da Fundação Biblioteca Nacional (Disponível em: <<http://memoria.bn.br/docreader/DocReader.aspx?bib=003581&pagfis=74244>>. Acesso em: 02 dez 2019).....151

Figura 126. Chamada da inauguração sobre a era da televisão na coluna Back Ground (à esquerda) e Nota “Televisão” - Coluna BackGround Radiolândia de Anselmo Domingos (à direita). *O Cruzeiro, 1949 – 1950*. Fonte: Arquivo O Cruzeiro/EM/D.A Press. Acervo digital da Hemeroteca Digital da Fundação Biblioteca Nacional (Disponível em: <<http://memoria.bn.br/docreader/DocReader.aspx?bib=003581&pagfis=64618>>; <<http://memoria.bn.br/docreader/DocReader.aspx?bib=003581&pagfis=70330>>. Acesso em: 17 nov 2019).....154

Figura 127. Campanha do proprietário dos Diários Associados e político Assis Chateaubriand para o Senado. Brasil. Maranhão. Fonte: Arquivo O Cruzeiro/EM/D.A Press.....155

Figura 128. Conjunto de transmissores para as emissoras encomendados por Assis Chateaubriand a General Electric - Matéria “Um fato em foco”. *O Cruzeiro*, p.67-68, ed. 0004, 12 nov 1949. Fonte: Arquivo O Cruzeiro/EM/D.A Press. Acervo digital da Hemeroteca Digital da Fundação Biblioteca Nacional (Disponíveis em: <<http://memoria.bn.br/docreader/DocReader.aspx?bib=003581&pagfis=61462>>; <<http://memoria.bn.br/docreader/003581/61461>>. Acesso em 11 dez 2019).....157

Figura 129. Matéria “A Televisão Tupi Vai para o Ar” – sobre testes de imagens das atrizes na televisão Rio. Revista *O Cruzeiro*, p. 62-63, ed. 0032, 27 mai 1950. Fonte: Arquivo O Cruzeiro/EM/D.A Press. Acervo digital da Hemeroteca Digital da Fundação Biblioteca Nacional. (Disponíveis em: <<http://memoria.bn.br/docreader/003581/70466>>; <<http://memoria.bn.br/docreader/003581/70464>>. Acesso em: 11 dez 2019).....157

Figura 130. Capa do periódico “A Televisão no Rio de Janeiro”, e matéria “Primeira concretagem nas obras de instalação da televisão tupi no alto do pão de Açúcar”. *O Jornal*, ed. 09143, 12 fev 1950. Fonte: Arquivo O Jornal/D.A Press. Acervo digital da Hemeroteca Digital da Fundação Biblioteca Nacional. (Disponíveis em: <http://memoria.bn.br/DocReader/110523_05/779>; <http://memoria.bn.br/docreader/110523_05/786>. Acesso em: 13 dez 2019).....158

Figura 131. Matéria, “Industriais e comerciantes assistem a uma primeira demonstração da Televisão TUPI”. *O Jornal*, ed. 09324, 1950. Fonte: Arquivo O Jornal/D.A Press. Acervo digital da Hemeroteca Digital da Fundação Biblioteca Nacional (Disponível em: <http://memoria.bn.br/DocReader/110523_05/3794>. Acesso em: 13 dez 2019).....158

- Figura 132.** Anúncio da TV Tupi Rio. Fonte: Coleção 00125TBR – Televisão Brasileira / Acervo Museu da Imagem e do Som de São Paulo (MIS-SP) (Disponível em: <<http://acervo.mis-sp.org.br/fotografia/anuncio-na-manchete-da-inauguracao-da-tv-tupi-rio#>>. Acesso em: 16 jul 2020).....160
- Figura 133.** Equipe de telejornalismo esportivo registrando evento esportivo - Telejornal, TV Tupi. Fonte: Coleção 00125TBR – Televisão Brasileira / Acervo Museu da Imagem e do Som de São Paulo (MIS-SP) (Disponível em: <<http://acervo.mis-sp.org.br/fotografia/telejornal-tv-tupi>>. Acesso em: 14 jul 2020).....161
- Figura 134.** Fernanda Montenegro/ O Canto da Cotovia/Teleteatro, TV Tupi - Rio, canal 6. 1970. Fonte: Coleção 00125TBR – Televisão Brasileira / Acervo Museu da Imagem e do Som de São Paulo (MIS-SP).....164
- Figura 135.** Cena no teleteatro O Canto da Cotovia/ TV Tupi com Nápoles Muniz Freire, Sergio Britto, duas câmeras de TV, um operador de câmera e outro membro da equipe técnica – Rio 1970. Fonte: Coleção 00125TBR – Televisão Brasileira / Acervo Museu da Imagem e do Som de São Paulo (MIS-SP).....164
- Figura 136.** Hamlet - William Shakespeare na TV Tupi com os atores Dionísio Azevedo, Laura Cardoso, Luiz Gustavo e Henrique Martins. Fonte: Coleção 00125TBR – Televisão Brasileira / Acervo Museu da Imagem e do Som de São Paulo (MIS-SP).....165
- Figura 137.** A Matéria homenageia e destaca Chianca e Garcia, Mário Provenzano e Pernambuco de Oliveira. Revista *O Cruzeiro*, 21 mai 1955. Fonte: Arquivo O Cruzeiro/EM/D.A Press. Acervo digital da Hemeroteca Digital da Fundação Biblioteca Nacional (Disponível em: <<http://memoria.bn.br/docreader/003581/98081>; <http://memoria.bn.br/docreader/003581/98082>>. Acesso em: 13 dez 2019).....166
- Figura 138.** Família assiste TV Tupi. Fotografia de Peter. Scheier, 1950. Fonte: Acervo Instituto Moreira Salles.....170
- Figura 139.** Programa de perguntas com prêmios e variedades O Céu é o Limite no canal 6 - TV Tupi - RJ com J. Silvestre. Fonte: Coleção 00125TBR – Televisão Brasileira / Acervo Museu da Imagem e do Som de São Paulo (MIS-SP) (Disponível em: <<http://acervo.mis-sp.org.br/fotografia/programa-de-perguntas-com-premios-e-variedades-o-ceu-e-o-limite-no-canal-6-tv-tupi-rj-com>>. Acesso: 22 mai 2020).....171
- Figura 140.** Coluna BackGround Radioatividade. *O Cruzeiro*, p. 38, ed. 0017, 10 fev de 1951. Fonte: Arquivo O Cruzeiro/EM/D.A Press. Acervo digital da Hemeroteca Digital da Fundação Biblioteca Nacional (Disponível em: <<http://memoria.bn.br/docreader/DocReader.aspx?bib=003581&pagfis=74224>>. Acesso em: 15 jun 2020).....171
- Figura 141.** Anúncio “Aprenda praticante Rádio e Televisão e Cinema sonoro”. *O Cruzeiro*, 11 nov 1950. Fonte: Arquivo O Cruzeiro/EM/D.A Press. Acervo digital da Hemeroteca Digital da Fundação Biblioteca Nacional (Disponível em: <<http://memoria.bn.br/DocReader/003581/67171>>. Acesso em: 06 out 2020).....176
- Figura 142.** Matéria “Três Telas Famosas” – sobre evento de doação de obras ao MASP no auditório da TV Tupi Rio. Revista *O Cruzeiro*, p. 36-37, ed. 0004, 1956. Fonte: Arquivo O Cruzeiro/EM/D.A Press. Acervo digital da Hemeroteca Digital da Fundação Biblioteca Nacional. (Disponíveis em: <<http://memoria.bn.br/docreader/003581/101409>>; <<http://memoria.bn.br/docreader/DocReader.aspx?bib=003581&pagfis=101410>>;

- <<http://memoria.bn.br/docreader/DocReader.aspx?bib=003581&pagfis=101411>>;
<<http://memoria.bn.br/docreader/DocReader.aspx?bib=003581&pagfis=101412>>. Acesso em: 21 jul 2020).....177
- Figura 143.** Matéria “O Cantos Roberto Audi astro do Super-Show da TV TUPI”. *O Cruzeiro*, p. 40, ed. 0011, 26 dez 1959. Fonte: Arquivo O Cruzeiro/EM/D.A Press. Acervo digital da Hemeroteca Digital da Fundação Biblioteca Nacional (Disponíveis em: <<http://memoria.bn.br/docreader/DocReader.aspx?bib=003581&pagfis=122147>>. Acesso em: 12 mai 2020).....178
- Figura 144.** Criança fantasiada como o índiozinho da Tupi junto a câmera de televisão, durante a inauguração da TV Tupi 1950. Fonte: Arquivo O Cruzeiro/EM/D.A Press.....182
- Figura 145.** Caminhão responsável pela seleção e edição das cenas da TV Tupi, 1950; Estúdio de um programa da TV Tupi, 1966; Diversas câmeras de tv em cores prontas para começarem a operar. Fonte: Arquivo JCom/D.A Press.....187
- Figura 146.** Apresentadores e apresentadora de telejornal - Jornal da TV Tupi/Jornalismo, TV Tupi, canal 6-RJ. Fonte: Coleção 00125TBR – Televisão Brasileira / Acervo Museu da Imagem e do Som de São Paulo (MIS-SP).....190
- Figura 147.** Lúcia Lambertini como Emília - Programa Sítio do Pica Pau Amarelo - Infantil - TV Tupi. Fonte: Coleção 00125TBR – Televisão Brasileira / Acervo Museu da Imagem e do Som de São Paulo (MIS-SP) (Disponível em: <<http://acervo.mis-sp.org.br/fotografia/programa-sitio-do-pica-pau-amarelo-infantil-tv-tupi-lucia-lambertini-como-emilia>>. Acesso em: 15 jul 2020).....192
- Figura 148.** Ayrton Rodrigues, Jerry Adriane e o índio Carajá Taymã Tori Ynan no Programa Clube dos Artistas - Variedades - TV Tupi. Fonte: Coleção 00125TBR – Televisão Brasileira / Acervo Museu da Imagem e do Som de São Paulo (MIS-SP) (Disponível em: <<http://acervo.mis-sp.org.br/fotografia/programa-clube-dos-artistas-variedades-tv-tupi-na-foto-ayrton-rodrigues-jerry-adriane-e-o>>. Acesso em: 15 jul 2020).....192
- Figura 149.** Programa o Céu é o Limite. Fonte: Coleção 00125TBR – Televisão Brasileira / Acervo Museu da Imagem e do Som de São Paulo (MIS-SP) (Disponível em: <<http://acervo.mis-sp.org.br/fotografia/programa-o-ceu-e-o-limite-pergunta-e-premios-variedades-tv-tupi-janeiro1957-na-foto-j>>. Acesso em: 16 jul 2020).....192
- Figura 150.** Programa Buzina do Chacrinha – Auditório Urca 1973. Fonte: Coleção 00125TBR – Televisão Brasileira / Acervo Museu da Imagem e do Som de São Paulo (MIS-SP) (Disponível em: <<http://acervo.mis-sp.org.br/fotografia/programa-buzina-do-chacrinha-auditorio>>. Acesso em: 16 mai 2020).....193
- Figura 151.** Programa *Aqui e Agora: o Povo na TV*, apresentado por Wagner Montes. Fonte: Coleção 00125TBR – Televisão Brasileira / Acervo Museu da Imagem e do Som de São Paulo (MIS-SP) (Disponível em: <<http://acervo.mis-sp.org.br/fotografia/aqui-e-agora-auditorio-tv-tupi-rj>>. Acesso em: 13 jul 2020).....195
- Figura 152.** Glauber Rocha no Programa *Abertura*, TV Tupi 1979/80. Fonte: Arquivo TV. <<https://www.youtube.com/watch?v=eHZ5XKEbgGQ>>).....197

INTRODUÇÃO

Este trabalho de pesquisa surgiu de um encontro. Desse encontro, nasce o entusiasmo para uma investigação acadêmica sobre a inovação institucional no campo da gestão cultural em busca de novas, estimulantes e pertinentes perspectivas ao tema à luz do Programa de Engenharia de Produção. As linhas de pesquisa e os projetos do Laboratório Tecnologias, Diálogos e Sítios, que faz parte do Programa, se apresentaram como um convite irresistível a uma pesquisa a partir de dois dos seus conceitos: o do patrimônio relacional, que reflete sobre a importância do patrimônio na contemporaneidade como uma escolha ético-política que se dá em meio a uma rede de relações e instituições; e o do empreendedorismo situado, que é baseado na importância estratégica da incerteza, da imprevisibilidade e do enraizamento nas verdades e práticas locais para a atividade empresarial. Juntos, esses conceitos fizeram todo sentido e vieram ao encontro das minhas experiências profissionais na área da cultura.

Ao longo de uma trajetória de trinta e sete anos, minha dedicação a cada nova situação, lugar ou projeto se vivifica quando há condições de buscar, na gestão dos processos artísticos culturais, uma oportunidade de promover experiências mediadoras, empreendedoras, geradoras de ideias, processos, serviços e bens de caráter multiplicador do desenvolvimento criativo em sintonia com os seus territórios.

Essas buscas vêm de uma formação humanista de aprendizagem por meio de linguagens criativas, simbólicas e poéticas desde muito cedo. A arte foi e é o meio da expressão de afetos, códigos, símbolos e metáforas formadoras da minha comunicação com o mundo. Com um olhar nas manifestações do popular e do erudito, frequentei, no final dos anos 70, o Centro de Artes da Universidade Federal de Pernambuco por meio de uma formação nova na área acadêmica: a arte-educação. Aprendi com mestres como Ariano Suassuna, Ana Mae Barbosa e entre muitos outros dramaturgos, historiadores, antropólogos, músicos, dançarinos, cantadores, cineastas, poetas e escritores com uma pedagogia fundamentada nos ensinamentos de Paulo Freire, Jean Piaget e Maria Montessori.

No envolvimento com os festejos profanos e sagrados, descobri o lugar da arte no coletivo e o valor das tradições, das inquietações e do fazer na construção de um imaginário social vivo e transformador. Em viagens a pequenas e grandes cidades, dentro e fora do país, estudei e frequentei centros de arte, feiras, mostras e festivais sempre atenta

à presença da arte na relação da vida das pessoas e o desenvolvimento urbano. No início dos anos 80, descobri a relação entre arte e cidadania e fiz parte de associações de classes e do ativismo artístico político que me levaram a trabalhar na Fundação Joaquim Nabuco, uma instituição pública de estudos sociais sobre o homem dos trópicos, sob a orientação do antropólogo Gilberto Freyre, para implantação de um centro de promoção cultural voltado ao relacionamento e à formação com os movimentos artísticos da época.

Minha trajetória profissional se deu em parte com funções executivas voltadas ao desenvolvimento de projetos artísticos em instituições culturais e em parte como produtora e empreendedora cultural, com o aprendizado de vivenciar a necessidade de criação de processos próprios e flexíveis, como forma de realizar projetos com um diálogo efetivo e contemporâneo da arte entre as pessoas e a vida em sociedade.

Na revitalização do patrimônio cultural em Olinda e no Recife, a partir de meados dos anos 80, empreendi com a revitalização do edifício do Clube Atlântico, realizando por quatro anos “As Noites Olindenses”, um lugar de shows, novas tendências culturais e danças (com a orquestra do maestro Duda e grandes músicos, um deles, o hoje famoso, maestro Spock) para um público médio de mil pessoas a cada sexta-feira, e participei de programas de reconfiguração em áreas urbanas históricas a exemplo do Programa *Monumenta* do Ministério da Cultura e de revitalização do bairro do Recife Antigo (com a Prefeitura da Cidade, Fundação Roberto Marinho e IPHAN), quando vivi a potência da cultura como carro chefe para projetar transformação nas comunidades e nas cidades.

Nesse campo de atuação, participei, nos anos 90, da equipe da Fundação Roberto Marinho, no Rio de Janeiro, gerenciando a comunicação da instituição como foco na articulação das parcerias em iniciativas voltadas à educação, ao patrimônio e ao meio ambiente. Em jornadas, encontros e cidades por todo país, eram profundos os significados dos agentes e códigos das linguagens criativas e culturais dos lugares que mobilizavam o envolvimento dos artistas, comunidades, o poder público, empresas e a mídia com esforços para revitalizar e implantar museus a exemplo do Museu da Língua Portuguesa em São Paulo, canais de televisão como o Canal Futura na GLOBOSAT e o Anfiteatro Pôr do Sol à beira do Guaíba em Porto Alegre.

No início dos anos 2000, vivi a oportunidade de desenvolver uma instituição cultural do terceiro setor para um grupo financeiro internacional, o Santander, que chegava ao país. Apostei numa gestão voltada aos princípios libertários da arte e com um caráter de bem coletivo e, como superintendente do Santander Cultural, pautei como o compromisso maior o desenvolvimento do setor artístico e sua conexão ampla com as

iniciativas e os anseios contemporâneos da sociedade. O caminho foi reunir práticas e experiências de centenas de profissionais – artistas, produtores, educadores, designers, arquitetos, advogados, comunicadores, psicanalistas entre muitas especialidades que, também envolvidos com entidades, coletivos, ONGs e instituições públicas e privadas, foram chamados a perceber demandas, articular expertises, organizar iniciativas e planejar programas, em um circuito abrangente de ações. Juntos, durante nove anos, conseguimos implantar uma programação que envolvia agentes criativos das cidades, do Brasil, América Latina e outros países. O modelo associativo criado demonstrou uma escala multiplicadora de realizações no campo artístico que envolvia a relação com os públicos e suas competências e nas práticas da arte e do conhecimento ao lado de outras instituições. A pauta era fortalecer o setor com sua função de reflexão e promoção de inovação, ao mesmo tempo integrar as ações de outros setores produtivos da sociedade. As linguagens da arte se fundiam num processo de construção de significados e propósitos interligados com demandas e tendências contemporâneas de uma nova economia criativa, fóruns sociais locais e mundiais e as tendências da internet e suas redes. Tudo isso criou uma dinâmica conectada de atuação dentro e fora da instituição com uma experiência de gestão, fundamentalmente, em parcerias e na administração de protagonismos de agentes e instituições públicas, privadas e da sociedade organizada. A expertise de gestão desenvolvida me estimulou a enfrentar, ao lado das equipes de trabalho, cada situação de forma aberta e inclusiva a ponto de promover não só iniciativas, produtos e serviços culturais, mas também participar como mobilizadora de movimentos da própria sociedade que, inevitavelmente, trouxe grandes mudanças culturais para todos os envolvidos no período. O reconhecimento desse modo de gerir veio da grande quantidade de parcerias, iniciativas, públicos envolvidos, exposição nas mídias, prêmios e na coparticipação em fóruns, publicações e alianças nacionais e internacionais de gestão cultural, mediação, educação e de promoção da criatividade, como agentes como a Associação Brasileira de Críticos de Arte, Ministério da Cultura do Brasil, Internacional Council of Museums Brasil - ICOM, Ministério da Comunicação e Cultura da França, Aliança Mundial para Arte Educação - WAAE e Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura - UNESCO.

A partir de 2011, direcionei minha atenção para colaborar como consultora em iniciativas e instituições culturais com movimentos colaborativos de inovação, arte, tecnologia e urbanidade, com destaque para os trabalhos: (i) implantação do CRAB – Centro Sebrae de Referência do Artesanato Brasileiro, que revitalizou três prédios no

entorno na Praça Tiradentes para o desenvolvimento de uma plataforma criativa e mercadológica para o artesanato; (ii) implantação de uma escola de Design e do Centro de Economia Criativa e Design Latino Americano no Istituto Europeo di Design – IED¹, em um prédio, então em ruínas, do antigo Cassino da Urca. Radical nas questões que envolvem o patrimônio, a segunda experiência trouxe grandes aprendizados. Testemunhei os conflitos de um bairro histórico diante das pressões do abandono do seu edifício, ícone, por longos anos (dos anos 80 aos anos 2000), e das incertezas dos impactos na mobilidade e no cotidiano do lugar a partir de tal empreendimento. Na mediação entre os gestores do grupo italiano de ensino em design e da Prefeitura, o alinhamento de inúmeras questões para uma revitalização de caráter público-privado era necessário e complexo. Assessoriei o Grupo de 2015 a 2018 na área de inovação e negócios, através do planejamento e formatação de um centro de inovação voltado para economia criativa. Também aproximei e mediei a relação com parceiros e investidores, como o BNDES — Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social, que completariam sua revitalização e uso inconclusos.

A aproximação com a Urca — devido à força de sua história no imaginário coletivo e suas complexas dinâmicas sociais e urbanas — despertou-me para o campo dos estudos e práticas da gestão do patrimônio cultural, com especial interesse nos aspectos formadores de sua marca histórica representativa da cidade. Nesse contexto, os conteúdos investigativos propostos pelo LTDS — Laboratório Tecnologias, Diálogos e Sítios, relativos a patrimônio relacional e empreendedorismo situado, levaram-me a identificar no bairro da Urca um exemplo da formação carioca com significativos elementos da interferência humana criativa e empreendedora no desenvolvimento da cidade do Rio de Janeiro e, sendo assim, o escolhi para meu estudo de caso nesta pesquisa.

Marco inicial do surgimento da cidade, o bairro foi alvo dos impulsos empreendedores das grandes reformas urbanísticas, especialmente em 1922, quando a configuração atual da Urca foi planejada e construída quase que totalmente sobre o mar. A integração do bairro com a cidade teve como principal protagonista o seu equipamento cultural, que, como espaço criativo de convivência e representação política, econômica e artística, marcou época e lugar na construção cultural do Rio de Janeiro como cidade maravilhosa na entrada da modernidade.

¹ Cf. Ver mais: IED São Paulo. *Cassino da Urca*. Youtube: IED São Paulo, 2010. Disponível em: <https://youtu.be/PyW_XWLsFPU>. Acesso em: 04 mar 2019.

Hoje reconhecido como patrimônio cultural, o tombamento dos morros do bairro em nível federal teve início em 1973, e o entorno e o prédio tiveram proteções e sucessivos tombamentos pela municipalidade, em 1978, em 1988 e definitivamente em 2018, reafirmando seu o valor histórico e cultural. No sistema de normas e proteção ao patrimônio cultural do país, bens que carregam reconhecimento de patrimônio cultural com caracterização de lugar representam o prédio e o que nele ocorreu (ou ocorre), de forma que as dimensões do material e do imaterial se relacionam e se articulam. Por esse motivo, faz-se importante abordar a dimensão imaterial do equipamento por meio de um olhar sobre a engenharia social processada na interação dos contextos políticos, econômicos, sociais e culturais. Nessa dimensão, a engenhosidade empreendedora e o espírito artístico impactaram nos três momentos em que o equipamento causou significativa mudança nos rumos da vida artística e cultural brasileira. Dessa forma, o trabalho foi construído tendo por base a investigação dos três momentos-chave para a compreensão de como e por que o Hotel Balneário, Cassino e TV TUPI configuraram a Urca como um ícone da cultura carioca e do espírito do seu tempo.

Por meio do estudo de caso, a pesquisa foi amparada por um levantamento arquivístico documental, iconográfico e hemerográfico, associado a uma literatura ensaística, histórica e filosófica. O trabalho teve como ponto de partida uma leitura iconográfica que revelou um significativo repertório de fatos e imagens, além de apresentar realidades e efemérides marcantes da atuação do equipamento, tendo como principal fonte uma vasta documentação identificada em incursões (no acervo de periódicos da Hemeroteca Digital) da Biblioteca Nacional, no Acervo do Instituto Moreira Salles – IMS, no Museu Histórico Nacional, no Museu da Imagem e do Som - MIS de São Paulo e na Fundação Assis Chateaubriand. As publicações de matérias, notícias, reportagens, notas, anúncio e encartes sobre o Hotel Balneário, o Cassino da Urca e a TV TUPI possibilitaram compreender não só o que ocorria, mas como ocorriam as atividades nesses lugares, o que acabou por desvendar a proposta promocional e comercial dos negócios, bem como suas relações com os diversos públicos, agentes e setores de interlocução e personagens. Estes faziam a diferença na gestão e na expressão do lugar, em seus protagonismos, parcerias e em toda a teia relacional da construção das atividades e operação do lugar, seu caráter e seus impactos. Essas publicações puderam ser conferidas em destaque em revistas como *O Cruzeiro*, *Careta*, *Para Todos*, e os jornais *A Noite*, *O Jornal*, *A Manhã*, *Gazeta de Notícias*, *Jornal do Brasil* e *O Imparcial*, entre outros. O acervo de imagens fotográficas ajudou a construir a narrativa ao se somar

aos anúncios, notas e matérias jornalísticas, trazendo pontos de embasamento para responder à questão chave da pesquisa. Por sua vez, a argumentação foi baseada nas biografias dos personagens identificados como representantes simbólicos da construção dos três empreendimentos do lugar, somadas às entrevistas e literaturas selecionadas, proporcionando uma análise qualitativa.

A dissertação se estrutura em três capítulos, que apresentam o equipamento cultural através dos três diferentes empreendimentos que marcaram seu momentos-chave: O Hotel Balneário, que operou entre 1925 e 1932 como instância de lazer, bem estar e turismo, está relacionado à chegada do hábito do banho de mar e do uso da praia na cidade em um período de agudas transformações urbanísticas; o Cassino da Urca, que funcionou entre 1933 e 1946, marcando o surgimento de uma nova institucionalidade na emergente indústria cultural, e criando a mais emblemática casa de espetáculos da América Latina numa fase de intensas mudanças sociais; e por fim, a primeira emissora de televisão do país, a TV Tupi, que ocupou o lugar de 1950 a 1980 com os seus estúdios e novidades tecnológicas, modificando radicalmente o modo de vida da sociedade através do veículo de comunicação de massa.

Os capítulos discorrem sobre as três funções desempenhadas de 1922 a 1980 no lugar, caracterizadas como inovadoras na formação da cultura carioca e brasileira, por ressoarem ineditamente com as interferências mútuas que ocorriam no bairro e na cidade, onde havia uma profusão de intercessões advindas da política, dos costumes, da cultura e da engenhosidade empreendedora da época, com atenção aos processos sociais, portanto relacionais, do período.

Com o objetivo de responder como e por que o Hotel Balneário, Cassino e TV TUPI configuraram a Urca como um ícone da cultura carioca, a investigação buscou contribuir com os estudos da gestão e da inovação cultural, tendo como referência fundante a obra de Gilberto Freyre no tocante à engenharia social. Com especial interesse no entendimento contemporâneo de cultura e patrimônio como recursos (YÚDICE, 2004) de natureza intangível e bens imateriais no âmbito de ação da sociedade e seus organismos públicos, privados e da comunidade organizada, reconhecer a cultura e sua diversidade de expressões como recursos implica na ideia de que sua gestão tem no protagonismo das pessoas um elemento chave, sobretudo se considerarmos suas capacidades de aposta situada nos seus territórios. Nesse quadro, foi oportuno compreender o equipamento como uma institucionalidade situada, descrita por Hassan Zaoual (2006) como um sítio de pertencimento, “um marcador invisível de realidade”, uma entidade imaterial que

impregna o conjunto de vida em dado meio. A análise buscou colaborar para atualizar essa compreensão dos contextos da gestão cultural a partir da perspectiva do protagonismo de agentes criativos, líderes carismáticos e gênios criadores, na visão de Peter Hall (1998). Os aspectos de criação de uma nova engenharia social destacam o espírito empreendedor dos agentes, e os ciclos de inovações são caracterizados como processos de escolhas processuais e complexas (SARASVATHY, 2009). Já as abordagens percorrem a liberdade criativa, a experimentação e a ousadia como características da aventura, do imprevisto e do improvável (FLUSSER, 2008).

Um novo modo, que surge de um protagonismo situado em rede, aparece tanto para contribuir e favorecer que o espírito do tempo aconteça, quanto para despertá-lo de uma construção social que compreende o lugar do patrimônio dentro da cidadania contemporânea (FONSECA, 2017).

Acredito, assim, que a dissertação possa contribuir com os recentes estudos acadêmicos sobre as relações do homem com o lugar, em que os modos de presença produzem particularidades relacionais definidoras das linhas da sua própria configuração e imagem.

1. O HOTEL BALNEÁRIO 1922/1932: ABERTURA E CONTEXTO

1.1 UM ELOGIO À OBRA HUMANA NA CIDADE DESDE A FUNDAÇÃO

*“O Rio de Janeiro continua lindo,
o Rio de Janeiro continua sendo”*
Gilberto Gil (1969)



Figura 1. Fotografia de Augusto Malta. Fonte: Acervo Museu Histórico Nacional, Instituto Brasileiro de Museus IBRAM MC. nº21 /2019.

São muitos os estudos que tentam investigar, desvendar, compreender e explicar a cidade maravilhosa de São Sebastião do Rio de Janeiro. Muitas são as formas, os meios e as linguagens que os saberes e fazeres humanos buscam para expressar a cidade maravilhosa e o que representa vivê-la.

De longe, avistada pelo mar ou pelo ar, ela causa deslumbramento e palpitação. Uma vez nela, a experiência da intensa relação entre sentimento e pensamento é contínua, e provoca inspiração e desejo de beleza. Como num jogo de espelhos, a cidade se

desenvolve em meio a uma obra excepcional da natureza com o mar, a montanha e a floresta: o resultado é a paisagem de um sítio único, paradigmático e de extrema beleza.

Ao longo dos anos, a metrópole tropical foi sendo edificada não só em um impactante reflexo visual da natureza, mas também como seu retrato, por meio dos aspectos sócios culturais, históricos e urbanísticos que lhe conferem um caráter único, de valor universal de beleza e expressão cultural. Retratada por viajantes e conquistadores europeus desde a origem, sua imagem desenhada, pintada (e posteriormente fotografada) por muitos que nela passam ou vivem constituiu um meio de exaltação contínua — como um desejo de explorar as várias perspectivas de sua originalidade e beleza. Os ecos dessas imagens estão presentes no dia a dia do lugar, tornando-a reconhecida, além-mares, como uma das mais belas cidades do mundo. Como pontua Tuan (2013), “o ambiente construído como a linguagem tem o poder de definir e aperfeiçoar a sensibilidade. Pode aguçar e ampliar a consciência” (p. 13).



Figura 2. Pintura de Francisco Cocolilo (à esquerda). Fonte: Acervo Enciclopédia Itaú Cultural de Arte e Cultura; Pintura de Charles Landseer (ao centro), 1827. Fonte: Acervo da Fundação Estudar Pintura; William Gore Ouseley (à direita). Fonte: Enciclopédia Itaú Cultural de Arte e Cultura Brasileiras.

Presentes na prosa e no verso, no samba, no rock, pop, funk, na bossa nova, no jazz, na literatura e no cinema, nas artes visuais e na arquitetura, as homenagens ao Rio de Janeiro são uma forma de responder aos seus encantos e, ao mesmo tempo, torná-los tangíveis. O Rio é um tipo de cidade em que a presença da natureza no meio urbano a define num equilíbrio marcante de convivência, fazendo da vida cotidiana — na moradia, no trabalho, no lazer e no transitar — uma espécie de provocação constante dos sentidos. Um verdadeiro impulso à socialização em meio a uma impositiva atuação de integração ambiental no desenvolvimento de suas qualidades e competências, seus contrastes e conflitos enquanto cidade.

O Rio é uma cidade de cidades misturadas
 O Rio é uma cidade de cidades camufladas
 Na cidade sangue quente

Na cidade maravilha mutante
Rio quarenta graus
Cidade maravilha
Purgatório da beleza e do caos
(ABREU; FAWCETT, 1992).

Recentemente alçada pela UNESCO – Organização das Nações Unidas para Educação, Ciência e Cultura como patrimônio mundial da humanidade pela sua paisagem cultural, a cidade ganha o reconhecimento exatamente a partir dessa complexa integração impositiva entre a natureza e o homem. No dossiê de defesa da candidatura, realizado pelo Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional — IPHAN, — em colaboração com o Ministério do Meio Ambiente através do Instituto Chico Mendes, o Governo do Estado do Rio de Janeiro e a Prefeitura da Cidade do Rio de Janeiro em 2011 —, é apresentado um detalhado estudo em que se podem conferir as diversas características do desenvolvimento da cidade atrelada a sua beleza de paisagem.

A inscrição ao título se deu a partir de categorias de bens culturais, tal como definidas no Artigo 1º da Convenção do Patrimônio Mundial de 1972, por tratar-se de um sítio e também de uma paisagem cultural na lista do Patrimônio Mundial.

Foram três as categorias indicadas e, nelas, exalta-se a interferência humana criativa na configuração do cenário urbano carioca. É, portanto, na singularidade dos processos sociais que deram origem à forma, e vice-versa, que se desenha vivamente a sua paisagem cultural. São elas:

- (i) Paisagem desenhada intencionalmente - representada pelo Jardim Botânico, Passeio Público, Parque do Flamengo e Orla de Copacabana;
- (ii) Paisagem organicamente em evolução, na subcategoria paisagem contínua – representada pelos elementos naturais, principalmente o Parque Nacional da Tijuca e suas florestas replantadas (nas serras da Carioca e da Tijuca), que se regeneram ao longo dos anos e (iii) Paisagem Associativa – representada pelos diversos elementos que receberam a mão do homem e cujas imagens, retratadas desde os primeiros anos da colonização, projetam a cidade e a cultura do Rio de Janeiro no Brasil e no mundo. (UNESCO, 1972 *apud* IPHAN *et al.*, 2011, pp. 17-21).



Figura 3. Vista panorâmica do Rio de Janeiro. Fotografia de Helmut Batista. Fonte: Rio de Janeiro 360 graus, Batista, Helmut 2002.

O documento descreve que o equilíbrio entre os elementos naturais e construídos justifica o valor universal das paisagens da cidade do Rio de Janeiro, com destaque para o que ocorre em dois processos. O primeiro é voltado para o uso científico intencional da natureza local, pois o conhecimento científico da flora nativa no período colonial visava o extrativismo. Esse conhecimento posteriormente se alia aos ideais românticos da segunda metade do século XIX e traz a preocupação com a preservação ambiental, tendo como consequência, por exemplo, a desapropriação de terras no Maciço da Tijuca para seu reflorestamento. Essa iniciativa representa um marco das intervenções urbanas que se seguem ao longo do tempo. O segundo processo se expressa por meio das capacidades da criação de um rico imaginário social e suas representações simbólicas que, refletidas para o mundo através dos valores e imagens associadas, projetam a cidade do Rio de Janeiro e servem de tema e inspiração para as artes, o urbanismo e paisagismo. Citam-se os exemplos da estátua do Cristo Redentor e o bondinho que marcam o cume dos morros da Tijuca e do Pão de Açúcar, as fortalezas na defesa da cidade na entrada da baía da Guanabara e, ainda, os paisagismos excepcionais do Parque do Flamengo e da Praia de Copacabana no período moderno.

Do dossiê, apreende-se claramente que a reconstrução da paisagem natural é uma prática peculiar na relação entre a geografia e a construção da cidade desde o século XIX. O aterramento de mangues, lagos, baías e o desmatamento, associados à degradação dos mananciais, levaram a crises de abastecimento de água (a partir de 1840), a ressacas históricas e a constantes inundações em processos de enfrentamento das consequências das intervenções, ou de suas ausências. A interação da natureza e sua diversa e rica fauna e flora com a convivência da vida urbana, a qual se caracteriza pelo intenso uso social dos espaços abertos, exige um processual cuidado ambiental voltado para a manutenção da saúde populacional e da garantia da evolução da própria cidade sob a pressão do seu esperado desenvolvimento.

Ao mesmo tempo, percebe-se também na defesa da candidatura que a beleza da paisagem é a força criadora de um fértil imaginário formador do seu caráter cultural. Em busca de identificar a originalidade da paisagem cultural do Rio, o documento faz comparação com outras cidades e, na analogia feita com Nova York, aponta-se o diferencial de que ambas podem ser designadas de cidades *melting pots*, onde a vitalidade da cultura urbana as define.



Figura 4. Fotografia de Helmut Batista. Vista panorâmica da Praia de Copacabana. Fonte: Rio de Janeiro 360 graus. Batista, Helmut, 2002.

Sobre isso, Peter Hall escreveu uma extensa obra de temas sobre as cidades e o planejamento urbano, e destaca a cultura que se desenvolve nelas como determinante para alcançar novos padrões de civilização. Analisando diferentes cidades emblemáticas, o autor levanta um conjunto de fatores específicos que acontecem num dado tempo, assim como o meio e a forma em que se inserem inovações significativas e transformadoras. No livro *Cities in Civilization: culture, innovation and urban order*, Hall questiona:

Por que as grandes cidades têm épocas de ouro? Por que a chama criativa arde de maneira tão especial, tão única, nas cidades e não no campo? O que faz uma dada cidade, em dada época, se tornar de repente imensamente criativa, excepcionalmente inovadora? Por que esse espírito floresce por alguns anos, em geral uma ou duas décadas no máximo e então desaparece de forma tão repentina quanto surgiu? (HALL, 1998, p. 3).



Figura 5. Fotografia de Thiele & Kollien. Exposição Internacional do Centenário da Independência (1922). Fonte: Acervo Insituto Moreira Salles (RJ).

As respostas são muitas, difusas e se relacionam com a história e com a sociologia dos lugares. Um caminho apontado na sua meticulosa pesquisa diz respeito aos personagens do tempo, gênios criativos e lideranças carismáticas, os quais geram um clima cultural excepcional em uma determinada época, tornando-a gloriosa e influente.

Já o historiador cultural Peter Burke,— autor citado por Hall, escreveu em uma análise crítica do livro publicada na Revista *+Mais!* do jornal *Folha de São Paulo* (2000), identificando quatro metáforas, que, entendidas como teses, são fatores que desencadeiam os processos de inovação nas cidades. São elas: a da “reação em cadeia”, em que cada inovação surge da anterior; a do “imã”, para descrever a atração que a cidade exerce em jovens criativos de regiões circundantes; a da “rede”, que liga pessoas de talentos diversos e que habitam a mesma cidade; e a do “cadinho cultural”, que se refere à ideia norte-americana do *melting pot*, no qual uma quantidade de elementos diversos encontrados juntos na cidade se combina de forma criativa.

Nesse sentido, acompanhar a construção da maravilhosa paisagem do Rio de Janeiro compreendendo o significado da integração dos aspectos naturais e socioculturais de modo tão extraordinariamente original, remete-nos necessariamente às competências da engenharia e da arte na sociedade, bem como suas funções estruturantes no caminho dos processos civilizatórios da modernidade.

Se considerarmos a visão do antropólogo e escritor Gilberto Freyre (1987) sobre a ação da engenharia na obra *Homens, engenharias e rumos sociais* podemos compreender que é no equilíbrio de forças das três formas da engenharia, — a física, a humana e a social — que há a constituição de uma sociedade voltada para o bem-estar, isto é, o ideal de uma cidade moderna. Para Freyre,

a engenharia física, é a mais evidente e se manifesta em quase todas as coisas técnicas, ou construções a serviço essencial e imediato dos homens. [...] Das relações técnicas ao mesmo tempo que antropométricas, dos homens com tais coisas, cuida a engenharia humana. E das inter-relações de ordem social entre homens uns com os outros e de métodos com instituições de várias espécies dentro de uma sociedade humana, cuida a engenharia social (FREYRE, 1987, p. 11).

Seus estudos apresentam especificações e funções dessas engenharias e nos fazem perceber que, quando há a preponderância da engenharia física em detrimento da engenharia humana e social, perde-se a dimensão do próprio homem e do seu bem-estar, além de físico, psíquico, social ou socioeconômico e cultural. Freyre destaca ainda que:

Essas engenharias sistematizam modernos conhecimentos acerca dos seres humanos e de grupos sociais, considerados em suas múltiplas relações de trabalho e de vida, uns com os outros e todos como ambiente físico e com condições ecológico-sociais de vivência e convivência. (FREYRE, 1987, p. 14).

É fato que, de acordo com seus modelos administrativos, a história urbana do Rio de Janeiro configura-se como um laboratório de enfretamento de sua geografia e a racionalização do uso do espaço em meio a um processo civilizatório.

Capital da América portuguesa desde 1763, sede da Monarquia lusitana 1808 a 1821, Corte imperial de 1822 a 1889 e capital federal, da Proclamação da República à inauguração de Brasília em 1960, a cidade se transformou no principal cenário do exercício do poder e laboratório de várias experiências civilizatórias...(SANTOS; prefácio, KESSEL, 2001).

Nesse campo político e de experimentação da construção e da estruturação urbana do Rio de Janeiro, destaca-se o protagonismo de uma geração de grandes engenheiros que se constituíram como agentes responsáveis por intervenções pioneiras da formação da cidade. Vieira Souto (1849-1922), Paulo de Frontin (1860-1933), Pereira Passos (1836-1913) e Carlos Sampaio (1861 a 1930): cada um, em determinados momentos, trava um processo de demarcação, produção, uso e acúmulo de conhecimentos que aspiram ao saber fazer para modificar a realidade. Ao mesmo tempo em que dispunham de atitudes firmes diante de conflitos e da necessidade de inovações voltadas à mudança da realidade - de acordo com as vicissitudes do progresso-, nem sempre conseguiam criar coletivamente um fluxo socialmente situado que caracterizasse uma dinâmica equilibrada de interesses, a ponto de conseguir promover o protagonismo de uma engenharia que atendesse às exigências físicas, humanas e sociais na cidade. Embora dotada de grande capacidade tecnológica para enfrentar um território geográfico único, especialmente acidentado, a engenharia, em suas sistemáticas transformações urbanísticas a favor da chamada elite econômica e intelectual, tende a reforçar uma dinâmica social opressora — o que o campo de estudos da sociologia urbana chama de cidade partida —, ao criar diálogo e interação limitados entre cada parte das classes, bairros e grupos no desenvolvimento do tecido social urbano.

Nos seus desafios, a urbanização da cidade do Rio de Janeiro, não frequentemente, enfrenta a forma mecanicista e universal com a regionalização — no que lhe é substancial

— para criar uma necessária aliança “nem sempre ostensiva e até inconsciente entre engenheiros, antropólogos, entre arquitetos e sociólogos, entre pensadores e cientistas, entre cientistas e artistas, entre poetas e homens dos chamados práticos” (FREYRE, 1987, p. 16).

Essa aliança acaba por se constituir aleatoriamente da mistura sob pressão de diversas lideranças de grupos sociais vindas do “morro” e do “asfalto” (nomenclaturas popularmente utilizadas para representar, respectivamente, as pessoas moradoras das favelas e dos bairros urbanizados). Em meados do século XIX e início do século XX o Rio de Janeiro criou formas relacionais diversas diante das imposições de um movimento mundial de industrialização e a partir da impositiva beleza natural e suas condicionantes, num único e complexo panorama de engenho e arte.

1.2 A CAPACIDADE DO FAZER HUMANO PARA FAZER DA CIDADE, O QUE ELA É E PODE VIR A SER

Berço da cidade, simbólica e historicamente, a Urca pode ser vista como uma representação, uma síntese, do imaginário carioca e do instinto de vislumbrar possibilidades de futuro que vem desde os navegantes, colonizadores, nativos e demais povos escravizados, todos parte e pertencentes do lugar a ser projetado. A paisagem descomunal e deslumbrante da geografia da cidade do Rio, com suas montanhas, praias, florestas e acidentes geográficos marcantes e o seu impacto no fazer dos seus habitantes, não nega que sua fisionomia remete a cultura, “a saberes e a tradições que contribuíram para moldar a terra e o ambiente construído que nela se enraíza” (BENHAMOU, 2008, p. 129).

Foi na região da Urca, em março de 1565, entre os morros Cara de Cão e Pão de Açúcar, ou entre os morros da Urca e da Babilônia, que nasceu a cidade de São Sebastião do Rio de Janeiro. No dia primeiro de março, na entrada da Baía de Guanabara, o português e capitão-mor Estácio de Sá, com a expedição enviada pelo Governador Geral Mem de Sá, chega para expulsar os franceses que, sob o comando de Villegagnon, haviam invadido a região ao redor da Baía e ali se estabelecido. O marco zero da cidade, batizada de São Sebastião do Rio de Janeiro — em lembrança do patrono do jovem Rei de Portugal D. Sebastião (1557-1578) —, tem seu território conquistado com a ajuda dos jesuítas José de Anchieta e Gonçalo de Oliveira e dos índios Tupinambás. Com eles, o capitão Estácio

de Sá conseguiu vencer os índios Tamoios aliados aos franceses e levá-los à rendição no dia 13 de março daquele ano.

É dito que o local que não era dos mais adequados para se estabelecer uma cidade, mas estava mais protegido dos ataques inimigos pelo continente e, além disso, os aspectos geomórficos do lugar e a fusão da cultura dos nativos e dos colonizadores apareciam como uma primeira questão estratégica. Ao escolher uma língua de terra entre o Morro Cara de Cão e os penedos do Pão de Açúcar e da Urca (hoje Praia de Fora) para erguer a cerca modesta que seria o núcleo inicial de uma grande cidade, a tropa portuguesa estava protegida pela geografia de difícil acesso por terra. Ao mesmo tempo, sem o domínio da natureza do lugar, das suas trilhas locais, de sua vegetação e da produção de venenos e armas indígenas pode-se dizer que os interesses dos colonizadores das terras fluminenses e a “colaboração” decisiva dos nativos aliados nos remete tanto às questões de uso estratégico de uma geografia acidentada, quanto aos variados recursos de saberes e vivências que juntos determinam as capacidades de sobrevivência e domínio no território.

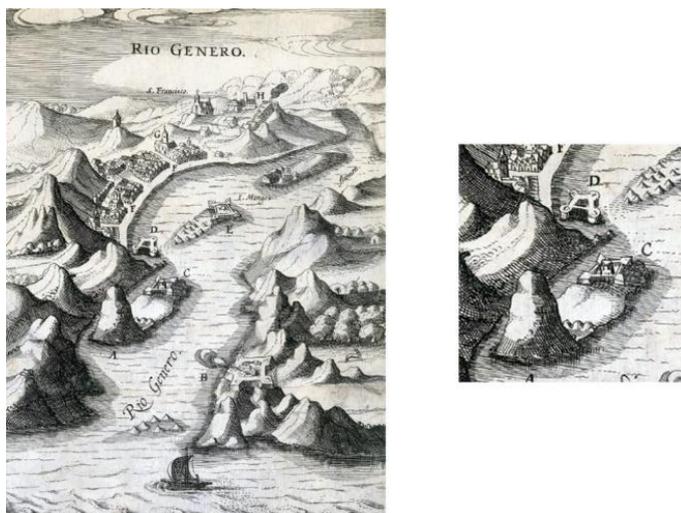


Figura 6. Rio Genero, carta do Reys-boeck (1624). Fonte: Exemplar Fundação Biblioteca Nacional. Mostra a separação do complexo montanhoso Urca/ Pão de Açúcar do continente.

Na sequência do domínio das águas da Guanabara, os portugueses adentram um caminho acidentado entre os morros, criando a primeira rua da cidade, a atual avenida São Sebastião, na Urca. Engendram caminhos a partir das trilhas originais feitas pelos nativos, que até hoje são eixos da mobilidade urbana na cidade; demarcam a região conquistada dividindo-as em sesmarias e instalam a cidade oficialmente no alto do morro do Castelo.

Com isso, a primeira área ocupada, na Urca, passa a ser chamada de cidade velha e se torna local estratégico de defesa com a instalação da Fortaleza de São João — que

hoje se impõe na defesa militar com um conjunto formado pela Escola do Comando do Estado Maior do Exército, a Escola de Guerra Naval e o Instituto Militar de Engenharia. Já a ocupação da Praia Vermelha se volta para a defesa militar com um forte, “a partir de 1856, o Batalhão de Engenheiros e a Escola Militar e de Aplicação, que constrói, em 1860, uma grande edificação entre os Morros da Urca e Babilônia”(AIZEN, 1988, p. 15).

É na Praia Vermelha, entre os morros da Urca e Babilônia, num cenário de beleza e monumentalidade, que ocorre a primeira Exposição Nacional em comemoração ao centenário da abertura dos portos brasileiros às nações amigas, em 1908. (AIZEN, 1988). A exposição acontece como numa cidade do encantamento, de arquitetura eclética, imponente e efêmera, para a exibição dos potenciais agrícola, industrial, pastoril e de artes liberais onde se assiste a uma exibição de beleza explícita.

Ali, a capital federal demonstra seu fôlego para enfrentar e utilizar o espaço a partir dos saberes da engenharia e da arquitetura em diálogo com a paisagem, ao mesmo tempo em que adere aos rituais mercantis e de publicização da modernidade. A nova capital da República, recém-urbanizada pelo então prefeito, o engenheiro Francisco Pereira Passos, e saneada sob as orientações do cientista Oswaldo Cruz, se exibia para sociedade e para diversas autoridades nacionais e estrangeiras que a visitavam.



Figura 7. Visão aérea da Exposição de 1908. Fotografia de Augusto Malta. Fonte: Acervo Museu Histórico Nacional/ Instituto Brasileiro de Museus - IBRAM MC nº21 /2019.

Nesse momento, a Urca ganha um novo significado na sua trajetória de marco inicial da cidade que se modernizava. A área de 182.000 metros entre a Praia da Saudade e a Praia Vermelha ganha sua primeira configuração urbanística com o desenho de ocupação e a realização da exposição com um grande investimento promovido pelo governo federal. O bairro é ampliado por meio da moderna técnica de aterro hidráulico e, embora sendo uma área distante do centro naquela época, uma atenção especial é dada aos acessos com a ampliação da ponte existente para a pedreira. Além disso, no molhe da Urca, é construída uma estação para barcas e instala-se uma pequena via férrea para locomoção do público, que contava também com uma nova linha de ônibus que dava acesso aos demais bairros da cidade. O plano geral da exposição aproveita as condições naturais do local adaptando as construções existentes e usa principalmente o edifício inicialmente projetado para ser a primeira universidade brasileira, que se torna o Palácio dos Estados e o da Escola Militar que sedia o Palácio das Indústrias.

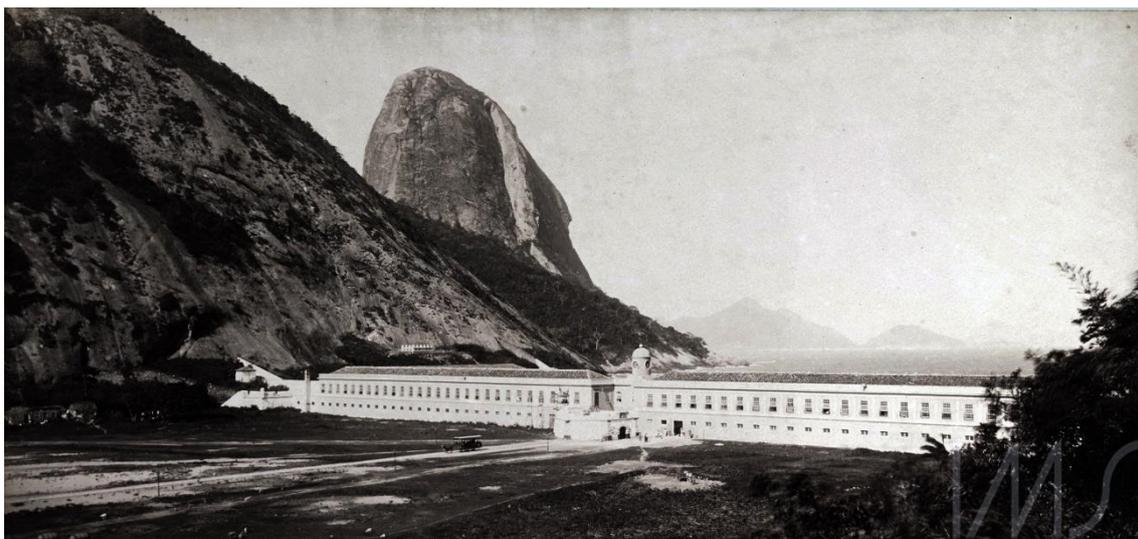


Figura 8. Escola Militar, 1906. Fotografia de Marc Ferrez. Fonte: Acervo Instituto Moreira Salles.



Figura 9. Palácio da Indústria, 1908. Fotografia de Augusto Malta. Fonte: Acervo Museu Histórico Nacional; Instituto Brasileiro de Museus - IBRAM MC nº21 /2019.

Ruth Levy, autora do livro *Entre Palácios e Pavilhões, a arquitetura efêmera da Exposição Nacional de 1908* (2008), destaca o atributo da monumentalidade nas grandes exposições internacionais. À época, as exposições funcionavam como meios de divulgação das indústrias e de internacionalização das riquezas dos países.

Tuan (2013) apresenta o entendimento de que

A cidade é um lugar, um centro de significados, por excelência. Possui símbolos visíveis. Mais ainda, a própria cidade é um símbolo. A cidade tradicional simbolizava primeiro a ordem transcendental, e feita pelo homem em oposição às forças caóticas de natureza terrena e infernal. [...] Foi como ordem transcendental que as antigas cidades adquiriram seu aspecto monumental. (TUAN, 2013, p. 211)

Compreendemos que o aspecto da monumentalidade que a exposição apresentou na Urca tem respaldo na representação do poder de realização da nação, que se afirmava quando tentava demonstrar suas forças para enfrentar a arena competitiva internacional e com os ímpetos de domínio das forças imprevisíveis da natureza, diante da formação única da cidade do Rio de Janeiro, que crescia em meio a morros, florestas, praias e lagoas.



Figura 10. Porta Monumental da Exposição de 1908. Fotografia de Augusto Malta. Fonte: Acervo Museu Histórico Nacional; Instituto Brasileiro de Museus - IBRAM MC nº21 /2019.

A iniciativa da exposição que aconteceu entre 11 de agosto e 15 de novembro de 1908, constituindo-se numa ampla exibição de produtos naturais e manufaturados — oriundos dos principais estados brasileiros —, surge na imprensa por sugestão da Associação Comercial e faz uso do aspecto lúdico das festas profanas e sagradas, já uma marca do Brasil colonial, com um calendário marcante de entretenimentos que ajuda na função de convencer pela emoção, sendo esse o propósito maior dessas exposições. Do monumental portal de entrada aos palácios e fontes, toda a grandiosidade da arquitetura exaltava as maravilhas da época com um cenário feericamente iluminado e espetáculos pirotécnicos que exibiam a técnica e o engenho humano (LEVY, 2008).



Figura 11. Pavilhão de Minas Gerais e São Paulo, Exposição de 1908. Fotografia de Augusto Malta.
Fonte: Acervo Museu Histórico Nacional; Instituto Brasileiro de Museus - IBRAM MC nº21 /2019.

Diante da grande dimensão da exposição como um empreendimento impulsionador de tantas inovações, o que chama atenção também é o caráter de efemeridade, pois quase todas as suas construções monumentais são demolidas logo após a realização. O que pode indicar que a exposição era sim uma oportunidade que revelava a sede da prática dos experimentos para garantir uma rápida evolução da civilidade. Pois, nesse período, o desenvolvimento da cidade do Rio de Janeiro era comparado com as grandes cidades europeias ou mesmo a sempre citada cidade de Buenos Aires, capital da Argentina, que estavam em plena vanguarda desenvolvimentista mundial.

Reconhecendo a transformação histórica que a exposição causa na Urca, pode-se apontar na trajetória da região momentos significativos de criação de futuro, todos marcados pelas apostas de singulares personagens criativos de liderança carismática, empreendedores dos seus respectivos tempos.

Suas atuações nos remetem ao que pontua Yi-Fu Tuan (2013) sobre o espaço e suas condicionantes de ação e tempo histórico: “O espaço é um símbolo comum de liberdade no mundo ocidental que permanece aberto, sugere futuro e convida à ação” (p. 72), e que “o lugar é um objetivo no futuro; O futuro não pode ser deixado sem data e indefinido” (p. 161).

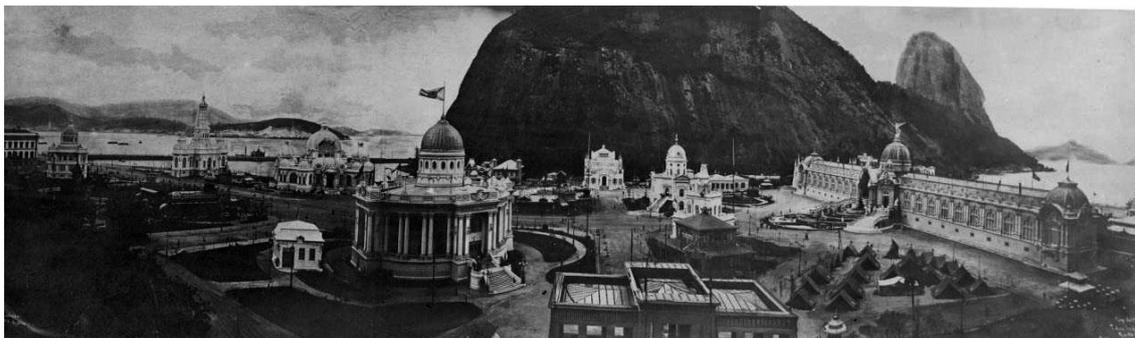


Figura 12. Vista geral da Exposição de 1908. Fotografia de Augusto Malta. Fonte: Acervo Museu Histórico Nacional; Instituto Brasileiro de Museus - IBRAM MC nº21 /2019.

Assim, pode-se afirmar que a Urca teve alguns momentos em que o futuro não foi deixado sem data. Um desses momentos se deu antes da exposição, com a proposta de construção de um conjunto de prédios para sediar a primeira universidade brasileira projetados pelo engenheiro Paula Freitas em 1880, em estilo neoclássico, por encomenda do imperador D. Pedro II. A iniciativa não teve sucesso por falta de recursos para terminar a obra e, no início da República, as obras são retomadas para abrigar a Escola Superior de Guerra. Mais uma vez as obras param e só são finalizadas pelo engenheiro Sampaio Correa, devido a exposição de 1908, para servir como o prédio “Pavilhão dos Estados”, hoje Museu das Ciências da Terra. Já a universidade viria a se instalar no bairro mais tarde no prédio do antigo hospício D. Pedro II.



Figura 13. Pavilhão dos Estados, 1908. Fotografia de Augusto Malta. Fonte: Acervo Museu Histórico Nacional; Instituto Brasileiro de Museus - IBRAM MC nº21 /2019.

Outro momento exemplar de que “o futuro não pode ficar indefinido”, na Urca, foi o da criação do Bondinho Pão de Açúcar, um símbolo de valor turístico para a cidade do Rio de Janeiro. Inspirado pela exposição e o desenvolvimento das técnicas de engenharia, o engenheiro carioca Augusto Ferreira Ramos idealizou o bondinho aéreo

entre a Praia Vermelha e o cume do Morro do Pão de Açúcar. Terceiro a ser construído no mundo (Espanha e Suíça haviam construído em 1907 e 1908, respectivamente), a inovação turística teve o apoio de eminentes figuras da sociedade carioca e a concessão foi dada pelo prefeito Serzedelo Correia em 1909 à empresa Companhia Caminho Aéreo Pão de Açúcar. A empresa criada pelo idealizador e empreendedor do equipamento que mais caracteriza o lazer de desfrute da beleza da paisagem carioca, e que ao mesmo tempo promove um cartão postal da cidade, é a mesma responsável até hoje.



Figura 14. Vista Pão de Açúcar e Bonde do Pão de Açúcar. Fotografias de Afonso José dos Santos, 1920.
Fonte: Acervo Instituto Moreira Salles

Mais tarde, pode-se dizer que uma nova tentativa de criar futuro na Urca se deu com o ousado plano Agache, com a proposta de um complexo universitário para o lugar. Segundo Aizen (1988), foi a vez do urbanista francês, Alfred Agache que — contratado na gestão de Prado Jr. (1926/30) para planejar melhorias e embelezamento do Rio com preocupações modernas de zoneamento, delimitação de áreas verdes e poluição das águas —, propõe a instalação de um campus universitário na atual Avenida Pasteur com extensão para Praia Vermelha e pavilhões para estudantes de forma semelhante à *Cité Universitaire de Paris*.

Um decisivo momento que vislumbra futuro na formação da Urca, só vem a acontecer a partir dos anos 1918, quase 300 anos após a primeira ocupação, pela imaginação e ousadia do comerciante português Domingos Fernandes Pinto. Domingos projeta um bairro a ser construído quase totalmente sobre o mar, com ares da modernidade e do bem-viver, e termina por configurar a atual integração do bairro da Urca a cidade (AIZEN, 1988).

1.3 MOMENTOS RADICAIS DA ENTRADA DA CIDADE NA MODERNIDADE

Os aspectos da confluência de interesses entre engenheiros, empresários e industriais na passagem do século XIX ao XX foi sublinhada em diversos estudos, particularmente naqueles que focalizaram o Clube de Engenharia, criado no Rio de Janeiro em 1880, como registra Maria Leticia Corrêa (2010). Em seu ensaio sobre engenharia, economia e progresso, a autora apresenta como os engenheiros tiveram atuação destacada no debate sobre melhoramentos urbanos, voltados à reordenação dos espaços da capital. Corrêa destaca ainda a mistura das identidades dos industriais e engenheiros, como instauradora das referências universais na concepção sobre o moderno e discorre sobre estudos que demonstram o protagonismo dos engenheiros ao lado de políticos e intelectuais na função de adequar o país aos ideais de progresso e civilização.

Nesse universo, a trajetória do engenheiro e professor da Escola Politécnica, Carlos Sampaio, se inscreve numa marcante e controversa história urbanística da cidade entre 1875 e 1930. Sócio fundador do Clube da Engenharia em 1880, Carlos Sampaio faz parte de uma geração de engenheiros que esteve diretamente envolvida com o debate sobre as intervenções na cidade, ainda no Império participou ativamente dos empreendimentos republicanos na capital federal. Sócio de Vieira Souto, Paulo de Frontin e outros engenheiros na Empresa Melhoramentos do Brasil, Carlos Sampaio teve uma atuação mais efetiva na órbita dos novos traçados urbanos.

Em 1891, a Melhoramentos firmou com o Conselho de Intendência Municipal um contrato tendo por objeto a construção de um túnel sob o morro da Providência e o prolongamento de algumas ruas no centro do Rio de Janeiro, próximo à Estação Pedro II da Estrada de Ferro Central do Brasil. A execução desse projeto exigiu, por sua vez, a demolição da célebre estalagem conhecida como “Cabeça de Porco”, situada na mesma região, que foi executada pela própria administração municipal com o apoio dos dois engenheiros (CORRÊA, 2010). A demolição do Cabeça de Porco, então conhecido como o maior e mais famoso cortiço carioca — que se caracterizava como modelo de moradia de condições precárias da população negra, ex-escravizada e pessoas de baixa renda —, marcou um dos momentos iniciais de uma prática de remoção em prol da urbanização geradora da interiorização e da favelização na cidade. Geralmente apontados como locais de insalubridade pela arquitetura amontoada das moradias com cocheiras com animais e carroças, galinheiros e armazéns, os dois mil habitantes do Cabeça de Porco foram

retirados de suas casas sem ter para onde ir aumentando as populações dos morros, nesse caso especialmente do morro da Providência (CHALHOUB, 2017).

A Melhoramentos do Brasil participa ainda da derrubada do morro do Senado, das obras da Av. Central e do Cais do Porto e da proposta da primeira tentativa de arrasamento do morro do Castelo em 1890, quando obteve a concessão para derrubá-lo e, por dificuldades financeiras, não efetiva o projeto.

O que vem a marcar a intervenção de Carlos Sampaio na cidade é a sua atuação como Prefeito do Distrito Federal, de 1920 a 1922, a convite do então presidente Epitácio Pessoa. Na sua gestão, dois acontecimentos de grande impacto na formação urbanística, social e econômica da cidade ocorrem num paralelo de forças que se justificaram mutuamente: o arrasamento do morro do Castelo e a realização da Exposição Comemorativa do Centenário da Independência.

Ao empreender e encaminhar a solução de problemas sob restrições, como afirma a ação da engenharia (PROENÇA *et al.*, 2015), o Prefeito Carlos Sampaio tem na derrubada do morro do Castelo uma questão de primeira ordem do seu mandato. Com o início do desmonte já empreendido na gestão do engenheiro Pereira Passos, a oportunidade de realizar a nova proposta do arrasamento completo do morro se alicerçou nas orientações das autoridades médicas, que, à época eram decisivas na indicação de que era imprescindível a retirada do morro para favorecer a circulação de ar que garantiria a saúde pública da população, reforçando a pauta da higiene e do saneamento na política da cidade.

A mobilização da prefeitura para a iniciativa estava imbuída no discurso científico que envolvia engenheiros, arquitetos, médicos, sanitaristas e políticos que atribuíram para si a função de construir o moderno modelo urbano do Rio de Janeiro. A iniciativa representava também os interesses em eliminar o que era considerado uma limitação à expansão das funções comerciais e administrativas de um novo tempo que, para a elite política e econômica, seria mais afeito a configuração produtiva da cidade. Porém, as forças contrárias a derrubada eram muitas: jornalistas e moradores, entre um sem número de atores que, em nome da preservação das tradições e dos castelenses, se contrapõem à iniciativa de transformação do que, até o momento, simbolizava os valores da formação da cidade.

Nesse sentido, a proposta de que com as terras do morro fosse feito o aterramento de uma enorme área costeira do centro para sediar a exposição do centenário da Independência — e colocar a cidade na alçada das grandes capitais mundiais —, casa

como uma luva na lógica desenvolvimentista liderada pelo prefeito. Essa justificativa foi decisiva para o investimento no desmonte do morro que viria para substituir o traçado urbano colonial, configurado para proteção contra invasões corsárias do passado em prol de um futuro promissor da modernidade para a Capital Federal. A derrubada dos monumentos símbolos de organização de poder que pairavam no alto do morro — a igreja de São Sebastião e o Convento dos Capuchinhos, onde estavam os ossos de Estácio de Sá e o marco de fundação da cidade, e as Ruínas do Forte com o seus casarios populares —, desde a fundação da cidade, dariam lugar a transformações que seguiriam por longos períodos para conformar a área em busca de uma nova e moderna ordem urbana na pressão do crescimento da cidade entre os morros. Esse momento é citado (LEVY, 2010) como o segundo período de urbanização da cidade no século XX — o primeiro foi concretizado pelo prefeito Francisco Pereira Passos entre 1903-1906.

Gimenez afirma que “é da percepção de quem empreende sobre o espaço de atuação que surge a interpretação de qual é a situação, e a partir dessa interpretação é que serão tomadas decisões” (GIMENEZ, 2016, p. 372). Essa visão sobre a percepção e a interpretação de quem empreende pode ser observada no perfil de liderança de Carlos Sampaio, pois é no diálogo entre a sua intensa prática discursiva e sua prática de intervenção urbanística — como engenheiro e como prefeito — que ele ganha espaço para suas inovadoras realizações, como revela Carlos Kassel (2001) no livro *A vitrine e o espelho*, numa análise do Rio de Janeiro sob a gestão de Carlos Sampaio. A produção textual do engenheiro, somada a sua expertise prática, termina por configurar uma gestão intervencionista diante das então necessárias negociações com os diversos agentes da sociedade no enfrentamento das complexas questões, tanto relativas ao desmonte do morro quanto à realização da exposição.

Kessel (2001) situa Carlos Sampaio como um indivíduo típico da mentalidade burguesa que "no culto ao progresso com desenvolvimento contínuo, por meio da conquista da natureza para produção de riquezas e bem-estar", aliado ao avanço das técnicas industriais e das ciências aplicadas da Europa, via que o "passado expresso na malha urbana colonial e em todas as relações sociais e econômicas nela baseadas e que nela se desenvolviam estava condenado antes mesmo de ser compreendido"(Kessel, 2001,p.6).

Nesse sentido, é interessante refletir numa contraposição através do conceito de território como um “sítio de pertencimento” de Hassan Zaoual (2006), que traz na

definição do território um espaço herdado, onde a vitalidade da antropologia e a centralidade no campo da história social atestam por uma “economia do desenvolvimento voltada à superação do economicismo, da ideologia do mercado, do pensamento único” (RIBEIRO *apud* ZAOUAL, 2006, p. 8). A teoria de território de Zaoual contra os modelos de desenraizamento hegemônicos em prol da globalização da economia nos alerta ao dano das decisões de agentes alienados e alienadores, apontando que “a alienação territorial pode transformar rapidamente sítios, culturas e anteriores saberes técnicos em escombros e ruínas” (RIBEIRO *apud* ZAOUAL, 2006, p. 11). Aponta ainda, como Gilberto Freyre, que a modernização irrefletida e tomada como universal impede o entendimento dos valores e saberes do lugar, das regionalidades, empobrecendo a ética da experiência humana e destruindo a autonomia dos lugares e dos atores sociais.

Por mais que o histórico das negociações feitas por Carlos Sampaio indique seu esforço em justificar o arrasamento do morro e no convencimento diante da realização da exposição do centenário de independência — ambos em prol de um desenvolvimento da cidade — pode-se considerar que as características dessa mentalidade hegemônica marcaram as intervenções da época e impactaram as memórias e os padrões das relações sociais que se formaram do tecido urbano carioca até hoje.

Já o impulso da exposição de 1922 na reconfiguração da cidade nasce de um processo articulado entre empréstimos a bancos nacionais e internacionais, especulação com a venda de terrenos na nova área a ser construída e a expansão com um novo comércio na região que, somando as cobranças de imposto predial, cria a condição econômica de empreender o desmonte do morro e o aterramento da região da ponta do Russel à ponta do Calabouço com o prolongamento da Avenida Beira Mar até Botafogo pela prefeitura de Carlos Sampaio (KESSEL, 2010).

Começando pelo uso de escavadeiras numa ação direta da prefeitura, passando por contratações de empresas especializadas e pela adoção de novas tecnologias para atender à velocidade necessária ao arrasamento do morro — como a utilização inovadora da força de bombas hidráulicas da empresa americana Kennedy & Co (de meados de 1921 ao final de 1922) —, o aterro sobre a baía surgia. Com ele, surgiam também os palácios e avenidas da exposição do centenário, que foi inaugurada em setembro de 1922.

A mídia acompanhava e divulgava todo o movimento, a exemplo da Revista *Semana* que, discutindo as intervenções, era sua porta-voz, tal como narra Levy (2010) no livro *A Exposição do Centenário*. Na reportagem da visita do Presidente da República ao morro, lê-se: “entrando em nova luta contra a natureza, a engenharia ativa a demolição

do morro do Castelo, cujos flancos abrigaram as figuras heroicas dos fundadores e defensores da cidade” (REVISTA DA SEMANA, 1921-1922 *apud* LEVY, 2010, p. 68), isto é, uma referência ao poder intervencionista no apagamento do ponto de formação da cidade e de celebração aos seus heróis. Ao mesmo tempo, o articulista da revista apresentava a imagem da cidade como mesquinha diante da sua grandiosidade natural, incentivando desde o anúncio de passeios à colina histórica antes do seu desmonte, — quando fazia referência ao sacrifício do carioca a uma das suas relíquias em prol do embelezamento da cidade —, até à criação de um novo conceito para a nova urbe que surgia quando afirmava ser o Rio “uma cidade construída por um homem lilipuitiano numa moldura gigantesca” (REVISTA DA SEMANA, 1921-1922 *apud* LEVY, 2010, p. 69). Uma firme voz e representante dos opositores do desmonte do morro na mídia foi a do jornalista e escritor Lima Barreto. O jornalista escrevia para a Revista *Careta* e foi implacável na defesa dos moradores do bairro e na crítica à lógica administrativa que não atendia às necessidades sociais. Com relação à natureza, chegou a citar que sem os morros a cidade seria igual a qualquer outra.

A justificativa de que a nação fazia cem anos tinha na realização da mostra nacional um evento significativo para firmar uma posição diante da modernidade. A proposta considerava o contexto político-econômico de forte impulso à industrialização do país e, visto que as nações europeias tentavam se refazer da grande guerra, tentou-se fazer da comemoração do centenário da independência um acontecimento que atraísse os interesses mercantis nacionais e internacionais. Com o objetivo de mostrar as modalidades do trabalho na pesca, lavoura, indústrias, transportes, comércio, comunicação, ciência e nas artes, além dos principais produtos do país em grandes pavilhões, foram convidados também 14 países estrangeiros. A ideia era que a potencialidade do país fosse percebida pelos estrangeiros para além da qualidade dos produtos nacionais, ao mesmo tempo em que os brasileiros também tivessem acesso às novidades dos países estrangeiros.

Quando a iniciativa foi aprovada na Câmara entre os deputados, e finalizado o decreto em novembro de 1920, apenas dois anos antes de sua inauguração, foi autorizado ao Poder Executivo a sua realização, sendo instituída então uma comissão para organizar todo o programa. Para sua realização, o presidente Epitácio Pessoa designa o próprio prefeito Carlos Sampaio para a presidência da comissão organizadora. O caráter transitório da exposição — com uma constituição eminentemente efêmera — foi estabelecido a exemplo de um exercício urbanístico de como a nova área aterrada poderia

ser ocupada, e um traçado monumental, característico das exposições mundiais à época, define a região com um novo eixo à beira-mar na expansão da cidade.



Figura 15. Planta original da Exposição do Centenário da Independência de 1922. Fonte: Arquivo Geral Cidade do Rio de Janeiro; Secretaria Municipal de Cultura; Prefeitura da Cidade do Rio de Janeiro.

Aquela foi também uma oportunidade para mostrar um arte nacional que se caracterizou com um estilo neocolonial numa tentativa de contraposição ao ecletismo estrangeiro, apresentando um ensaio de uma arquitetura de caráter nacional. A construção da exposição instaura uma era de rivalidade entre os engenheiros de sólida formação acadêmica que foram convocados para assumir grande parte dos projetos, os construtores com suas práticas, e o incentivo à arquitetura realizada por arquitetos, os quais viviam um momento de luta pelo reconhecimento profissional, pois, “com esta convocação, surge de fato, um espaço privilegiado para a discussão do papel do arquiteto, não apenas na construção isolada de um edifício, mas também como pensador das questões urbanas” (LEVY, 2010 p. 78). Nesse aspecto, Carlos Sampaio é conquistado pelo movimento dos arquitetos e dedica especial atenção à promoção do novo estilo da arquitetura neocolonial na grande maioria dos pavilhões, que contam com a participação de renomados profissionais. Isso demonstra a intenção de se criar um ideal nacionalista.



Figura 16. Conjunto de fotografias: Pavilhão Francês, Pavilhão Mexicano, Exposição Internacional do Centenário da Independência e Pavilhão Argentino (da direita para a esquerda). Fotografias de Thiele & Kollien. Fonte: Caras y Caretas/*Acervo Instituto Moreira Salles*.

A exposição passa a ser uma vitrine das obras dos arquitetos e da expectativa de um crescimento para a cidade, e os projetos passam pelo parecer de um conselho consultivo da cidade, através da proposta feita pela Sociedade dos Arquitetos e do envolvimento do IBA — Instituto Brasileiro de Arquitetos. A ambígua relação e definição de papéis entre os engenheiros e arquitetos foi tema de debates, publicações e ajustes nos regulamentos sobre as construções da exposição, e, entre as reflexões, estava a de que “ao engenheiro a construção é um recurso para suas finalidades transformadoras, impondo as leis humanas às forças da natureza, enquanto ao arquiteto a construção é a finalidade e suas formas uma derivação da beleza das formas da natureza” (LEVY, 2010, p. 52). Esta bem espelha a formação e os processos de engenhosidade e de representações simbólica da arte que constituem a formação urbana carioca, hoje reconhecida como paisagem cultural do Patrimônio Mundial (UNESCO).

Nas observações traçadas por Ruth Levy (2010), a busca por empreender um estilo nacional e neocolonial na arquitetura tem nas construções dos prédios da exposição uma estética a ser buscada. Uma consciência de futuro, uma semente que só germinaria bem depois com o modernismo (p. 81).

A Comissão da exposição definiu pelo aproveitamento do antigo prédio do Arsenal de Guerra e de suas dependências nos terrenos vizinhos do Estado e do Município. O prefeito Carlos Sampaio foi o encarregado por fiscalizar a obra, preparar o terreno e executar todos os projetos da exposição. As construções para a exposição foram alvo de uma comissão de arquitetos que, nomeada e aprovada pelo governo, foi contratada por meio de concurso público. Os concursos, que incentivavam as práticas dos

engenheiros e arquitetos (dos primeiros aos demais lugares do concurso), bem como suas criações — não necessariamente construídas —, constituíram-se de um amplo exercício de difusão das técnicas e propostas estéticas do período.

Uma área foi reservada para as construções dos governos estrangeiros que ergueram por conta própria seus pavilhões de exibição de produtos, formando a avenida das nações no plano urbanístico da exposição. A grande adesão internacional causou a alteração do nome da iniciativa, Exposição Nacional Comemorativa do Centenário da Independência, que passa a se chamar (por decreto em julho de 1922) de Exposição Internacional do Centenário da Independência - Rio de Janeiro.

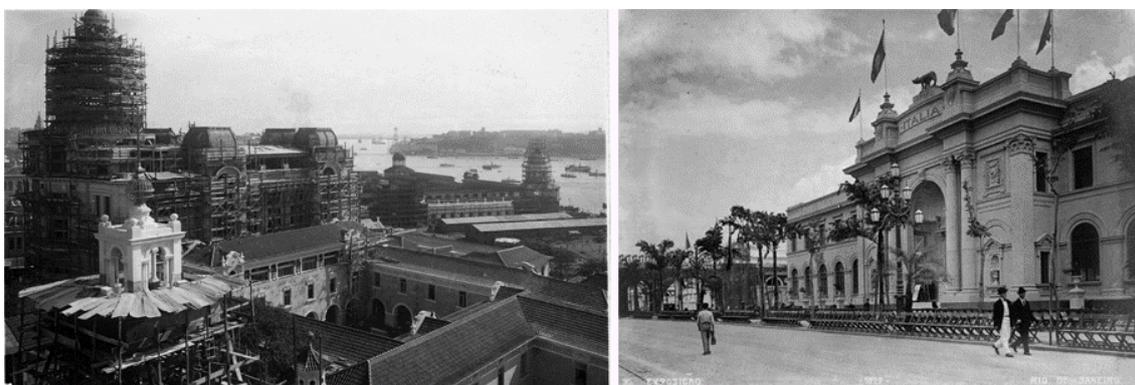


Figura 17. Duas fotografias da Exposição Internacional do Centenário da Independência. Rio de Janeiro (1922). Fotografias de Thiele & Kollien. Fonte: Caras y Caretas/ Acervo Instituto Moreira Salles.

As obras conduzidas foram alterando o plano geral inicial, adaptando-se de acordo com as necessidades, e incluíam pavilhões suntuosos, portas monumentais, parque de diversões, bares, chalés, hotel, coretos, restaurantes, cinemas etc., compreendendo dezesseis sessões: agricultura, indústria pastoril, comércio, economia geral, economia social, estatística, ensino, transporte e vias de comunicação, serviços públicos, história e geografia, imprensa, esportes, arte militar, belas artes, higiene/assistência. O processo de construção de muitos pavilhões foi acontecendo mesmo após a inauguração de setembro de 1922 e se prolongou até o final de julho de 1923, após algumas prorrogações da data de encerramento.

Para além da alteração significativa do traçado e da configuração urbana, a exposição trouxe para a cidade uma agenda de iniciativas dentro e fora do seu programa que agitou a vida política, econômica e cultural da sociedade carioca.

Em torno do local, foram mais de duzentos festejos, comemorações de solenidades e festas ocorridas, que iam de sessões inaugurais a congressos, de festas a

festivais literários, visitas de autoridades, passeatas carnavalescas, concursos de carruagens, espetáculos pirotécnicos, exposições de arte, passeios aéreos (uma grande novidade na época), tudo isso numa multiplicidade de oportunidades de convivência, criando, então, um espírito de renovação típico de momentos de efervescência e de *melting pot* na cidade.

Em paralelo, acontecimentos foram realizados por toda a cidade, como as Olimpíadas Latino-Americanas, a inauguração do museu da Independência no Palácio da Quinta da Boa Vista, emissão de selo postal, concertos musicais em praças públicas, festas populares, exposições de arte, além da instalação de iluminação e decoração em vários locais da área urbana do Rio.

A propaganda intensa, a exemplo da cobertura da *Revista do Brasil Contemporâneo*, trazia anúncios, reportagens e artigos diários incentivando as atividades, e revelava oportunidades, bem como uma grande quantidade de informações. Isso estimulava uma participação assídua de públicos, dos mais variados, que desfrutavam das diversões inéditas. Com um número médio de 12.723 visitantes diários no local da exposição, a circulação chegava a um total de 3.626.402 de pessoas durante todo o certame, confirmando à prefeitura um reconhecimento dos seus esforços em caracterizar a iniciativa como uma proposta de interesse público que abrangesse várias camadas sociais.



Figura 18. Pavilhão do Distrito Federal na Exposição Internacional do Centenário da Independência, Rio de Janeiro, 1922. Fotografia de Augusto Malta. Fonte: Acervo Família Otávio Penna.

A novidade na comunicação se deu com o uso da radiotelefonia e do telefone alto-falante que transmitiam os discursos e os expandiam para pessoas em outras cidades (Petrópolis, Niterói e São Paulo), assim como traziam para o lugar a execução de audiências realizadas em outro local, a exemplo da ópera “Guarany”, que aconteceu no Teatro Municipal (LEVY 2010, p. 134). Outro destaque de impacto junto ao público, considerada uma inovação, foi a iluminação. À frente das exposições realizadas anteriormente em outros países, com projeção de luz difusa nas fachadas dos palacetes, o resultado unia o saber de engenheiros ingleses, nova-iorquinos e brasileiros, e teve sua execução pela empresa General Electric.

O incentivo ao desenvolvimento hoteleiro foi outro impacto deixado pela exposição de 1922 na cidade, e que era uma preocupação inicial das autoridades organizadoras (LEVY, 2010, p. 139-141). Com ela, nascem três simbólicos hotéis cariocas. O Hotel Glória (projeto do engenheiro alemão Sylvio Riedlinger e financiado pela família Rocha Miranda), que se instala como o maior e mais luxuoso da América Latina e fica pronto na data oficial da inauguração. O Copacabana Palace, que abre no final da exposição, de inspiração francesa e feito pelo arquiteto francês Josef Gire. E, por fim, o hotel Sete de Setembro, que se instala na avenida construída na nova área também urbanizada — resultado de uma prática que desconsidera uma engenharia social voltada ao bem estar coletivo com a desterritorialização da população pobre do lugar — para então ser criada uma área nobre com as visões mais privilegiadas da cidade: a vista da baía de botafogo, do morro da Urca e do Pão de Açúcar, do atual bairro da Urca e, ao longe, Niterói com sua cadeia de montanhas que formam a serra fluminense.

O Hotel Sete de Setembro, conhecido como Hotel do Centenário, se mostra inadequado, funcionando como adendo do Hotel Glória. Posteriormente, deixa de funcionar como hotel, tornando-se, hoje, um dos prédios icônicos e em abandono na cidade.

Os quatro palácios que ficaram de herança na região do Castelo funcionam como símbolos representantes do momento histórico da exposição que ocorreu entre 7 de setembro de 1922 e 23 de março de 1923. Após a derrubada da quase totalidade das oitenta construções, ficam neles as lembranças de um tempo em que construir parecia ser um exercício muito mais voltado ao domínio da técnica e ao enfrentamento de desafios da matéria e da natureza onde a materialidade era efêmera e mais parecia a serviço da dobradinha: embelezar com a sede de realizar a qualquer custo. Ainda hoje, pode-se ver na cidade o que foram: o Pavilhão das Grandes Indústrias, atual Museu Histórico

Nacional; o Pavilhão da França, uma réplica do Petit Trianon de Versalhes que, após o término da exposição, foi doado à Academia Brasileira de Letras para lhe servir de sede e o prédio em estilo eclético que, mais tarde, iria abrigar o Museu da Imagem e do Som; além do Pavilhão da Estatística que ainda existe — sem a cúpula — e é hoje o Centro Cultural do Ministério da Saúde; e também a simbólica torre do antigo mercado municipal, mascarado na época para servir de pavilhão das indústrias particulares, hoje a torre do restaurante Albamar.

Daquele momento de pós-realização da exposição, em que os debates foram acalorados sobre quais eram os legados, heranças de dívidas e responsabilidades e como lidar com eles após a gestão de Carlos Sampaio, fica principalmente a questão de quais os caminhos dariam sequência à tamanha transformação da cidade. O ideal cosmopolita de civilidade, modernidade, saneamento e beleza iniciado por Pereira Passos sustentou o imaginário da cidade e ganhou seu auge na gestão que finalizava e deixava contas a pagar. Além da reforma urbana do eixo à beira-mar, que expande a cidade e seu futuro crescimento como estrutura viária aos bairros da Zona Sul, o ímpeto da intervenção e da técnica dos engenheiros deixam sua marca em outras regiões da cidade no período, como: a canalização do Rio Maracanã e a abertura da avenida do mesmo nome, o alargamento da avenida Niemeyer, o saneamento da lagoa Rodrigo de Freitas e a abertura das avenidas do contorno com novos terrenos a exemplo da avenida do Morro da Viúva, atual avenida Rui Barbosa.

É um fato histórico e simbólico que a violenta intervenção sobre o meio natural deu origem às grandes transformações que, ao longo de algumas décadas, constituíram a região com rupturas na busca pela modernidade. Enquanto uma nova cidade surgia, e com ela a ânsia por apagar o passado, os bastidores desse processo podem ser hoje observados pela recente capacidade de reconstituir a memória social do tempo-espaço, através da construção digital. No recente trabalho do professor de arquitetura e pesquisador Naylor Barbosa Vilas Boas sobre “Os Últimos Anos do Morro do Castelo (1918-1924): Rupturas na Conformação do Centro do Rio de Janeiro”, a tecnologia permite vivificar com novos modos de presença as sucessivas etapas do desaparecimento do morro do Castelo e os espaços que se perderam com as transformações ocorridas, permitindo refletir sobre novas leituras da construção da memória social carioca.



Figura 19. Vista Morro do Pão de Açúcar. Fotografia de Marc Ferrez. Fonte: Acervo Museu Histórico Nacional/ Instituto Brasileiro de Museus - IBRAM MC nº21 /2019.

Nesse cenário de transformações, e na necessária presença das figuras de liderança carismática, insere-se o comerciante português Domingos Fernandes Pinto. Morador da enseada de Botafogo, Domingos costumava olhar para o outro lado da baía e vislumbrar uma área a ser construída, quase que totalmente sobre o mar, para que se constituísse num bairro refletor dos ares da modernidade e do bem-viver citadino das primeiras décadas dos anos 20.

Foi de seu sonhar e da sua inspiração diante da beleza natural da baía e de seus morros que surgiu a imaginação de um bairro a ser implantado entre as rochas do morro da Urca e o mar. Sua ousada iniciativa na região teve início em 1895, quando ele se propõe a construir um cais que liga a Praia da Saudade (Instituto Benjamin Constant) à Fortaleza de São João, e explora uma pedreira no local. Essa trajetória empreendedora teve seus muitos percalços, muitos trabalhadores e a tecnologia de uma draga para o aterro do lugar. Com sua firma constituída em 1901 e mais um sócio, o engenheiro agrícola Ewerton Pinto, Fernandes Pinto tem limites de atuar no propósito de aterrar e concluir as obras por questões de divergências burocráticas na Junta Comercial entre a concessão feita a ele e o registro da firma, que se limitava à pedreira. De acordo com os escritos de Aizen (1988), anos depois houve um embargo na obra alegando prejuízo à defesa do Forte, parte da União Federal, a pedido do Ministério da Guerra. Já em 1919, persistente no seu propósito, Fernandes Pinto assina um novo contrato com a prefeitura, mas não consegue cumpri-lo.

É nesse momento que entra em cena outro empreendedor, o engenheiro chefe da Diretoria Geral de Obras e Viação da Prefeitura e responsável, portanto, pelas obras tanto do desmonte do morro quanto da exposição de 1922. Trata-se do mineiro Otávio Moreira Penna, filho do ex-presidente Afonso Penna, e que atua como o elo de confiança do

prefeito como um inovador empresário e importante protagonista na criação do bairro da Urca.

Otávio Penna faz parte do grupo de engenheiros que realiza uma das primeiras parcerias público-privada com a prefeitura do Distrito Federal. A parceria faz valer o sonho do comerciante e empresário Domingos Fernandes Pinto: construir um bairro a ser implantado entre as rochas do morro da Urca e o mar, configurando então a Urca como se conhece hoje na malha urbana carioca.



Figura 20. Fotografia de Augusto Malta e Cartão de Circulação de Otávio Penna como engenheiro chefe das obras da Exposição Internacional de 1922. Fonte: Acervo da Família Otávio Moreira Penna.

Com formação em engenharia civil e bacharelado em ciências físicas e matemática pela Escola Politécnica do Rio de Janeiro, Otávio Moreira Penna teve muitas funções técnicas e administrativas: foi um pioneiro da construção de edifícios e estradas de concreto, dirigiu a Companhia de Forças de Belo Horizonte, foi diretor do Sindicato da Construção Civil do Rio de Janeiro, superintendente e engenheiro da Estrada de Ferro do Rio Grande do Norte, membro do Conselho Federal do Comércio Exterior, conselheiro e vice-presidente da Federação das Indústrias do Rio de Janeiro, presidente do Grupo dos estudos Técnicos e diretor regional do SESI. Sua ampla atuação o caracteriza como um empreendedor plenamente inserido no contexto de desenvolvimento do Distrito Federal a sua época.

Para além da trajetória coerente e atitude racional, a atuação de Otávio Penna pode ser caracterizada como processual, tal como fundamenta a visão de Sara Sarasvathy sobre a ação empreendedora, por ela definida como *Effetutation*, que coloca o processo de

escolhas econômicas pelo “agente” humano a um nível mais complexo e que revela a incapacidade da previsão completa da sua tomada de decisão.

O engenheiro Otávio Penna tornou-se também um homem de negócios: foi proprietário de uma metalúrgica, uma companhia de navegação com três navios e uma pedreira, além da sociedade na construtora da Urca. Inovador, trouxe para o Brasil equipamentos e tecnologias como o sistema de jatos d’água e dragas para o assoreamento dos terrenos.²

Em 1922, Otávio assume a composição do grupo de engenheiros com diferentes perfis e especialidades para garantir o enfrentamento diante da complexa iniciativa de aterrar um bairro a ser construído sobre o mar e a encosta do morro da Urca. A empreitada exigiu a diplomacia de Oscar de Almeida Gama, que constituiu a Sociedade Anônima Empresa da Urca associada a Pinto Carneiro e Companhia — então concessionária do proponente Domingos Fernandes Pinto —, e consegue dar execução aos contratos anteriores da construção do cais (1919) tendo como acionistas “Angelo Ferrari, Eduardo Parissot e o próprio Otávio Moreira Penna, os dois últimos engenheiros responsáveis pelo aterro que deu o contorno definitivo ao bairro” (AIZEN, 1988, p. 30).

Se considerarmos ainda a importância do meio para a atividade empreendedora, em que a o compartilhamento de crenças, costumes e valores entre os agentes de um mesmo lugar gera vínculos que se traduzem nos sítios simbólicos de pertencimento (ZAOUAL, 2006), a construção da Urca tem na ação do grupo de engenheiros que constituem a Sociedade Anônima Empresa da Urca a formação de um novo caráter cultural no lugar.

O acordo que finalmente configurou a Urca como ela é hoje teve como condição uma teia de responsabilidades entre a Prefeitura do Distrito Federal e a empresa Sociedade Anônima Empresa da Urca e incluiu a participação do Ministério da Guerra. De caráter inovador tanto pela natureza da parceria, quanto pelo ineditismo da iniciativa em si, o empreendimento apresenta questões de amplo aspecto de interesses político, econômico e social por se constituir de uma concessão municipal para construção de um bairro sobre a água, numa região de segurança militar, berço da cidade (Capital Federal) e já considerada como patrimônio histórico. Naturalmente, o processo de inovações foi alvo de questionamentos, paralisações e avanços, interpretações e polêmicas. De acordo com

² Essas informações são resultado de uma entrevista com o neto de Otavio Penna, Luiz Octavio Penna Kamnitzer, em maio de 2019.

documentos apresentados pela *Sociedade Anonyma Empreza da Urca*³, a Comissão Militar de Syndicancia, nomeada pelo então Ministro da Guerra, com a defesa de acusações sofridas pelos jornais, pode-se acompanhar os tipos de situações, entendimentos e acordos necessários entre os órgãos públicos envolvidos e alguns episódios ocorridos.

Nas cartas apresentadas consta além do processo de ajustes na concessão ao longo dos anos, o embargo na obra por parte da União Federal a pedido do Ministério da Guerra em 1903, que foi julgado improcedente e a União foi condenada a pagar a Domingos Fernandes Pinto não só uma multa, mas também pelos prejuízos e lucros cessantes no período. Já em 1919, a pedido de Domingos Fernandes Pinto em novo contrato celebrado com a Prefeitura, foi ampliada a concessão com a extensão dos terrenos conquistados ao mar e foi dada a concessionária isenção dos impostos territoriais e predial por vinte anos. Os relatos nas cartas seguem apontando que com a incorporação da concessão comprada pela Sociedade Anônima Empresa da Urca em 1921 ficou firmado um novo acordo com a Prefeitura, conciliando os interesses com a realização da Exposição Internacional em comemoração ao centenário da independência. Para a Prefeitura, ficou a responsabilidade de abrir uma avenida (hoje a Av. Portugal) com um cais que terminava na pequena praia da Urca aproveitando os trabalhos e terrenos feitos pela empresa. Já num acordo com o Ministério da Guerra, a empresa se responsabiliza em executar melhorias com a remoção do corpo de Guarda, até então localizado na praia do Remeiro — posteriormente chamada Praia da Urca —, a construção de uma casa para o 3º Regimento da Infantaria no local, que servia para o mesmo fim, além de portões e a construção da Avenida Beira-Mar até a Fortaleza de São João. A empresa assumiu ainda a responsabilidade de construir: uma piscina para competições, escadas de acesso, arquibancada — que serviria para as atividades da exposição de 22 — (hoje o ancoradouro), um cais até a ponte de atracação da fortaleza de São João, obras hidráulicas, canalização pluvial, o aterro de uma larga faixa de terrenos e, ainda, uma escola e um hotel balneário para o bairro.

³ Cf. Ver mais em: FUNDAÇÃO GETÚLIO VARGAS - Centro de Pesquisa e Documentação de História Contemporânea do Brasil. *História da Sociedade Anonyma Empreza da Urca e sua defesa perante a Comissão Militar de Syndicancia*. Rio de Janeiro: Editora P Pongetti, 1931. Classificação: 061.2(091)SAEU/H673

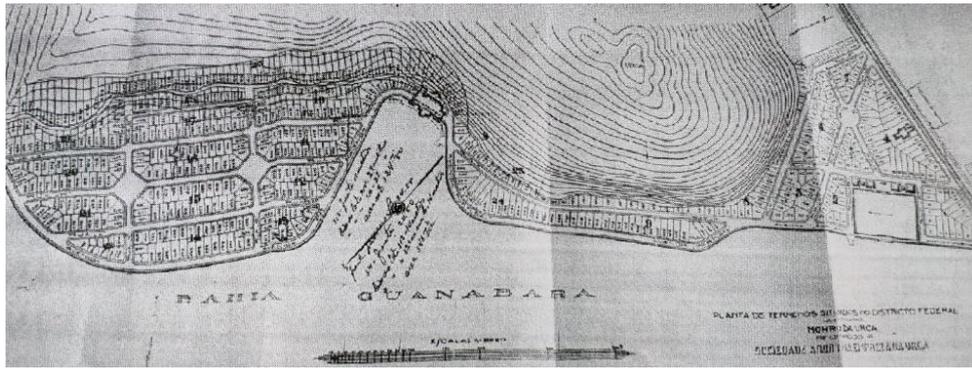


Figura 21. Planta com os terrenos aforados a Sociedade Anonyma Empreza da Urca situados entre Morro da Urca e o mar. Fonte: Acervo Família Otávio Moreira Penna.

Com o plano de arruamento e loteamento aprovado, as questões de aforamento foram posteriormente resolvidas com o Patrimônio Nacional para o recebimento do laudêmio entre a fazenda nacional e municipal. Os terrenos foram negociados em confiança, como descreve Otávio Penna na entrevista ao Jornal *O Globo* em 1960, pois, diante de tantas dificuldades, o que deu aos construtores as forças para seguir em frente com tantas incertezas foi a coragem dos compradores que se aventuravam a adquirir os terrenos ainda no mar denominando-os bem-humoradamente de “marrenos”.

Assim, nasce a implantação de um novo bairro residencial destinado à classe média que interfere numa das paisagens mais marcantes da cidade, num contexto de parcerias, comemorações, celebrações, ousadia e apostas. Tanto Otávio M. Penna, como Oscar Gama e Eduardo Parissot, associados da empresa construtora, adotam a Urca como seu local de moradia com as suas famílias e participam da formação do próprio bairro.



Figura 22. Pão d'Assucar e Urca. Fotografia de Holland, S. H, Rio de Janeiro, 1930. Fonte: Acervo digital Fundação Biblioteca Nacional.

Na configuração central do bairro, o Hotel Balneário, equipamento de lazer que fica diante de uma praia aprazível (antiga praia do Remeiro), ganha destaque e traz para o lugar um ponto singular de convivência e integração social da cidade. De propriedade da construtora Sociedade Anonyma Empreza da Urca, o Hotel Balneário é construído ao mesmo tempo em que o bairro da Urca e, instalado no ponto central, se torna, ao longo do tempo, um ícone e um testemunho das mais significativas transformações da sociedade do século XX.



Figura 23. Construção do Hotel Balneário na Urca. Fotografia de Augusto Malta, 1921. Fonte: Acervo Família Otávio Moreira Penna.



Figura 24. Hotel Balneário da Urca. Fotografia de Augusto Malta. Fonte: Acervo Museu da Imagem do Som Rio de Janeiro

Em 1922, o país vivia a descoberta das maravilhas e benefícios do banho de mar. A vida ao ar livre era valorizada, as praias passaram a ser o centro da vida social, o turismo começou a ser incentivado e as pessoas descobriam uma nova alternativa de vida urbana. O comportamento social vivia uma fase de descoberta de um novo divertimento, que envolvia indicação medicinal para o bem-estar e mudanças de hábitos e costumes⁴. A jornalista Mary Del Priori (2016) relatou que, no Rio de Janeiro, o banho de mar se consagra após a vinda do casal de monarcas, o Rei Alberto I e a Rainha Elizabeth da Bélgica, ao Rio em setembro de 1920. O Rei, um herói de guerra e praticante do nado marítimo, montou sua agenda de visita em torno dos seus nados diários na praia de Copacabana, instituindo um novo hábito dos pioneiros do esporte que com ele nadavam criando, assim, um espetáculo assistido por milhares de pessoas nas praias durante sua estada na cidade. A indumentária era a preocupação da polícia. A jornalista lembra que era sugerido entrar e sair com paletó e a imprensa orientava as pessoas de que elas não podiam andar de trajes de banho nas vias públicas.



Figura 25. Imagens da Revista *Caretta*, n. 1554, 1938. Autor: José Carlos de Brito e J. Carlos Cunha.
Fonte: Coleção J. Carlos/ Coleção Eduardo Augusto de Brito e Cunha/Instituto Moreira Salles.

A revista *Caretta* se referia a praia da Urca como uma serpente recostada aos pés dos morros que, com suas águas mansas, atraíam os banhistas. A partir daí, Balneário da Urca passa a ser um lugar de destaque por aglutinar moradores e visitantes de outros bairros. A estrutura do prédio se projeta sobre a praia, criada artificialmente a partir de uma pequena faixa de areia, com uma conformação arquitetônica inusitada por ter duas partes (uma parte perto da montanha e a outra perto do mar) integradas sendo atravessadas

⁴ Cf. Ver mais em: NUNES, J. Filme. *Balneário da Urca (1929-1935)*. LUPA - Laboratório Ambiental de Preservação Audiovisual da UFF. Disponível em: <<http://www.cinevi.uff.br/lupa/balneario-da-urca-titulo-atribuido-pb-silencioso-1929-1935/>>. Acesso em: 21 abr 2019.

ao meio pela única via de acesso a outra parte do bairro. A construção em estilo eclético representa as características da arquitetura da época e não há registros sobre a autoria de um arquiteto, sendo atribuída às habilidades dos engenheiros da própria empresa construtora.

O Hotel Balneário da Urca surge ao mesmo tempo em que outros hotéis nas áreas praieiras como o Hotel Glória, o Copacabana Palace e, na sequência, o Hotel Cassino Atlântico, mas não se sustenta como hotel por dispor de poucos quartos. O equipamento oferecia um complexo de lazer com cabines para os banhistas, quadra de tênis, restaurante e jogos de azar e estabeleceu-se como uma badalada estação balneária de entretenimento e lazer.

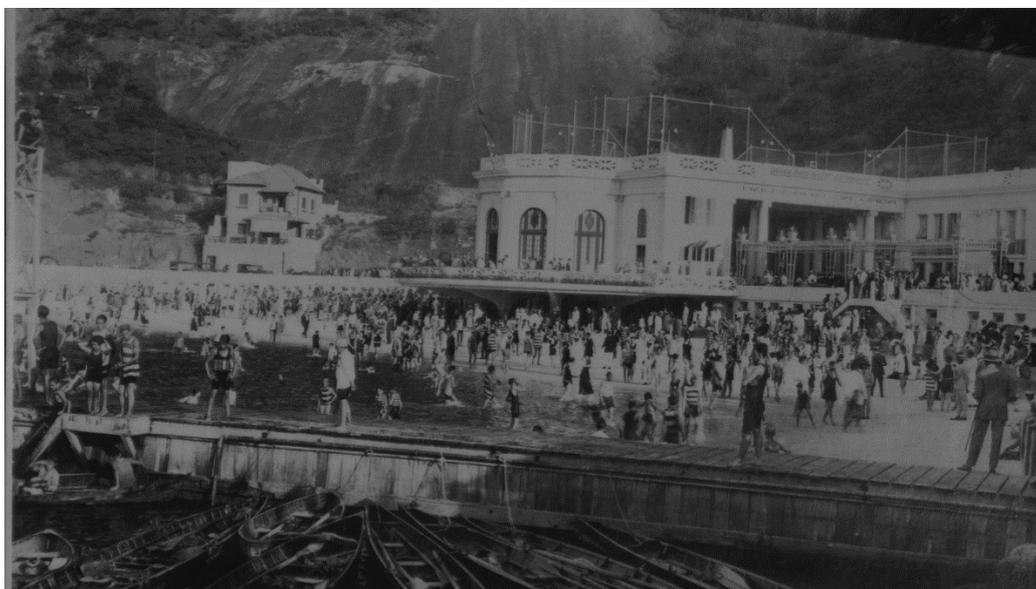


Figura 26. Hotel Balneário da Urca. Rio de Janeiro - RJ. Fotografia de Augusto Malta
Fonte: Acervo Museu da Imagem do Som Rio de Janeiro.

O movimento artístico cultural da época do Balneário era intenso.

No Pão de Açúcar
De Cada Dia
Dai-nos Senhor
A Poesia De
Cada Dia.
(Oswald de Andrade, 1972).



Figura 27. Fotografia de Augusto Malta. Acervo: Museu da Imagem e do Som Rio de Janeiro.

A busca da identidade nacional se alinhou aos movimentos artístico-culturais dos anos 20 aos 45. Repensar a cultura com o resgate das particularidades nacionais, seus costumes e diversidades étnicas passava, com frequência, por integrar a tradição e a modernidade, o regional e universal, o popular e erudito.

Era nítida a preocupação de se discutir os rumos da nação brasileira e sua identidade. Todos tinham algo a dizer — políticos, militares, empresários, trabalhadores, médicos, educadores, assim como artistas e intelectuais. Como deveria ser o Brasil moderno? Através da literatura, das artes plásticas, da música, e até mesmo de manifestos, os artistas e intelectuais modernistas buscaram compreender a cultura brasileira e sintonizá-la com o contexto internacional. Mas havia também intelectuais preocupados com a reforma das instituições — a começar pela Constituição de 1891 —, e que se dedicaram a apresentar propostas para a reorganização da sociedade brasileira.

Mário de Andrade, considerado um dos criadores do movimento modernista, defendia a perspectiva de integração dinâmica do passado ao presente. No seu livro de poemas *Paulicéia Desvairada* (1922), definia o passado como uma "lição para meditar não para reproduzir". A tradição em si não era valorizada, a não ser se criasse um vínculo vivo com a atualidade. Esse foi o sentido dos estudos folclóricos a que se dedicou. Assim como a Exposição do Centenário do Rio de Janeiro de 1922, a Semana de Arte Moderna tem forte impacto naquele momento, formalizando e discutindo questões que já estavam emergindo na vida cultural.

A entrada do Brasil na modernidade foi parte de um processo complexo em que se entrecruzaram dinâmicas diferentes. Nas primeiras décadas do século XX, aceleraram-se a industrialização, a urbanização e o crescimento do proletariado e do empresariado. De outro lado, permaneceram a tradição colonialista, os latifúndios, o sistema oligárquico e o desenvolvimento desigual das regiões. De toda forma, com a expansão dos centros urbanos, modificaram-se os valores da cultura cotidiana e os próprios padrões da comunicação social.

No começo da década, o movimento sufragista já conquistara o direito de voto das mulheres em boa parte do mundo ocidental. A prosperidade e a liberdade rotularam os anos vinte como “anos loucos”. Também foi a era do *jazz*, e a sociedade frequentava ópera, teatro e as exibições dos filmes de Hollywood que celebrizavam a cultura americana, o "*American way of life*" e seus astros. Foi também a era das inovações tecnológicas, da eletricidade, da modernização das fábricas, do rádio e do início do cinema falado. Estes fenômenos criaram, principalmente a partir dos Estados Unidos, um clima de prosperidade e de grande influência no Brasil.

Em 1925, os surrealistas, entre eles Miró e Pablo Picasso, apresentaram pela primeira vez seus trabalhos em Paris. Os anos 20 trazem o estilo art-déco, a arte construtivista — atenta ao funcional, além de obras literárias inovadoras, como "Ulisses", de James Joyce.

No Brasil, foram as ideias e as propostas originadas na década de 20 que consolidaram nos anos 30 a criação de instituições culturais, a exemplo do Serviço do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional — SPHAN (atual IPHAN — Instituto do Patrimônio Histórico Artístico Nacional), que marcam a atuação da política pública de proteção e valorização dos bens que representam o caráter da nação.

No Rio de Janeiro, grandes momentos de transformação foram vividos na passagem do século XX, e as reformas urbanas impulsionaram significativamente a sociedade a buscar novas formas de atuar, empreender e protagonizar os novos tempos. Desafiavam-se os costumes e rompiam-se os limites dos hábitos e tradições até então pautadas apenas pelo espelhamento do mundo dos colonizadores.

No contexto da convivência social e dos processos civilizatórios da cidade, o Passeio Público, no centro das sucessivas reconfigurações urbanas, viveu ao longo daqueles anos muitas reformas pela sua posição no centro da cidade, e teve uma função vital como cenário provocador das inovações do comportamento social.

Em paralelo ao que ocorria no Hotel Balneário na Urca, o teatro modernista carioca viveu momentos renovadores, tendo como cenário especialmente o Passeio Público, entre 1926 a 1935, nos palcos dos famosos Theatro Cassino e Casino Beira Mar. Os prédios foram uma herança do legado de ocupação da exposição internacional de 1922, mas surgem apenas em 1924. Os dois edifícios projetados, cada um no extremo do terreno, foram batizados contendo tendo a palavra “cassino”, para fazer referência aos pavilhões gêmeos, destinando um como *theatro* e o outro como diversão noturna e vespéral — com restaurante, casa de chá, bar e *dancing room*; porém, este último nunca funcionou com os chamados jogos de azar que caracterizavam os locais com o título de cassinos (SANTUCCCI, 2005, p. 30).

Esses equipamentos deram ao Passeio Público, em 1926, um novo e dinâmico ambiente, e não só de arte e entretenimento para a sociedade, mas principalmente um palco de inovações para o teatro carioca, que passou a abrigar companhias nacionais e internacionais. No Theatro Cassino, as novas experiências foram impulsionadoras para as mudanças nas artes cênicas que marcaram as inquietações incitadoras dos movimentos sociais e políticos entre os anos 1926 e 1935.

Já o Casino Beira Mar, ao lado, era voltado a diversão, e foi inaugurado com um grupo francês de dançarinas do Bat-Ta-Clan em números musicais, acompanhados por orquestras, e nos seus salões eram realizados todo tipo de comemorações, festas e bailes de carnaval marcados por uma efervescente convivência social.

Para Jane Santucci, no seu livro *Os Pavilhões do Passeio Público*, que apresenta um detalhado tratado do Theatro Cassino na época, esse período não foi favorável para o Theatro que, até os anos 30, era completamente dependente da produção independente, sem apoio de governo ou de empresas. Ela cita que o teatro de revista, ou teatro de variedades, que teve origem em meados do século XIX, tornou-se um gênero consagrado através de seus enredos críticos, músicas, danças e quadros humorísticos com caricaturas de personalidades do momento. Lembra que depois da guerra, o teatro tornou-se mais diversificado e luxuoso com vedetes e coristas após a vinda de companhias internacionais que tendiam a alimentar o clima da fantasia, além de que a saída adotada pelo teatro de revista nacional foi a de intensificar a sátira com temas políticos críticos até a chegada da censura em 37 com o Estado Novo.

A autora também traz no livro o retrato dos espectadores do teatro, que era caracterizado por uma classe média baixa composta por trabalhadores, vendedores, funcionários, caixeiros e outros profissionais que lotavam os teatros a procura de

comédias ligeiras, números musicais e teatro de revista. Registra ainda que a elite pouco frequentava o teatro e que os intelectuais somente frequentavam as temporadas de teatro francês, português ou italiano, tendo também o costume de promover salões lítero-musicais nos seus próprios salões, reunindo artistas, intelectuais e políticos.

Em 1928, a classe artística se sente reconhecida e tem seus direitos garantidos por meio da lei que deu reconhecimento jurídico aos artistas e profissionais do teatro, a qual foi encaminhada pelo então deputado Getúlio Vargas, ficando conhecida pelo nome de seu proponente.

O universo em torno das artes cênicas, protagonizadas no período, formava uma indústria do teatro de revista, pela qual o público se acostumava a ouvir e cantar maxixes, foxes, valsas, marchinhas e sambas. Esse quadro muito tem a dizer sobre a formação do imaginário popular e dos costumes da sociedade carioca de 1926 ao início dos anos 30, e apresenta a evolução da produção artística até a chegada da era dos Cassinos. A partir da liberação e incentivo ao jogo, em 1933, o entretenimento se torna a principal fonte de publicização e atração de públicos.

1.4 O HOTEL BALNEÁRIO - A INDUÇÃO DE UM HUB

O Hotel Balneário foi lançado num contexto de exaltação da cidade ter o privilégio de buscar conforto cada vez mais necessário para se lidar com as exigências da vida moderna. Por meio das matérias de jornais e revistas à época, destacava-se a condição essencial do bem-estar como o argumento do espírito empreendedor do carioca, o qual se caracterizava também como um fiel servidor da beleza da cidade acima dos interesses individuais.

Hotel Balneario da Urca

O QUE A SUA INAUGURAÇÃO REPRESENTA

O Rio de Janeiro é uma cidade privilegiada entre todas, do ponto de vista do conforto de seus habitantes, porque essa condição essencial, que a vida moderna cada vez mais exige, é sempre obtida à custa de um augmento de pittoresco.

Quem quer que tenha conhecido esta capital ha vinte annos passados, mal a reconhece agora, porque elle evoluiu num sentido de modernidade, o que contraria deliciosamente a regra geral que preside o desenvolvimento das grandes metropoles.

Com effeito, o velho Rio de duas décadas passadas é actualmente uma cidade seis ou oito vezes maior e com todas as garantias de uma vigorosa adolescencia. E são fiéis servidores de sua belleza as industrias avisadas que, ao lado de seu interesse pessoal, collocam o respeito da esthetica nos seus empreendimentos, que assim resultam em beneficio colectivo para a população.

Está caracterizadamente em tal caso o Balneario da Urca, propriedade da Sociedade Anonyma Empreza da Urca, que acaba de ser inaugurado.

Não temos duvida em classificar o novo estabelecimento — novo sob todos os aspectos e até mesmo pelos salutaris fins a que se destina — como um dos mais puros encantos com que o Rio de Janeiro pôde ser aquinhado.

O Balneario da Urca, construido á beira de uma praia segura e que offerece um dos melhores banhos da Guanabara, foi executado sob planos architectonicos que reuniram, para as nossas condições especiaes de clima e topographia, as mais vantajosas circumstancias já largamente postas á prova em estabelecimentos congêneros europeus.

Ha a notar, primeiro, a elegancia das linhas do edificio. E é de justiça deixar aqui consignada a victoria que a engenharia nacional, com esta obra, obteve sobre o elemento armado. Esta materia fria e que de muito prejudica a fantasia dos architectos, agora permittiu a construção de um edificio que allia, nas suas linhas de estylo classico-romano, a graciosidade de seus detalhes á imponencia do conjunto.

O Balneario da Urca é um hotel para fins especiaes, tendo um pouco de sanatório, pelo regimen dietetico que pôde prodigalizar a seus hospedes e pelo Instituto Physiotherapico que lhe está ligado, mas é um sanatório sem par na America, pela pluralidade de recursos que offerece a seus clientes. E' diemós sanatório apenas pelos inestimaveis beneficios que pôde prestar, estando todos os serviços clinicos especiaes sob a alta direcção de um especialista medico, o Dr. Gustavo Armbrust, que os divideu em cinco secções, a saber:

- 1ª — Banhos de mar.
- 2ª — Physiotherapia, comprehendendo duchas de agua doce e salgada, massagens, electricidade, banhos de luz, luz ultra-violeta, etc.
- 3ª — Heliotherapia — Banhos de sol.
- 4ª — Dietetica — Regimen especial, para cada caso.
- 5ª — Exercicios physicos.

Para os banhos de mar, o Balneario da Urca dispõe de oitenta confortaveis 'cabines', com pessoal habilitado e os exercicios physicos abrangem todos os sports nauticos, como o remô, com lous embarcações apropriadas, trampolins, "water-shoots", etc. e mais o "tennis". Installado nos vastos terraços que dominam o edificio, convenientemente preparados para esse elegante jogo já tão diffundido no seio da população carioca.

Eis ahi um rapido esboço dos innumerables atractivos que reune o Balneario da Urca, verdadeiro paraíso para os artriticos e para os fatigados que ahi insensivelmente se reabilitarão.

Não é possível desejar-se sitio melhor para uma estação de repouso, que transcorrerá entre os maiores encantos naturaes.

E tudo isso existe dentro da propria cidade, em pleno Botafogo, ao alcance de qualquer vehiculo e ainda, dentro de poucos dias, servido por "omnibus" mais tarde e por "ferry-boats" confortaveis que farão, estes, em 10 minutos, a viagem de Avenida Rio Branco á Urca.

Nas dependencias do hotel haverá serviço de bar e restaurante á disposição do publico, o que assegurará, ao lado da clientela regular uma concorrência numerosa de forasteiros.

Ao mesmo tempo que a Empreza da Urca offerece á população o prezioso hotel sem rival, termina a construção do mais interessante bairro de todo Botafogo, de cujo littoral se desortina o mais estupendo panorama — desde o penedo da Gavea até a ultima elevação da cordilheira dos Orgãos, tendo de parmelho as praias Vermelha, do Flamengo, de Russel, da Gloria, os massivos contraes da cidade, os morros, numa aglomeração incomparavel de deslumbramentos.

O novo bairro, que tanto va enriquecer o patrimonio urbano, é limitado pelas avenidas Portugal e Pasteur, comportando 3 praças e 14 ruas.

Resta á Empreza um pequeno numero de lotes de terrenos á venda, os quaes certamente encontrarão compradores em coincidência com a inauguração do Hotel-Balneario.

Está assim de parabens a população carioca que já neste verão pôde contar para a maior alegria do seu conforto com um centro de diverções salutaris que difficilmente encontrará equivalente em qualquer lugar do mundo.

O "Belmonte" de novo na Guanabara

E' esperado hoje, na Guanabara, procedente da ilha da Trindade, o transporte "Belmonte", do commando do capitão de fragata Nelson Peixoto Jurema.

A bordo desse vaso de guerra da Armada regressa, a esta capital, o capitão-tenente João Caetano Fontes, que vem de deixar o posto de commandante militar daquelle ilha, cargo para que foi recentemente eleito, como noticiamos, o capitão de mar e guerra Pedro Vieira de Mello Pinna.

As novas instalações de Rodrigues Irmão & Co.

Inauguraram-se, hontem, pela manhã, á rua Barão de S. Felix, 126, as novas instalações da firma Rodrigues, Irmão & C., estabelecimento, ha longo tempo, com commercio de aves e ovos nesta praça.

O baptismo do novo predio foi effectuado por monsenhor Manoel Lopes Vieira, vigario da parochia de Sant'Anna, havendo abrilhantado a solemnidade a banda da Colonia Portuguesa que executou trechos de seu escolhido repertorio.

Vão servir na comissão de promoções

O Dr. Alair Prata, prefeito do Districto Federal, resolveu nomear os inspectores escolares Dr. José da Costa Serra e Antonio Cicero Pergrino da Silva e professora cathedra D. Jandyrá Pereira, para servirem na comissão de promoções de que trata o art. 21, do dec. 2068, de 12 de agosto de 1924.

O prefeito designou tambem a amanuense D. Adalgisa de Araújo, para servir junto á referida comissão, sem prejuizo de suas funções.

Os orçamentos americanos

WASHINGTON, 8 (Havas) — O Senado votou os orçamentos dos Correios e Theouraria, na importância de 763 milhões de dollars.

official do do Minis
do Minis
Exonera
leutorio de
de 1º su
juiz federa
Paraná;
Declarat
ra. Pachai
fonso, per
dizos bras
lizados ar
Henrique
quem, Rad
neste e Ka
Nomea
do harmo
tituto Boa
dora ceta.
Reforma
beiros: no
invalidez.
Silva; no
to João B
gento gr
soldado M
glido José
no de Par
Reforma
no posto
gentes Jo
genio Gon
Oliveira; e
de Lima
de Oliveir
do e Fran
e soldados
Ferreira. E
Reforma
Militar Ca
concedendi
de 2ª class
salvo de
do Russel
de junho
za Santia
da Guerra
tineção do
da Guarda
Sardinha,
do ser col
rua Prime
Concede
Exercito I
vou uma
occurrido
e ao diari
Reynaldo
um compa
proxima á
Exonera
Deus Pira
tuto do Ji
Amazonas,
exercício
terminada
se achava;
fez logo
João de A
Declaran
que nome
Pereiras,
de substit
ção de A
substitui
Chagas;
Nonsan
curador de
na secção
gno Rodrig
quel, na s
risa Sampa
Nonsan
to do jul
Santa Cat
de Cruzeir
cção da B
de Aratuj
e Arthur J
cção de S
pectivas
co Drum
Tavares F
Cordeiro;
monte da
Freitas P
beiro de L
Arnau Ne
Sancton
lativas;
Criando
cargo de
dentes do
videncias;
Declaran
562:94811
ranta o an
de vincula
da Policia
decreto n.
findo.
Autoriza
tos especial
gamento, e
1924, do c
Dr. Michi
federal na
pontibilidad
gamento e
minutos a
gues Coelb
secção de
Abrindo
para occur
ferença d
nente dent
beiros. Foi
o anno de
O novo d
di
Vem de
do directo
Criação de
terio da Ag
Paula e B
annos, vini
tação com
portante re

Figura 28. Matéria "Hotel Balneario da Urca: O que sua inauguração representa". Jornal O Imparcial, 1925. Fonte: Acervo digital da Hemeroteca Digital da Fundação Biblioteca Nacional.

A iniciativa da Empresa Urca era reconhecida como nova em vários aspectos, destacando as propriedades da arquitetura e da engenharia em lidar com o cimento armado e que, embora utilizem as experiências das estações de banho congêneres das cidades europeias, souberam criar um lugar único com adaptações ao clima e à topografia local.

Os esforços eram em promover a ampla gama de atividades nas suas três principais funções:

- (1) de **casa de banho**, com chuveiros e lavatórios em 80 cabines e equipes especializadas para orientar os novos hábitos de uso da praia e do mar, nos quais se ofereciam as atrações de *water shut*, trampolim e esportes aquáticos;



Figura 29. Excerto de *A CRUZ* (Jornal da paróquia S. João Batista), 1925. Fonte: Acervo digital da Hemeroteca Digital da Fundação Biblioteca Nacional

- (2) de **sanatório**, com sessões de hidroterapia, duchas, banhos de imersão em banheiras com água do mar quente e fria, banho de luz ultra violeta, massagens e dietas, operando aos moldes de um atual *spa* sob a supervisão de um instituto de fisioterapia com médicos especialistas. Os serviços oferecidos se dividiam em cinco áreas: physiotherapia, heliotherapia, dietética e exercícios físicos.
- (3) E finalmente com a função de **hotel**, com várias opções de hospedagens.



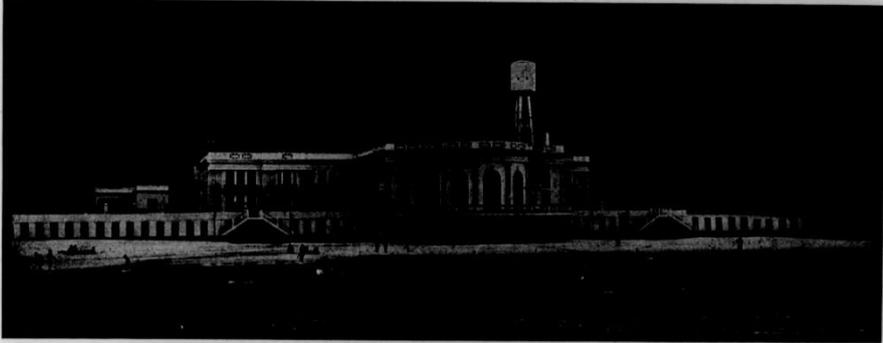
Figura 30. Reabertura. Excerto da *Gazeta de Noticias*, 1925. Fonte: Acervo digital da Hemeroteca Digital da Fundação Biblioteca Nacional

10 - I - 925

PARA TODOS...

HOTEL BALNEARIO DA URCA

PROPRIEDADE DA SOCIEDADE ANONYMA EMPREZA DA URCA, SITO A' AVENIDA PORTUGAL
PITTORESCO BAIRRO CONSTRUIDO PELA EMPREZA



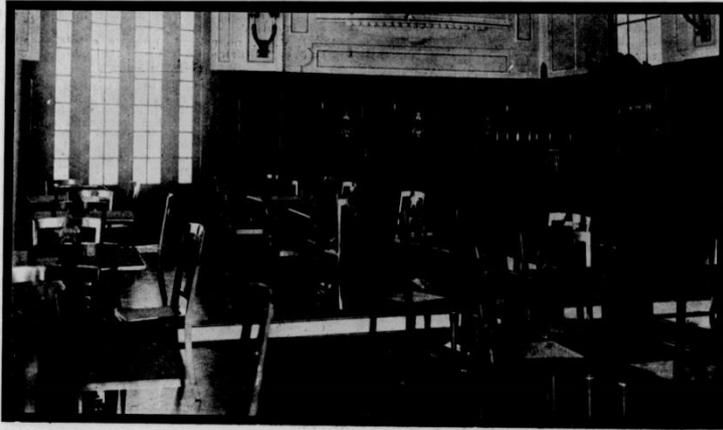
A elegante fachada do Balneário da Urca, vendo-se a ampla e linda praia de banhos

Diversas vistas do Balneário, inaugurado nos primeiros dias do corrente mez, o qual dispõe de confortáveis cabines para banhos de mar, aparta-



mentos para hospedes e bem montado estabelecimento de physiotherapia, sob a direcção do professor Dr. Gustavo Armbrust.

A entrada do Balneário, vista de lado



Aspecto parcial do Bar e Restaurant do Balneário da Urca

Figura 31. Propaganda do Hotel Balneário. *Revista Para Todos* (RJ), 1925. Fonte: Acervo digital da Hemeroteca Digital da Fundação Biblioteca Nacional.

Nota sobre fig. 31: Imagens internas do Hotel Balneário e a referência ao Dr. Gustavo Armbrust, responsável pela fisioterapia.

O restaurante liderado por famosos chefs vindos de Mar Del Plata e do Jockey Club, por exemplo, tornou-se ponto de encontro e garantia a permanência das pessoas no lugar para desfrutar das atividades durante todo o dia. Era oferecido também o acesso via

Era também o local escolhido pelos políticos, intelectuais, artistas, órgãos de representação de classe e empresas para homenagens, comemorações e premiações.

ANNIVERSARIOS

Faz annos hoje o Dr. Francisque Cuchet, engenheiro architecto, socio de importante firma de architectos desta praça.

Architecto aureado pela Escola de Bellas Artes de Paris, o anniversario de hoje vem ha mais de 15 annos resolvendo com proficiencia, nesta capital, to-referentes á sua profissão.

Ao conhecido architecto os seus collegas de escriptorio oferecerão hoje um almogo, no Hotel Balneario da Urca, ao qual precede um divertido banho de mar naquelle pittoresco e aprazivel recanto, hoje tão preferido pela fina flor da sociedade carioca.

6, Bizet, in n. 1, orchestra Brasil.

2ª parte — Araujuez, orchestra Club do Brasil

2, Canto pe Belchrior.

3, Zerco, No Radio Club do

4, Canto pe Paoli.

5, Planquete reta "Os solos de piano por Wabberg Bang Ne Os solos de Wabberg Bang cutará, são os

1, Nepomuce

2, Agathe Taccato.

3, Granadas,

Noticias

FALLECIMEN

Figura 34. Nota “Anniversários” - Comemoração de aniversário do famoso engenheiro e arquiteto Francisque Cuche”. *Jornal A Manhã*, 1926. Fonte: Acervo digital da Fundação Hemeroteca Digital da Biblioteca Nacional.

O lugar servia também como ponto de encontro dos moradores e de reuniões pertinentes às iniciativas do bairro, como se pode ver pelo exemplo simbólico abaixo, quanto à cessão de salas para os encontros das comissões que trabalhavam em prol da construção da Igrejinha. Foi, também, ponto de vendas dos lotes e terrenos recém aterrados da Urca.

IGREJA DE N.ª S.ª DO BRASIL

Reunião geral

Todas as pessoas que fazem parte das Comissões que estão trabalhando para a construção da matriz de Nossa Senhora do Brasil, tanto na Urca, como em Botafogo são convidadas a comparecer a uma reunião geral, onde serão tratados assuntos de grande interesse.

A reunião será na proxima Terça-feira, 24 do corrente, ás 3 horas, no Hotel Balneario da Urca, cujo proprietario vem cedendo, gentilmente, uma sala para as reuniões de Nossa Senhora do Brasil.

Figura 35. Nota “Reunião Geral”, Reuniões para a construção da Igreja Nossa Senhora do Brasil. *Revista da Semana* 1931. Fonte: Acervo digital da Hemeroteca Digital da Fundação Biblioteca Nacional.

S. João -- S. Pedro

Grande Reveillon no Balneario da Urca

Sabado 26 do corrente das 22 horas em diante

Deslumbrantes numeros de fogos de artifício ainda não vistos nesta capital que serão exhibidos a partir das 23 horas.

(Muitas flores e iluminação feérica).

De segunda-feira, 21 do corrente, no escriptorio do "Hotel Balneario da Urca,, serão acceitas encomendas de mesas para cinco, quatro, e duas pessoas.

No salão de danças duas importantes "Jazz Bands,, executarão numeros de sensação.

No decorrer da festa haverá um sorteio com direito nos seguintes objectos:

1º PREMIO — uma lindissima boneca "Lenci", offerecida pela casa "A Capital,,.

2º PREMIO — um vidro de perfume "Bouquet de Faunes,, offerecido pelo "Hotel Balneario da Urca,,.

3º PREMIO — um vidro de perfume "La Tulipe Noire,, offerecido pela "Casa Colombo",.

4º PREMIO — um passe por dois mezes nos auto-omnibus da "Empresa Auto Visão Companhia Limitada,, offerecido pela mesma Empresa.

5º PREMIO — uma "Trousse,, offerecida pela "A Moda,,.

6º PREMIO — um vaso de porcellana com pintura Vienna, offerecido pela casa "Grão Turco",.

O sorteio será feito por meio de bilhetes numerados de accordo com os numeros de logares nas mesas.
Cada mesa jogará com tantos bilhetes quantos forem os seus logares.

Auto-omnibus — "Andarahy Balneario da Urca,, de dez em dez minutos.
N. B. — Não será exigido traje de rigor.

AVISO IMPORTANTE

JANTARES DANSANTES desde já aos Sabbados, Domingos, Terças e Quintas-feiras, uma excepcional orchestra — "Jazz-Band".

A linda festa de hoje no "Balneario da Urca"

Em commemoração a S. João e S. Pedro, o "Hotel Balneario da Urca" realizará hoje, o seu annuncio "reveillon", cujo programma foi organizado a capricho. Magnifico "jazz-band" sob a direcção do maestro Menescal, executarã os melhores numeros de musica.

Haverá sorteio dos seguintes brindes:

1º premio — Uma lindissima boneca "Lenci", offerecida pela casa "A Capital"; **2º premio** — Um vidro de perfume "Bouquet de Faunes", offerecido pelo H. Balneario da Urca; **3º premio** — Um vidro de perfume "La Tulipe Noire", offerecido pela "Casa Colombo"; **4º premio** — Um passe por dois mezes nos auto-omnibus da "Empresa Auto Visão Companhia Limitada", offerecido pela mesma empresa; **5º premio** — Uma "Trousse", offerecida pela "A Moda"; **6º premio** — Um vaso de porcellana, com pintura Vienna, offerecido pela "Casa Grão Turco".

O sorteio dos premios será feito por meio de bilhetes numerados, correspondentes ao numero da entrada, que estão á venda no escriptorio do Balneario.

Durante a festa, a partir das 22 horas, serão queimados os seguintes numeros de fogos:

1º — Vulcão inicial com 50 foguetões de relampago; **2º** — Bateria de morteiros com descargas a tiros systema japonês; **3º** — Girandola com 24 foguetões de peixe ar; **4º** — Bateria de morteiros perolas luminosas; **5º** — Truço de coroas electricas; **6º** —

Figura 38. Anúncio "Grande Reveillon no Balneário da Urca" e matéria "A linda festa de hoje no Balneário da Urca". A *Manhã* (RJ), 1926. Fonte: Acervo digital da Hemeroteca Digital da Fundação Biblioteca Nacional.

Atividades permanentes como o jantar dançante ao som de orquestras e *shows* das famosas vozes que circulavam entre as conhecidas casas de Montevideú e Buenos Aires, ou como o "Chá das Rosas", todas às terças-feiras, organizado por jovens e senhoras da sociedade em prol de causas sociais, com recitais de poesia e números musicais, provocavam um envolvimento gerador de pertencimento nos frequentadores, o que dava ao lugar um perfil de clube.

No Hotel Balneario da Urca
O "CHA' DAS ROSAS" DE TERÇA-FEIRA PASSADA

Muito lindo, muito animado esteve o "Chá das Rosas" que se realizou terça-feira proxima decorrida, 23 do actual, no Hotel Balneario da Urca. Delicadamente ornamentadas de flores varias, apresentavam as mesinhas festivo aspecto, e que eram servidas pelas mais distinctas senhorinhas da sociedade carioca. Dirigiram o delicioso "Chá das Rosas" as senhoras Rego Barros, Gustavo da Silveira e Nelson Senna. Magnificos numeros de musica foram executados, sob repetidos applausos pelas senhorinhas Maria Helena Pinto e Heloisa Helena Gama, e pelos senhores Francisco Alves e Mario Carvalho de Araujo. O tão conhecido "Grupo - dos Bororós" fez igualmente successo. Todas as terças-feiras o Hotel Balneario da Urca — um ponto elegantissimo — dá uma hora artistica e chá.

Para tanto, o preço é de 2\$500 por pessoa.

Figura 39. Nota "No Hotel Balneário da Urca: O Chá das Rosas de terça-feira passada". *Jornal Beira Mar*, 1932. Fonte: Acervo digital da Hemeroteca Digital da Fundação Biblioteca Nacional

72 **Careta** 11-2-1928

UM SORRISO PARA TODAS...



A noite dança mansamente sobre a cidade, n'uma voluptuosa preguiça, accendendo de vagar as estrelas na indolência macia do crepúsculo dos trópicos.

No Hotel Balneario da Urca é hora de jantar. Ha «cocktails» e «charlestons» na sala «vidrada» que parece um aquario. As mesas, perfidias circularmente atraz das vidrças da sala, respizam de longe o mar sem ondas.

O «water-chut», o trampolim, a areia branca da praia, a água do mar recordam gestos agéis de corpos elasticos, de musculos fortes, de corpos harmoniosos e ardentes.

Lá dentro, se «hall» deserto, o «jazz-band» agita inutilmente compassos epilepticos de maxixes e tangos.

Devante dos nossos olhos, na curva harmoniosa da escadaria calma, é a festa veneziana da Guanabara, onde a cidade sorri nas mil luzes d'um imenso fogo de artifício.

Olhando o céu, recordo os versos de Vignale.

«Los rielos del Brasil
pequeños
para tanta estrella...»

Devante de nós, contentes, Germana Bittencourt Vignale e Pedro Juan Vignale contam impressões, conversam.

Germana, essa pequena granat artista de que o Brasil se orgulha, com aquella sua carota de boconca morena, sorria feliz, contando com simplicidade as impressões de seu «raid». Chegava de uma viagem triumphal. Recebera, em Buenos Ayres, uma autentica consagração. Não tivera successo de economista. Não lbra exito de camaradagem. Não l Verdadeiro, integral triumpho artistico! Os publicos exigentes da Sociedade Wagneriana e do Dispasson, que não applaudem as volú mosas canções «operarias» que estrechaban em tremulas fermatas de longo folego, com olhos lagrimosos e revirados repetindo arias de operas fonses, souberam comprehender e louvar a arte nova e fascinante de Germana. Porque Germana levava para Buenos Aires uma novidade que era uma revelação: a arte brasileira — a nossa musica moderna, a nossa ingenua e deliciosa musica popular, — milagre de rythmos, voluptuosa e envolvente, o nosso

lull-lull. Não repetiu programmas anti diluvianos de operas estafadas e pretenciosas. Limitou se a cantar, com a linda voz que Deus lhe deu, e com o seu puro temperamento brasileiro, as coisas lindas, ingenuas, deliciosas que nasceram ao rythmo da vida e da paisagem dos trópicos. O seu triumpho não foi um successo de bilheteria apenas! foi tambem um triumpho artistico, com critica unanime, com homenagens de «Martin Fierro» e «La Peña», com medalha de Perloti e retrato de Emilia Bertoldi, com louveres de todos os artistas, poetas e periodistas que contam em Buenos Aires.

Por isto é que Germana e Vignale estavam felizes n'aquella noite de calor ardente, allí, no aquario do restaurant da Urca, sob as estrelas do nosso céu, desot de festa veneziana da Guanabara etc. etc.

Vignale pôe devante dos nossos olhos algumas imagens do Rio.

«ful elástico y desno
que desearca de las palmas
sobre los hombros
que se curvan
vescías

Ciudad sin secretos
Tan a la vista
que casi no se la ve

Ciudad sumergida en la luz
entre sus mil montañas exuberantes
que espigadas se elevan
como la mujer más hermosa
de los tiempos

Es preciso que se haga la noche
que la noche se desera en la tibia como un
y devante la mano de los
para que sobre las rocas
para
la ciudad
trajada a las grupos de las montañas
cubricamente
buzada
indolentemente como las algas voladoras
recorridas en los agujeros graníticos como una
y extendida en las playas
lomas
degradada
— como un arteficio.

Em Copacabana ella é querida e admirada. Toda gente lhe elogia, com convicção e calor, o lindo espirito, os elegantes vestidos, o palminho amavel de cara que Deus lhe deu.

Ella mesma, embora tenha em casa um espelho deste tamanho, acredita em todas essas coisas.

E está certa de que é a moça mais bonita do Rio.

Por isto, quando ouviu dizer que la haver em Madrid ou Sevilla um concurso internacional de belleza, inmediatamente se candidatou a representar o Brasil.

Como descobrimos isto? Foi facil. Os jorales haviam notificado que o governo da Hespanha mandaria um navio de guerra buscar as representantes de todos os países nas cidades onde morassem. E ella, assim que leu a noticia, teve a ingenuidade de perguntar a um official de Marina!

— Comandante, navio de guerra joga muito?

Estava com receio de enjoo...



POESIA

A chova torcendo o beco das aguas,
com rapidas, finas e longas e moltes agullas
se abre a entrada de forlas.

Mas o tordeiro sopra no chaga molhado
un heijo soado, profundo, do fondo e do
longo, que se vê do outro lado da terra e
joga parte do céu

Pedro Vignale.

Nós não temos culpa nenhuma desta bella e grande Natureza que os deuses nos deram. Entretanto, por causa desta Natureza grande e bella que que os deuses nos deram, todos os dias soffremos verames inaproveitáveis. Por que todo estrangeiro que visita o Brasil, humilhando-nos com o mais imperdoavel desprezo pela obra de progresso material e mental que temos realizado com as nossas proprias mãos, só tem olhos para ver o deslumbramento destas paisagens do tropico.

— Oh! la Naturaleza!

Felizmente, alguns estrangeiros illustres, como ainda ha pouco succedeu com Lloyd George, começam a reparar a universal injustiça, abrindo os olhos para ver, tambem, no esplendor destas paisagens bellas, a obra que o homem está realizando, com tão intensa energia e tão alta clarividencia. E não foi só Lloyd George; um brilhante escriptor argentino, o sr. Solita Bello, que aqui já esteve, n'uma deliciosa novela que acaba de publicar em Buenos Aires — «Mujeres de carne y hueso», tambien

Figura 40. Matéria “Um Sorriso para todas” – um relato poético sobre as atividades da cantora Germana Bittencourt que volta de Buenos Ayres que descreve a noite no restaurante do Balneario. *Revista Careta* (RJ), 1928. Fonte: Acervo digital da Hemeroteca Digital da Fundação Biblioteca Nacional.

CHA'-DANSANTE

No Hotel Balneario da Urca haverá hoje mais um chá dansante, cujo programma, executado pela “jazz-band” da fortaleza de São João, é o seguinte:

1ª parte — “Valentino”, canção-marcha, H. Christini; “Gimbimba”, fox-trot, H. Diernhenn; “Los Andes”, tango, H. Diernhenn; “Tou só te espando”, samba, J. Freitas; “Abandonado”, fox blues, R. P. Medeiros; “Plus Ultra”, charleston, A. P. Lemes; “Ave Maria”, valsa, E. Campos; “Christo nasceu na Bahia”, samba, J. Cyrino. 2ª parte — “Dentro do brinquedo”, rag-time, E. Santo; “Nella”, fox-trot, F. Junior; “Confissão”, tango, J. Freitas; “Fronha rasgada”, maxixe, J. Freitas; “Toad”, charleston, A. Kippo; “Lembrando-a sempre”, valsa, P. Cabral; “Pensar em seu amor”, fox-trot, C. Menezes; “Não está nada sopa”, marcha, J. Buihães.

Figura 41. Nota “Chá dançante”. *A Manhã*, 1926. Programa da Jazz-band da Fortaleza de São João. Fonte: Acervo digital da Hemeroteca Digital da Fundação Biblioteca Nacional.

Nota-se que a variada programação de atividades era organizada e promovida não somente pela direção do Balneário, mas sim com o seu gerenciamento em parceria com uma rede de instituições, empresas, agremiações, personalidades dos meios empresariais, políticos e sociais que manifestavam, realizavam e movimentavam no local suas celebrações, competições, causas e sonhos.



Figura 42. Nota “Social” em homenagem ao escritor e jornalista Porto da Silveira no Hotel Balneário quando da divulgação do matte nas américas. Revista *Fon Fon* (RJ), 1930. Fonte: Acervo digital da Hemeroteca Digital da Fundação Biblioteca Nacional



Figura 43. Matéria “Lindo sucesso do Hotel Balneário da Urca” - registro sobre a programação “Hora de Arte”. *Beira Mar*, 1932. Fonte: Acervo digital da Hemeroteca Digital da Fundação Biblioteca Nacional.

Está no Rio Magdalena Tagliaferro. Está um pouco de passagem. Tem que ir a São Paulo e depois a Montevidéu e Buenos Ayres. Lá para os frios de Junho, havemos de ouvi-la aqui, em alguns concertos que ella nos dará com a sua perfeição ainda mais perfeita. Antes, Petropolis, sua terra de nascimento, vas applaudil-a duas vezes. A primeira, hoje, num festival de caridade. A segunda, quarta-feira proxima num programma inteiro.

No programma de hoje, toma parte tambem, além de outros finos artistas, a cantora Heloysa Mastrangioli. O festival foi organizado pelas Senhoras Arthur Bernardes, Embaixatriz Oscar de Telfé, Manoela Mascarenhas, Emi'e Grandmasson, Baroneza de Bomfim, Raul Fernandes, Alvaro de Carvalho, Oscar Weinschenck, José Carlos Figueiredo, Rocha Lima, Almeida Lisboa, Santos Lobo, Ildefonso Dutra, Octavio Silva Costa, Luiz Gray, Paulo Figueira de Melo, Pedro Cerqueira Lima, Fernando Gaffré e Franklin Sampaio.

Realizou-se, quinta-feira, no Hotel Balneario, á praia da Urca, o almoço que varios artistas e escriptores offereceram ao pintor Navarro da Costa, por motivo de uma recente exposi-

siões. Tomaram parte nessa homenagem: Coelho Netto, Graça Aranha, Goulart de Andrade, Octavio Kelly, Lucilio de Albuquerque, Olegario Marianno, Ildefonso Falção, Prado Kelly, Marques Junior, Guilherme de Almeida, Alvaro Moreyra, Principe Gagarin, Nicola de Garo, Rodolpho Josetti, Paulo Haslocher, João Timotheo, Paulo Bonetchi, Manoel Faria, Orosio Belem, Adalberto Mattos, Armando Navarro, Renato de Almeida, Demetrio de Toledo, Henrique de Hollanda, Thomas Marat, Armando de Mattos Vieira, Edgard do Monte, F. Mascarenhas, Eduardo Agostini, Adhemar Mello, Henrique Cavalcino, M. Constantino, Deoclecio Duarte, Mario de Vasconcellos, Moreira de Barros, Amynhas de Lima, Mucyr Briggs, Acyr Paes, Affonso Portugal, Luiz de Andrade Filho, Felipe de Oliveira, José Rangel Filho, Manoel Santiago G. Neves e Nestor Braga Mello.

Evocação continua... Exaltação continua... Desejos doídos de fugir e, no mesmo instante, a volúpia de ficar, de ficar sempre, sempre, para sempre... Amor é dor... como de um balsamo que pisasse... dor de unhas que feriram, deixando as marcas como sor-

A bordo do Masilla, sexta-feira da outra semana. Magdalena Tagliaferro com a Senhora Penteadó, entre Amaral Diniz e Harry Pilcer.

— O que é isto? —





Figura 44. Coluna Social - Almoço com artista pintor Navarro da Costa homenageado pelas recentes exposições. Revista *Para Todos*, 1926. Fonte: Acervo digital da Hemeroteca Digital da Fundação Biblioteca Nacional.

Como os balneários e o uso da praia eram uma novidade, isso exigia novas práticas e, assim como toda inovação, algumas polêmicas foram enfrentadas no Hotel Balneário. A forma de operar e cobrar pelos serviços de apoio ao banho de mar e uso da praia é um exemplo emblemático nesse caso. O Balneário foi alvo de questionamentos em uma ação pública movida pelo deputado estadual Tavares Cavalcanti, que entrou com requerimento na Câmara contra a vedação do direito de uso público da praia em frente ao balneário. O deputado acusou a Empresa Urca de usurpar o direito da coletividade de acesso gratuito

ao banho de mar e cobrou posicionamento e defesa da população por parte das autoridades dos ministérios da fazenda, do interior e da marinha, aos quais cabia a administração do bem público. Ele alegava que o acesso à praia se dava por meio de escadarias ligadas ao edifício, que instalou placas avisando o valor de cobrança, como se lê na matéria abaixo do *O Jornal* de julho de 1925.

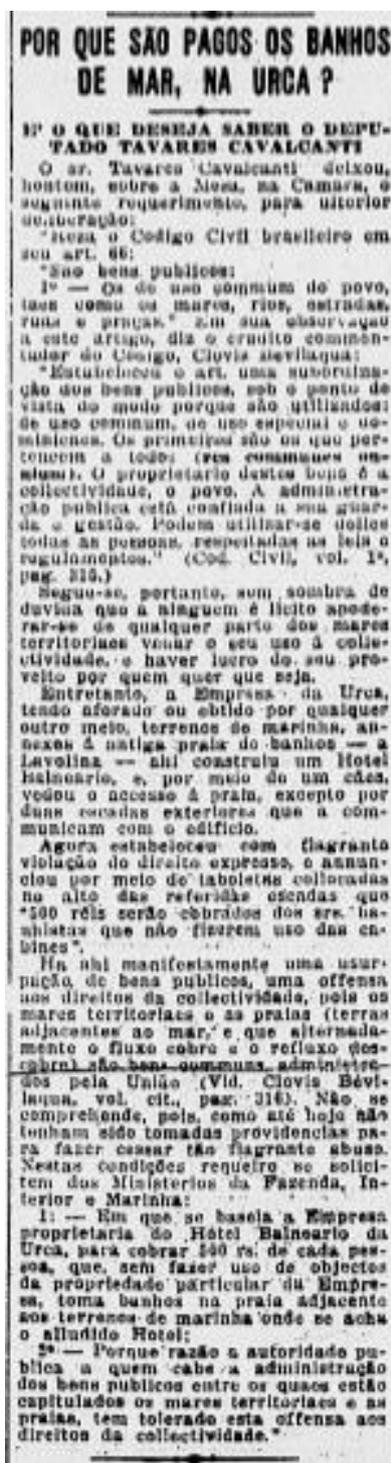


Figura 45. Matéria "Porque são pagos os banhos de mar na Urca". *O Jornal*, 14 jun 1925, ed. 01980. Fonte: Arquivo O Jornal/D.A Press. Acervo digital da Hemeroteca Digital da Fundação Biblioteca Nacional

da Justiça que irmeu, a prova de não um elemento publica, pois estudo de S. Sobas, em "relativa resam as inform st'arte, communi amigos e correlli do se serviu para ria fazer, si, real- lamento do des-

5 de julho de de decretado o tem sido inconsli- gado, encontra-se casa de Correccio- cial, Intelramente ultimamente na- de, sem que, até - siquer, interru- ou nome figurado, plice em qualque- os que tem sido responsabilidades ediciones occurri- utras cidades do

justificar a me- ha 15 mezas está u nome tenha si- qualquer inquirito por ahi poliam, do, siquer inter- va de que é inno-

nenhum articulo afflicada referen- sento constituco- cilo civil, privado mais elementares adania e da sua fia que o retram- l em que o envol- telal.

olara o paciente, anal reclamando, imentos expostos, r civilis que a in- de seus amigos e fia a sua pessoa municipal, ao qual ser e concorrer se

Portanto, deito o penho do pa- ciente para que seja posto em liber- dade:

1º — porque reputo inconstitucio- nal o sitio;

paciente fora detido na manhã de 5 de julho de 1924, quando não havia ainda estado de sitio, sendo, portanto, innocente a allegação de que elle está preso em virtude do sitio.

grava erro comm- ao entregar-se o Allemanha, proc- Franca e queren um ponto de ape- ca anti-franceza- telou e conseguiu á Hespanha do y Foi o element- trazido no em Algeciras. C- oez foi sempre- nie, accello com- pelas tribus mo- nio hespanhol n- portado pelos ri- da época de Al- que, então, não- trôis" para alés- que possuia ne- constantes lulas- vizinhangas. So-

CAMARA DOS DEPUTADOS

Em torno do caso da enseada da Urca — Um requere- rimento de informações do sr. Arthur Caetano

Os trabalhos da sessão do hontem da Camara, foram iniciados com a presença de 63 deputados.

Lida a acta, o sr. Olegario Pinto rectificou asserções do sr. Annibal de Toledo, acerca da navegação no rio Tocantins.

Em seguida foi despachado o expediente, tendo a palavra o sr. Tavares Cavalcanti. O deputado para- hybano voltou a tratar do facto de estar a Empresa do Hotel Balneario da Urca, cobrando, indevidamente uma taxa de ingresso na praia adja- cente ao mesmo estabelecimento. Commentou as informações que, a requerimento de sua autoria, appro- vado pela Camara, foram enviadas sobre o assumpto pelo Ministerio da Marinha, a essa casa legislativa, in- formações que dizem não ter funda- mento legal esse acto da citada em- presa. E terminou apresentando o seguinte requerimento:

"Requeiro sejam enviadas ao Mi- nisterio da Justiça copias das infor- mações remittidas á Camara" pelo

PARA A INSTALLAÇÃO DE UMA ESTACAO RADIO-TELEGRA- PHICA EM CUYABA

O sr. Annibal de Toledo deixou se- bro a mesa da Camara um projecto de lei autorizando o governo a instal- lar uma estação radio-telegraphica em Cuyabá, Matto-Grosso, de onde continua de 6.000 a 15.000 metros de cinco kilowatts na antenna, syste- ma Telefunken, para se corresponder com as estações radio do Rio de Ja- neiro, Santo Antonio do Madeira e Assumpção, no Paraguay, abri-lo para isso o necessario credito de 800:000\$, dos quizes 200:000\$ serão applicados ás despezas com passad- transporte e installação.

A SESSÃO DO SENADO

AS EMENDAS APRESENTADAS
A PROPOSIÇÕES FIXANDO AS
FORÇAS DE TERRA E MAR

DESENV

Devo agora pu- tre a electro-sid- gia common o para facilidade mel do carbono- a hulha negra e cia do carbono- dario das verde

Figura 46. Matéria "Camara dos deputados: Em torno do caso da enseada da Urca - Um requerimento de informações do Sr. Arthur Caetano". *O Jornal*, 04 jul 1925, p. 4, ed. 02076. Fonte: Arquivo O Jornal/D.A. Press. Acervo digital da Hemeroteca Digital da Fundação Biblioteca Nacional

A trajetória do Hotel Balneario foi marcada por permanentes melhorias, reformas e principalmente com reaberturas e adaptações no sistema de hotel que, de 1927 a 29, administrado pela firma Surdi e Companhia, passa a operar também com aluguéis de quartos e apartamentos mobiliados.

A, 1 DE NOVEMBRO DE 1927

SOCIAL

festação de despedida, pros- colegas, que lhe offe- mimo.

r. Oliveira Sá, em nome is da contadora, e o Dr. urza Aguiar, em seu nome a, agradecen lo e elogian- prestados pelo Sr. Na-

e familia, Sra. Camillo e filhos, Gen- T. Bernet, Cassio Freitas, coronel Gustavo Tupinambá, S. Vianna e Gaston Eglert e senhora.

Pelo luxo hã: Antonio José da Silva, Edgard Sampaio Francisco Marinho Ju- niôr, Ludovico Moreira, José Carvalho Marques, Waldemar Prietipe, José Cam- e Luellia Rodrigues e familia e Ro-

nhã, ás 10 horas, na matriz de São José, missa de 30º dia.

Varias.

O Hotel Balneario da Urca, o apra- zível recanto onde está instalado o unico estabelecimento balneario da cidade, re- abre amanhã as suas portas, o que si- gnifica para as rodas elegantes do Rio que está aberta a estação de banhos de mar.

Festejando este acontecimento, os arren- datarios do Balneario offercem á im- pressa um jantar-concerto, que se reali- zará amanhã ás 20 horas, nquelle es- tablecimento.

Figura 47. Nota "Várias" - Chamada de jantar concerto para imprensa. *O Paiz*, 1927. Fonte: Acervo digital da Hemeroteca Digital da Fundação Biblioteca Nacional



Figura 48. Matéria "O Balneário da Urca A Festa da sua reinauguração". *O Paiz*, 1927. Fonte: Acervo digital da Hemeroteca Digital da Fundação Biblioteca Nacional

Posteriormente, a oferta de hospedagem se caracteriza como pensão familiar, o que faz perceber a tentativa de permanência de uso com hospedagens, na função de hotel Balneário.

Hotel Balneario da Urca
Avenida Portugal Praia Vermelha
Urca — Recanto Admiravel

Dispondo de confortaveis apartamentos para veranistas. Restaurant á la carte e bar, aberto até meia-noite, a cargo do conhecido confeitiro Sr. Falconi

Secção completa de physiotherapia, sob a direcção medica do Dr. Bezerra de Menezes, dispondo de duchas de agua doce e salgada, quente e fria, banhos de mar, luz, etc.

Esplendida praia de banhos com varios divertimentos, taes como: lanchas, botes, water-shoot, trampolim, etc.

Serviço de auto-omnibus N.ªna "Andarahy Balneario Urca" de 15 em 15 minutos, que fazem o percurso pela rua Marechal Floriano, Avenida Central, Avenida Beira Mar, pr. do Flamengo de Botafogo, Av. Pasteur, Av. Portugal, e Balneario

JORNAL DO COMMERCIO 04-05-1926

Hotel Balneario da Urca

Alugam-se quartos e apartamentos, ricamente mobilados, agua corrente e todos os confortos modernos, com ou sem pensão. Preços baratissimos, auto-omnibus de 15 em 15 minutos — Telephone Sul 2638 — Sul 615 — AVENIDA PORTUGAL

L'IMPARZIALI 23-03-1928

Hotel Balneario da Urca

A Gerencia aceita hospedes nos mezes de agosto, setembro e outubro, sob diarias muito reduzidas. Banhos frios, quentes e de mar não são extraordinarios.

O JORNAL 21-08-1926

HOTEL BALNEARIO DA URCA
AVENIDA PORTUGAL
Reabertura em 1º de Outubro
Aceitam-se prenotações de quartos e apartamentos pelo Telenh. Sul 2638
PREÇOS MODICOS

A NOITE 28-09-1929

ALUGA-SE — A Gerencia do Hotel Balneario da Urca, participa as exmas. familias que resolveu adaptal-o á Hotel Pensão Familiar, exclusivamente, eliminando o restaurante publico, conservando as secções separadas, de bar, banhos de mar e physiotherapia. Aceita locações mensaes de quartos para casnes, com pensão, ao preço de setecentos mil réis, com direito ao uso dos banhos quentes ou de mar. Serviço regular de omnibus da Light do Pavilhão Mourisco ao Balneario.

(C 11067)

CORREIO DA MANHÃ 05-12-1929

Figura 49. Notas nos jornais *Jornal do Comercio* (1926), *A Noite* (1929), *L'imparziali* (1928), *Correio da Manhã* (1929) - Edição de anúncios com ofertas de hospedagem por temporadas, aluguéis e pensão familiar em variadas condições. Fonte: Acervo digital da Hemeroteca Digital da Fundação Biblioteca Nacional.

A função de local de entretenimento se destaca e se firma muito além da função de hotel, que, com poucos quartos, não tem sustentação econômica. Por outro lado, o jogo de azar, mesmo não sendo uma prática totalmente liberada na época, ganha força de atração e frequência do público no lugar.

O que se pode concluir, por meio da leitura das matérias e anúncios selecionados, é que o Hotel Balneário — que surgiu de uma demanda política de contrapartida de uma parceria público privada na construção de um bairro — tornou-se um democrático lugar de convivência e representação social da Urca e da cidade do Rio de Janeiro naquela década.

A legitimidade de lugar de convivência veio da versatilidade da gestão do Hotel Balneário que, atenta às oportunidades e ao potencial do lugar, soube atender às mais variadas demandas da sociedade em seus diversos campos de atuação. Soube, principalmente, realizar as iniciativas em parceria com instituições, agremiações, empresas, clubes, sindicatos, órgãos públicos, grupos sociais e famílias, fazendo do lugar um autêntico ambiente de celebrações, mobilização de causas e apostas de futuro.

Com o Hotel Balneário na Urca, observa-se a formação de uma engenharia de produção social que, aplicada à gestão do lugar a partir da percepção de territorialidade, pertencimento e circunstancialidade (ZAOUAL, 2006), gera um protagonismo situado em sintonia com o bairro e a cidade. Ou seja, ali emergiam indícios de um ambiente

receptor e gerador de valores e forças que qualificam as estruturas sociais a partir de um processo de diálogo e troca, de retroalimentação, em que os agentes se envolvem com o lugar, fazendo dele um HUB de lazer, entretenimento e social da cidade.

A descrição de HUB, na visão da topologia da rede de Albert Barabasi, é a de um ponto, um nó, que concentra um grande número de *links*, de conexões, a partir do conceito de rede (*web*), criada por Tim-Berners-Lee em 1980, quando esse escreveu um programa que permitia aos computadores compartilhar informações e conectar-se entre si. O poder da *Web* está nas conexões, nos links (BARABASI, 2009), através dos quais o Hotel Balneário se estabeleceu, concentrando uma grande quantidade e diversidade de atores sociais que impactavam e eram impactados pelo lugar.

2. O CASSINO DA URCA 1933/1946

2.1 UM TEMPO DE APOSTAS

2.1.1 Qual era a estratégia? A Proposta do jogo

A matéria sobre o lançamento do Cassino da Urca, na edição de outubro de 1933 da Revista *O Cruzeiro*, se confunde com uma peça promocional e pode ser lida como um rico depoimento sobre as questões em torno do propósito do novo negócio na cidade, bem como sobre a presença do tema que envolve a relação do cidadão carioca com a beleza de seu meio ambiente e as necessidades de uma nova atitude diante das exigências da vida moderna.



Figura 50. Matéria “Casino Balneario da Urca” Revista *O Cruzeiro*, ed.0046, p. 48, 07 set 1933. Fonte: Arquivo O Cruzeiro/EM/D.A Press. Acervo digital da Hemeroteca Digital da Fundação Biblioteca Nacional.

O encanto dos “foyers” ainda é uma deliciosa e difícil sabedoria. A mão que os constrói tem que ter volúpia e narcisismo, necessita de uma porção de qualidades para realizar uma obra que seja, ao mesmo tempo, um convite para a alegria e um suave encantamento para os sentidos.

No Rio, principalmente, havia carencia de homens com essa visão das coisas. A nossa cidade, por ser a mais bella do mundo, encheu de desencanto a alma da sua população. O carioca, estasiado com a contemplação dos horizontes luminosos, embriagado pela sonoridade da luz que doura e escama de ouro o perfil de suas montanhas, absorveu-se demais na natureza, esquecendo, por completo, as solicitações da vida urbana. E o Rio se tornou em uma cidade maravilhosa para a vista, mas dolorosamente pobre para as exigências dos outros sentidos.

EM CIMA, O CASINO BALNEARIO DA URCA COM SUA PERGOLA ILLUMINADA. Á ESQUERDA VEMOS OS NOVOS EDIFICIOS RECENTEMENTE CONSTRUIDOS, QUE AMPLIARAM DE MUITO A CAPACIDADE DO GRANDE PREDIO

A inauguração do Casino Balneario da Urca veio preencher um claro. A ponta de morro que fecha o Botafogo e recebe, como uma bênção de Deus, a sombra do Pão de Assucar, é um logar aprazível e pittoresco que a propria natureza creou para descanso e recreio dos homens exgotados physicamente. Faltava a compôr o encanto do natural um pouco do artificialismo humano, uma dose dessa sabedoria da existencia que se respira nos ambientes civilizados das grandes cidades: o verniz, o *decor*, a sedução do conforto social.

O Balneario da Urca, feito sob uma alta compreensão do verdadeiro urbanismo, realizou uma obra admiravel e preencheu uma lacuna sensível no organismo da cidade. Creando um centro de diversões quasi no coração da metropole, a 15 minutos da Avenida, tornou effectiva a vitalidade nocturna

do Rio de Janeiro que até aqui resentia-se da existencia de tal empreendimento.

O turista, cansado dos horizontes europeus, fatigado da tranquilidade dos céus civilizados, aportando á nossa capital, não morrerá de tédio, nem se consumirá na exhaustiva contemplação das nossas montanhas. Tudo o que torna o Rio encantador para nós, como sejam as suas ilhas, os seus morros, os seus sóes violentos, só são interessantes para o estrangeiro como um derivativo de ordem visual para os momentos de repouso de um dia cheio de occupaões. Fóra dahi, o scenario carioca será monotono como todos os scenarios do mundo e não prenderá por mais tempo a curiosidade e a admiração do *globe-trotter*.

O Casino Balneario da Urca, construido sob um plano previamente traçado e obedecendo á melhor technica para os fins a que se destina, realisa o milagre de ser um dos poucos logares, realmente seductores, que o

A SIGNIFICACÃO DE UMA INICIATIVA COMO INCENTIVADORA DO TURISMO BRASILEIRO

bom povo carioca possa offerecer á displiencia dos estrangeiros. Sob o seu tecto, á luz dos poderosos reflectores que enchem de colorido o mosaico da sua pista de dança, qualquer creatura, por mais exigente que seja, encontrará um ambiente ideal para passar uma noite agradável. A melhor sociedade do Rio e de S. Paulo frequenta-o assiduamente. Nos seus salões cruzam-se as figuras mais representativas da nossa elite, as expressões da sua elegancia, da sua cultura, do seu refinamento.

O Casino Balneario da Urca é o ponto forçado da população carioca, é o seu requintado centro de distracções nocturnas. O Rio de Janeiro, com a sua inauguração, tornou-se definitivamente em uma cidade de turismo, em uma metropole maravilhosa, capaz de rivalisar com as principaes capitães do mundo, na seducção da acolhida que pôde offerecer ao estrangeiro que a visita.

ASPECTO DO CASINO BALNEARIO DA URCA, VISSE DO MAR, COM SUA MAGNIFICA ILLUMINACÃO INDIRECTA. NESTE LOCAL UMA POTENTE PRAÇA ESTÁ AUUMENTANDO A PRAIA PARA TORNA-LA APTA A RECEBER A MULTIDÃO DE BANHEIRAS QUE A INVADIRÃO NO VERÃO

Figura 51. Matéria “Casino Balneario da Urca” – em detalhe. Revista *O Cruzeiro*, ed.0046, p. 48, 07 set 1933. Fonte: Arquivo O Cruzeiro/EM/D.A Press. Acervo digital da Hemeroteca Digital da Fundação Biblioteca Nacional.

O texto provoca o carioca por envolver-se em demasia com a natureza, extasiar-se com sua beleza e esquecer as solicitações da vida urbana, sugerindo “a necessidade de uma dose de sabedoria da existência na civilidade para contrapor com o encanto do natural” em busca do conforto social. Refere-se à localização geográfica privilegiada do lugar como própria para um centro de entretenimento e, com a frase “a sombra do Pão de Açúcar, como ideal para os homens esgotados fisicamente”, pode-se ler que a ideia de local para o tratamento do corpo estava sendo reforçada, difundida e inspirada pela natureza da cidade.

Ao mesmo tempo em que enaltece as qualidades do empreendedorismo que é capaz de fazer tal obra urbanística, o texto refere-se também aos novos edifícios construídos na reforma para transformar o lugar de hotel balneário para cassino, despertando a curiosidade dos leitores ao citar que o centro de diversões preenche uma lacuna sensível na vitalidade noturna e no organismo da cidade.

Já para demonstrar o papel econômico do empreendimento, o texto defende o impacto da iniciativa como incentivadora do turismo brasileiro e também aponta a necessidade de ofertar ao turista mais que paisagem: “não ficará no tédio da observação dos morros e de tudo que desfruta o povo carioca para seu repouso das preocupações e sim prenderá mais os sentidos do *globe trotler*”. O lugar é ressaltado como centro de distrações noturnas e ponto de encontro de lideranças da elite da cultura, do refinamento e da elegância e, ao mesmo tempo, como o lugar da população carioca numa clara busca de identificação ampla com os variados públicos leitores da revista.

Com a inauguração do Cassino, a cidade rivaliza com as grandes metrópoles do mundo no turismo, mas, no que se refere às atrações a serem oferecidas para despertar o interesse das futuras noites de diversão, o texto cita apenas o salão de dança com o mosaico colorido e as luzes dos holofotes.

Com a matéria, fica claro o posicionamento de que há um novo centro de diversão pronto para ocupar um lugar na cidade e no imaginário de sua população. Os argumentos nos remetem a uma proposta de construção da paisagem cultural da cidade, a exemplo do curioso alerta para que o carioca não se deixe ficar na inércia como refém da beleza: “o Rio tornou-se uma cidade maravilhosa para a vista, mas dolorosamente pobre para as exigências dos outros sentidos”. Essa afirmação pode ser vista como uma provocação e um estímulo à capacidade do fazer humano para fazer da cidade o que ela é e pode vir a ser, além de proporcionar uma análise sobre como o Cassino pode vir a mobilizar uma engenharia social que atenda ao bem estar e ao turismo como fonte de desenvolvimento social e econômico para a cidade.

Os Cassinos nascem da característica de lazer dos balneários e instâncias termais que ofereciam os serviços de jogos de azar com uma legislação ainda incipiente, instituída, em 1922, pelo presidente Epitácio Pessoa. Mesmo sendo proibida desde 1928 por Washington Luís, a prática nunca foi erradicada de fato e se intensificou em todo país nos primeiros anos da década de 30, antes da legalização que viria a seguir. Nesse período, na Capital Federal, no salão central do Hotel Balneário da Urca, as mesas de jogo

funcionavam abertamente, bem como nos salões do Hotel Copacabana Palace e do Jôquei Club.

Em 1933, com o presidente Getúlio Vargas (1930 a 37) e o Estado Novo, verificou-se a legalização do jogo (decreto n.5797 publicado na *Folha da Manhã* em fevereiro de 1933) a partir de uma política pública de incentivo ao turismo em meio a um contexto de crise econômica mundial após o crash de 1929. Além de impactar no turismo como impulsionador econômico, os altos impostos que o município recebeu do jogo de azar foram direcionados às causas de assistência social, facilitando a aprovação da população para a legalização e para a transformação da, até então, negativa imagem do jogo. Servindo às causas voltadas ao bem-estar coletivo e liderada pela figura da primeira dama Darcy Vargas, os recursos deram grande impulso à política social do país.

Com a legalização do jogo, o Hotel Balneário da Urca, que já não funcionava bem como hotel, passou a ter uma nova função com a exigência da intensificação das atividades de entretenimento noturno. O negócio passou a ter duas importantes vertentes estratégicas: a do jogo e a do espetáculo, com investimentos em reformas que transformassem o lugar num espaço com o glamour necessário aos grandes shows e aos cassinos.

Atrair representantes da alta sociedade era, a partir de então, um objetivo, pois o Balneário já era um lugar reconhecido como um dos mais legítimos da vida social carioca. O uso democrático da praia e toda estrutura de apoio ao banho de mar, o acesso fácil com autobus do centro e as famosas agendas de atividades festivas do Balneário tinham uma frequência de clientes de classes sociais variadas abrangendo famílias e trabalhadores do comércio de bairros como a Lapa, Cinelândia, Botafogo e Flamengo, que davam ao lugar um espírito de convivência social diversa e popular.

É importante destacar o fato de não haver menção ao jogo como atrativo do novo lugar na matéria apresentada. Essa pode ser vista como uma das importantes questões que levaram o Cassino a se configurar, posteriormente, como a mais famosa e emblemática casa de espetáculos do Rio de Janeiro e da América latina.

Como promover o jogo na mídia não era possível, ou seja, fazer propaganda estimulando o jogo e oferecendo o serviço na publicidade ou no jornalismo, toda a publicização da atividade em busca do público para o seu funcionamento era voltada para a promoção e difusão da diversão noturna. Essa condição dirigia os esforços da administração do lugar para a alta qualidade das instalações, para criação de um universo de sonho e fantasia provocado pela decoração e cenografia e para distrair e encantar o

público por meio de espetáculos inéditos e surpreendentes com atrações nacionais e internacionais.

Com isso, podemos dizer que se estabelecem claramente dois vetores fundamentais na caracterização do modelo de negócio do Cassino: (i) o do entretenimento/espetáculo com todas as variantes da criação artística e das condições de produção do setor, que configuram uma programação inédita com a capacidade de criar um ambiente cenográfico capaz de alimentar o imaginário do público da época; (ii) o da promoção e difusão do lugar com as possibilidades de suas linguagens, e novos meios de sedução e atração.. Juntos, esses vetores exigiam toda a atenção e investimento para o sucesso do empreendimento, porém ambos funcionavam articulados por um terceiro vetor que pode ser identificado como o do relacionamento e sua função de fio condutor dos dois primeiros, capaz de fazer das circunstâncias e do potencial de criar sinergias entre as pessoas um meio de criação de um processo de organização gerador de grandes realizações.

Esses vetores se inserem num campo de atuação de amplo aspecto a partir das condições que, atreladas, às esferas políticas, econômicas, sociais e artísticas se desenvolvem e acabam por oferecer a observação de um sistema aberto e inédito de gestão. Como os processos desse sistema ocorrem de forma análoga e simultânea nos dois vetores, eles podem ser observados a partir das suas interligações e podem trazer à visão um fluxo de situações improváveis que apresentam o surgimento de uma complexa engenharia social, que, como indica Gilberto Freyre,

“... é engenharia aquela arte-ciência que desenvolve a aplicação de conhecimentos, quer científicos, quer empíricos ou intuitivos, à criação e ao aperfeiçoamento de estruturas sociais; ou formas de convivência social; inclusive política e econômica (FREYRE, 1987, p. 9).

Por meio da pesquisa de estudo de caso, quando buscamos delinear os limites entre os contextos e os fenômenos ocorridos durante o funcionamento do Cassino da Urca — amparado por um levantamento arquivístico documental, iconográfico e hemerográfico e a uma literatura ensaística, histórica e filosófica —, podemos destacar que o espírito empreendedor de líderes carismáticos (identificados a seguir como As Cartas do Jogo), as conexões de suas convivências e o aproveitamento das circunstâncias (explorados na segunda parte desse capítulo) acabaram por apresentar caminhos pelos quais se estabelecem aspectos de criação de uma nova engenharia produtiva social.

2.1.2 Qual era o cenário? O Momento da jogada

“É necessário entender o que é a cultura e como se apresenta a dinâmica cultural em seus variados modos e significados”
(Teixeira Coelho, 2008).

Para compreender como a aposta no Cassino da Urca se desenvolveu e o lugar se tornou o epicentro do entretenimento e da vida social e artística no período entre 1933 e 1946 no Rio de Janeiro, é preciso compreender o panorama político, econômico, social e artístico que conduz a visão do contexto em que nascem os cassinos, em especial o Cassino da Urca.

A Revolução de 1930 termina com a República das Oligarquias e leva à presidência da República o político gaúcho Getúlio Vargas. Logo em seguida, em 1934, é promulgada uma nova Constituição. Ao mesmo tempo, em 1933 nos EUA, o presidente Roosevelt lança o New Deal, plano econômico para recuperar a economia norte-americana da crise de 1929 e na Alemanha, Hitler cria o Terceiro Reich e começa a perseguir e prender os opositores políticos.

Na abertura do Cassino da Urca, o país vivia a era Vargas e sua atitude nacionalista e populista trouxe forte intervenção do Estado na economia. Vargas impulsionou a industrialização apoiando os grandes empresários e esteve presente na organização de novas institucionalidades com o sindicato de trabalhadores e associações empresariais na mediação das relações e dos conflitos com a promoção do bem-estar social.

Em seu planejamento e execução econômica social, ocorre o reconhecimento profissional para diversos profissionais teatrais em 1928 (decreto n. 5.492, conhecido como “Lei Getúlio Vargas” e regulamentado pelo decreto n. 18.527) e, em 1935, instituiu-se uma lei obrigando os cassinos a contratarem artistas nacionais em número equivalente aos estrangeiros, que até então eram as principais atrações dos cassinos (CASTRO, 2005, p. 138). Já em 1937, Getúlio lança um decreto facilitando a abertura de estações de rádio no país inteiro e estimula a instalação de serviços de autofalante nas praças das cidades que não tivessem uma emissora, abrindo passagem para música brasileira (CASTRO, 2005, p. 159).

Getúlio fica historicamente conhecido como o primeiro presidente a compreender o papel da cultura no país e a fazer uso político disso. Com Gustavo Capanema como

Ministro da Educação e Saúde (1934/45), elaborou um programa cultural chamado Comissão Nacional do Teatro composto por intelectuais e profissionais do teatro como Oduvaldo Vianna, Sérgio Buarque de Holanda, entre outros. Além disso, estrutura o futuro Serviço Nacional de Teatro e cria, ainda em 1937, o Serviço do Patrimônio Histórico e Nacional (SPHAN) e o Instituto Nacional do Cinema e Educação. Com o maestro Heitor Villa Lobos desde 1932 como diretor da SEMA — Superintendência de Educação Musical e Artística, a integração da música erudita e popular foi uma tônica que prestigiava, entre outros ritmos, o samba.

Já na segunda fase de governo, caracterizada como Estado Novo, a ditadura criou também o Departamento de Imprensa e Propaganda para censurar e controlar manifestações opostas ao governo. O período entre guerras (1920 a 1940) é marcado pela depressão, época de grandes tensões políticas e sociais e problemas econômicos que põe fim à hegemonia do capitalismo, culminando no socialismo e em regimes totalitários em países europeus como Alemanha. As implicações disso repercutem no governo Vargas.

No mesmo período, o Rio de Janeiro vivia o *frenesi* da formação de uma indústria cultural que se alimentava dos teatros (descrito no capítulo anterior), das rádios e do cinema, tendo tanto as gravadoras com as vendas de disco, quanto as revistas e jornais como promotoras e difusoras do consumo.

Desde a iniciativa do empresário Francisco Serrador, que implantou uma espécie de Broadway carioca com palácios cinematográficos no centro da cidade — onde se viu nascer o Império, o Glória, o Capitólio e o Odeon —, a cidade ganha espaços movimentados com comércio, teatros, bares, tabacarias, tudo nos quarteirões agitados em torno dos cinemas de rua (CASTRO, 2005, p. 27).

O rádio, por sua vez, nasce com duas emissoras: a Rádio Sociedade e a Rádio Clube do Brasil. A programação musical era de discos de ópera e de concertos importados, principalmente do selo Victor, e de recitais de poesia e exercícios de piano de senhoras da sociedade. A indústria nacional de discos tinha a gravadora Odeon representada pela Casa Edison que, com destaque entre outros pequenos selos, promovia a música instrumental, alguns poucos cantores do gênero masculino e, só em 1927, adere a gravação elétrica. No mesmo ano, o cinema sonoro deslança em Hollywood e em pouco tempo são produzidos os primeiros filmes falados, cantados e dançados (CASTRO, 2005). A tecnologia também chega às rádios com seus transmissores potentes, novas estações começam a surgir, como a Mayrink Veiga, a Philips e a Educadora. As programações passam a ter um perfil de grêmio lítero-musical com encontros que reuniam

famílias, onde começam tocar música brasileira, tendo o samba como sua maior representação a partir dos anos 30. Em 1932, o samba já era o gênero mais apreciado pela população. Ocorre, então, um marco importante para a cultura carioca e nacional: o primeiro desfile de escolas de samba na Praça Onze na cidade do Rio. Dezenove escolas de samba participaram, saindo vencedora a Estação Primeira de Mangueira.

Em 1935, a emergente indústria cultural no Rio de Janeiro já girava em torno de “95 cinemas, oito circos, quatro cabarés e sete teatros. [...] e eram registrados, no Distrito federal, 515 artistas integrados as artes cênicas, espetáculos musicais, circenses e cabarés. No teatro, foram registradas oficialmente, por causa da revisão da censura, 115 peças naquele ano” (SANTUCCI, 2005, p. 134). Sem falar na grande quantidade de técnicos, recepcionistas, adrecistas, costureiras, carpinteiros que formavam uma enorme gama de profissionais operando a produção e a exibição artística.

O termo “indústria cultural” caracteriza um sistema produtivo da arte e do entretenimento, cunhado a partir do movimento de união de intelectuais alemães no Instituto de Pesquisa Social que dá origem a escola de Frankfurt (entre 1923 e 1931). O termo aparece pela primeira vez no livro *A Dialética do Esclarecimento*, — fragmentos filosóficos de 1947 de autoria dos filósofos e sociólogos Theodor W. Adorno e Max Horkheimer — e apresenta uma análise da lógica da produção industrial da época e seus impactos na produção cultural, em que os processos visavam lucro, principalmente por serem, os seus produtos, destinados ao consumo das massas.

A lógica é uma consequência direta da teoria crítica que marca o pensamento do século XX e, com ela, a crítica ao iluminismo, ao capitalismo e à revolução industrial, baseada na teoria marxista de que a economia opera como um motor que impulsiona a realidade social, identificando as pessoas, o público, como meros espectadores consumidores.

Com ênfase na perda da individualidade e da formação crítica das pessoas, a teoria crítica aponta para o perigo da manipulação da realidade com a promoção da visão única e vislumbra no entretenimento que surge com a tecnologia — na música com as rádios e gravadoras, nos teatros, casas de bailes, cabarés e no cinema, todos ativados pela recém-criada mídia —, uma indústria de distração e instrumento dos interesses políticos e econômicos. Mesmo caracterizada e identificada por Adorno e Horkheimer apenas em 1947, o que se assistiu no período entre os citados anos 20 e 40 foi a formação de uma nova indústria cultural, que surge de processos produtivos criados por meio da convivência política, econômica, artística e social da época. Contudo, vale apontar que

dentre os pensadores dos efeitos da indústria cultural, Walter Benjamin (2017) lembra que o consumo em massa de produtos culturais poderia levar à democratização da arte, por levar cultura a um número cada vez maior de pessoas.

No Brasil, essa indústria cultural que já se encontrava expressiva no período, é potencializada com legalização do jogo (dentro da política pública de Getúlio voltada ao turismo) e surgem, com os cassinos, as condições para um novo modo de entretenimento: o espetáculo. Para compreensão do que representou o novo modo de entretenimento cultural que ocorreu no Cassino da Urca e fechar essa contextualização, considero necessário buscar a etimologia da palavra espetáculo e a reflexão do escritor e filósofo francês Guy Debord, que escreveu a obra de referência *A Sociedade do Espetáculo*, em 1967.

Os dicionários apresentam a etimologia da palavra espetáculo com origem no latim: *spectaculum, i* (vista, aspecto, chamar a atenção pública, jogos públicos, espetáculo), derivado de *spectare* (olhar, observar atentamente, contemplar), que definem o espetáculo como aquilo (um quadro, uma paisagem) que impressiona a visão com o objetivo de entreter. Subentende-se que essa era a intenção primeira do que acontecia no Grill do Cassino, simplesmente impressionar a visão e absorver a atenção do público. Porém, é nas ideias de Guy Debord — precursor da análise crítica da moderna sociedade de consumo — que a teoria acerca da sociedade do espetáculo apresenta, posteriormente, de forma clara, o contexto de uma indústria cultural que surgiu naqueles anos 30 e 40 e que teve o Cassino como elo precursor da cultura do espetáculo na modernidade no Brasil. Com diz Debord, “O espetáculo não é um conjunto de imagens, mas uma relação social entre pessoas, mediada por imagens” (DEBORD, 1997, p. 14) e o que se apresenta a seguir no estudo de caso do Cassino da Urca, um ícone da época dos cassinos, pode ser visto como um fenômeno que muda a escala e o modo do entretenimento cultural no país.

2.1.3 Quais eram as cartas do Jogo? Quem fez o Cassino da Urca?

Voltando às questões propostas por Peter Hall (referidas no primeiro capítulo desta dissertação), com relação à função da cultura como determinante para alcançar novos padrões de civilização nas cidades, destacam-se os personagens do tempo, gênios

criativos, lideranças carismáticas que geram um clima cultural excepcional em uma determinada época e tornam-na gloriosa e influente.

Hall indica que as inovações significativas e transformadoras são desencadeadas por esses líderes carismáticos e, no levantamento arquivístico documental, iconográfico, hemerográfico e ensaístico do estudo de caso, um significativo repertório de fatos e imagens se revelou, destacando a presença de cinco personagens, que impactaram na configuração do que se tornou o Cassino da Urca. Eles podem ser identificados como as cartas decisivas desse novo empreendimento cultural, mas também como os personagens simbólicos que deram as cartas desse jogo. Dotados de carisma e perfil empreendedor sob diferentes aspectos, cada um deles trouxe decisiva colaboração na configuração inovadora do lugar ao longo de sua trajetória de sucesso.

Dentre as centenas de profissionais de talento que atuaram no Cassino, elencamos aqui cinco personagens que representam lideranças carismáticas e marcam diferentes campos na execução do Cassino. Suas performances criativas e empreendedoras se entrelaçam e se misturam em variadas funções da realização do espetáculo como novo modo de entretenimento.

Joaquim Rolla, empresário e hábil negociador que aposta e profissionaliza o entretenimento com uma gestão agregadora relacional, investe na comunicação e faz da rede de relacionamentos sua estratégia de negócio. Luiz de Barros, artista versátil, cenógrafo, cineasta e visionário diretor artístico. Carmem Miranda, cantora que traz ao lugar toda sua trajetória de sucesso (na nova indústria cultural) e, lá, encontra a efervescência criativa que a faz tornar-se uma artista celebrada nacional e internacionalmente com a marca de brasilidade junto com o Cassino. Carlos Machado, que começou no Cassino como apresentador e acaba criando uma das mais memoráveis orquestras do lugar, tornando-se um maestro e grande homem do show business do Rio de Janeiro. E, por fim, Darcy Vargas, primeira dama e ativa mobilizadora social que aproveita a nova política pública, que destina boa parte dos impostos dos cassinos para a área social, e atua na realização de significativas iniciativas beneficentes por meio do Cassino da Urca.

JOAQUIM ROLLA - O Rei da aposta



Figura 52. Joaquim Rolla. Fotografia de autor desconhecido. Fonte: Acervo Diva Rolla.

Foi a partir do bairro da Urca e da sua aposta num negócio adquirido no jogo de azar que Joaquim Rolla, um carismático mineiro que, em 1932, tentava a vida na cidade do Rio de Janeiro, tornou-se um dos mais conhecidos empreendedores do entretenimento do país.

Joaquim já vinha de uma trajetória de erros e acertos, sorte e azar, desde as suas andanças como tropeiro nas estradas de Minas Gerais, quando sua veia empreendedora atuava com o comércio de carne e posteriormente da construção de estradas. Com o sucesso da construção de um trecho da Estrada de Ferro Vitória-Minas, Joaquim adquire um jornal em Belo Horizonte e envolve-se com a política. Por ligações políticas familiares antagônicas à linha editorial adotada, vê-se perseguido e adota o Rio de Janeiro como destino.

Sua história pode ser resgata por meio de citações diversas de autores que cobrem o período entre 1933 e 1946 em biografias e artigos sobre a história da música e do entretenimento na Capital Federal. Mas é no livro do João Perdigão e Euler Conradi (2012), *A incrível vida de Joaquim Rolla, o Rei da Roleta*, Editora Casa da Palavra, que seu perfil pode ser identificado por meio de uma detalhada trajetória de ousadia, participação e transformação da história da cidade do Rio de Janeiro.

Com o jogo de azar já legalizado em 1933, Joaquim Rolla, que morava com a família no Copacabana Palace, frequentava as mesas de carteadado do Cassino Copacabana e do Jóquei Club e a vida das rodas sociais cariocas. Em busca de oportunidades lucrativas de negócio, sempre ao lado de Evaristo de Freitas Castro — um mineiro e ex-sócio com

quem convivia frequentemente —, Joaquim encontrava-se numa mesa de jogo no Jôquei Club quando a sorte lhe bateu à porta.

A mesa de jogo tinha a participação do então ministro do trabalho Joaquim Pedro Salgado Filho e seus parceiros de costume, quando Joaquim viu-se diante de uma jogada de alto valor e risco e acabou ganhando de seu ex-sócio dos tempos de negócios em Minas. O amigo perdedor era o próprio Evaristo que, não tendo como pagar, ofereceu uma cota de sua empresa, o Cassino da Urca (PERDIGÃO E EULER, 2012).

Seu envolvimento no novo negócio adquirido no jogo foi imediato e seu ímpeto de melhorá-lo também. Rolla passou a conhecer o funcionamento do lugar, que, até então, tinha muito do perfil de Hotel Balneário com poucas adaptações e contava com as atrações trazidas pelos sócios do bairro da Lapa sem maiores investimentos, evidenciando que seria necessário atrair profissionais para fazer o negócio crescer. Logo, sua dedicação, proximidade e amizade com os funcionários tornaram-no um sócio essencial no dia a dia da operação. Passou a frequentar o lugar e a praia do Cassino quase diariamente, tornou-se amigo de moradores e negociante do bairro da Urca e começou a fazer do lugar um ponto de encontro de políticos e amantes dos clubes de futebol. Além disso, liderou as reformas para transformar definitivamente o lugar numa casa de jogo e de entretenimento à altura das suas ambições e profissionalizou a operação atendendo às regulamentações exigidas pela lei que orientava as casas de jogo.



Figura 53. Matéria de página dupla sobre o baile de reinauguração após a reforma do Grill da Urca, e descreve o luxo das instalações e inédito sistema de refrigeração em 1936. Revista *O Cruzeiro*, 22 fev. 1936. Fonte: Arquivo O Cruzeiro/EM/D.A Press. Acervo digital da Hemeroteca Digital da Fundação Biblioteca Nacional

Um ano após sua entrada no negócio, seu sucesso atraiu, naturalmente, inimigos e, entre eles, estavam alguns sócios da própria empresa Cassino da Urca, que, por sua

vez, era arrendatária da Companhia Construtora e Imobiliária do Rio de Janeiro (ex-Sociedade Anônima Empresa da Urca, que construiu o bairro). Diante do risco, Joaquim Rolla não hesitou: comprou a Companhia proprietária do imóvel e, na renovação do contrato com arrendatária (da qual ele já detinha 50% das ações), ameaçou não renovar, sem deixar escolha para os sócios que lhe venderam as ações. Uma jogada de ousadia. Existe ainda uma versão que diz que a concessão do Cassino foi dada a Joaquim Rolla por Getúlio Vargas (CASTRO, 2005, p. 137).

**O CASINO DA URCA TEM
NOVO PROPRIETARIO**

*Uma importante transacção
levada a effeito pelo capi-
talista mineiro sr. Joaquim
Rolla*

Em consequencia de uma impor-
tante transacção entre o sr. Joaquim
Rolla e varios accionistas, a empresa
do Casino da Urca passou a ser con-
trolada por esse conhecido capitalis-
ta mineiro.

O sr. Calo Brant, que era portador
de acções no valor de 800 contos, ven-
deu seus titulos por 2.400 contos.
Por sua vez o sr. José Erminio de
Moraes, director-gerente da Votoran-
tim, recebeu 900 contos por acções
da Empresa da Urca no valor, pelo
preço da emissão, de 300 contos.

O sr. Joaquim Rolla adquiriu tam-
bem os immoveis em que funciona
aquelle Casino pelo preço de 3.000
contos.

Figura 54. Matéria “O Cassino da Urca tem novo Proprietário”. *O Jornal*, 25 jul 1935. Fonte: Arquivo O Cruzeiro/EM/D.A Press. Acervo digital da Hemeroteca Digital da Fundação Biblioteca Nacional.

Nota sobre a fig. 54. A nota do *O Jornal* informa que Joaquim Rolla passa a controlar a Empresa Cassino da Urca, tendo comprado as ações e títulos dos demais empresários, e que o conhecido capitalista mineiro comprou também os imóveis onde funciona o Cassino.

Logo em seguida, o desafio da concorrência do Cassino do Copacabana Palace já lhe incomodava e, para atrair um público mais exigente, Joaquim Rolla dá sua primeira cartada promocional e instala, na Urca de 1935, um ar condicionado, fazendo alarde nos jornais e reposicionando o lugar às exigências dos mais sofisticados da época.

As modernas instalações do Balneario da Urca

O acondicionamento de ar no "grill room" desse estabelecimento

A General Electric, que representa, no Brasil, a companhia norte-americana Carrier, fez, hontem, com o jantar que offereceu nos salões do Balneario da Urca, uma demonstração dos processos de ar acondicionado.

Pela primeira vez, em nosso paiz, um estabelecimento commercial apresenta esse grande melhoramento, que resolve, em absoluto, o problema da refrigeração, tão necessária para climas como o nosso.

O restaurante do Balneario da Urca, provido, além do mais, de uma linda ornamentação, com que se apresta para

O restaurante do Balneario da Urca, provido, além do mais, de uma linda ornamentação, com que se apresta para as festas do Carnaval, proporcionou, assim, aos convidados da General Electric — jornalistas, empresarios, nomes de negocios — alguns momentos agradabilissimos, dando-nos, quando na rua, e apesar de noite, faziam trinta e tantos graus centigrados, uma temperatura fresquissima, quasi fria.

Os processos de acondicionamento de ar Carrier offercem, não apenas a refrigeração a que nos referimos, mas outras vantagens igualmente apreciaveis, como a eliminação das poeiras e da humidade, permitindo-nos respirar um ar scientificamente tratado, e ao abrigo das tão justamente temidas correntes de ar.

As instalações Carrier do Balneario da Urca foram desenhadas pelo engenheiro norte-americano Sr. John F. Reis, que ha cerca de tres mezes chegou ao Rio, e que pertence ao corpo de technicos da grande empresa yankee e que a Carrier enviou ao Brasil na qualidade de engenheiro especializado no ramo, sendo este o primeiro acondicionamento de ar que se faz aqui, para estabelecimentos commerciaes.

O ar acondicionado pelo processo Carrier, conforme tivemos oportunidade de ouvir do engenheiro John F. Reis, pôde ser instalado em residencias particulares, em hotéis, em apartamentos, em cinemas e theatros. As principaes casas de diversões norte-americanas ha muito tempo que delle se beneficiam.

Os directores da General Electric foram attentosissimos com os seus convidados, tendo o gerente, Sr. Ross, saudado os presentes, em breve improviso. Foram trocadas outras saudações. O engenheiro John F. Reis recebeu muitas felicitações pelo completo exito de sua primeira obra de acondicionamento de ar em um estabelecimento commercial brasileiro.

Figura 55. Matéria "As modernas instalações do Balneário da Urca" - descreve o jantar oferecido no Grill da Urca pela General Eletric. Jornal *A Noite*, 1934. Fonte: Acervo digital da Hemeroteca Digital da Fundação Biblioteca Nacional.

Nota sobre a fig. 55. A Matéria no Jornal *A Noite* descreve o jantar oferecido no Grill da Urca pela General Eletric, empresa americana que se instalou no Rio de Janeiro com seus engenheiros, e apresenta o próprio Cassino da Urca como a primeira refrigeração em ambiente comercial do país.

Mas, é logo depois, com a chegada do Cassino Atlântico, em fevereiro de 1935 — esse sim um forte concorrente investidor em atrações e da mídia —, que Joaquim vai em

busca de novas e diferentes soluções para garantir sua posição, pois o novo cassino vinha disputar o seu público.

Atento ao meio cultural carioca, Rolla frequentava e observava, com olhar profissional, as casas de show, teatros e cinemas e foi no Alhambra, famosa casa de show de Francisco Serrador, que ele identificou aquela que seria a primeira pessoa fundamental para transformar seu negócio: o cineasta Luiz de Barros, que havia criado toda a cenografia dos bailes no Alhambra. Ao mesmo tempo, pronto para reagir também na mídia, Joaquim Rolla se uniu com seu irmão Mário Rolla, Mário Dias e Abgar Renault e “sistematizaram um formato para redação e diagramação de anúncios mais potentes, inserindo-os nas principais publicações cariocas, mineiras e paulistas” (PERDIGÃO E EULER, 2012, p. 182,183).

Joaquim Rolla era conhecido pela habilidade nos relacionamentos, o que o tornava um hábil articulador político. Mantinha relações próximas com o poder e demonstrava um faro fino para perceber e apostar nos profissionais que tinham potencial ou nas lideranças que já despontavam no momento. Rolla sabia perceber e atrair talentos muito bem, por isso, acumulou parcerias, fazendo sociedade com facilidade com políticos, empresários, comerciantes, artistas e comunicadores.



Figura 56. Conjunto de matérias dos jornais *A Noite*, *Amanhã* e *Revista Cruzeiro* entre os anos 1937 e 1944 - matérias que revelam a diversidade de iniciativas realizadas no Cassino da Urca: Aniversário de modista, Convocação reunião sindical, Desfile de moda inglesa, Orquestra de representação de estado, Jantar em homenagem a intelectuais. Fonte: Acervo digital da Hemeroteca Digital da Fundação Biblioteca Nacional.

Talvez, por isso, como aprendiz e dono do Cassino da Urca, Rolla decide implantá-lo, reunindo, aos poucos, um time de profissionais e personalidades dos mais

variados campos para enfrentar o novo e desconhecido negócio e, ao mesmo tempo, abrir outros negócios ou potencializar outras iniciativas.

Com Luiz de Barros como diretor artístico do Cassino da Urca e sua visão cenográfica e artística, Rolla apostou no grill room como o alvo principal das mudanças, transformando o lugar num ambiente cinematográfico e de espetáculo com várias orquestras de música erudita, jazz e tangos argentinos.

Barros conseguiu trazer as primeiras atrações estrangeiras para a Urca, diretamente dos estúdios da Columbia Pictures, nos Estados Unidos. Organizou numerosos bailes elegantes, passando a atrair ao cassino outros nichos da elite carioca, que ainda olhava o lugar com certo desprezo (PERDIGÃO E CORRAD, 2012, p. 173)

Se por um lado os investimentos e o profissionalismo artístico tomaram conta da estrutura cenográfica e da programação do lugar — sob a batuta de Luiz de Barros e seu trânsito fácil nos mundos das belas artes, teatro, cinema e rádio local e global —, por outro lado, Rolla passa a atuar fortemente por meio do marketing e da comunicação e cria a Agência de Difusão de Anúncios (ADA), primeira agência de publicidade de uma empresa privada, no final de 1933, quase exclusiva do Cassino.

Para tocar a agência que tinha a função de difundir as atrações e os serviços do Cassino, promover o merchandising de produtos e serviços do comércio nas instalações e nos programas do grill room, fechar os eventos e celebrações vindas da sociedade e para promover ações turísticas junto aos hotéis, agente públicos do setor e agentes de turismo, Rolla montou um time de profissionais. Carlos Lacerda, Santa Rosa, Franklin Oliveira e Guilherme Figueiredo, comandados por Mário Rolla, seu irmão, inovaram criando uma máquina promocional dedicada quase exclusivamente ao Cassino.

Mário foi responsável por trazer à ADA os maiores talentos da comunicação, como os jornalistas Celso Kelly, Franklin Martins e Guilherme Figueiredo, ou o artista plástico Santa Rosa. Formou assim uma equipe capaz de realizar toda a produção cultural do Cassino da Urca e dos cassinos que Rolla adquiriria num futuro próximo. (PERDIGÃO E CORRADI, 2012, p. 188).



Figura 57. Conjunto de anúncios de noites temáticas de festa e shows. *A Noite*, 1935-1938. Fonte: Acervo digital da Hemeroteca Digital da Fundação Biblioteca Nacional.

Numa reação ao Cassino Atlântico e sua rádio Ipanema, em 1936, Joaquim Rolla faz sua primeira parceria com a Rádio Record que transmitia o primeiro espetáculo da noite e, em seguida, faz um contrato com Assis Chateaubriand não só de exclusividade com a Rádio Tupi, como também de parceria na contratação das atrações estrangeiras que cantavam na rádio de dia e no Cassino à noite. (PERDIGÃO, EULER, 2012)

No final desse ano, Rolla aposta no que viria a ser uma das mais relevantes atrações do Cassino da Urca ao contratar Carmem Miranda para cantar numa noite em que o Cassino recebe o presidente dos Estados Unidos da América, Franklin Roosevelt, por meio de uma indicação de Darcy e Getúlio Vargas. Assim, nasce uma parceria de sucesso. Rolla contrata Carmem Miranda, já renomada nas rádios, gravadoras, filmes nacionais e na mídia, como artista exclusiva. Um ano depois, a recontracta com um cachê ainda mais alto e, desse encontro, tanto o Cassino, como a cantora se consagram mundialmente.

Na sequência, em 1937, Rolla faz parceria com a rádio Mayrink Veiga e o diretor Cesar Ladeira torna-se também diretor artístico do Cassino e inventa o slogan “A-É-I-O Urca”, que se torna uma propaganda popular do Cassino por meio de uma massiva veiculação nas rádios.

Por sua mão grandes nomes internacionais passaram pelo palco do cassino; os mexicanos com José Mojica, Pedro Vargas, Libertad Lamarque, e Alfonso Ortiz Tirado, o casal Marta Eggerth e Jan Kiepura, os americanos Mills Brothers, os franceses Lucienne Boyer e Jean Sablon, a americana Josephine Baker, o espanhol Gregório Barrios e muitos outros (CASTRO, 2005, p. 153).

Atento às oportunidades do jogo e do espetáculo que atraíam bons ventos para o turismo, Rolla se alia ao capitão Lulu, o Luiz Alves Castro, que gerenciava o Cassino Icaraí em Niterói e, como sócio, amplia os seus negócios. Juntamente com a empresa Fluminense de Diversões S.A., operam as atrações para as duas casas oferecendo aos clientes a travessia de barco entre um local e o outro e o desfrute de mais opções de entretenimento. Essa foi também uma forma de ampliar os negócios do jogo e superar a concorrência dos outros cassinos.

O Cassino da Urca foi responsável pelo lançamento de grandes obras de sucesso musical de compositores, cantores e orquestras que marcaram sua época e se tornaram verdadeiros ícones do imaginário brasileiro até os dias atuais. O mundialmente famoso samba *Mamãe eu quero*, o habitual *Parabéns Pra Você*, cantado em todas as casas e recantos do país, *Aquarela do Brasil*”, entre muitas outras, são resultado dos encontros criativos de um lugar onde as parcerias e experimentações eram desenvolvidas entre os artistas num ambiente de diversidade promovido pela sensibilidade e aposta de Joaquim Rolla. Nesse sentido, destaca-se a participação dos diretores artísticos e maestros que regiam uma profusão de músicos e ritmos, influências melódicas e acordes que resultavam em extraordinárias performances com grande produção cênica e, assim, garantiam ao Cassino um lugar de festa, estilos e novidades onde a mágica do espetáculo não podia parar.

Entre eles destacam-se Vicente Paiva (diretor artístico de 1934 a 1945), Gaó (diretor da orquestra Sinfônica do Teatro Municipal de São Paulo e chefe da orquestra do Cassino de 1940 a 1945), Eleazar de Carvalho (vindo da banda do Batalhão Naval se forma no Instituto Nacional de Música, dirige a orquestra do Cassino entre 1936 e 1945 e faz carreira internacional dirigindo as Orquestras de Boston e as Filarmônicas de Viena e Israel) e Romeu Silva (que, já famoso, leva ao cassino sua experiência em *jazz bands* mundiais entre 1938 e 1946). Eles foram alguns que, na convivência cotidiana entre artistas brasileiros e estrangeiros fugidos de guerras e do pós-Primeira Guerra Mundial ou vindos em turnês internacionais, regiam as *jazz bands* e desenvolviam as sonoridades musicais do samba e da música popular brasileira (PERDIGÃO E CORRADI, 2012). Com base na música erudita, os maestros orquestravam os mais diversos ritmos que aqueciam as pistas de dança, como foxtrote, jazz, choro, tango e samba ao lado de famosos conjuntos como o “Gente do Morro” de Benedito Lacerda e o histórico Bando da Lua que acompanhavam cantores como Carmem Miranda, Mário Reis, Silvio Caldas

e Luiz Barbosa entre muitos outros. No rol das grandes orquestras, o Cassino foi também o berço de Carlos Machado, dançarino e maestro que inovou ao intensificar o lado performático da orquestra para animar o público, inserindo coreografias e figurinos temáticos para os músicos. Carlos Machado cria a Brazilian Serenades no Cassino da Urca e nela reúne grandes músicos e célebres intérpretes com um novo estilo de tocar e performar, quase cinematográfico, ao som de rumbas, sambas, tangos, boleros, jazz e o boogie-woogie que agitavam as danças nos salões, marcando época na Urca e na noite carioca.



Figura 58. Seleção de matérias que divulgavam as atrações no Cassino. Da esquerda para a direita: “Chegou a famosa orquestra Baron Lee” (1938); “Estreou a Santa Paula Serenaders” (1937); “Phyllis Cameron e seus jazzmen hoje novamente ao microfone da Sociedade Rádio Nacional” (1938). *A Noite*, 1937-1938. Fonte: Acervo digital da Hemeroteca Digital da Fundação Biblioteca Nacional.

A articulação de Joaquim Rolla na gestão do Cassino da Urca com parcerias e sociedades exemplares — como o capitão Lulu no Cassino Icaraí e em Petrópolis, o presidente Getúlio e Darcy Vargas em inúmeras ações alinhadas ao governo, Assis Chateaubriand na mídia e nas contratações de artistas, Luiz de Barros na cenografia do Cassino, Carmem Miranda como a grande estrela da casa, Cesar Ladeira como o publicitário que popularizou o Cassino, Chianca de Garcia como o célebre diretor artístico, Oscar Ornstein, o fotógrafo e tradutor oficial e Carlos Machado maestro criador da orquestra que simbolizava a animação da noite —, revela que seu espírito empreendedor carismático se manifesta por meio dos relacionamentos e potencializa tanto a agenda das atrações, como o envolvimento com toda a indústria cultural e os setores produtivos da sociedade, tema que será apresentado na segunda parte deste capítulo da dissertação.

Com o sucesso, os planos de Joaquim Rolla se ampliaram para construção, que não ocorreu, de um grande hotel na Praia Vermelha, mas o Hotel e Cassino Quitandinha em Petrópolis — que ficou pronto meses antes da lei que proíbe o jogo no país — fecha o ciclo de sua atuação em cassinos com um sonho, que seria a menina dos seus olhos, realizado.

Já atuante na cidade de Petrópolis, desde 1939, pela sociedade com Luiz Alves Castro no Tênis Club de Petrópolis com as atrações da Urca e de Niterói e seu estilo de serviços ao público, Rolla dedica à nova iniciativa um fôlego empreendedor e social urbano a altura do seu sucesso como empresário inovador do ramo turístico. A construção do grande Hotel Cassino Quitandinha impactava na infraestrutura de todo o bairro da cidade serrana que atendia a elite e Rolla logo abriu um restaurante, ampliou um lago e o lugar se transformou num parque balneário para prática de equitação e esportes náuticos. (PERDIGÃO, EULER, 2012, p. 229). Porém, com a impossibilidade de operar o novo cassino, o hotel foi arrendado a uma cadeia de hotéis americana que, em pouco tempo, desiste. Rolla ainda tenta um novo e arrojado empreendimento no lugar com a concepção do arquiteto Oscar Niemeyer, mas essa também não sai do papel. Ele dedica-se, então, a manter velhos (Banco Mercantil do Brasil e o Hotel em Araxá) e novos negócios, como as vendas da Companhia de Terrenos Quitandinha em Petrópolis, da qual se desfaz posteriormente. Entre as iniciativas grandiosas vindas da veia inovadora de Rolla estão empreendimentos como o condomínio JK em Belo Horizonte e o Pavilhão de São Cristóvão no Rio de Janeiro, ambos com o arquiteto Oscar Niemeyer. Já distante dos negócios e com a saúde frágil, Rolla morre aos 72 anos após um jogo de peteca, deixando a marca de um empreendedor brasileiro que fez da Urca um lugar único e que revelou a potência do espírito do tempo com a criação do Cassino da Urca, ainda hoje, uma referência cultural brasileira.

LUIZ DE BARROS, a magia cinematográfica no Grill da Urca



Figura 59. Luiz de Barros. Fotografia de autor desconhecido. Fonte: Filmow.

Carioca do bairro do Catete, Luiz de Barros tinha ascendência paterna pernambucana e materna alemã, tendo o pai paulista e a mãe mineira, desde criança frequentava as comédias francesas no Teatro Lírico e no Municipal.

Em seu livro *Minhas Memórias de Cineasta* (1978), ele relata que seu interesse pelo cinema começou quando seu avô comprou um aparelho identificado como lanterna mágica:

que apresentava umas imagens geométricas coloridas; quando se rodava uma manivela existente em cada chassis, o desenho apresentava um bonito movimento, assim como flores se desabrochando, desenho como os que ultimamente têm aparecido na TV (BARROS, 1978, p. 21).

A partir daí, Luiz passou a projetar pequenos filmes num projetor de brinquedo que reproduzia gestos que se repetiam infinitamente. Seu interesse pela arte o fez um frequentador assíduo dos teatros e cinemas do centro do Rio. Desde cedo interpretou papéis nos palcos da escola, mas seu talento era uma promessa ainda mais abrangente. Luiz Barros passou a pintar cenários de comédias, estudou cenografia com o mestre Crispin do Amaral que tinha seu atelier no Teatro Municipal e depois, morando e estudando em Milão, especializou-se em cenografia trabalhando com mestres como Francesco Malerba, onde também se dedicava a assistir célebres montagens de óperas no teatro Scala. Na sequência, Luís vai para suíça encontrar com a família, estuda pintura em Lausanne e em seguida, já em Paris, segue os estudos e começa a fazer cinema na

Gaumont. Com o início da grande Guerra em 1914, Luíz volta ao Brasil e começa a trabalhar com cinema, atuando, produzindo dirigindo e empreendendo. Em 1916, com o filme *Perdida*, Luíz conta com o apoio de um homem de negócio chamado Zózimo Barroso do Amaral e já experimenta um grande sucesso. Considerado um dos mais fecundos e singulares cineastas da cinematografia brasileira pelos críticos e estudiosos do cinema como Álvaro Pacheco, sua produção de filmes de longa-metragem ultrapassa os cem títulos e a de curta metragem vai mais além. (BARROS, 1978, Orelha do livro).

Como empreendedor ativo e apaixonado pelas artes cênicas, Luiz de Barros também inovou, com sua companhia de teatro, na montagem de comédias e espetáculos nos palcos do Rio, apresentando o teatro de revista com cenários luxuosos e muitas coristas, estilo considerado, pelos escritores e jornalistas, como um trabalho de crítica social, de costumes e irreverente (SANTUCCI, 2005, p. 60).

Com o convite de Joaquim Rolla para que ele assumisse a direção artística da casa em 1933, sua múltipla capacidade criativa transforma o lugar num ambiente de sonho que em muito contribuiu para marcar o fenômeno de sucesso do entretenimento do Cassino da Urca.

Foi sua a estratégia de criar cenários inéditos de extrema beleza, diversificar as orquestras e trazer atrações internacionais, em especial da América do Norte por meio do seu conhecido, diretor da Columbia Pictures, Sr. Feit.



Figura 60. Duas matérias do jornal *A Noite*. "New York Dreams Revue no Grill da Urca" (1) e "Um sucesso há muito tempo não visto a estréia do grande cantor italiano no Casino da Urca" (2). *A Noite*, 1937. Fonte: Acervo digital da Hemeroteca Digital da Fundação Biblioteca Nacional.

Nota sobre a fig. 60. (1) Nul and Nullan, bailarinos americanos, integram o conjunto “New York Devue”, atração da temporada de inverno de 1937. (2) Estreia de cantor italiano Daniel Serra no Casino da Urca.

Seu talento empreendedor de cineasta e cenógrafo tinha como meta levar luxo ao lugar e atrair a elite que ainda era refratária a frequentar a Urca e, conseqüentemente, fazer as mesas de jogo faturarem para satisfazer o caixa do negócio. Luiz de Barros atua no Cassino da Urca e faz a sua largada triunfal na noite carioca, arrebatando para o lugar a admiração e o prestígio que lhe garantiam o espaço profissional de voz e decisão diante da inexperiência de Rolla e suas interferências ou mesmo dos choques de preferências da programação, diante de um público dos mais diversos gostos e dos mais variados perfis, uma marca já característica do lugar.



Figura 61. Seleção de publicações que demonstra a diversidade de atrações do Cassino. “O sorriso de quatro girls no Casino da Urca”, *A Noite* (1935), “Spec and Spot estréia hoje no Cassino da Urca The Wonders” *A Noite* (1937) e “Uma estréia sensacional Ballet Tamar Beck” *O Jornal* (1937). Fonte: Acervo digital da Hemeroteca Digital da Fundação Biblioteca Nacional.

O aprendizado da parceria entre Joaquim Rolla e Luiz de Barros no Cassino exigiu mais do que inventividades, exigiu também o respeito mútuo e a liberdade para agirem, cada um, em sua área. Juntos, criaram os famosos bailes temáticos, introduziram ingressos com preços especiais no caixa (e somaram com o controle de ingressos baratos de acesso ao local, imposto pelo governo) para atrair as altas rodas da sociedade para o lugar por meio de convites e mobilizações em prol de causas beneficentes.



Figura 62. Seleção de anúncios publicados no Jornal *A Noite* entre 34 e 36. *A Noite*, 1934 - 1936. Fonte: Acervo digital da Hemeroteca Digital da Fundação Biblioteca Nacional.

A estratégia completava-se com a atitude de Rolla enquanto exímio aglutinador dos interesses de empresários e políticos, artistas e jornalistas e sua obstinação em tornar o lugar o epicentro das tendências e dos encontros, em tornar o Cassino da Urca o melhor Cassino da América Latina.

Com a inauguração do Cassino Atlântico, Luiz de Barros saiu da Urca e dedicou-se, ao lado de Gilberto Trompowski, àquela casa concorrente. Mas retorna em 1936 para então participar da grande reforma em que Rolla responde com grande investimento para alavancar o lugar de liderança de volta ao Cassino da Urca.

Na Urca, Barros inspirado pelas maiores casas de show que conhecera num *grad tour* pela Europa no princípio do século, conheceu sistemas de palcos inédito. Remodelou o espaço interno do grill-room, colando dois palcos um no outro, mas com mobilidade para que fossem utilizados independentemente[...] um deles tinha um elevador que transportava os artistas num alçapão num andar inferior, e o outro tinha mobilidade para alavancar ou recuar sobre a parte da pista de dança [...] agora os habitués e apreciadores do entretenimento boêmio poderiam ver os diversos atos de shows num só movimento. Este palco marcou época na história do show business, inserindo o Rio de Janeiro no cenário internacional do turismo de luxo” (PERDIGÃO; CORRADI, 2012, p. 185-186).

CARMEM MIRANDA, a pequena notável



Figura 63. Carmen Miranda no Palco do Cassino da Urca, 1938. Fotografia de autor desconhecido. Fonte: acervo Museu Carmem Miranda. Primeira apresentação de Carmen Miranda de baiana estilizada, criada por Tromposwisk com desenhos geométricos.

Foi pelas mãos do músico baiano Josué de Barros que a jovem Carmem Miranda, nascida portuguesa e filha da Lapa carioca, participou do festival do Instituto Nacional da Música em 1929, para sua primeira plateia com tangos argentinos e uruguaios e sambas recém-lançados.

Depois de apresentações esporádicas nas rádios, Carmem Miranda grava pela primeira vez pelo selo alemão Brunswich, no mesmo ano. Mas é sob a direção artística de Pixinghinha, em 1930, que ela grava na Victor vários sambas-canções e se consagra no carnaval com a célebre marchinha “Taí”, de Joubert de Carvalho, e “Iaiá Ioiô”, de Josué de Barros, começando sua carreira com grande sucesso. Ao fim do mesmo ano, Carmem Miranda já havia gravado quarenta músicas, atendido a convites para se apresentar em Buenos Aires, era chamada de rainha do disco pelos jornais, além de ter se tornado a garota propaganda da marca Leite de Rosas numa época em que artistas famosos ainda não tinham esse hábito. Como destaca Ruy Castro no livro que traça sua biografia, Carmem Miranda, “aos olhos e ouvidos do público, era a primeira mulher brasileira a criar para si uma personalidade pública, e viver dela” (CASTRO, 2005, p. 92).

A época de ouro da música brasileira começa a ser marcada a partir de 1932 no rádio, no disco, no teatro, no cinema e nos direitos autorais, e é alavancada com o decreto-lei do governo federal que permite a propaganda pelas rádios. Estas se profissionalizam, criam programações, contratam os artistas, apresentam anúncios falados e cantados, que são buscados por meio de corretores e pagos pelo comércio. Carmem Miranda é contratada pela Rádio Mayrink Veiga e ganha um programa semanal para interpretar compositores de destaque, como Ary Barroso, Lamartine Barbo, Ismael Silva e Noel Rosa (CASTRO, 2005, p. 82), e lá atua por muitos anos.

Carmem Miranda faz turnê no Nordeste, em cidades como Salvador e Recife, atitude rara entre os artistas da época pela dificuldade de deslocamento, e é ovacionada nos principais teatros. No teatro de Santa Isabel no Recife, Carmem foi apresentada de forma empolgada pelo poeta pernambucano Ascenso Ferreira: “Com ela, a tragédia foi morta pelo bom humor e a tristeza nativa mudou-se em festa de batuque e bombos [...] Deus permita que tu botes diamantes pela boca” (CASTRO, 2005, p. 87).

Desde 1930, Carmem participa de filmes como *Degraus da Vida*, produzido pela Agra Filmes do Brasil e a *Voz do Carnaval*, e um filme revista carnavalesco, filmado pela Cinédia em 1933, que teve o *Jornal da Noite* como um dos seus financiadores, para citar apenas dois exemplos. Carmem ocupa, assim, estreando também como atriz de cinema, todos os campos de atuação para uma artista naquele momento da capital federal.



Figura 64. Matéria “Degraus da Vida um novo filme brasileiro”. *O cruzeiro*, 20 set 1930. Fonte: Arquivo O Cruzeiro/EM/D.A Press. Acervo digital da Hemeroteca Digital da Fundação Biblioteca Nacional

Nota sobre a fig. 64. A Revista *o Cruzeiro* publica imagens e a divulgação do set de filmagem do filme *Degraus da Vida*, com Carmem Miranda e produzido pela Agra Filmes do Brasil.

Já artista famosa, Carmem Miranda é apresentada por Ruy Castro, seu biógrafo, como uma participante ativa da vida da cidade, subia o morro para rodas de samba, participava de comissões julgadoras, frequentava festas e circulava livremente nos mais variados ambientes da sociedade. Expressiva e alegre, ela assume um perfil extravagante nas suas vestimentas e, no palco, adota um turbante e um salto de plataforma de madeira altíssimo que marcam definitivamente seu estilo brejeiro e inconfundível de adereços, que representam as frutas, os balangandãs e o colorido brasileiro.

A rádio em que Carmem Miranda era exclusiva, a Mayrink Veiga, ganha um novo diretor artístico, Cesar Ladeira, que faz da emissora um lugar experimental. Ele cria as primeiras radionovelas, rádio teatros e programas humorísticos e, com coberturas e transmissões internacionais com Buenos Aires, torna-a a rádio mais inovadora e mais ouvida do país. Foi ele, Cesar Ladeira, que deu a Carmem Miranda o apelido que se tornou sua marca: “A pequena notável”. Já sua gravadora, a Victor, mesmo no topo das vendas e tendo proporcionado Carmem Miranda a fazer duplas com um time memorável de talentos artísticos — e na qual já havia gravado cerca de 150 músicas, um recorde até então —, perde a artista para sua rival, a gravadora Odeon, por um cachê mais vantajoso.

Carmem Miranda apostava também na renovação da direção artística da Odeon e na regência da orquestra liderada pelo Benedito Lacerda, considerado um dos melhores do país. Sua veia empreendedora não hesitava em arriscar. Em seis meses na Odeon, Carmem Miranda e sua irmã, Aurora, gravaram dezoito discos e 36 músicas cada uma (CASTRO, 2005). Esse foi um dos momentos de mais força de sua carreira, com discos em alta nas lojas, excursões pelo país, programas semanais de rádio, espetáculos em cinemas e teatros, anúncios para produtos e toda promoção em torno dessas atividades em jornais e revistas.

O impacto e abrangência do seu trabalho eram similares ao profissionalismo de sua atuação: uma forte presença de personalidade nas artes e na mídia. Os brasileiros de todas as partes do país tinham a chance de ver ou ouvir Carmem Miranda, bem como seus artistas preferidos, pelas rádios e discos, ou nas produções cinematográficas, que esgotavam as bilheteiras por onde eram exibidos. Esses filmes tinham a função de promover os artistas, mas funcionavam principalmente como peças promocionais de venda de discos e de difusão das músicas que eram lançadas, e que chegavam a ter vinte e três números musicais, como nos famosos *Alô alô Carnaval* produzidos pelo produtor Wallace Downey e dirigidos por Adhermar Gonzaga, com clássicos do carnaval. Foram estes os primeiros filmes brasileiros a utilizar o playback (CASTRO, 2005).

Em 1936, uma nova oportunidade entrou na vida de Carmem Miranda e com ela sua consagração: os cassinos, em especial, o Cassino da Urca. Ela faz sua primeira apresentação no Cassino do Copacabana Palace, em janeiro de 1936, para uma plateia sofisticada — entre ministros de Estado, políticos, grandes empresários, novos ricos e celebridades nacionais e internacionais.

Sua entrada no Cassino da Urca se dá para cantar numa noite especial para convidados quando o cassino recebe o presidente dos Estados Unidos, Franklin Roosevelt, organizada por meio de uma solicitação de Darcy e Getúlio Vargas, que iniciavam uma parceria mais próxima com Rolla no cassino. Logo em seguida, Carmem é contratada como cantora exclusiva e, para conseguir o cachê que queria, ela apresenta sua estratégia de marketing e argumenta: “eu vou cantar aqui duas vezes por noite e não vou repetir nem um vestido durante um mês. As mulheres virão me ver, por causa dos vestidos, e trarão os homens que virão jogar” (CASTRO, 2005, p. 140).

Seu sucesso imediato no Cassino atraiu também Assis Chateaubriand, dono do Diários e Associados, grande homem da mídia e parceiro de Rolla, que a convida para o *casting* da Rádio Tupi, inaugurada no Rio em 1936. Mesmo com uma relação quase familiar com a Rádio Mayrink Veiga, Carmem Miranda não resiste ao cachê, considerado o maior de todos os artistas de rádio da época. Na nova rádio, ela também pode aceitar um outro convite, o da Rádio Belmar na Argentina, pois a rádio era ligada à Tupi no Brasil (PERDIÇÃO; EULER, 2005).

Carmem passa a ser a grande atração do Cassino ao lado do Bando da Lua, cantava duas vezes por noite, e ainda desenvolvia uma relação de amizade com os frequentadores e frequentadoras indo às mesas depois dos shows. A vida da cantora se tornou frenética, pois além das noites, Joaquim Rolla realizava com frequência eventos beneficentes ou com empresas no final das tardes e que atraíam como novos fãs os filhos das famílias, que podiam frequentar o lugar nesse horário.

A Urca já se tornara um bairro especial, com sua agitada vida noturna do Cassino e um sossegado lugar de dia para se morar. E foi lá que Carmem Miranda comprou uma casa e passa a morar com a família. A proximidade do Cassino foi decisiva na escolha, mas o bairro já era um reduto de moradia de muitos colegas, artistas, cenógrafos, costureiras, pintores, coreógrafos, bailarinas e técnicos pelo mesmo motivo.

Já experiente nos negócios, embora ouvisse seus conselheiros, Carmem demonstrava grande tino. Seus contratos nunca passavam de um ano e não tinha cláusula de prorrogação. Ela vivia o momento e sabia ser empresária de si mesma numa

versatilidade de situações que envolvia gravadoras, rádios, publicidade, teatros, cinema, cassino e apresentações em geral.

Carmem deixava que seus contratos expirassem, e não permitia que se renovassem automaticamente. Com isso, ficava livre por alguns dias para considerar novas ofertas e até variar de ares. Na mudança da Mayrink para Tupi, e depois o contrário, Carmem pode ter levado algo entre cinquenta e setenta contos de luvas em cada transação [...] E no Natal de 1937, provisoriamente sem contrato com a Urca, Carmem apresentou-se (com Aurora e Silvio Caldas) no Cassino Atlântico — para alfinetar Joaquim Rolla e barganhar um contrato ainda melhor para 1938. O que ela conseguiu (CASTRO, 2005, p. 156).

Foi no palco do Casino da Urca que Carmem Miranda fez explodir toda sua experiência e potência criativa. Ali, em meio a um momento de encontro de profissionais de talento, experimentação de saberes, diversidade de gêneros, ebulição de ideias, agitação de produção, novidades técnicas e a atitude de apostar, aconteceu uma efervescência cultural que veio a transformar tudo que se vivia até então em algo novo e excitante. Um novo código cultural se forjava e apresentava com força o caráter brasileiro de ser em que todos se viam, celebravam e ainda tinham o reconhecimento e a ovação do mercado do entretenimento cultural internacional. Os Estados Unidos vivam naquela época seu período fértil de produção da música popular com a força da indústria da Broadway, Hollywood, New Orleans e o Harlem na promoção de talentos, canções, agentes e veículos que promoviam mundo afora a cultura americana. Em muitos países, essa invasão foi significativa, mas no Brasil ela encontrou limites.

Nesse período, os sambas e as marchinhas sustentavam formidáveis 50% do mercado. É mais formidável ainda quando se sabe que as três principais gravadoras — Odeon, Victor e Columbia — que operavam no Brasil eram estrangeiras e duas delas americanas. Mas, pelo visto, seus executivos entendiam o país que as hospedava. O Brasil respirava nacionalismo, o momento pertencia à música brasileira, e o samba era o ritmo nacional por excelência — produzido por negros, brancos, e encantando homens e mulheres, ricos e pobres, jovens e velhos (CASTRO, 2005, p. 159).

Essas foram as circunstâncias em que o empresário americano Lee Sheubert — dono da maior rede de teatros dos Estados Unidos — assistiu Carmem Miranda no palco da Urca e, com a aceitação e o apoio de Joaquim Rolla, a essa altura já seu amigo, ela é contratada com o Bando da Lua para se apresentar nos Estados Unidos em 1939.

Lá, ela se torna a famosa “The Brazilian Bomb Shell”, com sucesso imediato na Broadway e, na sequência, contratada pela Fox Filmes, torna-se internacionalmente famosa e faz história na indústria de Hollywood.



Figura 65. Edição da entrevista de Carmem Miranda. *O Cruzeiro*, 07 out 1944, ed. 0050. Fonte: Arquivo O Cruzeiro/EM/D.A Press. Acervo digital da Hemeroteca Digital da Fundação Biblioteca Nacional.

Nota sobre fig. 65. Edição da entrevista ao Cruzeiro de Carmem Miranda registrando que a artista reinava como a Brazilian Bombshell com show no famoso cabaré da 50Th Street em Nova Iorque e estrelando no filme Something for the boys, ao lado do Bando da Lua.



Figura 66. Matéria “A Volta de Carmem Miranda ao Grill da Urca”. *A Noite*, 1939. Fonte: Acervo digital da Hemeroteca Digital da Fundação Biblioteca Nacional.

Nota sobre fig 66. Em matéria do Jornal A Noite, é divulgada a volta de Carmem Miranda ao palco do Cassino da Urca com a temporada de apresentação do seu novo show “O que é que a baiana tem”, a pedido do público.

Em agosto de 1940, numa curta temporada no Brasil, Carmem Miranda participa a convite de Joaquim Rolla de uma noite beneficente no Cassino, patrocinada pela primeira dama, Dona Darcy Vargas, e é indicada para interpretar canções latino-americanas. Ela é recebida com frieza por uma plateia politizada (Estado Novo) e reativa aos Estados Unidos.

A reação de Carmem Miranda foi rápida e, em duas semanas, com o apoio dos amigos músicos, maestro, cenógrafo e do próprio Joaquim Rolla, ela dá a volta por cima e estreia no Cassino uma temporada de retumbante sucesso com os sambas “Disseram que voltei americanizada”, “Ela disse que tem!”, “Voltei pro morro”, entre outros dos seus hits de sucesso.



Figura 67. Matéria do Jornal *A Noite* traça uma linha do tempo da vida de Carmen Miranda com destaque para as fases que marcaram sua carreira. *A Noite*, 1940. Fonte: Acervo digital da Hemeroteca Digital da Fundação Biblioteca Nacional.

Residente em Los Angeles, no dia 5 de agosto de 1955, Carmem Miranda morre aos quarenta e seis anos de idade, e dela fica o símbolo artístico personificado do espírito desse tempo que legitimou o Brasil como uma potência de caráter próprio e valor cultural.

DARCY VARGAS, a promoção social

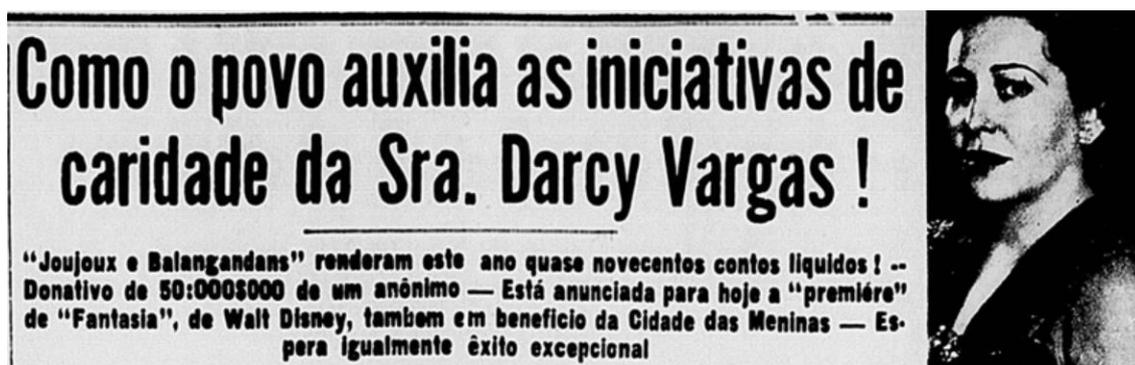


Figura 68. Matéria “Como o povo auxilia as iniciativas de caridade da Sra. Darcy Vargas!”. Recorte mostra o balanço do sucesso e a prestação de contas da Revista Joujoux Balangandnas, uma iniciativa beneficente da primeira-dama. *O Radical*, 1941. Fonte: Acervo digital da Hemeroteca Digital da Fundação Biblioteca Nacional.

Nota sobre fig. 68. Recorte de chamada da matéria do Jornal A Noite faz o balanço do sucesso e a prestação de contas da Revista Joujoux Balangandnas, uma iniciativa beneficente da primeira dama que esteve em exibição no Teatro Municipal.

O ótimo relacionamento de Darcy Vargas com Joaquim Rolla marcou o Cassino por meio das muitas atividades que resultaram em uma profícua troca, geradora de valor tanto para o cassino quanto para as ações beneficentes.

A liderança carismática de Darcy Vargas, esposa do presidente Getúlio Vargas, manifesta-se desde o início da sua trajetória, ainda nos anos 30. Sua primeira ação na área assistencial foi com a Legião da Caridade, uma associação criada por mulheres da elite gaúcha por ela liderada, com o objetivo de produzir roupas para os revolucionários e distribuir alimentos para suas famílias. Primeira mulher a ocupar um cargo de direção na política social no Brasil, através da presidência da Legião Brasileira da Assistência desde a sua criação, em 1942, Darcy Vargas desempenha um papel significativo de participação política atrelada ao social, criando um modelo novo para atuação das primeiras-damas na política brasileira (SIMILI, 2008).

Na sua intensa vida social, com paixão pela moda e eventos sociais, ela criou uma rede representativa de relacionamentos, misturando diferentes personagens, e promoveu inúmeras iniciativas — muitas delas em parceria com Cassino da Urca através de festas, jantares dançantes, peças teatrais e desfile de modas, arrecadando fundos para causas e entidades beneficentes às quais se que dedicava.

A parceria estratégica de mobilização e sensibilização da elite servia aos dois propósitos: o do Cassino, que tinha na presença dos abastados da sociedade tanto o prestígio nos eventos e nas mesas de apostas, como o protagonismo em encontros representativos, de onde surgiam e eram anunciados novos negócios e destinos político do país, e, o da Primeira Dama, por proporcionar a visibilidade da participação cidadã solidária que servia como exemplar, e as doações de recursos financeiros para suas causas por meio de arrecadações nos bailes, festas, jantares, concursos e desfiles de moda em prol da filantropia.



Figura 69. Matéria “Cidade das Meninas” sobre a noite beneficente organizada pela primeira dama Darcy Vargas em prol da Casa das Meninas com o tenor mexicano José Mojica no Cassino da Urca. *Jornal das Moças*, 1941. Fonte: Acervo digital da Hemeroteca Digital da Fundação Biblioteca Nacional

Página 5

«JOUJOUX E BALANGANDANS DE 1941

Saldo líquido da renda dos três espetáculos da "feerie" no Teatro Municipal, em benefício da "Cidade das Meninas"

A realização dos três espetáculos de "Joujou: e Balangandans de 1941", no Teatro Municipal, tendo contribuído para o acontecimento mundano da estação de festas do ano, e resultado na mais eficiente subsídio, em prol da objetivação da iniciativa magnífica da sra. D. Darcy Vargas, volta hoje a ocupar o noticiário em virtude da operação final do rendimento obtida com essa realização.

A comissão promotora das réditos levadas a efeito no principal teatro da cidade, tendo à frente a sra. D. Darcy Vargas, em reunião de ontem, após recolhida toda a renda bruta e satisfeitas todas as despesas, constatarem um saldo líquido de 850:695\$200, decidindo dar a mais ampla divulgação a essa operação, e tornar público seu reconhecimento a quantos contribuíram para o êxito material da realização festiva, fazendo particular referência à contribuição do sr. Joaquim Rollos, orientador do Cassino da Urca, que custeou a luxuosa montagem do revista-feerie escrita por Luis Peixoto.

O balancete, cuja publicidade a comissão presidida pela sra. D. Darcy Vargas promove em todo o país é o seguinte:

Renda dos três espetáculos	451:730\$000
Anúncios no programa	320:000\$000
Entradas para o ensaio geral	3:100\$000
Venda de programas e balas	25:980\$000
Dr. Marques dos Reis — 1 camarote	6:000\$000
Dr. Barreto Pinto — 1 camarote	2:000\$000
Dr. Paulo Bitencourt — 1 friza	1:500\$000
Mme. E. G. Fontes — 2 frizas	2:000\$000
Ministro Ataúlpho de Paiva — 1 poltrona	1:000\$000
Anônimo — donativo	50:000\$000
Cassino da Urca — donativo	21:000\$000
Mentecia e Aranha — donativo	10:000\$000
Casa Barbosa Freitas — donativo	6:546\$100
Sra. Assunta Seabra — donativo	5:000\$000
Sra. Vera Plankett — donativo	1:000\$000
Nelly e Mario — donativo	1:000\$000
Embaixador Francês — donativo	1:000\$000

Figura 70. Matéria "JouJoux e Balangandãs de 1941" - publicação com a prestação de contas de uma temporada do Teatro Revista Joujoux Balagandans, realizado no Teatro Municipal. *O Imparcial*, 23 ago 1941. Fonte: Acervo digital da Hemeroteca Digital da Fundação Biblioteca Nacional.

O Cassino da Urca foi um dos epicentros da Capital Federal e um instrumento de arrecadação financeira (apresentando os resultados publicamente como se vê na publicação no Jornal Imparcial acima), tanto por meio de atividades realizadas com as bilheterias destinadas à beneficência, quanto pela arrecadação compulsória de parte do faturamento do Cassino, que, regulamentada pela lei de liberação do jogo, era destinada às ações sociais da Primeira Dama.

Para além da mobilização e frequência de uma elite em torno das ações sociais, o espírito humanista atraía todos os públicos aos eventos e dava ao lugar um caráter de entretenimento, convivência plural e exaltação do espírito público. O cassino prenuncia um exemplar propósito que mais tarde pode ser visto como semente do papel e das práticas dos modelos de gestão e governança, os quais se concretizaram no final do século XX com as instituições de terceiro setor na área de cultura e entretenimento.

Na tradição da sociedade brasileira de base escravagista, pode-se dizer que a mistura racial começa a acontecer nos ambientes do Cassino. No palco do Cassino da Urca, os "invisíveis negros e pardos" da plateia tinham o destaque e uma representação afirmativa que contribuiu para inspirar mudanças de hábitos ao misturar pessoas diversas

em um mesmo ambiente e que tinham, de alguma forma, que lidar com os preconceitos no ambiente do entretenimento, preconceitos esses que, infelizmente, persistem nos dias de hoje.

As atividades da LBA (Legião Brasileira de Assistência), da Casa do Pequeno Jornaleiro (voltada a assistência de meninos e adolescente que distribuía os jornais na cidade) e da Cidade das Meninas (entidade de assistência as moças órfãs) no Cassino da Urca estavam sempre ligadas às novas tendências da arte e do entretenimento, por exemplo, quando o estilo music-hall foi substituído pelo teatro musicado, com a presença de atores e dançarinos, cantores cômicos e acrobatas (PERDIGÃO; CONRRADI, 2012). O protagonismo da cultura brasileira ganhava fôlego com o samba tomando espaço no teatro de revista.

Inúmeras foram as iniciativas da primeira dama do país, alavancadas pela parceria com o Joaquim Rolla, dentro e fora do Cassino da Urca. A quantidade e a frequência das atividades organizadas para a filantropia serviam de mote para a criação artística, na qual pessoas de diferentes classes sociais conviviam durante os processos criativos e no palco. Foram muitas apresentações de escolas de dança, pintores, escultores, recital de poesias, jovens dançarinas, atores, dentre outros, que juntos protagonizavam a programação das noites beneficentes.

Um exemplo emblemático dessa parceria foi o caso da revista *Joujoux e Balangandans*, apresentada no Teatro Municipal do Rio de Janeiro e financiada por Joaquim Rolla. A peça reuniu diretores, encenadores, criadores e a orquestra do Cassino da Urca junto a um elenco misto de profissionais e amadores, contando também com a participação de pessoas da sociedade como o príncipe Don João de Orleans e Bragança. A peça de teatro de revista, que de alguma forma enaltecia a criação do Estado Novo, foi criada como meio de obter renda para a Casa das Meninas. Foi montada duas vezes, mas foi na segunda temporada em 1941 que a revista tomou corpo de uma ópera nacional de sucesso.

Além do diretor teatral da Urca, participaram da elaboração do espetáculo nos cenários, os artistas Santa Rosa, Gilberto Trompowski, Souza Mendes, Fernando Valentim, Júlio Senna e o próprio Luiz Peixoto. As coreografias eram criadas por nomes de respeito no meio, como as professoras russas Klara Korte e Maria Olenewa (que chegara ao Brasil durante uma turnê do balé de Anna Pavlova), a indonésia Nini Theilade, e o homem responsável pelos números de dança nos filmes da Atlântida, Yuco Lindberg. Na parte musical, sob a batuta da

orquestra de Gaó, vieram compor canções originais Nássara, Lamartine Babo e Ary Barroso (PERDIGÃO; CORRADI, 2012, p. 243).

O encarte especial de 9 de agosto de 1941, na Revista *O Cruzeiro*, preparado pela ADA — Agência de Comunicação do Cassino da Urca, revela-nos a dimensão grandiosa do empreendimento cultural comandado por Darcy Vargas e Joaquim Rolla. Apresentando os desenhos dos figurinos, diretores e atores, a peça publicitária detalhava cada quadro, como: Carnaval, Baile da Ilha Fiscal, Nova York, Night Club, Jardim Encantado, Brasileiros, entre outros, com cenas do palco, comentários sobre os temas, os autores e os participantes de cada quadro. Durante a encenação, o próprio palco do Cassino também foi apresentado como uma das atrações, com a sua orquestra *Brazilian Serenaders*.



Figura 71. Matéria "A Apoteose das três raças tristes", do Teatro Revista Joujoux Balagandans realizado no Teatro Municipal, encartes 1 (p.40) e 2 (p.41). *O Cruzeiro*, 09 ago 1941, ed. 0041. Fonte: Arquivo O Cruzeiro/EM/D.A Press. Acervo digital da Hemeroteca Digital da Fundação Biblioteca Nacional.

Nota sobre a fig 71. Detalhe do encarte com um dos mais grandiosos quadros onde as três raças: Índios, Portugueses e Negros são apresentados no quadro Brasileiro numa referência a frase de Olavo Bilac.



Figura 72. Montagem dos desenhos de alguns figurinos apresentados no encarte especial sobre a revista Joujou e Balangandans. Revista *O Cruzeiro*, 09 ago 1941. Fonte: Arquivo O Cruzeiro/EM/D.A Press. Acervo digital da Hemeroteca Digital da Fundação Biblioteca Nacional.

Os cassinos cariocas estavam sempre atentos a novas tendências no mundo do show business. Inspirado pela onda que nos anos anteriores dera novo fôlego ao teatro musicado, o Cassino da Urca foi pioneiro. Logo em fevereiro de 1940, estreou aquela que chamou de a primeira grande revista brasileira, em que anunciava a substituição do gênero de music-hall pelo de teatro de revista no Cassino da Urca (PERDIGÃO; CORRADI, 2012, p. 242).

Darcy Vargas foi uma parceira estratégica na consolidação do Cassino da Urca, deixou um significativo legado por meio de suas obras, seguiu a frente da LBA mesmo após o suicídio de Getúlio Vargas e faleceu no Rio de Janeiro em 1968 aos setenta e dois anos de idade.

CARLOS MACHADO, o rei da noite



Figura 73. Carlos Machado no Correio da Manhã, 1957. Fotografia de autor desconhecido. Fonte: acervo Arquivo Nacional.

Nascido na cidade de Porto Alegre, de ascendência materna francesa e filho de José Herculano Machado e da família do célebre Júlio de Castilhos, Carlos Machado teve formação católica de orientação alemã e desfrutou de uma infância e juventude abastada entre famílias no Rio Grande do Sul.

Da vivência católica, Carlos Machado se encantou com os rituais, a plasticidade da missa e todo aparato que incluía a beleza monocórdia do latim que não entendia. Da cultura alemã, ele tem a formação das tradicionais e alegres festas da cerveja e da convivência com o pai, o hábito das animadas corridas do Turf, e a vizinhança com os cabarés de onde se tornou *habitué* ainda jovem.

Carlos Machado se muda com a família para o Rio de Janeiro em 1922 para conhecer os festejos do primeiro centenário da independência e, nos seus relatos em *Memórias sem Maquiagem* (1978), ele cita alguns episódios que o marcaram, tais como: a visita ao prefeito com o pai, os fogos de artifício nas noites de festa, a ida ao Derby Club, a beleza da Baía da Guanabara e a elegância dos embaixadores e personalidades dos eventos.

No seu livro Carlos Machado se define como

filho de pai rico [...] ganhei alguns certames de bilhar, e concursos de tango, fui coronel e gigolô, ou melhor *amant du coeur*, jornalista, revolucionário, bailarino, maestro, dono de restaurante e boates, produtor e diretor de espetáculos, trabalhei com Maurice Chavalier, fui *partnaire* de Mistinguette, torcedor do Botafogo, capa do “Life”, tive

muito dinheiro e algumas vezes passei a média com pão e manteiga, criei um estilo de ver a noite, entendendo-a e entendendo os amigos que tive e os inimigos que perdi (MACHADO; PINHO, 1978, p. 8).

Com o título de “Rei da Noite”, dado pelo jornalista Sergio Porto, que faz jus a sua eclética carreira, Carlos Machado fez fortuna nas roletas dos cassinos e fez da noite seu ambiente de realizações. Morou em Paris por um longo período e se aprofundou nos estudos sobre moda na música e nos espetáculos teatrais, além de trabalhar no Cassino de Paris como dançarino e ator na revista do célebre Maurice Chavaleir. Foi numa temporada em Nova Iorque que o jovem dançarino e ator — atuando em *public relations*, assistindo à cena da *brodway* e tentando achar novos caminhos — foi convidado para voltar a Paris como assistente e *partner* e produtor de *Mistinguette*, a mais famosa estrela do *musi-hall* francês. Com seu nome artístico consolidado em Paris, Carlos Machado faz cinema na Agência Internacional do Teatro e do Cinema em Paris.

De volta ao Brasil para se tratar de uma tuberculose após turnês em 1939, nas quais brilhou ao lado de *Mistinguette* nos mais famosos teatros em Paris — *Moulin Rouge*, *Bobino* e *ABC* e nas cidades de Bruxels, Lyon, Avignon, Nice e Monte Carlo — Carlos Machado passa um período de resguardo, mas pisa pela primeira vez no palco do Cassino da Urca pelo chamado da amiga e famosa cantora francesa *Mistinguette*, que foi convidada por *Rolla* para uma curta temporada no Rio.

Sua marcante trajetória no Cassino da Urca teve início pelas mãos do antigo amigo conterrâneo, o capitão Lulu, então sócio de *Rolla* no Cassino *Icaraí*. Logo em seguida, Carlos Machado observa que as orquestras de danças que se apresentavam nos casinos não participavam ativamente dos espetáculos, e decide criar uma nova função para a orquestra: a de animar os dançarinos e ser uma atração para os que estão apenas ouvindo, de maneira a incitar o interesse visual, tornando-se um show à parte. Assim nasceu a *Brasilian Serenate*, com *Russo do Pandeiro*, que passou a contratar e formar a orquestra, com o pianista *Roberto Cesare*, que seria o diretor musical, e o próprio Carlos Machado, autor da ideia, como diretor artístico e relações públicas.

Com músicos de alta qualidade, todos dominando instrumentos de percussão brasileiros e cubanos, e com jogos de guarda-roupa para as várias ocasiões, a orquestra ganha o nome de Carlos Machado, mesmo não sendo ele músico ou maestro. Sinônimo do Cassino da Urca, quase considerada uma orquestra oficial do Estado Novo, a *Brasilian Serenate* que estreou na Urca em junho de 1940 terminou com o fechamento do lugar, em 1946, com a publicação do decreto com a proibição do jogo no país.

No livro, Carlos Machado se refere ao Joaquim Rolla como um patrão amigo e todo poderoso: “um homem que acreditava em seu semelhante, mas que acreditava, acima de tudo, em si próprio” (MACHADO; PINHO, 1978, p. 115).

No registro como funcionário do Cassino, ele declara: “Os funcionários e profissionais que trabalhavam no cassino eram da maior categoria. Ganhávamos bem e tínhamos estabilidade. Os artistas e músicos eram contratados pelo prazo de quatro anos” (MACHADO; PINHO, 1978, p. 115).

Sua memória sobre o bairro da Urca nos mostra uma realidade sob o olhar do artista que fez parte de uma geração de talentos, e que fez a promoção de muitos talentos, como Dick Farney, Linda Batista, Dircinha Batista, e vários outros, sendo considerado também o grande promotor de carreira de vedetes. Sobre a vida na Urca, ele diz:

A Urca era um mundo dentro do Rio de Janeiro. Um bairro com vida própria, onde quase todas as pessoas se conheciam e se ajudavam. Em quartos, apartamentos, pensões e casa, moravam as artistas bailarinas, músicos, croupiers, profissionais de todas as classes que trabalhavam no cassino. Frequentavam os mesmos cafés, bares, restaurantes, tomavam banho de mar, tinham crédito nos mercadinhos açougues, armazéns, padarias. Não sei o que o progresso fez com esse bairro tão simpático, mas para mim, continuará sendo sempre a família Urca (MACHADO; PINHO, 1978, p. 115).

Carlos Machado produziu musicais e peças para serem exibidos no Cassino da Urca, Icaraí, no Hotel Quitandinha e nas boas boates do Rio de Janeiro. Após o fechamento do Cassino da Urca, ele fez história na boemia do Rio de Janeiro e do Brasil. Levou seus espetáculos musicais e teatrais de revista para Nova York na década de 60 e, ao lado da sua esposa figurinista, realizou inúmeras montagens de shows, através dos quais promovia jovens estrelas e agitava a noite carioca.

Em 1965, Carlos Machado recebeu o título de Cidadão Benemérito do Estado da Guanabara e se manteve em atividade até os anos 70, quando se aposenta, e vem a falecer em janeiro de 1992, aos 84 anos de idade, no Rio de Janeiro.

A configuração desses personagens, seus comportamentos e suas relações revelam o diferencial do Cassino da Urca, pois como numa aposta, tinham atitudes presentes e necessárias diante do enfrentamento de situações concretas, determinadas e de risco com o território e seu emaranhado de agentes. Percebe-se que ali ocorria uma práxis organizacional espontânea, complexa e experimental. De acordo com Hassan Zaoual (2006) e sua perspectiva que questiona os pressupostos do modelo único do desenvolvimento econômico, e que nos leva ao pensamento pós-global do protagonismo

situado, as práticas informais apresentam universos complexos se observados os modos de funcionamento social dos empreendedores locais. Ele alerta que seus comportamentos só são compreensíveis a partir de um conhecimento acerca do seu sítio de pertencimento e que, mesmo quando eles dirigem atividades mercantis, fazem-no inscritos em um imaginário local, no qual a mestiçagem e a complexidade social e cultural são preponderantes nas tomadas de decisão. As apostas são enfrentadas dia a dia pelos protagonistas por meio de um enraizamento na própria situação do sítio. Nesse sentido, as apostas feitas pelos empreendedores são baseadas em aspectos da vida concreta e resultam, portanto, de um protagonismo situado. Suas performances se entrelaçam e se misturam, fornecendo um campo de investigação sobre um novo modo e uma nova forma de promover entretenimento e convivência social à época. Reiteramos a colocação de Gimenez (2016, p. 372), de que “é da percepção de quem empreende sobre o espaço de atuação que surge a interpretação de qual é a situação, e a partir dessa interpretação é que serão tomadas decisões”. Já Lomnitz (2009, p. 18), ao abordar redes sociais, cultura e poder, contextualiza que “cada pessoa é o centro de uma rede de solidariedade e, ao mesmo tempo, é parte de outras redes e que solidariedade implica em um sistema de intercâmbio de bens, serviços e informação que ocorre dentro da sociabilidade mediante um sistema de reciprocidade”. A sociabilidade em rede desse grupo de empreendedores criativos espelha o que ocorreu no Cassino da Urca.

2.2 O SEGREDO DO JOGO – A EXPLOÇÃO DO HUB

2.2.1 Qual era o motor da roleta? A magia do espetáculo

A história dos jogos é parte da história da humanidade, segundo Vieira (2013), na sua dissertação de mestrado “Os Cassinos Trio De Luxo do Rio De Janeiro”. Sua prática nasce nas artes divinatórias, seguida do jogo de dados desde o Império Romano até a Idade Média, quando passam a ser praticadas pela corte europeia com o surgimento do primeiro cassino na cidade de Florença (VIEIRA, 2013). O Trabalho revela também que os primeiros cassinos surgiam nos *pallazi*, fazendo com que os nobres promovessem a diversão no piso junto à rua, numa espécie de ambiente privado e semi-público ao mesmo tempo. Isso faz com que os jogos de azar sejam parte do jogo de representação da aristocracia e, em seguida, da burguesia durante quase três séculos. Segundo Rossoni, “os jogos de azar no Brasil [...] existem desde o século XIX, tendo o Rio de Janeiro como um

de seus principais núcleos, uma vez que sua difusão é legado da corte portuguesa” (ROSSONI, 2001, p. 15 *apud* VIEIRA, 2013, p. 26).

No mesmo período em que o Cassino da Urca funcionava no Brasil, o escritor holandês Johan Huizinga apresentava, no livro *Homo Ludens* (1936), um estudo sobre o jogo como fenômeno cultural, discutindo o seu papel como nuclear na formação da cultura humana. No livro, o autor apresenta algumas características essenciais do jogo que em muito podem nortear a compreensão do fenômeno cultural que ocorreu no Cassino da Urca.

Para Huizinga, o jogo tem importância fundamental do fator lúdico para a civilização. Sua abordagem de fenômeno cultural é baseada na ideia de que o jogo:

Ultrapassa os limites da atividade puramente física ou biológica. É uma função significante, isto é, encerra um determinado sentido. No jogo existe alguma coisa "em jogo" que transcende as necessidades imediatas da vida e confere um sentido à ação. Todo jogo significa alguma coisa [...] Seja qual for a maneira como o considerem, o simples fato de o jogo encerrar um sentido implica a presença de um elemento não material em sua própria essência (HUIZINGA, 2014, p. 2-3).

Dessa maneira, por analogia, podemos olhar a função significante do jogo de azar quando o que estava em jogo era gerar riqueza por meio da aposta. Essa riqueza, se conquistada no jogo, representava por sua vez o acesso às maravilhas do poder, do consumo e da experimentação do luxo, bem como do status que o glamour dos espetáculos do *Grill-room* do Cassino oferecia, e representava, e vice-versa.

Como num processo íntimo de retroalimentação, o jogo de azar e o espetáculo num mesmo lugar transcendem as necessidades imediatas da vida, pois, de acordo com Huizinga (2014, p. 16), “a função do jogo, nas formas mais elevadas que aqui nos interessam, pode de maneira geral ser definida pelos dois aspectos fundamentais que nele encontramos: uma luta por alguma coisa ou a representação de alguma coisa”.

Portanto, o jogo possui significado e gera experiências para as pessoas que estão imersas em sua realidade. E como a roleta dos negócios não podia parar no Cassino da Urca, a pulsão entre os estímulos de encantamento e deslumbramento que a maravilhosa cidade do Rio de Janeiro costumava provocar, pela beleza de sua paisagem natural e sua urbanidade sedutora, criou o melhor cenário para que a provocação à fantasia a ser oferecida ao público não tivesse limites.

Na cenografia, na programação artística e cultural, na comunicação, no envolvimento com causas ou na aproximação da agenda de celebração de pessoas, empresas, governos, associações, cidades ou mesmo países, a obstinação de criar no lugar, e em torno dele, uma área de superação da realidade, ou da criação de novas realidades, era um ponto central na promoção das atividades no Cassino da Urca.

[...] aos olhos da cidade, a Urca se tornara sinônimo do seu maior centro de diversão, prazer e excitação: o Cassino da Urca. À noite, o luminoso do Cassino, - dizendo apenas URCA- despejava luz sobre a enseada formando a palavra ao contrário no espelho d'água. (CASTRO, 2005, p. 152).

O que mais poderia ser oportuno para aquele período, do início dos anos 30, se não unir num só lugar a experiência concreta de todos os estímulos da expressão artística que as pessoas estavam vivendo?

Nas casas, as pessoas ouviam suas rádios preferidas como numa febre de descobertas de ritmos, letras, canções, compositores e cantores preferidos em programas diários eruditos e populares, nacionais e internacionais. Das rádios, advinham também as informações do que acontecia na cidade, no país e no exterior, e ainda as promessas dos bens de consumo que traziam novidades para os seus cotidianos. As pessoas tinham ainda o hábito de ir às sedes das rádios para assistir aos programas ao vivo, como quem vai assistir a concorridos shows.



Figura 74. Anúncio na revista *O Cruzeiro*, 05 fev 1944, ed. 0015. Fonte: Arquivo O Cruzeiro/EM/D.A Press. Acervo digital da Hemeroteca Digital da Fundação Biblioteca Nacional.

O cinema chegava com força total, povoando a cidade com verdadeiros palácios para sessões de exibição de filmes nacionais — que apresentavam as estrelas do rádio e as músicas lançadas pelas gravadoras —, mas na grande maioria, os filmes vinham do exterior, trazendo o cinema da Europa e de Hollywood com todo um *american way of life*

glamourizado, criando e espelhando nas pessoas o imaginário de novos valores, hábitos e comportamentos numa atmosfera própria de romantismo, beleza e sonho.



Figura 75. Matérias das revistas *O Cruzeiro* (1), 1941, e *Revista Careta* (2), 27 set 1938. Fonte: respectivamente (da esquerda para a direita), Arquivo O Cruzeiro/EM/D.A Press - Acervo digital da Hemeroteca Digital da Fundação Biblioteca Nacional e Coleção Eduardo Augusto de Brito e J. Carlos Cunha/ Acervo Instituto Moreia Salles.

Nota sobre a fig. 75. (1) Na matéria da Revista O Cruzeiro, a crônica do jornalista Márcio Cunha discorre sobre a vinda da famosa atriz polonesa que faz sucesso nos filmes europeus, estrela do filme A Grande Valsa, que estará nos palcos do Cassino em breve. (2) A Revista Careta comenta que com a chegada dos filmes brasileiros em Los Angeles, as atrizes têm se interessado pela música, costumes e paisagem do Brasil, a exemplo de Aline Fave, que já canta com facilidade a música “O que é que a baiana tem”.

Os teatros eram muitos na cidade, e frequentá-los já era um hábito do carioca de quase todas as classes sociais. A maioria deles apresentavam as concorridas revistas com números de diversas atrações com música, danças e comédia de costumes de tom satírico, espirituoso e cômico, além de peças teatrais inovadoras e polêmicas. Os centros de diversões eram disputados e ofereciam cinema, restaurante, terraços e os famosos bailes temáticos que, com as concorridas gafieiras de plantão, tinham de quebra a difusão das danças de salão. Os cabarés e os bares da Lapa e de outros bairros como Flamengo e Glória completavam as opções de lazer e entretenimento para os mais variados perfis de cariocas. E as práticas de rodas de samba nos morros e no asfalto já eram de hábito da população.

Para completar e animar todo esse complexo de atividades, os jornais e revistas estampavam imagens fotográficas e conteúdos em matérias e anúncios em busca de difundir e promover todo esse aparato diversional, promovendo um verdadeiro *frenezzi* com a aproximação dos artistas e desse universo com toda a população.

E ainda, habituados com um cotidiano vivido, em grande parte, em áreas abertas e em contato com a natureza, os moradores e turistas da capital federal eram afeitos à beleza e à festa, com o hábito da convivência entre as diversas classes sociais. Naquela década, essa convivência estava sendo amplificada pela nova e democrática opção de lazer nas areias das praias e nos banhos de mar.



Figura 76. Seleção de matérias de páginas duplas na *Revista Careta* sobre os hábitos do banho de mar na praia da Urca. *Revista Careta*, publicações 1658, 15554 e 1599, entre os anos 1938 – 1940. Fonte: Coleção Eduardo Augusto de Brito e J. Carlos Cunha/ Acervo Instituto Moreira Salles.

2.2.2 E o que é que o cassino tinha? O jogo e o iludir, o mundo do espetáculo

Os tempos áureos do Cassino da Urca, entre 1930 e meados de 40, se deram no entre guerras e, portanto, se desenvolveram numa afeição ao escapismo, à ilusão e à sede de criação de novas realidades. Se voltarmos à Huizinga (2007) e às características do jogo, uma delas nos remete para a reflexão de que o jogo não é a vida real e tem como condição ser um intervalo no dia a dia. Ou seja, no meio ambiente do jogo, os códigos, as leis e os costumes deixam de valer, resultando na ideia de que, no universo lúdico, somos diferentes e atuamos diferente. Nesse universo, somos o que quisermos, somos o que a

nossa imaginação queira e o lugar permita. Essa característica vinda do universo do jogo de azar parece se expandir para todo o ambiente do Cassino e permitir a produção de atividades criativas e inusitadas no Grill, sob uma área de experimentação rara em ambientes institucionalizados de entretenimento.

No Cassino, aconteceu o raro senso de oportunidade criativa do momento. A fagulha criativa que faz explodir, como num passe de mágica, o espetáculo — o encontro de tudo que vinha acontecendo em todos daqueles anos por meio do teatro, rádio, discos, bailes e festas, do cinema, das revistas e jornais, numa nova forma de promover divertimento.

O Cassino da Urca trazia a receita certa e geradora de um novo e criativo sentido às práticas já experimentadas, abrindo um campo fértil para que o momento, o aqui e o agora, despertasse os sentidos, criasse um *frison*, um novo *modus operandi* e uma fórmula de promover entretenimento por meio da criação de um universo único e espetacular. A surpresa passa a fazer parte, como um ingrediente essencial, na promoção do espetáculo que se formava no cassino e, com ela, o impulso de experimentar o novo sem limites e de gerar expectativa ao público de que tudo poderia acontecer durante as performances. O Cassino souber promover a experiência em que o cenário de cinema, — de luxo, de brilho de efeitos mágicos da engenharia, tecnologia, da luz e da cenografia — fazia com que as pessoas se sentissem protagonistas de filmes hollywoodianos desde o momento em que entravam no Grill-Room e nas salas de jogo até o momento em que saíssem.

O mundo de sonho que as telas apresentavam era real no Cassino da Urca e, às pessoas, era oferecido viver o que o cinema promovia: um mundo imaginário e com diferentes realidades.

Ambiente de sonho, uma página das Mil e Uma Noites!

A NOITE percorre as novas instalações do grill-room do Cassino da Urca — Antevendo o deslumbrante espetáculo de sexta-feira — Estatuas vivas decorando a mais linda paisagem luminosa dos palcos sul-americanos — O prodigioso mecanismo subterrâneo exigiu mais dois dias de trabalho ininterrupto



Figura 77. Matéria “Ambiente de sonho, uma página das Mil e Uma Noites!”. A Noite, 1938. Fonte: Acervo digital da Hemeroteca Digital da Fundação Biblioteca Nacional.

Nota sobre a fig. 77. A matéria destaca a chegada de técnicos yankees para a instalação das novidades dos palcos de Paris e Nova Iorque no Grill-room do Cassino da Urca. Relata a visita dos jornalistas no local para presenciarem junto ao engenheiro responsável, o Frossati, o trabalho eletro-mecânico do palco, indicando no título ser a mais linda paisagem luminosa dos palcos sul-americanos pelo prodigioso mecanismo subterrâneo. E coloca: “o que os nossos olhos acostumavam a ver no écran em deslumbrantes revistas cinematográficas americanas e o que a nossa imaginação julgou sempre ser um puro milagre da câmara, aparece soberbamente real no palco do grill-room do Cassino da Urca”. Numa descrição quase poética de deslumbramento, o jornalista discorre suas impressões sobre os efeitos da luz e da surpresa da mecânica que, por exemplo, faz a cortina abrir de 64 maneiras diferentes, e descreve que “quase por um encanto” a máquina subterrânea faz uma parte do palco avançar sobre a pista de dança com uma estrutura de vidro no piso por onde passam os feixes de luz, de baixo para cima, e que também refletem nos espelhos das sancas do palco. Enfim, refere-se ao ambiente como de sonho, de fascínio e de uma autêntica revivência dos contos das mil e uma noites.

Junte-se a isso, ver e ouvir ao vivo as maiores estrelas internacionais e nacionais que as ondas das rádios e dos discos de vinil das gravadoras se incumbiam de fazer chegar às casas e povoar o imaginário do cotidiano dos lares, dos bares e da vida das pessoas, sem distinção.



Figura 78. Três matérias do *Jornal A Noite*. *A Noite*, entre os anos 1938 e 1939. Fonte: Acervo digital da Hemeroteca Digital da Fundação Biblioteca Nacional.

Nota sobre fig. 78. À esquerda, *Jornal A Noite* publica foto de Josephine Baker registrando o sucesso da famosa cantora durante os shows do jantar dançante do Grill da Urca. Ao centro, a nota registra a estreia no Grill room da Urca da famosa estrela de cinema Mellissa Masson, que fez dois aplaudidos shows no Cassino. À direita, a matéria do *Jornal A noite* destaca que o público foi presenteado com um soberbo espetáculo na noite de despedida do tenor mexicano Pedro Varga, e registra que também o show de Carmem Miranda foi calorosamente aplaudido, em seguida parabeniza o Cassino pela estreia da dupla Hermanos Hernandez que faz temporada no Cassino, e ainda registram a participação da cantora argentina Libertard Lamarque. A nota fecha reconhecendo que todos os artistas receberam igual consagração do público.

Se encantar e se divertir com os números de teatro de revistas — nos quais representar as culturas e as crônicas dos costumes era a tônica, com humor e picardia — já fazia há muito parte da diversão na capital federal, e aproximava e fazia refletir sobre o cotidiano político-social da vida na cidade. Os números de dança apresentavam do samba aos bailados típicos dos países, além das badaladas tendências vindas dos guetos das grandes cidades americanas e europeias e que despontavam nas casas noturnas mais famosas desses lugares, o que fazia as pessoas experimentarem ali, dentro do Cassino, o que acontecia no mundo como se elas pudessem estar nesses lugares.

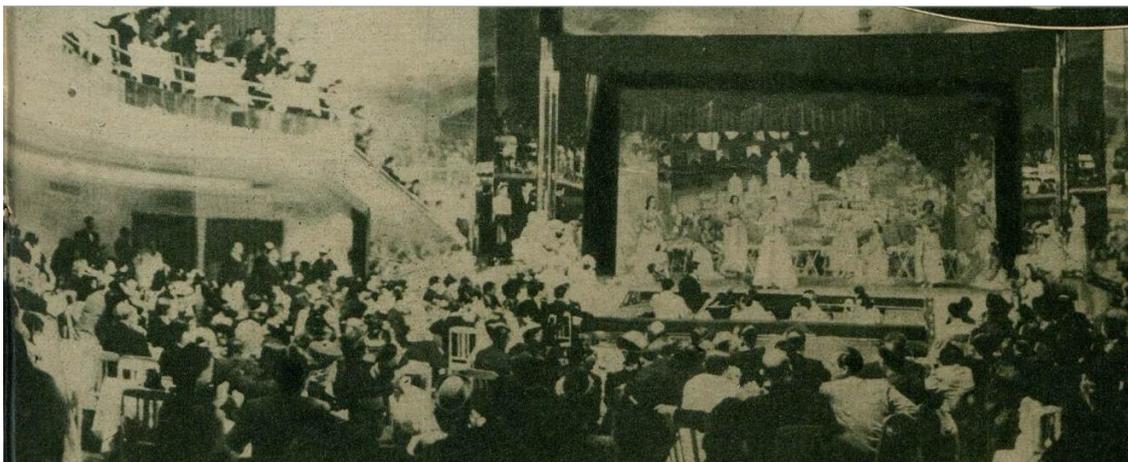


Figura 79. Imagem das comédias, humorismo e acrobacias nos espetáculos do palco do Cassino da Urca, na Matéria “Eles são endiabrados”. *O Cruzeiro*, p. 20, ed. 0008, 20 dez 1941. Fonte: Arquivo O Cruzeiro/EM/D.A Press, Acervo digital da Hemeroteca Digital da Fundação Biblioteca Nacional

Soma-se a isso as brincadeiras ilusionistas dos mágicos, contorcionistas e mímicos que traziam para o ambiente a antiga prática do extasiar-se diante do impossível por meio do ilusionismo, além das novidades tecnológicas no entretenimento, como as pistas de gelo para patinação que proporcionavam práticas esportivas.



Figura 80. Seleção de anúncios e chamadas para shows de patinação no gelo, acrobacias e atletas ginastas no palco do Cassino da Urca. *A Noite*, 1938 – 1942. Fonte: Acervo digital da Hemeroteca Digital da Biblioteca Nacional.

Tudo isso em meio a uma nova configuração/disposição de espaço integrado, no qual os shows, com todo o aparato de palco, cortinas, luzes e arte e seu deslumbramento, não se desenvolviam diante de cadeiras enfileiradas — em que as pessoas assistiam como espectadoras —, mas de maneira interligada a um dancing e às mesas — em que as pessoas atuavam como participantes ativas, além de receberem os serviços de bebidas e comidas. Um estilo de conformação das casas de show de Paris e dos cabarés em que o público, e sua performance, é parte do show.



Figura 81. Baile no Cassino da Urca 1945. Fotografias de Carlos Moskovic. Fonte: Acervo Instituto Moreira Salles.

Cita, na programação surpreendente, a entrada da Miss Paris de 1937 que canta baixinho e, em seguida, a dança do Vampiro Girls, de ritmos severos, cenário misterioso, com dançarinas acrobatas, malabaristas e cômicos que se apresentam num desfile de “novidades surpreendentes”. Registra ainda a ceia que atende aos exigentes gourmets, e fecha o texto dizendo que o Grill da Urca é melhor do que um palácio de fadas porque é real, concreto.

É nesse ambiente criado no Cassino da Urca, mais especificamente no Grill da Urca, dentro do Cassino, que nasce a cultura do espetáculo em que muitos artistas brasileiros iniciaram suas atividades ao lado de grandes nomes internacionais e fizeram sua fama e carreiras despontar. Dalva de Oliveira, Herivelto Martins, Linda & Dircinha Batista, Emilinha Borba, Dick Farney, Marlene, Virgínia Lane, Lourdinha Bittencourt, Grande Otelo e muitos outros além de Carmen Miranda fazem a história do Cassino da Urca. Carmem Miranda carrega, como ícone dessa geração, o símbolo da cultura brasileira do espetáculo que despontou no lugar em meio à convivência e à apresentação de astros de outros países como Bing Crosby, Josephine Baker, Virgínia Lane, Lucienne Boyer e Pedro Vargas, para citar alguns.



Figura 83. Duas fotografias de Carlos Moskovic, década de 1940, dos ensaios no Cassino da Urca. À esquerda, Grande Otelo, Ary Barroso, Herivelto Martins e as famosas garotas; à direita, Grande Otelo, Dalva de Oliveira, Herivelto Martins e Ary Barroso ao piano. Fonte: Acervo Instituto Moreira Salles.

Um destaque de como a novidade chegava na programação está na abertura para a experimentação, como por exemplo na disposição de um horário durante a tarde para

ensaios, quando jovens e novos artistas chegavam e tinham espaço para apresentar suas criações e, se aptos, passavam a integrar as atividades artísticas do Cassino.

As orquestras que animavam as danças no Cassino (nas quais já destacamos o perfil de Joaquim Rolla no início deste capítulo) eram parte de uma diversificada agenda de atrações do Cassino da Urca. Nessa programação, desenvolveram-se o samba, o choro e também a música caipira com a dupla Alvarenga e Ranchinho que fazia sucesso com baladas de humor (PERDIGÃO; CORRADI, 2012).

A matéria abaixo descreve o que significa uma noite no Cassino da Urca com a variedade e a quantidade de atrações que formam uma feérica e típica noite de espetáculo e baile.



Figura 84. Matéria “A Grande Noite de Pedro Vargas”. *O Cruzeiro*, p. 62, ed. 0009, 26 dez 1942. Fonte: Arquivo O Cruzeiro/EM/D.A Press. Acervo digital da Hemeroteca Digital da Fundação Biblioteca Nacional.

A coluna Spot Light da Revista *O Cruzeiro*, do jornalista Crock, registra que após uma intensa campanha publicitária, o cantor mexicano Pedro Vargas, praticamente considerado um cantor nacional, fez sua primeira apresentação nessa temporada no Brasil no Cassino da Urca como atração principal de num baile de gala com causa beneficente que a Cruz Vermelha organizou e o Cassino promoveu. O jornalista elogia o repertório do artista e destaca a prática do gesto altruísta e simpático de Joaquim Rolla, além de destacar os trajes a rigor dos homens e a elegância dos vestidos das mulheres. Faz uma reflexão crítica sobre a trajetória do diretor artístico Chianca de Garcia, parabeniza pela unidade das duas partes da noite e seus shows, e comenta cada atração, descrevendo a natureza e a quantidade dos quadros. Na primeira parte: numerosos trechos musicais com as Girls (dançarinas do lugar), a apresentação do mágico Comitre, a apresentação da miss contorcionista Geraldine Pike, o quadro de humor de Alvarenga e Ranchinho, o quadro “Vem Alvorada” com a bailarina Madeleine Rosay e, por fim, as orquestras do mastro Gaó e Carlos Machado que animam as danças no intervalo da noite. Na segunda parte: abertura com o show “Festa Campestre na Volga”, em seguida a performance do cantor Pedro Vargas, o quadro de humor de Silvino Neto e, por fim, o quadro citado como o melhor já apresentado nos cassinos da cidade chamado “Romance Espanhol”, com Mariquita Flores e Antônio Cordoba, “de música vibrante, toureiros valentes e mulheres apaixonadas”.

O Cassino da Urca pode ser percebido na matéria como uma fábrica de produção de espetáculos que explora com destaque a participação dos criadores e técnicos envolvidos no processo de desenvolvimento do show, a exemplo de *Paris Jet`aime*, realizado em benefício aos soldados franceses da guerra e da Cruz Vermelha Brasileira e que estreou no dia 14 de julho daquele ano.



Figura 85. Matéria da revista *O Cruzeiro*, p. 54, ed. 0037, 08 jul 1944, edição. Fonte: Arquivo O Cruzeiro/EM/D.A Press. Acervo digital da Hemeroteca Digital da Fundação Biblioteca Nacional.

A matéria da Revista *O Cruzeiro* ressalta que é a primeira vez que um espetáculo é produzido aos moldes industriais de Hollywood, ao trazer uma visão da dinâmica da produção dos espetáculos e apresentar os técnicos e talentos envolvidos na montagem, e caracteriza o grupo como “magnífico *staff*” de profissionais do music-hall. Qualificado como um “magnífico espetáculo”, a ficha técnica é descrita, valorizando o autor, diretor de cena, coreógrafo, música e orquestração, figurinista, e fecha com assinatura do Casino da Urca como o produtor.

Outra característica a observar na forma relacional promovida na gestão dos talentos por Joaquim Rolla está no trato de relacionamento social que era dado aos artistas. Dedicado a valorizar não só o talento artístico do profissional, mas também a sua pessoa, Rolla realizava encontros frequentes com jantares em homenagem aos artistas e suas famílias, clientes, jornalistas, políticos e empresários, como se vê nas matérias selecionadas abaixo.

Essa prática de convivência entre o artista e seus admiradores os aproxima como iguais e renova e recicla os papéis do artista e do público, permitindo abertura a um relacionamento gerador de valor mútuo, consciência de rede e interdependência social.



Figura 86. Matérias sobre Carmen Miranda e Lucienne Boyer. À esquerda, “Encantadora a festa de Carmem Miranda no Cassino da Urca” e à direita, “Star internacional e Rainha da canção francesa”. *Jornal A Noite*, 1939 e 1938, respectivamente. Fonte: Acervo digital da Hemeroteca Digital da Fundação Biblioteca Nacional.

Nota sobre fig. 86. A nota à esquerda registra a homenagem do Cassino da Urca a grande cantora Carmem Miranda em jantar com a presença dos diretores e colegas e da “fina sociedade carioca”. A nota cita que os aplausos delirantes emocionaram a artista durante as falas. A nota

à direita informa que Lucienne Boyer a “rainha da canção internacional, estrela número um do Rádio e heroína dos recordes na França” foi prestigiada pelos diretores do Cassino da Urca ao lado de personalidades da cidade em jantar no Cassino da Urca. A nota diz que Lucienne Boyer demonstrou profunda admiração pelo Rio e pelas paisagens da Guanabara.



Figura 87. Matéria “Raquel Meller homenageada no Cassino da Urca”. Jornal *A Noite*, 1938. Fonte: Acervo digital da Hemeroteca Digital da Fundação Biblioteca Nacional

Nota sobre fig. 87. O *Jornal A Noite* divulga que Rachel Meller, artista francesa, foi recebida com almoço em sua homenagem com a presença do presidente da Associação de Imprensa, jornalistas, empresários e amigos da casa. A citação da atitude e a presença de Joaquim Rolla é registrada.

Célebre pela beleza das garotas dançarinas que eram atração permanente no palco, o Cassino da Urca formou em torno das jovens bailarinas e atrizes uma escola para o desenvolvimento de seus talentos. A providência reforça a noção de lugar de produção cultural, e não apenas de exibição de atrações, e demonstra uma gestão dedicada a esforços e recursos na qualificação artística.



Figura 88. Dançarinas do Cassino da Urca. Duas à esquerda, fotografias de Carlos Moskovics; à direita, fotografia de José Medeiros. Fonte: Acervo Instituto Moreira Salles.

Nota sobre fig. 88. Em destaque Virginia Lane, ícone das vedetes que ganha fama como atriz nos palcos, nas rádios e no cinema brasileiro.



Figura 89. Matéria "A Escola de Girls na Urca". *Revista da Semana*, ed. 00046, 13 nov 1943. Fonte: Acervo digital da Hemeroteca Digital da Fundação Biblioteca Nacional.

A *Revista da Semana* divulga a escola de "girls" do Cassino da Urca como uma iniciativa de formação e qualificação das coristas que se apresentavam nos shows. A chamada apresenta a atitude de Joaquim Rolla de fazer escola daquela que era uma das maiores atrações da casa, e ao mesmo tempo, sua colaboração para a formação de futuras atrizes. A imagem ganha força por indicar ser um flagrante da aula da escola.

Atento às datas de festejos do calendário da cidade, o Cassino da Urca se notabilizava pela programação em torno do réveillon e do carnaval, e protagonizava as mais procuradas e prestigiadas festas e shows nesses períodos. Com forte investimento no turismo, essas iniciativas eram como as ancoras da casa no reforço de seu posicionamento e visibilidade, através das novidades dedicadas tanto ao seu público habitual quanto aos turistas nacionais e internacionais.

A nota da *Gazeta* abaixo registra a importância do Cassino da Urca em antecipar os festejos populares de momo que atendem aos anseios das pessoas e enaltecem a cidade com a realização do show "Onde estás Carnaval". Posiciona que a iniciativa coloca o Cassino na ordem do dia e publica uma carta de agradecimento do diretor americano da Uso Mobile Service: "Até mesmo Nova York e Hollywood lucrariam em visitar a Urca com seu ar condicionado, boa comida, boas orquestras, encantadoras cronners e dois exemplares shows perfazendo um conjunto dos mais notáveis night-clubes do mundo - a Urca".



Figura 90. Matéria "Shows do Brasil". *Gazeta*, 1941. Fonte: Acervo digital da Hemeroteca Digital da Fundação Biblioteca Nacional.

A Revista *Careta*, como podemos ver abaixo, registra com muitas imagens a folia nos salões do Cassio da Urca no réveillon e no carnaval de 1940, com a chamada de que "O carnaval nasceu na Urca..."



IMS 1940 Rev Careta Festa Reveillon

Figura 91. Publicação da *Revista Careta*, p.26-27, ed. 1651, 1940. Fonte: Coleção Eduardo Augusto de Brito e J. Carlos Cunha/ Acervo Instituto Moreia Salles.



IMS Rev Careta Carnaval 1940 " Aspectos que traduzem a alegria no Carnaval da Urca. Um dos painéis da decoração cubista do artista Santa Rosa e " um do recintos de dança; o do grill procuradíssimo!"

Figura 92. Publicação da *Revista Careta*, p. 21-22, ed. 1658, 1940. Fonte: Coleção Eduardo Augusto de Brito e J. Carlos Cunha/ Acervo Instituto Moreia Salles.

2.2.3 O que o jogo simbolizava para além do apostar, perder ou ganhar? O jogo e o misturar, a diversidade de iniciativas

A palavra “jogo” deriva do latim *ludus*, um termo equivalente ao jogo em geral, e Huizinga (2007) ressalta que diante do campo do jogo não há distinção entre os jogadores. Eles são pessoas que, naquele momento, destituem-se das diferenças de classes sociais, raças, credos ou nacionalidades. Huizinga (2007, p. 13) também nos faz perceber que “o jogo lança sobre nós um feitiço; é fascinante, cativante e está cheio das duas qualidades mais nobres que somos capazes de ver nas coisas: o ritmo e a harmonia”.

A esses aspectos se alia um terceiro, em que o jogo é identificado pelo autor como uma situação excepcional de se estar “separadamente juntos, numa situação excepcional, de partilhar algo importante, afastando-se do resto do mundo e recusando as normas habituais, conserva sua magia para além da duração de cada jogo” (HUIZINGA, 2007, p. 15), o que às vezes leva à fundação de clubes. Assim, podemos também nos referir ao ambiente do cassino como aquele em que o jogo dava ao lugar o espírito de convivência

com abertura às diferenças, com a harmonia e o fascínio que enalteciam a liberdade e a sensação de se estar vivendo algo importante, “separadamente juntos”.

Visando um espaço aberto à prática do relacionar-se, Joaquim Rolla não media esforços para promover encontros, mediar novas propostas, atrair novidades e apostar no novo. Sua visão ampla de que um lugar de convivência cultural deve ultrapassar os limites das relações convencionais parece se dar com o entendimento de que relacionar-se é muito mais uma atitude de curiosidade e coragem do que de uma fórmula pronta e intencionada em levar vantagens previsíveis e pontuais. Sua atitude mais parece um brincar com o sistema, em apostar no novo. Em consequência, gerou-se um ambiente com alto e abrangente potencial de trocas e de ganhos. Um exemplo da força de um lugar em que se percebe o comprometimento e a mobilização diante de causas coletivas.

O Cassino da Urca era, dentre todos os cassinos da cidade, o mais popular. O lugar era palco de grande pluralidade (CASTRO, 2005), onde os trabalhadores, intelectuais e artistas da Lapa, Centro e de outros bairros da cidade se misturavam com os políticos, empresários e as famílias da alta sociedade, além dos turistas nacionais e internacionais. Essa presença plural tinha no jogo e na programação variada e sempre surpreendente os motivos de atração. Mas o fato do Cassino ser o único que não funcionava dentro de um hotel — que caracteriza o local como de trânsito, de passagem e, de certa forma, de território sem fronteira —, formava uma áurea de pertencimento na Urca, aliado ao aconchego de uma prainha, de uma geografia espetacular e de um bairro moderno e literalmente criado pelas capacidades de engenho criativo e empreendedor dos fluminenses.

O que se percebe por meio das publicações de notas e matérias, resultado da pesquisa nos jornais da época, é a quantidade de iniciativas de representação da sociedade promovidas no lugar. Visivelmente articuladas pelo modo de gestão relacional de Joaquim Rolla e sua máquina de promoção com a agência ADA e sua equipe, elas revelam uma ampla gama de tipo e natureza de agentes da sociedade que adotam o lugar para festejar e promover confraternizações, fazendo do Cassino da Urca um epicentro versátil dos acontecimentos da capital federal.

Elencamos a seguir uma seleção de publicações que exemplificam a abrangente rede de relacionamento do Cassino da Urca com os meios e causas da política, esportes, academia, cultura, propaganda, bancos, sindicatos, associações de classe, clubes de futebol, moda, carnaval, voluntariado, imprensa, forças armadas, estados e países.



Figura 93. Matéria "Comemorando a conclusão da nova Carta Magna". *A Noite*, 1934. Fonte: Acervo digital da Hemeroteca Digital da Fundação Biblioteca Nacional

Nota sobre fig. 93. Matéria do Jornal A Noite discorre sobre o jantar de comemoração da elaboração da Constituição de 1934, reunindo os coordenadores de sua elaboração no Grill-Room do Casino da Urca. Entre os presentes, estão eminentes políticos das bancadas progressistas, liberal, socialdemocrata, situacionista e radicais fluminenses responsáveis pela carta magna que pauta o país para democracia e o bem-estar social e econômico.



Figura 94. Matéria "Os universitários cariocas vão homenagear os cadetes do Sagres". *A Noite*, 1936. Fonte: Acervo digital da Hemeroteca Digital da Biblioteca Nacional.

Nota sobre fig. 94. Jornal A Noite informa, em nota, a homenagem que os universitários cariocas realizam no Grill-Room do Cassino da Urca aos cadetes portugueses recém-chegados no navio-

escola. Destaca que a tarde dançante é uma ação em prol do programa de aproximação das duas nações e que contará com discursos de acadêmicos cariocas, o embaixador de Portugal e diversas associações portuguesas. Com a citação, ao fim, para a orquestra do Cassino e suas atrações, a nota prestigia a qualidade artística do Cassino.



Figura 95. Duas matérias, à esquerda “Alvaro de Souza, Vencedor do Campeonato Commercial de Cyclismo”, *Jornal dos Sports*, 1938, à direita “As atividades sociais dos nossos clubs esportivos”, *A Noite*, 1939. Fonte: Acervo digital da Hemeroteca Digital da Fundação Biblioteca Nacional.

Nota sobre fig. 95. Jornal dos Esportes discorre sobre o brilhantismo do Campeonato Comercial de Ciclismo e seu vencedor promovido pelo Cassino da Urca e o Ginásio Portugal Brasil. Jornal A Noite cita que o departamento social da agremiação dos rapazes do Banco do Brasil por meio da Associação Atlética do Banco do Brasil, AABB, realiza um jantar dançante no Grill-Room do Cassino da Urca destacando seus espetáculos e orquestras para as danças.

JANTAR ENTRE INTELLECTUAIS E ARTISTAS

Já se vêm tornando tradição os jantares que o PEN Clube promove para maior convívio dos seus associados. Club que congrega membros da Academia de Letras e os intelectuais de maior projeção, reuniu-os com suas famílias, num jantar em homenagem ao ministro Aaulpho de Paiva. Na mesma noite e local, outra entidade, de grande prestígio social e artístico — a Associação dos Artistas Brasileiros — promoveu um jantar de socios, dentre os quais se destacam músicos, arquitetos, poetas, pintores, jornalistas, amadores teatrais e amigos das artes.

Os dois grandes clubes, reunidos no "Grill" da Urca, deram particular brilho á noite de ontem. Entre animada palestra, dansas e numeros de arte, transcorreu a linda noite. Algumas pessoas presentes: o ministro Aaulpho de Paiva, o escritor Claudio de Souza e senhora; o Sr. e Sra. Odilon Braga, a Sra. Oswaldo Orico, o professor Agache, o Sr. Raul Pedrosa e a pintora Olga Mary, o escultor Humberto Cozzo e senhora; o poeta Horacio Cartier e senhora; o academico Murio Leão; o pintor Alberto Guignard; o poeta Haroldo Dalto, os academicos Clementino Fraga e Levy Carneiro, o ex-deputado Simões Filho, o Sr. Raul Pederneiras, o escritor André Carrazzoni, a escultora Margarida Lopes de Almeida, o professor Octavio Bevilacqua, a pianista Dyla Josetti, o escritor e decorador Gustavo Doria, o diretor de Teatro Brutus Pedreira, a declamadora Zita Coelho Netto, a Sra. Conceição Gomes, o Dr. Luiz Paulino, e muitissimas outras figuras.

Em outras mesas do "Grill" sempre procurado pela nossa melhor sociedade, outras figuras de brilho em nossas rodas mundanas: o Sr. e a Sra. Benjamin Vargas, o Sr. e a Sra. Alvaro Tefé, o Sr. e a Sra. Chermont de Britto, o Sr. e a Sra. Cunha Mello, o Dr. Roberto Marinho e muitas outras.

Uma grande noite. Palestra encantadora. Dansas. Boa arte: Marie Dubas, a fantaxista; Carlos Ramirez, o baritono colombiano. Noite encantadora entre intellectuais!

ROSE MARIE.



Ministro Aaulpho de Paiva

Figura 96. Matéria “Jantar entre intelectuais e artistas”. *Revista da Semana*, 13 nov 1943. Fonte: Acervo digital da Hemeroteca Digital da Fundação Biblioteca Nacional.

Nota sobre fig. 96. A nota da jornalista Rose Marie registra uma noite de arte e prestígio social no Grill-Room do Cassino da Urca promovida por duas associações: o Clube PEN, que congrega os membros da Academia de Letras — e intelectuais de projeção — e a Associação dos Artistas Brasileiros. O jantar homenageia o então ministro Aaulpho de Paiva e os sócios das entidades e cita a participação de grandes nomes da pintura, literatura, escultura, música, arquitetura e do jornalismo entre acadêmicos, deputados, urbanistas, empresários e políticos e suas famílias. Para destacar alguns, entre os citados na nota social estão: o arquiteto francês Agache, o pintor Alberto Guignard, a escultora Margarida Lopes, os deputados Simões Lopes e Raul Pederneiras, o escritor André Carrassoni, o jornalista Roberto Marinho, o irmão de Getúlio, Benjamin Vargas, entre outros. Já entre as atrações elencadas durante a noite estão palestras, danças, o baritono colombiano e arte.



Figura 97. Matéria “O 5º Aniversário de Vamos Ler”. Revista da semana, 13 nov 1943. Fonte: Acervo digital da Hemeroteca Digital da Fundação Biblioteca Nacional.

Nota sobre fig. 97. O Jantar de gala de aniversário da revista Vamos Ler, com a citação da presença de generais, coronéis, embaixadores e figuras representativas do mundo artístico e social, há o registro do evento em que brindavam a vitória do importante órgão a serviço da causa cultural do Brasil”.



Figura 98. Matéria “Obtiveram grande êxito as festividades do dia do PAN- AMERICANO da Propaganda”. Revista mensal ilustrada *Eu Sei Tudo*, n.8, 1943. Fonte: Acervo digital da Hemeroteca Digital da Fundação Biblioteca Nacional

Nota sobre fig. 98. Na matéria, a Revista Eu Sei Tudo divulga a agenda em comemoração ao dia Pan-Americano da Propaganda, citando ações nas ruas da cidade com cartazes com o slogan

“Anuncie e progrida”, almoço no Palace Hotel reunindo os presidentes das entidades de classe do setor da publicidade e da imprensa, do comércio e da indústria e a visita ao presidente da república no Palácio do Catete. São citadas as mensagens de organizações da propaganda e publicidade de países como Estados Unidos, Argentina e de embaixadas americana, chilena, argentina, peruana e de presidentes da Associação Paulista de Propaganda, Associação Comercial do Rio de Janeiro, da Light e da rede internacional da agência de propaganda McCann-Erickson. A iniciativa em torno do desenvolvimento do setor da propaganda e da publicidade teve seu fechamento com um jantar dançante no Cassino da Urca.



Figura 99. Seleção de Matérias do Jornal *A Noite* sobre homenagens no Cassino da Urca. “Homenagem ao ministro da Justiça” (1936); “Homenagem aos Argentinos e Peruanos” (1941); “Homenagem ao Sr. Getúlio Vargas Filho no Grill da Urca”. *A Noite*, 1936-1941. Fonte: Acervo digital da Hemeroteca Digital da Fundação Biblioteca Nacional.

Nota sobre fig. 99. “Homenagem ao ministro da Justiça” (1936) divulga o jantar em homenagem ao Ministro da Justiça, Vicente Rao no Grill-room do Cassino da Urca com os Secretários de Seguranças e Chefes de Polícia de todo país durante o Congresso Nacional como registro da presença do Capitão Felinto Muller. “Homenagem aos Argentinos e Peruanos” (1941) discorre sobre a matéria sobre as iniciativas de homenagem aos militares argentinos e paraguaios oferecidas por Gaspar Dutra, Ministro da Guerra, destaca o jantar dançante no Cassino da Urca. “Homenagem ao Sr. Getúlio Vargas Filho no Grill da Urca” divulga um jantar oferecido por amigos e admiradores do presidente Getúlio Vargas no Grill-room do Cassino da Urca antes de uma de suas viagens aos Estados Unidos.



Figura 100. Matérias do Jornal *A Noite*, “Noite Pernambucana” (1937) e “Uma Noite Maravilhosa” (1937). *A Noite*, 1937. Fonte: Acervo digital da Hemeroteca Digital da Fundação Biblioteca Nacional.

Nota sobre fig. 100. “Noite Pernambucana” (1937) destaca a participação “notável” do Orfeon da Brigada Militar do Estado de Pernambuco, famoso pelas 120 figuras musicais. Convidado pelo Cassino da Urca o grupo apresentou-se entre as atrações da noite com grande entusiasmo do público. “Uma Noite Maravilhosa” (1937) revela flagrantes da noite citada como “inesquecível” oferecida pelo Cassino da Urca aos oficiais ingleses no “esplendido palácio da praia mais famosa do mundo”.



Figura 101. Notas “O banquete na Urca, aos pilotos italianos” e “Homenagem do Cassino da Urca aos aviadores italianos”. *A Noite*, 1938. Fonte: Acervo digital da Hemeroteca Digital da Fundação Biblioteca Nacional.

Nota sobre fig. 101. “O banquete na Urca, aos pilotos italianos”: O Banquete oferecido pelo Cassino da Urca aos tripulantes da esquadilha italiana que a cidade hospeda. “Homenagem do Cassino da Urca aos aviadores italianos”: nota de divulgação da noite em homenagem aos pilotos italianos, aberta ao público frequentador.

O jantar dansante que a A. A. B. do Brasil oferece hoje

A associação de bancários, A. A. B. B., brinda a sociedade carioca com mais um jantar-dansante no grill do Cassino da Urca, a realizar-se hoje, (quarta-feira), às 20 horas. Na grande procura de mesas e convites na sede da A. A. B. B., virtude do magnífico programa em que será apresentada Josephine Baker no seu novo numero "O que é que a baiana tem?" e a estupenda Orquestra Ganaro.

Uma grande festa em homenagem à classe bancária

Desejando cooperar para o desenvolvimento do esporte bancário, resolveu a direção do Cassino da Urca, além de oferecer um rico troféu para ser disputado no campeonato brasileiro da classe, promover nos lujosos "grill-rooms" da Urca, Icaraí Tennis Club de Petrópolis e, futuramente, Quitandinha, encantadores festas dedicadas aos bancários.

A Liga Bancária de Esportes aceitou a incumbência de patrocinar essas reuniões, aumentando, assim, o programa de confraternização.

Está marcada para o próximo dia 30 do corrente, (véspera do feriado nacional) a primeira re-

«Club dos Tabajaras»

O GRANDE BAILE DO DIA 19

O Club dos Tabajaras, festejando o seu primeiro anniversario, realizará no proximo dia 19 do corrente, às 22 horas, no Grill Room do Cassino da Urca,

vistas por este novel mas selecto club do elegante bairro da Urca.

O salão de baile será ornamentado com flores naturais.

O traje será a rigor não sendo per-

Figura 102. Notas "O Jantar dançante que a AAB do Brasil oferece hoje" (*A Noite*, 1939), "Uma grande festa em homenagem a classe bancária", *Gazeta de Notícias* (1941), "Club dos Tabajaras o Grande Baile do dia 19" *A Noite*, 1937. Fonte: Acervo digital da Hemeroteca Digital da Fundação Biblioteca Nacional.

Nota sobre fig 102. No Jornal A Noite: O jantar dançante oferecido pela Associação Atlética do Banco do Brasil no Cassino da Urca, com show da famosa artista Josephine Baker que apresenta o número "O que é que a baiana tem?". Na Gazeta de Notícias, discorre-se sobre a cooperação do Cassino da Urca para o desenvolvimento do esporte bancário, oferecendo o patrocínio do troféu do campeonato da classe e também a realização de festas nos Cassinos da Urca, Icaraí e Quitandinha com espetáculos e orquestras de baile. No Jornal à noite, à direita: Comunicado da Festa do 1º aniversário do Clube Tabajara, com trajes a rigor, no Cassino da Urca, com a indicação da forma de retirada dos convites.



Figura 103. Matéria de página dupla, “O Tijucano no Grill-Room do Cassino da Urca”. *Jornal O Tijucano*, 1942. Fonte: Arquivo O Cruzeiro/EM/D.A Press. Acervo digital da Hemeroteca Digital da Fundação Biblioteca Nacional.

Nota sobre fig. 103. O Chá dançante realizado sob o patrocínio do Clube Tijucano no Cassino da Urca, com destaque para os shows e as orquestras e anúncio para o próximo chá dançante e informações para adquirir os convites.

NA A. B. I.

Em homenagem à Missão chefiada pelo sr. Antonio Ferro

A Associação Brasileira de Imprensa promove, para segunda-feira, dia 15, às 17 horas, uma interessante tarde de música popular brasileira, tendo como motivo central o samba. Essa festa será em homenagem à Missão chefiada pelo sr. Antonio Ferro e ao mesmo tempo, uma oportunidade para apresentar esse gênero de arte a inúmeros jornalistas e intelectuais estrangeiros, de passagem pelo Rio, que manifestaram o maior interesse em conhecê-lo. O escritor e crítico de música Miranda Neto dirá algumas palavras sobre o samba e sua origem. A parte musical consistirá em ballados, com a notável artista Madeleine Rosay, primeira ballarina do Teatro Municipal, interpretando “Tico-tico do Fubá” e “Samba”, e os melhores artistas do rádio e grill, cedidos especialmente pelo Cassino da Urca e pela Rádio Mayrink Veiga, para essa festa da A. B. I.

Figura 104. Nota “Em homenagem à Missão chefiada pelo Sr. Antonio Ferro”. *Correio da Manhã*, 1941. Fonte: Acervo digital da Hemeroteca Digital da Fundação Biblioteca Nacional.

Nota sobre fig. 104. A nota do *Jornal Correio da Manhã* refere-se à ação da Associação Brasileira de Imprensa que promoveu uma tarde de música popular brasileira no Cassino da Urca para apresentar o samba a jornalistas e intelectuais que estão no Brasil participando de uma missão chefiada por Antônio Ferro, Secretário Nacional da Informação de Portugal. Com palestra do escritor e crítico musical Miranda Neto e as danças sob a coordenação da primeira bailarina do Teatro Municipal, participam da apresentação às orquestras e artistas gentilmente cedidos pela Rádio Mayrink Veiga e do próprio Cassino da Urca.



Figura 105. Matéria "O aniversário de Mme Bastos". *O Cruzeiro*, ed. 0042. 14 ago 1943. Fonte: Arquivo O Cruzeiro/EM/D.A Press. Acervo digital da Hemeroteca Digital da Fundação Biblioteca Nacional.

Nota sobre fig. 105. A Revista *O Cruzeiro* faz uma reportagem de página dupla sobre o aniversário da Madame Bastos, famosa criadora de moda da Capital Federal. O encontro no Cassino da Urca foi oferecido pelas alunas da Escola de Moda de Madame Bastos e a matéria registra o encontro social.



Figura 106. Matéria “A Elegância Britânica num Desfile de Modas”. Jornal *A Noite*, p. 8, 1941. Fonte: Acervo digital da Hemeroteca Digital da Fundação Biblioteca Nacional

Nota sobre fig. 106. Em matéria na Revista O Cruzeiro, foi apresentada uma cobertura do desfile Moda Inglesa para noite, promovido pela 1ª Dama Sra. Darcy Vargas para suas causas beneficentes nos Cassinos de Copacabana e da Urca, ambos citados como os eventos da semana na cidade do Rio de Janeiro.



Figura 107. Matéria sobre noite de baile da escolha da Miss do Brasil 1939 no Cassino da Urca. Revista *Careta*, p. 19, ed. 1599, ano 1939. Fonte: Coleção Eduardo Augusto de Brito e J. Carlos Cunha/ Acervo Instituto Moreira Salles.



Figura 108. Nota “A Estrela de ‘Sinfonia Inacabada’ cantará para a Cidade das Meninas” (Jornal A Batalha, 1940) e Matéria “Na Festa do Pequeno Jornaleiro” (Jornal A Noite, 1938). Fonte: Acervo digital da Hemeroteca Digital da Fundação Biblioteca Nacional.

Nota sobre fig. 108. O Jornal A batalha discorre sobre ação beneficente no Cassino da Urca para a Cidade das Meninas (instituição para jovens órfãs), com Show da artista norte americana Martha Eggerth, do famoso filme *Sinfonia Inacabada*, em apoio à iniciativa de Darcy Vargas e sua luta beneficente. A nota fala que “a sociedade carioca tem prestigiado sem desfalecimento a obra de assistência social iniciada pela Senhora Darcy Vargas”, citando a obra já em funcionamento da Casa do Pequeno Jornaleiro, além de registrar o apoio dos elementos da indústria e do comércio que compreendem o alcance das campanhas em benefício das classes pobres. O Jornal A Noite publica imagens e nota sobre a concorrida festa em prol da Casa do Pequeno Jornaleiro, com fotos de famosos e registra, entre os presentes, a participação do famoso ator americano Tyrone Power e da também famosa atriz Annabella, acompanhada do diretor da Foz Filmes e do jornalista Roberto Marinho.



Figura 109. Matérias “Parada de beleza e elegância no Cassino da Urca” (A Noite, 1939) e “Campanha Redentor” (A Noite, 1939). Fonte: Acervo digital da Hemeroteca Digital da Fundação Biblioteca Nacional.

Nota sobre fig. 109. As matérias comunicam que o Cassino da Urca oferece uma linda festa de Natal para crianças pobres com show do artista Batista Junior e seus bonecos a distribuição de brinquedos, roupas e mantimentos que segue da noite de Natal até o dia 30 de dezembro. Na matéria, o baile noturno de Natal e a festa de Ano Bom na virada do ano são anunciados também

como muito concorridos. Informam também sobre a Campanha Redentor, idealizada pela 1ª Dama Darcy Vergas com apoio da sociedade e a colaboração de figuras ilustres para realização de festivais, reuniões e bailes para angariar fundos para construção de hospitais, creches e escolas para crianças e pobres desvalidos. Um destaque é dado para duas realizações com o Cassino da Urca: uma festa baile no Grill da Urca com espetáculo que marca a volta da famosa Mistinguete e a sua companhia num espetáculo gentilmente oferecida pelo Joaquim Rolla e a estreia da Revista Joux Balangandans, no Teatro Municipal, — com figuras do mundo social e artístico no palco — também patrocinada pelo Cassino da Urca. Ao final, são listadas as ações sociais que vão receber os recursos.

Um astro da tela e do microfone e um sportman às direitas

Bing Crosby depois de encantar os espectadores, ainda fez um betting duplo em benefício da Casa das Meninas

Bing Crosby esteve na terça-feira no Cassino da Urca e ali cantou e encantou. Acostumado as grandes platéias e ao mecanismo dos microfones, o Astro de Hollywood dominou o salão dizendo com muita verve que havia ali mais aparelhos portadores de voz do que quando ia falar mister Roosevelt...

Com este franco domínio, Bing, o artista que regeitou oitenta contos por noite, mas que se prontificou a cantar em benefício da Cruz Vermelha Britânica e da Brasileira, cantou e bisou seus números naquele ambiente cheio de alegria, de luzes e de flores, para ser freneticamente aplaudido, transformando em "fans" todos os espectadores.

Não quis o "sportman" entretanto deixar que o velário do esquecimento caísse sobre essa festa encantadora, sem uma nota absolutamente distinta. E foi assim que ouvindo uma narração sobre o "betting" duplo, confiou a Téo de Vasconcelos a incumbência de fazer um "betting" em benefício da Casa das Meninas a fundação que hoje merece todos os zelos e todos os carinhos.

E o "betting" marcado por Bing Crosby e que logo pelo microfone toda casa teve conhecimento pela voz magnífica do Téo, o locutor que como arauto de Agamemnon se faz até conhecido dos Deuses pela voz, foi o seguinte: Bougainville, e Balaklana; Discórdia e Sonata Lisiania e David.

Francamente encantador este Bing Crosby...

O fogareiro explodiu
TRÊS PESSOAS QUEIMADAS

Ontem, à noite, quando se achavam junto ao fogareiro, à rua Cândido Mendes, 147, ocorreu súbita explosão do aparelho, que era alimentado a gásolina, recebendo queimaduras de 1.º grau as seguintes pessoas:

- Romeu Ferreira dos Santos, 24 anos, empregado do Light;
- José Ferreira dos Santos de 37 anos, empregado do Jockey Club;
- Lúcia Ribeiro, de 21 anos doméstica.

Todas essas pessoas receberam socorros da Assistência.

Figura 110. Matéria "Um astro da tela e do microfone e um sportman às direitas". Jornal *O Imparcial*, 1941. Fonte: Acervo digital da Hemeroteca Digital da Fundação Biblioteca Nacional

Nota sobre fig. 110. A nota do *Imparcial* descreve a participação do astro do cinema e da música Bing Crosby em uma noite beneficente no Cassino da Urca. O astro, além de não cobrar seu cachê, dedicando-o à Cruz Vermelha Britânica e Brasileira, faz uma doação para a Casa das Meninas — entidade de apoio à jovens, liderada por Darcy Vargas — e anuncia, no microfone, dobrando as doações feitas por outros participantes da noite de caridade.

2.2.4 Como um jogo leva a outro? A conexão, gestão em rede

O Cassino da Urca como empreendimento cultural e a sua inserção na dinâmica da cultura e da economia na Capital Federal podem ser vistos como uma inovação institucional resultante de um contexto histórico em que se apresentam alguns fatores: 1) O fértil momento de mudanças/novidades trazidas pela industrialização, internacionalização e novas tecnologias; 2) A sobrevivência em tempos politicamente instáveis dentro e fora do país; 3) A condição de estar atrelado a uma nova lei (liberação do jogo), parte de uma política pública voltada para a economia do turismo e do desenvolvimento social; 4) A fértil influência das produções artísticas culturais nos costumes, na crítica e no imaginário da vida social da época; 5) Por fim, a necessidade de socializar a prática do jogo e transformar toda carga da imagem de contravenção, bebida, luxúria e de ganho financeiro fácil, por meio da participação e do benefício de toda sociedade nas suas realizações.

O que interessou durante a pesquisa e se revelou no estudo apresentado, por meio das notícias e anúncios, acabam por apresentar um perfil do Cassino da Urca como espaço cultural de ampla e diversa atuação em variadas atividades, dentro e fora dos seus espaços, como apoiador, incentivador, patrocinador, investidor ou realizador. Isso o caracteriza como um autêntico promotor de recursos, um hub, um agente de inovação da sua época.

Integrado aos acontecimentos e fatos que configuraram os anos de 33 a 46 no Rio de Janeiro, o Cassino da Urca era um agente ativador dos segmentos produtivos da indústria cultural como o rádio, gravadora, publicidade, mídia, cinema, artes, teatro, dança, canto, literatura, mímica e o humor. Teve, assim um papel mediador, aglutinador, formador, produtor e promotor cultural ao romper fronteiras intersetoriais, fazendo conexões nacionais e internacionais de talentos. O Cassino esteve muito além de um previsível comportamento empreendedor de entretenimento privado que visa apenas o lucro através da contratação e oferta.

Vemos abaixo, nas matérias selecionadas, o diretor musical do Cassino da Urca, Vicente de Paiva, sendo contratado pela indústria do cinema norte-americana para compor a trilha de um filme, bem como a famosa *crooner* do Cassino Heleninha Costa despontando como a melhor cantora do *broadcasting* brasileiro num concurso da Gazeta de Notícias.

UM GRANDE FILME BRASILEIRO

Desta vez os americanos acertaram ao escolher Vicente Paiva



Vicente Paiva no momento em que se entrega às suas melhores composições

Nos meios musicais, entre os nossos grupos de artistas, no seio da população em geral e especialmente no ambiente de seus sinceros admiradores e amigos, a escolha de Vicente Paiva para escrever as músicas de grandes filmes, causou forte sensação além de levar o júbilo a elevado número de pessoas.

Os americanos estão idealizando um dos mais notáveis filmes sobre o Brasil e no qual as coisas e os assuntos mais palpantes naturalmente serão aproveitados com a prática e técnica tão usuais entre eles, de sorte que assim será fácil desde já prever os seus efeitos e o seu êxito.

Um dos principais setores de um filme de tal importância está sem dúvida alguma na seriação dos números de música, para a qual se torna mister a mão do mestre.

A música do filme, portanto é uma espécie de nervo, onde reside a sensibilidade e que por isso mesmo requer a técnica, a prática e a ilustração do compositor e organizador dos arranjos e adaptações.

No caso do filme que os americanos montarão em breve e do qual nos estamos ocupando, esse particular está resolvido com todos os rigores, visto que os organizadores pensam em buscar justamente quem dispõe de elementos próprios para tal tarefa e que por certo a levará ao seu termo com inteligência, brilho e profundidade.

O lembrado como já referimos acima, Vicente Paiva, é o abalizado diretor-musical do Casino da Urca e que representa uma aquisição de primeira grandeza.

de filme sul-americano, dado que artistas, costumes e músicas de outras nações desta parte do Continente vão ser aproveitados.

E assim os americanos aceitaram na escolha de Vicente Paiva.

Com isso teremos um filme com as melhores músicas e não arranjos desconexas metidos noutros onde a "orelhada" aparece com ares de compositor de mérito.

Ao que sabemos é o Oscar quem se incumbiu de conseguir essa grande realização, pois, está empregando todos os seus melhores esforços junto à certa empresa americana de filmes para levar a efeito a montagem deste celuloide.

Não devemos ocultar que diante do que está exposto não resta a menor dúvida que a Urca está de parabéns, pois, um dos seus principais elementos, Vicente Paiva aí está como figura destacada.

ALÁ

AUXÍLIEM o poder militar de defesa do Brasil, com o seu espírito de energia, coragem e união nacional. (Segundo Congresso de Brasília).

Figura 111. Matéria “Um Grande Filme Brasileiro: dessa vez os americanos acertaram ao escolher Vicente Paiva”. *Gazeta de Notícias*, 1944. Fonte: Acervo digital da Hemeroteca Digital da Fundação Biblioteca Nacional

Nota sobre fig. 111. A matéria da Gazeta também noticia que uma empresa americana escolheu o compositor e diretor musical do Casino da Urca, Vicente de Paiva, para compor músicas para um filme sobre o Brasil. Autor de populares composições como “Mãe eu Quero” e “Diz que tem”, Vicente entrega as composições inéditas para o novo filme na foto.

- 6 - GAZETA DE NOTÍCIAS Domingo, 20-5-1945

Qual o melhor artista do «broadcasting» nacional? -

Uma valiosa oferta da CASA WALDECK em combinação com a "GAZETA DE NOTÍCIAS"

Cresce o entusiasmo em torno do grande concurso de rádio da "Gazeta de Notícias"

DR. CARLOS LUZ
O SEU REGRESSO DE ARAXÁ

A PRIMEIRA APURAÇÃO VERIFICAR-SE-Á NO PRÓXIMO SÁBADO — CINQUENTA E QUATRO MIL CRUZEIROS DE PREMIOS. ATÉ AGORA... — OUTROS INFORMES

A primeira apuração preliminar do concurso de rádio nacional, promovido pela Casa Waldeck e pela Gazeta de Notícias, teve lugar no dia 15 de maio, sob a presidência de S. Ex. Sr. Dr. Carlos Luz, governador do Estado de Minas Gerais. O concurso, que se prolonga até ao dia 31 de maio, tem por objectivo a escolha do melhor artista de «broadcasting» nacional, sendo de cada vez nomeado o vencedor por parte dos artistas.

Admissão de expoz recíproca va-lida para o concurso de rádio nacional. Y - As apurações serão publicadas, feitas em público, com assistência pública e facultadas pelas intervenções. Logo após a abertura será lavrada a lista de PREMIOS.

A CASA MUNZ OFFERCE UM PREMIO DE Cr\$ 6.000,00 O segundo prêmio, oferecido por S. Ex. Sr. Dr. Carlos Luz, será de Cr\$ 3.000,00.

Heleninha Costa - sêria concorrente



Figura 112. Matéria “Qual o melhor artista do broadcasting nacional?”. *Gazeta*, 1945. Fonte: Acervo digital da Hemeroteca Digital da Fundação Biblioteca Nacional.

Nota sobre fig. 112. A matéria da Gazeta de Notícias de divulgação e mobilização do concurso do broadcast nacional, por ela promovida junto a outros patrocinadores, retrata a força da indústria cultural que fomenta o prestígio dos artistas entre as gravadoras, as rádios, cinemas

teatros, bailes, cassinos e o público. Helenita Costa, citada como concorrente ao prêmio, é destaque do cast da Rádio Mayrink Veiga e lady-crooner do Cassino da Urca.

Embora Rolla estivesse sempre ao lado da produção cinematográfica nacional com recursos financeiros, apoio técnico, artístico, de divulgação e exibição nos seus Cassinos de Araxá e Icarai, exemplos da função de conectores do Cassino com o cinema, ele pode ser visto também no envolvimento com Walt Disney e com a ida de Carmem Miranda para os estúdios de Hollywood após seu grande sucesso no Cassino da Urca.



Figura 113. Matéria “Uma estréia sem **black-out**”. *O Cruzeiro*, p. 40, ed. 0025, 15 abr 1944. Fonte: Arquivo O Cruzeiro/EM/D.A Press. Acervo digital da Hemeroteca Digital da Fundação Biblioteca Nacional.

Nota sobre fig. 113. O jornalista Oslo Richman descreve na matéria o clima de glamour da premier mundial de lançamento do filme A Mulher que não sabia amar, no cinema da Paramount de Hollywood, como uma concessão pelo momento de pré-guerra. Ele cita a chegada da atriz principal do filme e a presença das autoridades de Los Angeles, magnatas da indústria cinematográfica, atores e atrizes e, em destaque cita a chegada de um grupo de famosos, entre eles: Carmem Miranda com Bing Crosby, Marlene Dietrich, Ingmar Bergman e Rita Rayworth.

Com os Estados Unidos desenvolvendo a política de boa vizinhança após a entrada na guerra, as relações de aproximação se intensificaram em toda América Latina, abrindo mais espaço para intercâmbios com missões comerciais e culturais. Numa dessas missões, Walt Disney vem lançar seu filme *Fantasia* e torna-se admirador do Cassino da Urca. A festa de lançamento do filme ocorre no Cassino e o clima de encantamento envolve Walt

Disney e sua equipe a ponto de o Cassino ganhar destaque no seu filme *Alô Amigos* em 1942, com a criação do personagem Zé Carioca e a difusão do samba.⁵



Figura 114. Matéria “A Noite de Walt Disney na Urca”. *O Cruzeiro*, 10 ago 1941. Fonte: Arquivo O Cruzeiro/EM/D.A Press. Acervo digital da Hemeroteca Digital da Fundação Biblioteca Nacional.

Nota sobre fig. 114. O cronista Márcio Cunha faz uma cobertura completa, com a matéria publicada na revista O Cruzeiro, sobre a noite de festa realizada no Cassino da Urca para o lançamento do filme Fantasia, que marcou os interesses do Estado Brasileiro em aproximar-se da produção cinematográfica americana por meio do grande realizador Walt Disney. O cronista descreve a figura de Walt Disney como simpática, simples e cativante e narra a noite como alegre e intimista. O Estado oferece um jantar sob a condução do Lourival Fontes, Ministro de Propaganda do presidente Getúlio Vargas, e conta com o próprio presidente, demais Ministros e suas esposas, embaixadores, diplomatas e líderes do mundo das finanças, jornalismo, cultura, comércio e indústria. A noite é citada pelo cronista como a mais prestigiada festa que já se viu no Cassino da Urca e, após a exibição do Filme Fantasia, o espetáculo inicia com uma paródia do filme Branca de Neve, com Dalva de Oliveira e Cláudio Botelho, recém-encenada no Teatro Municipal, além de quadros da revista Joux Balangandãs, produzidos pelo Cassino da Urca.

⁵ Cf. Produções relacionadas: (1) Pato Donald & Zé Carioca em Aquarela do Brasil. Walt Disney's Production. (Cultura UFMT/ Youtube: Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=5UrEfw0TE2I&feature=youtu.be>>. Acesso em: 13 mai 2019); (2) Edição de dois grandes clássicos da música brasileira, "Aquarela do Brasil" de Ary Barroso cantada por Aloysio Oliveira - líder da banda Miranda's Boys - e Carmen Miranda no filme The Gang's is All Here da Twentieth Century Fox 1943 e "Tico Tico no Fubá" de Zequinha de Abreu em instrumental na produção da Disney, "Saludos, Amigos", 1942 (Doni Sacramento/ Youtube: Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=hRz-M30PcEU>>. Acesso em: 14 mai 2019.)

Nota sobre fig. 115. As duas notas do *Jornal do Brasil* referem-se à realização da iniciativa oficial de desenvolvimento e articulação do carnaval carioca de 1938, que acontece em dezembro de 1937 com a parceria do Cassino da Urca e do Centro de Cronistas Carnavalescos. Ambas as notas informam que o jornalista Georgino Avelino, que chefia a diretoria geral de turismo da municipalidade, criou a Feira de Amostras para promover os festejos de MOMO ao lado de Joaquim Rolla, que colabora de forma decisiva tanto na organização, quanto com as atrações do Cassino no corso e com o patrocínio dos prêmios do concurso de melhor samba e marcha. As atividades ocorrem com desfile na Rio Branco, com o apoio da União das Escolas de Samba e apresentação para a comissão julgadora, além de festas e corso durante todo final de semana, com o objetivo de estimular aqueles que fazem o carnaval, divulgar o evento para atrair turistas e animar a população.



Figura 116. Chamada no jornal *A Noite* 1937. Fonte: Acervo digital da Hemeroteca Digital da Fundação Biblioteca Nacional.

No futebol, o Cassino estava presente por meio do patrocínio de campeonatos e sua transmissão nas rádios com narrações feitas por locutores famosos. O Cassino foi patrocinador exclusivo da Copa do Mundo de 1938, a primeira a ser transmitida ao vivo no Brasil (PERDIGÃO E CORRADI, 2012).



Figura 117. Anúncio indica patrocínio exclusivo do Cassino da Urca ao Campeonato brasileiro de futebol transmitido pela rádio nacional. *Jornal A Noite*, 1939. Fonte: Acervo digital da Hemeroteca Digital da Fundação Biblioteca Nacional.

Até em campanhas desenvolvidas pela Força Aérea Brasileira, estava a participação do Cassino da Urca que, atento às articulações políticas e aos temas e causas do momento, não se furtava a colaborar. Na matéria abaixo, vê-se o episódio da doação de um avião pelo Cassino para o Ministério da Aeronáutica, que promovia o desenvolvimento da aviação civil com uma campanha em 1941.

Seguiu para Belo Horizonte o ministro da Aeronáutica

PRESIDIRA', NA CAPITAL DE MINAS, A CERIMÓNIA DO BATISMO DE NOVOS AVIÕES

Atm de presidir à cerimônia do batismo de mais dois aviões doados à Campanha Nacional de Aviação Civil, seguiu, ontem, pela manhã, para Belo Horizonte, o sr. Salgado Filho, ministro da Aeronáutica, em avião "Lockeed" da F. A. B., sob o comando do capitão Faria Lima.

Os dois novos aviões receberam os nomes de "Bento Gonçalves" e de "Cidade de Porto Alegre" e foram doados, respectivamente, pelo Cassino da Urca e pelos turfistas cariocas, sendo padrinhos do primeiro o sr. Luiz Aranha, presidente da C. B. D., que já se encontrava na capital mineira, e do segundo o sr. Lauro Vidal, presidente da Associação Comercial de Minas. Ambos os aparelhos são destinados ao Aero-Clube de Belo Horizonte.

O ministro Salgado Filho aproveitará essa viagem para visitar a Base Aérea daquela cidade, devendo ir a Lagoa Santa para percorrer as obras que o Governo da República ali realiza, de construção da fábrica de aviões. O titular da pasta regressará hoje à capital.

Notícias do D. A. S. P.

LABORATORISTA-AUXILIAR — Hoje, às 9 horas, no Laboratório de Física da Faculdade Nacional de Medicina, será efetuada a Parte II da prova.

TÉCNICO DE EDUCAÇÃO — Foi homologado pelo presidente do DASP o resultado final do concurso realizado em Minas Gerais, São Paulo e Distritos.

— são convidados a comparecer ao Serviço de Biometria Médica do INEP, Praça Marechal Anderson, para se submeterem à prova de sanidade e capacidade física nos dias e horas seguintes:

— Amanhã 19, às 11 horas: 57
58 59 60 61 62 63 64 65 6 67
69 70 71 72 73 74 75 76 78 79

Figura 118. Matéria “Seguiu para Belo Horizonte o ministro da aeronáutica”. *Gazeta de Notícias*, 1941. Fonte: Acervo digital da Hemeroteca Digital da Fundação Biblioteca Nacional.

Nota sobre fig. 118. Gazeta de Notícias informa, em nota, a ida do Ministro da Aeronáutica, Salgado Filho, para Belo Horizonte para o batismo de dois aviões, sendo um deles doado pelo Cassino da Urca por meio da campanha nacional de aviação civil.

No campo da propaganda, o Cassino fez história. O negócio dependia da frequência do público e o investimento na comunicação era vital para mobilizar as pessoas e enfrentar a concorrência. A Agência de Difusão de Anúncios, ADA, fundada por Joaquim Rolla, atuou desde o final de 1930 e protagonizou a passagem de um tipo de investimento volumoso em comunicação, que era característico dos governos para a iniciativa privada num período em que a mídia publicitária emergia no país.

O Cassino utilizava vários meios de divulgação para promover suas atrações: cartazes de rua, folhetos, anúncios em jornais e revistas e chamadas em rádios. O slogan A-E-I-Ó-Urca tornou-se célebre na época pela quantidade de vezes que entrava no ar como um alegre *jingle* durante a programação das rádios.



Figura 119. Anúncios nos jornais, da esquerda para a direita, *A Manhã*, (1945), *A Noite* (1938) e *Gazeta de Notícias* (1944). Fonte: Acervo digital da Hemeroteca Digital da Fundação Biblioteca Nacional.

Como um lugar de grande atração e frequência de pessoas de alto poder aquisitivo, o Cassino e as suas atrações eram um ambiente de grande visibilidade e essa oportunidade foi bem aproveitada por Joaquim Rolla num momento em que um comércio de produtos e serviços florescia. O programa que anunciava as atrações, entregue aos frequentadores quando entravam na casa, incluía grande quantidade de anúncios de cigarro, joias, roupas, lingerie, bebidas, sapato, relógio, alfaiates, livraria, seguro, carro, iluminação e arquitetura, tudo isso, geralmente, de empresas que prestavam serviço para o estabelecimento. Que contribuía com a divulgação, servindo-se dos mesmos como atração, sem comercializar o ambiente ou mesmo tirar a áurea de sonho e fantasia própria do lugar, abrindo frentes de negócios naturalmente interligados para os empresários, o público e o Cassino.



Figura 120. Montagem para visualização. Programa do Casino da Urca de 1938. Fonte: Acervo digital da Fundação Biblioteca Nacional.

Do início dos anos 30 até o início dos anos 40, quando o Cassino fechou — com a lei que suspendeu o funcionamento do jogo de azar no país em 1946 —, seu investimento e participação nesse setor foram significativos não só pelos investimentos, mas também pela participação em rede com parcerias e inovações que indicam a noção

de desenvolvimento coletivo e setorial de uma gestão empreendedora e que reconhece o impacto dos seus negócios nos demais estabelecimentos, no mercado, a ele atrelados. A diplomacia nacional e internacional de representação cultural, social e política e da identidade brasileira foi outra tônica expressiva de atuação do Cassino da Urca, quando se nota seu papel de ponto de encontro, articulação e realização de celebrações das lideranças políticas, sociais e comerciais dos estados, municípios, embaixadas e câmaras de comércio exterior. De jantares de confraternização a lançamentos de produtos e festas, o lugar representava um motor de novidades da vida social da cidade.

Ao mesmo tempo em que o Cassino foi ativador de uma indústria cultural emergente e pulsante na época, o processo e a forma com que as atividades eram pautadas, ou mesmo produzidas, criavam uma inovação dentro do sistema dessa indústria em conexão com outros setores em expansão. Essa inovação pode ser identificada pelo complexo conjunto de relações simultâneas e associadas que se assentam organicamente entre os seus agentes, atreladas necessariamente aos contextos e aos fenômenos de desenvolvimento da sociedade e a sua engenharia política e produtiva.

Essa inovação se configura numa dinâmica que pode ser identificada como a dinâmica de um *hub*. Uma dinâmica em que as ligações de aproximação entre os pontos, no caso entre os agentes (pessoas e instituições), nascem por meio de relações e se alimentam de trocas de recursos (habilidade, talento, alegria, beleza, marca, tecnologia, espaço, mobilidade, etc.), ativando toda uma rede onde esses pontos, *hubs* ou não, se interligam e se retroalimentam.

Voltando a Albert L. Barabási, físico, cientista, Prof. Universidade Notre Dame, Indiana- Centro de Ciência de Redes da Universidade de Northeastern em Boston, especialista em topologia da redes, que traz no seu livro *Linked - A Nova Ciência Dos Networks (2009)* definições e explicações sobre padrões organizacionais comuns às diversas dinâmicas de rede com uma abordagem sobre “Como tudo está conectado a tudo e o que isso significa para os negócios, relações sociais e ciências”⁶. Nele, Barabási define que “a economia é uma complexa rede onde as empresas são os nós e os *links* são as diversas relações econômico-financeiras que as vinculam” (p. 177). Nesse sentido, os nós altamente conectados se caracterizam como *hubs* que detém grande quantidade de *links*, de vinculações, que terminam por influenciar e impactar na configuração da rede como um todo.

⁶ Trecho extraído da capa do livro *Linked - A Nova Ciência Dos Networks (2009)*, de Albert L. Barabási.

O Cassino visto como um *hub* se caracteriza pelo volume de conexões, criando uma nova institucionalidade na cultura do entretenimento pela capacidade de estar conectado com uma grande diversidade de agentes e manifestações do seu meio. Como vimos nesse capítulo, essa condição de lugar exposto à convivência de agentes diversos, sob a pressão do tempo e das circunstâncias (causas e condições), cria uma favorável situação para fusão criativa de recursos variados, tornando o lugar um ambiente original onde um protagonismo situado faz ressoar as potencialidades geradoras de inovação.

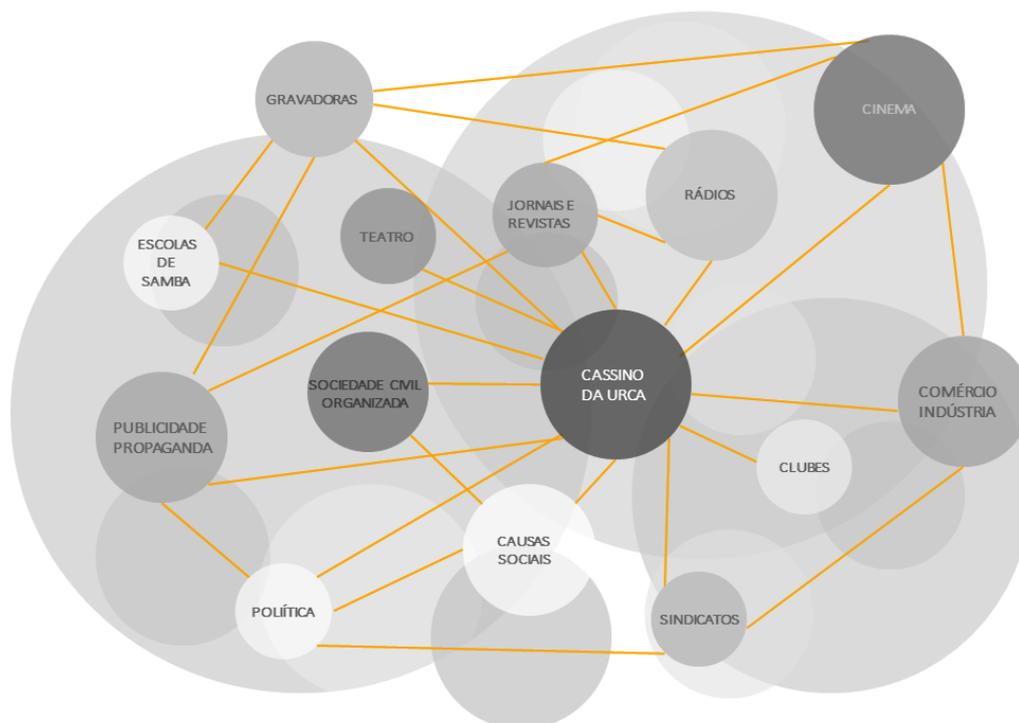


Figura 121. Mapa visual. Ilustração da autora. Fonte: acervo próprio.

Se buscarmos entender a leitura de George Yúdice sobre a conveniência da cultura contemporânea (2004), que reconhece a cultura e sua diversidade de expressões como recursos, como reserva disponível para o desenvolvimento sustentável, — além de se atualizar o conceito de cultura como conteúdo que gera melhoria (SCHILLER, 1989), fator de distinção (BOURDIEU, 2002) ou mesmo sua compreensão antropológica (WILLIAMS, 1969) —, pode-se dizer que o Cassino da Urca inaugura um modelo inovador de gestão de entretenimento cultural. Um modelo de gestão em rede, como um *hub*, que reflete a pressão do seu tempo e anuncia a potência de um sistema relacional e transacional complexo de gestão da cultura a partir da modernidade.

3. A TV TUPI - 1950/1980

3.1 OLHO MÁGICO

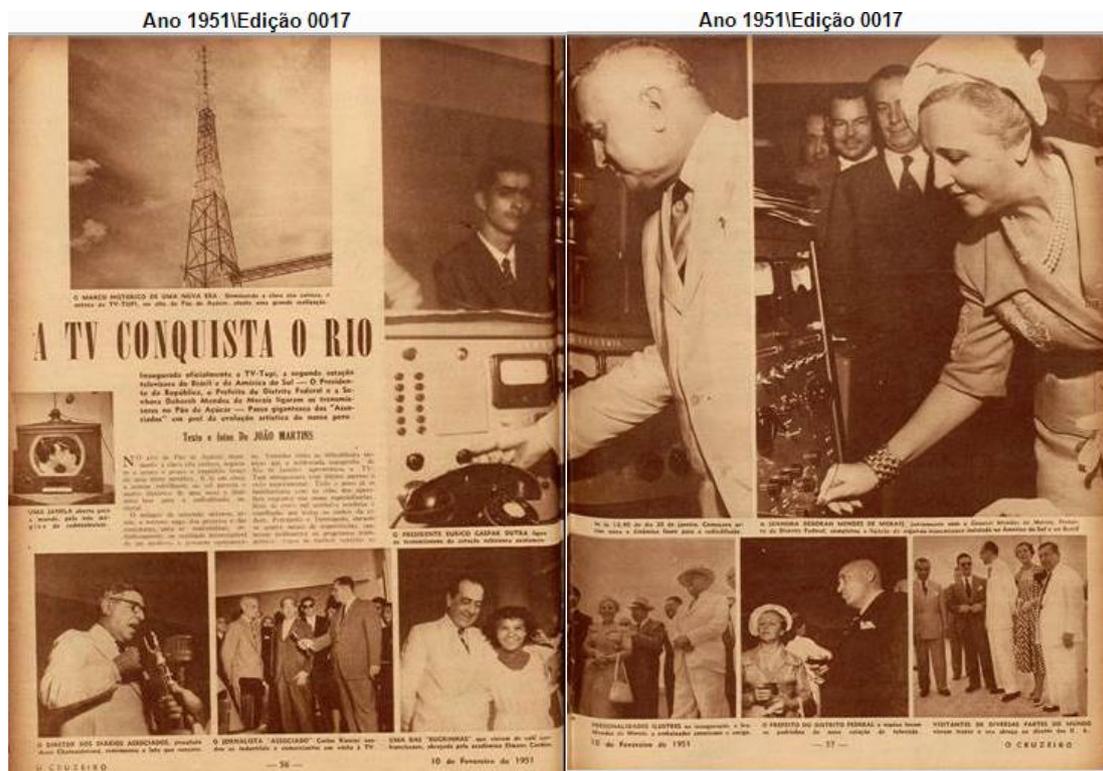


Figura 122. Matéria de inauguração TV TUPI RJ. Revista *O Cruzeiro*, 10 fev de 1951, p. 56 e 57. Fonte: Arquivo O Cruzeiro/EM/D.A Press. Acervo digital da Hemeroteca Digital da Fundação Biblioteca Nacional

A matéria de inauguração da emissora TV Tupi Rio, de seis páginas, na Revista *O Cruzeiro*, em 10 de fevereiro de 1951, apresenta a estratégia e os propósitos de implantação do pioneiro empreendimento na cidade, ao mesmo tempo em que revela as intenções na formação da opinião do público que passará a ser o novo telespectador.

Uma imagem da antena no alto do Pão de Açúcar abre a matéria e aponta “o marco histórico de uma nova era, no céu claro carioca”, atestando a grande realização. Com a chamada “A TV conquista o Rio”, a matéria registra o evento oficial da inauguração da TV Tupi, ocorrido no dia de aniversário da cidade, em 20 de janeiro 1951, como a 2ª emissora de televisão da América do Sul. As fotos registram a presença do então presidente da república, Gaspar Dutra, e do prefeito da cidade, General Mendes de Moraes, e sua esposa Deborah Mendes de Moraes. Na imagem, eles ligam simbolicamente os transmissores como representantes do povo, e as demais fotos de registro, com outros participantes, celebravam o prestígio de personalidades da indústria, comércio e

academia, entre eles o destaque para ilustres embaixadores e representantes de vários países.

No texto, o pioneirismo dos Diários Associados como “tendo dado um passo gigantesco em prol da educação artística do povo brasileiro” revela o propósito da televisão naquele momento no país: ser um veículo de arte e educação para população. Na sequência, ao qualificar como de sucesso o ciclo experimental e de milagre a materialização dos projetos da fase inicial de implantação da emissora, a matéria afirma que “a realidade incontestável dos equipamentos possantes superou as muitas dificuldades técnicas”. Ou seja, as dificuldades apontadas diante das exigências da inovação e da topografia acidentada e desafiadora do Rio de Janeiro são referidas com a exaltação às máquinas e a presença do engenho humano que vence os desafios da natureza, fato recorrente e sempre pontuado ao longo dos processos de urbanização da cidade na modernidade.

O texto registra também que existem cinco mil aparelhos vendidos na cidade, demonstrando que possuir e assistir à TV já era um novo hábito na cidade. Naquela altura, já haviam sido transmitidas — na fase experimental de quatro meses — programas de futebol, corridas no Jóquei, espetáculos teatrais, filmes cinematográficos e programas de estúdio que foram transportados para dentro dos lares, acontecimentos que já haviam se tornado atração indispensável para as famílias numa intenção de promover a venda direta da oferta da programação e da promoção do novo modismo de ver televisão.

Ao mesmo tempo em que a matéria busca reforçar o sentimento de orgulho do carioca por ser a 2ª estação instalada em toda América do Sul, promete que “largos caminhos se abrem para o divertimento, a difusão cultural e a propaganda comercial”, indicando, assim, as principais áreas de impacto a serem beneficiadas pelo moderno invento. Já na simbólica escolha das ações ocorridas durante a inauguração, esteve a façanha dos alpinistas, quando homens e mulheres escalaram o morro do Pão de Açúcar para, no topo, entregarem uma bandeira ao jornalista e empreendedor dos Diários Associados, Assis Chateaubriand. Nas fotos da façanha, as legendas trazem frases metafóricas como: “um passo em falso e tudo terminaria para eles” e “confiar cegamente nos que sabem escolher os caminhos”, as quais são mensagens análogas a façanha de superação na perigosa escalada feita pelos Diários Associados para empreender o feito de instalar a pioneira emissora na cidade, trazendo um recado também sobre a confiança necessária dos telespectadores diante do novo caminho a ser vivido com a televisão.



Figura 123. Matéria de inauguração *TV TUPI Rio* (Imagem acima: Escaladores e Assis Chateaubriand em recorte aproximado da mesma matéria). *O Cruzeiro*, p.59-60, ed. 0017, 10 fev de 1951. Fonte: Arquivo O Cruzeiro/EM/D.A Press. Acervo digital da Hemeroteca Digital da Fundação Biblioteca Nacional.

As imagens do espetáculo inaugural reforçavam o espírito de nacionalidade pretendido por Assis Chateaubriand, como a performance de dança e canto de jovens trazidos do Vale do Rio São Francisco, com a citação “o rio que representa a união da nação”. Já para mostrar o poder da transmissão em massa nos “*aparelhos de recepção*” — como eram chamados os aparelhos de televisão — foi criada uma revista eclética com alguns dos mais importantes e populares astros do *broadcasting*, e assim se mostrava que agora não seria mais necessário o deslocamento e o pagamento para assistir as famosas revistas que se eternizaram como o melhor do entretenimento da época. Entre os astros

da revista, estão as fotos dos shows do “Trio de Ouro” e a estrela “Linda e suas Caboclas”, que fizeram fama no recém-fechado Cassino da Urca.

A provocação aos sentidos do leitor aparece no contexto da matéria com as imagens do “beijo técnico”, para despertar para as novas sensações da visão a serem estimulada com a televisão. Uma foto de atores se beijando traz a legenda: “a sensação de ouvi-los nas telenovelas do rádio agora seriam vistas diante da televisão”.

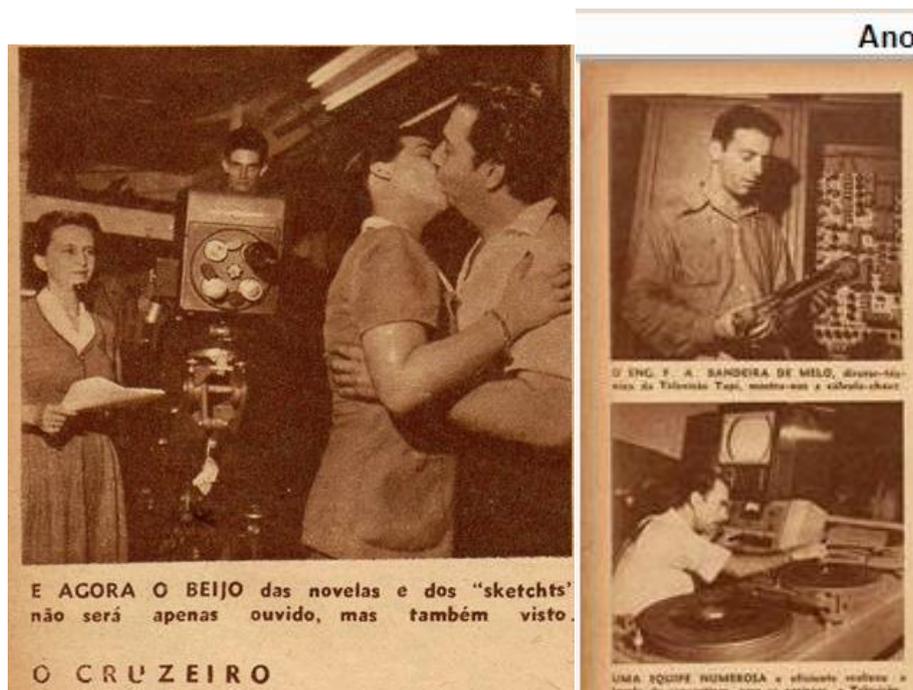


Figura 124. Foto beijo técnico gestores e técnicos - detalhe da matéria de inauguração *TV TUPI Rio*. *O Cruzeiro*, p. 60, ed. 0017, 10 fev 1951. Fonte: Arquivo O Cruzeiro/EM/D.A Press. Acervo digital da Hemeroteca Digital da Fundação Biblioteca Nacional.

Com relação à tecnologia e à força das máquinas e equipamentos, o informativo busca impressionar através de grandes fotos das novidades tecnológicas, tendo ao lado os técnicos e gestores, incluindo o principal engenheiro e filho de Assis Chateaubriand, Fernando Bandeira de Mello, que, como diretor técnico da televisão, aparece no controle da válvula-chave da emissora.

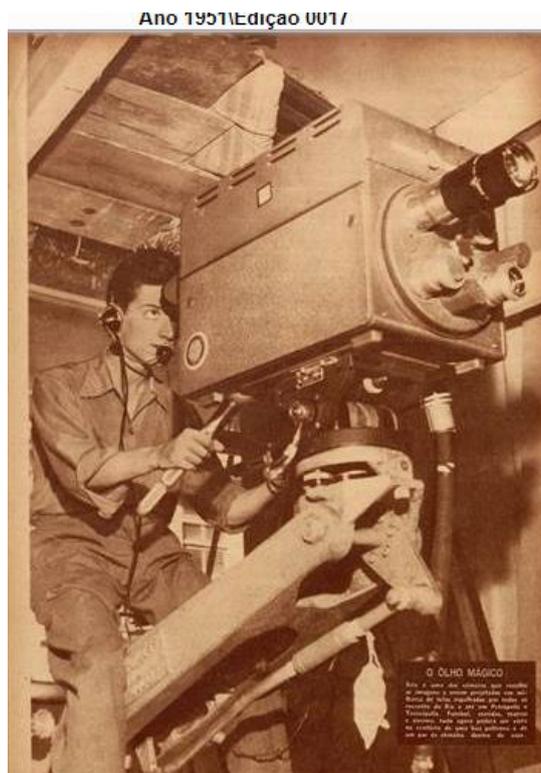


Figura 125. Matéria de inauguração “TV TUPI Rio”. *O Cruzeiro*, ed. 0017, p. 58, 10 fev de 1951. Fonte: Arquivo O Cruzeiro/EM/D.A Press. Acervo digital da Hemeroteca Digital da Fundação Biblioteca Nacional.

Na última página, uma imagem icônica, em grande escala, e que toma toda a página e fecha a matéria: um homem montado num grande aparelho (como num cavalo) com o olhar fixo na lente (como quem mira atento antes de dar um tiro numa arma ou um click numa máquina fotográfica) e, com as mãos agarradas nos condutores do movimento da máquina, domina o novo brinquedo da modernidade. A imagem ressalta o poder do “olho mágico” (título da legenda da foto) que será definitivamente responsável pelo que será captado e transmitido a partir daquele momento com a promessa, descrita na matéria, de “que tudo agora poderá ser visto no conforto de uma boa poltrona e um par de chinelos dentro de casa”, por meio dos aparelhos agora oferecidos como a nova fonte de cultura e informação para todos. Na conclusão, a matéria aponta para aquele que talvez venha a ser o grande impacto da nova invenção que, na perspectiva flusseriana, significa: “o novo trânsito imagem homem inverte o estar no mundo como conhecemos” (FLUSSER, 2008, p. 73). No seu livro *O Universo das Imagens Técnicas*, Flusser aponta para o novo fenômeno da solidão massificante como resultado do movimento entre imagem e homem.

A publicação da matéria é um exemplo da força hegemônica comunicacional que foi mobilizada durante quatro anos antes da inauguração da 1ª emissora da América do

Sul em São Paulo, em 18 de setembro de 1950, seguida da emissora do Rio de Janeiro em janeiro de 1951, ambas empreendidas por Assis Chateaubriand, dono de um império jornalístico. Desde 1924, quando adquiriu o veículo *O Jornal* e em seguida, em 1929, abriu o *Diário de São Paulo*, o jornalista e empresário iniciou a criação do maior conglomerado de emissoras de rádio e jornais do continente. Vinte e seis anos depois, com o pioneirismo característico dos Diários Associados, a televisão chega no Brasil com a PRF-3, TV Tupi-Difusora, Canal 3 em São Paulo e a PRF-6, TV Tupi Canal 6 no Rio de Janeiro.

3.1.1 Televisão, técnica, gestão e inovação

A invenção da televisão vinha de um processo que se desenvolvia desde 1817, com a descoberta do selênio pelo químico sueco Berzelius, um elemento químico luminoso dotado de condutibilidade elétrica. Quase setenta anos depois, o elétrico inglês Willoughby Smith, da aplicabilidade da fotocondutividade do selênio, chega à invenção de células fotoelétricas no início dos anos de 1900. Em 1926, Philo Farnsworth, um jovem vindo da Pensilvânia, registra na Califórnia suas invenções: uma válvula emissora de raios e uma lâmpada de arco voltaico e, em 1927, num laboratório doméstico, consegue demonstrar a transmissão da primeira imagem eletrônica. Ao tentar patentear, Farnsworth encontra dificuldade, pois em 1923 o russo e residente nos Estados Unidos Wladimir Zworykin havia patenteado um invento similar, o primeiro tubo de raio catódico de reprodução de imagem. Anos depois, a disputa na justiça reconhece a invenção a Farnsworth e é Zworykin que, então já trabalhando na RCA *Radio Corporation of America*, vê a empresa passar a pagar *royalties* para usar o chamado “*dissector tube*”. No final dos anos trinta, é a RCA — sob as vantagens vindas do cinescópio e do tubo inoscópio desenvolvidos pelo russo Zworykin — que anuncia a possibilidade das televisões nos lares ao produzir o orticone, um tubo de imagem. A Alemanha, com as experiências da empresa Telefunken, também já anunciava aparelhos domésticos. No entanto, é a Inglaterra que se adianta, sendo pioneira através da invenção do engenheiro escocês John Logie Baird que, em 1924, consegue construir um sistema de televisão com imagens estáticas e, no ano seguinte, já transmite as primeiras imagens em movimento. Em 1926, ele cria o primeiro sistema de televisão viável. Assim, a cidade de Londres marcou o pioneirismo desde 1936, com a BBC mantendo no ar poucas horas de

programação diária, seguida por Paris, que conseguiu experimentar algumas transmissões antes do início da Segunda Grande Guerra (CASTRO, 2000, p. 14-15).

O modelo norte-americano de televisão desponta em 1938, e é o adotado no Brasil. Em 1946, em tratativas internacionais para o desenvolvimento tecnológico da rede de jornais e rádios do Diários Associados em Nova Iorque, o jornalista e empresário Assis Chateaubriand se vê diante das novidades da televisão apresentadas pelo presidente da RCA Victor, e adota de imediato o compromisso de trazer para o Brasil duas emissoras. Ciente da força de mobilização das empresas de comunicação dos Diários Associados, em plena expansão por todo país, que atingiam não só todo mercado publicitário, mas também diretamente a indústria, o comércio e a formação de opinião da população, Assis Chateaubriand aposta no ineditismo da iniciativa na América do Sul.

Mesmo diante das pesquisas indicativas de que o país viva uma realidade ainda distante para garantir a sustentação econômica de uma emissora de televisão, a aventura é levada em frente pelo empresário em nome da chamada “aliança pelo progresso”.

Os pesquisadores contratados por Chateaubriand tinham razão. Os dados do censo de 1950 só vão confirmar as condições estruturais pouco favoráveis à instalação de veículo tão sofisticado, que demanda infraestrutura complexa e amplos mercados. Nesse ano do censo, a população do país é de 51 944 400 habitantes, 63,8 % vivendo na zona rural, restando aos centros urbanos menos *de 20 milhões, magnetizados pelo sucesso do rádio e pelo carisma do cinema, que nessa época arrastava multidões às salas de exibição*. O cacife Associado não é desprezível, mas o fato é que a estrutura socioeconômica do país, por si, não contribui para o êxito do empreendimento” (SIMÕES, 1986, n.p)⁷.

Desde que resolveu comprar os equipamentos para emissora em Nova Iorque, Assis Chateaubriand começa sua saga de tornar possível a televisão no país a partir de uma intensa campanha mobilizando e esclarecendo, a cada etapa do processo, para apaziguar as inquietações de toda a sociedade diante de tamanha novidade. A criação de um imaginário que desse conta de tornar realidade a inovação no país exigia a participação dos mais diversos campos de conhecimento e setores produtivos. Os anos que antecederam a inauguração da emissora em São Paulo e no Rio foram de criação de uma força tarefa sem precedentes na busca de parceiros investidores, na indústria e no

⁷ Texto de Inimá F. Simões, publicado em 1986, intitulado “TV à Chateaubriand”. Disponível na íntegra no acervo digital da *Artepensamento*, do IMS – Instituto Moreira Salles. Disponível em: <<https://artepensamento.com.br/item/tv-a-chateaubriand/>>. Acesso em: 21 ago 2020.

comércio, com uma massiva publicação de artigos, matérias, anúncios, além de inúmeros eventos.

Os conteúdos das mensagens tanto esclareciam as qualidades do que uniria a rádio e o cinema num só aparelho televisivo, como informavam sobre o que ocorria em outros países pioneiros sobre as regulamentações e as vendas de aparelhos, já antecipando as questões a serem enfrentadas por aqui. Já a dinâmica da comercialização do novo veículo apontava para uma nova escala da potente ação publicitária, até então bem explorada pelos jornais e pela radiodifusão no mercado.

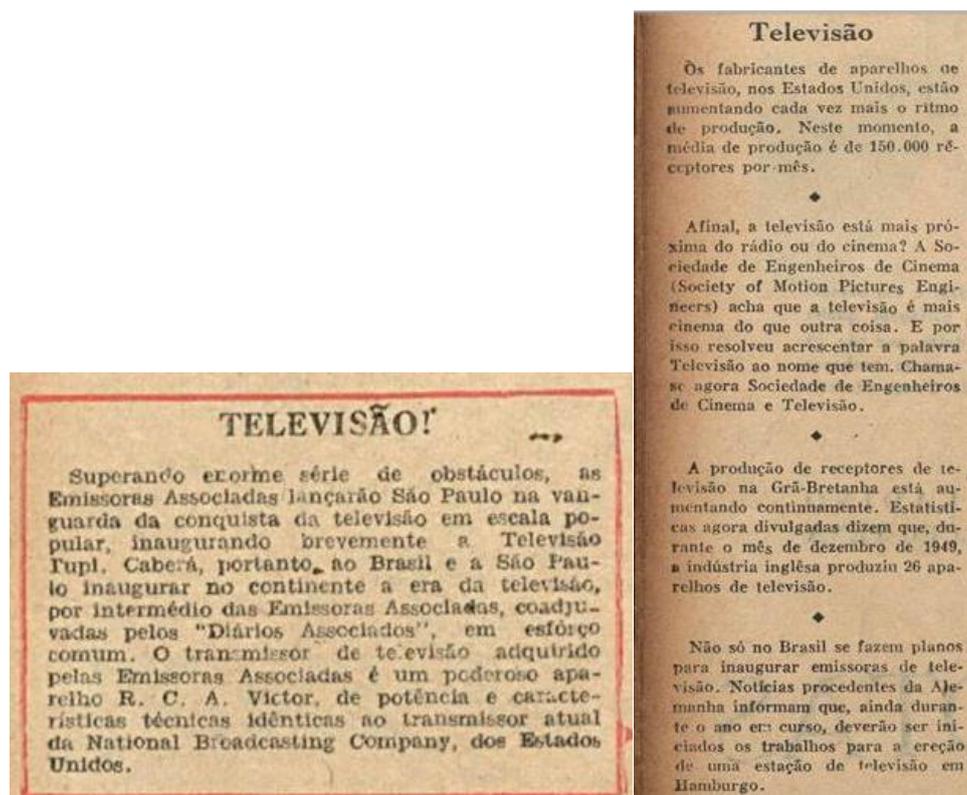


Figura 126. Chamada da inauguração sobre a era da televisão na coluna Back Ground (à esquerda) e Nota “Televisão” - Coluna BackGround Radiolândia de Anselmo Domingos (à direita). *O Cruzeiro*, 4 jun 1949/ 20 mai 1950. Fonte: Arquivo O Cruzeiro/EM/D.A Press. Acervo digital da Hemeroteca Digital da Fundação Biblioteca Nacional

Em artigo publicado nos jornais do Diários e Associados enviado de Nova Iorque pelo seu presidente, via telégrafo, no início de outubro de 1949, o empresário ao mesmo tempo em que esclarecia a dimensão e o fôlego do investimento para implantar as duas emissoras no Brasil, argumentava que não era de se admirar que somente o Estados Unidos da América, a França e a Inglaterra dispunham de televisão. Informava que as exigências contínuas de capital para acompanhar os aperfeiçoamentos da técnica com relação às bases comerciais dos empreendimentos ainda eram deficitárias comercialmente. Alertava que isso explicava o porquê países de desenvolvimento

industrial da Europa ainda não dispunham desse “novo meio de diversão, educação e publicidade”, e aproveitava para estimular a autoestima dos paulistas e cariocas que, pelo mérito da iniciativa, fariam de São Paulo e do Rio de Janeiro as únicas metrópoles de toda América, fora dos Estados Unidos, a terem esse privilégio. Ele também elogia os engenheiros e técnicos da RCA Victor e da General Eletric, ambas empresas responsáveis pelos equipamentos das emissoras e dos televisores, e ainda relata seu encontro com o presidente da Radio Corporation of America, Sr. Brunett, e replica as palavras do líder norte-americano de admiração “pela audácia do empreendimento a altura do espírito de aventura construtiva dos paulistas” (CASTRO, 2000, p. 39).

Essa fala de Assis Chateaubriand é um exemplo de sua estratégia para que as pessoas compreendessem o significado do que estava sendo projetado e, ao mesmo tempo, revela o que aparece nos mais diversos episódios e depoimentos sobre a sua complexa personalidade de homem de negócio com visão social e espírito público. As qualidades do pioneirismo estão presentes nas suas ações para formação do país moderno. A criação do Museu de Arte de São Paulo, que hoje leva seu nome, está entre as inúmeras iniciativas que, se observadas com a distância do tempo pelas notícias, seriam quase que planejadas simultaneamente como uma nova e irremediável onda de renovação, tendo os Diários Associados como um alavancador nacional de futuro.



Figura 127. Campanha do proprietário dos Diários Associados e político Assis Chateaubriand para o Senado. Brasil. Maranhão. Fonte: Arquivo O Cruzeiro/EM/D.A Press.

Odiado por uns pelos seus métodos apontados como questionáveis de realizar “de qualquer forma” suas empreitadas e, no entanto, amado por outros que viam nas suas atitudes as características de um gênio do seu tempo, a literatura que traça sua biografia parece não dar conta de definir sua complexa personalidade. No livro *TUPI Pioneira da Televisão Brasileira*, José de Almeida Castro (2000) — que foi diretor da TV Tupi, fundou a Associação Brasileira de Emissoras de Rádio e Televisão no país e fez carreira no grupo Associados, apresenta a visão corporativa de um Assis Chateaubriand que travava um combate para o desenvolvimento do país em diversos campos como aviação, turismo, a alfabetização popular, a valorização agrícola e a preservação das florestas, o potencial hidroelétrico, a produção do café, açúcar e o algodão, a pesquisa científica, a promoção da cultura popular, a puericultura, entre muitos outros empreendimentos que dessem ao país grandes conquistas.

Para a inauguração da televisão, vista como sua grande e mais popular conquista, era imperativo criar as condições para sua chegada, tal como se vê nas matérias abaixo que trazem: (i) o anúncio o conjunto de transmissores da GE encomendados para o Rio ainda em Syracuse, Nova Iorque, e que reforçam o poder das máquinas e da tecnologia; (ii) o registro do primeiro contato e do teste das grandes atrizes de teatro com a câmera (Tônia Carreiro, Virgínia Lane, Eva Todor, Henriette Mourineau, Aimê Flores e Nely Rocha) nos estúdios da GE, e a apresentação do diretor de programação e jornalista Luís Jatobá, já famoso no cinema americano, que promove o talento e o prestígio dos artistas no novo meio de atuação; (iii) a instalação da antena no alto do morro do Pão de Açúcar, onde se vê os trabalhos subterrâneos necessários ao edifício destinado aos aparelhos de controle, e o próprio transmissor além da base onde será levantada a torre de 28 metros, o que demonstra o empenho dos engenheiros da GE, da Sevix e do Diários Associados, bem como o empreendimento necessário para a instalação da antena no ponto mais alto e simbólico da cidade; (ix) a apresentação de um show especialmente preparado com os principais astros da TUPI, como Pixinguinha, Linda Batista e Benedito Lacerda, antes da programação normal ir ao ar, a fim de apresentar a televisão para importantes industriais, comerciantes, futuros patrocinadores e anunciantes.



Figura 128. Conjunto de transmissores para as emissoras encomendados por Assis Chateaubriand a General Electric - Matéria "Um fato em foco". *O Cruzeiro*, p.67-68, ed. 0004, 12 nov 1949. Fonte: Arquivo O Cruzeiro/EM/D.A Press. Acervo digital da Hemeroteca Digital da Fundação Biblioteca Nacional.



Figura 129. Matéria "A Televisão Tupi Vai para o Ar" – sobre testes de imagens das atrizes na televisão Rio. Revista *O Cruzeiro*, p. 62-63, ed. 0032, 27 mai 1950. Fonte: Arquivo O Cruzeiro/EM/D.A Press. Acervo digital da Hemeroteca Digital da Fundação Biblioteca Nacional



Figura 130. Capa do periódico “A Televisão no Rio de Janeiro”, e matéria “Primeira concretagem nas obras de instalação da televisão tupi no alto do pão de Açúcar” - Estrutura para instalação da antena e máquinas de transmissão no alto do Pão de Açúcar no Rio de Janeiro. *O Jornal*, ed. 09143, 12 fev 1950. Fonte: Arquivo O Jornal/D.A Press. Acervo digital da Hemeroteca Digital da Fundação Biblioteca Nacional.



Figura 131. Matéria, “Industriais e comerciantes assistem a uma primeira demonstração da Televisão TUPI”. *O Jornal*, ed. 09324, 1950. Fonte: Arquivo O Jornal/D.A Press. Acervo digital da Hemeroteca Digital da Fundação Biblioteca Nacional.

Já no discurso de inauguração da primeira emissora em São Paulo, Assis Chateaubriand apresenta, a sua maneira, a estrutura que viabilizou a chegada da televisão brasileira formada pelas grandes empresas nacionais que apostaram na novidade e na promessa do retorno comercial publicitário.

O empreendimento da televisão no Brasil, devemos-lo a quatro organizações que logo, desde 1946, se uniram aos Rádios e Diários Associados para estudá-lo e possibilitá-lo neste país. Foram a Companhia Antarctica Paulista, a Sul América de Seguros de Vida e suas subsidiárias, o Moinho Santista e a organização F. Pignatari... Esse transmissor foi erguido, pois, com a prata da casa, isto é, com os recursos de publicidade que levantamos, sobre a Prata Wolff e outras não menos maciças pratas da casa; a Sul América que é o que pode haver de bem brasileiro, as lãs Sams, do Moinho Santista, arrancadas ao coiro das ovelhas do Rio Grande, e mais que tudo isso, a guaraná Champagne Antártica, que é a bebida dos nossos selvagens. O cauim dos bugres do pantanal matogrossense e de trechos do vale amazônico. Atentai e vereis como é mais fácil do que se pensa alcançar uma televisão: com Prata Wolff, lãs Sams bem quentinhas, Guaraná Champagne borbulhante de bugre e tudo isso bem amarrado e seguro na Sul América, faz-se um buque de aço e pendura-se no alto da torre do Banco do Estado, um sinal da mais subversiva máquina de influir na opinião — uma máquina que dará asas à fantasia mais caprichosa e poderá juntar os grupos humanos mais afastados (CHATEAUBRIAND, 1950 *apud* CASTRO, 2000, p. 12).⁸

Na conclusão do discurso, por sua vez, Assis Chateaubriand anuncia o poder a ser experimentado com o novo invento tecnológico como “a mais subversiva máquina de influir na opinião”, e alimenta a nova imaginação televisual que estava sendo criada na população. Portanto, a televisão chega exacerbando a imaginação em torno das possibilidades de se reproduzir o que era captado pelo olhar humano através de imagens (BARBOSA, 2018 p. 16), as quais passam a permitir a ampliação e a exibição de novas formas de verdades. Sobre a “subversiva máquina de influir na opinião” e as novas verdades trazidas pelas imagens, a visão flusseriana é assertiva:

As cenas mostradas pelas imagens técnicas são métodos de como programar a sociedade. [...] O pretenso significado das imagens técnicas não passa de imperativo a ser obedecido. Tal imperativo, tal ponta dos dedos que aponta o caminho a ser seguido, é o que as imagens técnicas significam (FLUSSER, 2008, p. 68).

Nesse momento de chegada da televisão, a publicidade assume um papel relevante, pois muitos eram os anúncios que estimulavam o imaginário e veiculavam promessas de que no conforto da casa, os acontecimentos cívicos, esportivos, artísticos e sociais poderiam ser vistos com nitidez via os transmissores e receptores da General

⁸ Trecho do discurso de Chateaubriand na inauguração da TV Tupi, publicada em todos os jornais do Diários Associados.

Eletric da TV TUPI. Embora tenham surgido novas marcas de *receptores*, como eram chamados os televisores, e o Diários Associados estivessem sempre mobilizados nas campanhas, a primeira fase da televisão atingiu apenas uma elite que conseguia arcar com os altos valores dos aparelhos. Estima-se que após um ano da chegada das emissoras, havia apenas sete mil televisores nas duas cidades.



Figura 132. Anúncio da TV Tupi Rio. Fonte: Coleção 00125TBR – Televisão Brasileira / Acervo Museu da Imagem e do Som de São Paulo (MIS-SP).

3.1.2 Televisão, comunicação e simulação

Embora lançadas num mesmo período, as emissoras paulista e carioca se desenvolvem cada uma a seu jeito e têm como desafio arcarem com o imprevisto que marca o período de implantação dos canais e suas programações. Um novo modo de fazer e um novo modo de ver imagens nasciam com o novo invento eletrônico revolucionário. Ambas inicialmente espelham suas sociedades, seus hábitos, capacidades empreendedoras e suas produções, transmitindo o que acontecia nos teatros, hipódromos, salões, campos de futebol, igrejas, ruas e praças, além de algumas poucas exhibições de filmes americanos e europeus.



Figura 133. Equipe de telejornalismo esportivo registrando evento esportivo - Telejornal, TV Tupi.
Fonte: Coleção 00125TBR – Televisão Brasileira / Acervo Museu da Imagem e do Som de São Paulo (MIS-SP).

A corporificação da prática social cotidiana parece ser o primeiro alvo do “olho mágico”, o que antes era refletido no rádio e no cinema agora chega à TV. Pelo que se percebe, no início, o objetivo da televisão em trazer para programação a própria identidade da sociedade aproximava as pessoas para fazer dela um espelho social. Essa prática é analisada por Muniz Sodré, com a perspectiva de que

a festa é a maneira como a sociedade como corpo social põe em jogo sua própria identidade atendendo as exigências profundas da psique coletiva, a festa é a mobilização em termo de espetáculo, a maneira da sociedade de ter sua cara no espelho [...] o que acontece com a mídia, que foi progressivamente assumindo as funções desta festa, propicia apenas a participação cerebral, apenas visual (Sodré, 2001, p. 23).

Na sequência, a assertividade de Assis Chateaubriand anunciada no discurso de inauguração parecia já alertar que “a subversiva máquina de influir na opinião — uma máquina que dará asas à fantasia mais caprichosa” estava nascendo com uma função para além da simples dinâmica de transmissão e recepção de imagens da prática social cotidiana voltados ao divertimento. Os relatos dos que empreenderam o nascimento da televisão, na literatura sobre os processos de produção dos programas, demonstram que, aos poucos, os técnicos, engenheiros e criativos adotavam a experimentação nos estúdios como a única forma de responder a pressão de colocar atrações no ar produzidas sob controle e custos baixos, e assim percebiam que a televisão e sua ambiência multissensorial criava um ambiente simulativo, “criava uma outra realidade ampliada da realidade tradicional com a vocação de concorrer com essa em nome do mercado” (SODRÉ, 2001 p. 20). Assim, a corrida para criar uma programação que atendesse às

expectativas dos anunciantes financiadores dos projetos passa a ser o primeiro passo para fazer emergir a configuração de uma linguagem televisiva.

Os programas nos estúdios formatavam-se a partir das múltiplas competências dos profissionais do rádio e do teatro. A indústria do cinema pouco influenciou na televisão, pois a hegemonia do cinema norte-americano não ajudava no florescimento do cinema nacional, cuja produção, embora prestigiada pelo público nas chanchadas, tinha poucos recursos e a baixa qualidade era uma consequência. A própria Vera Cruz, que era o motor da produção cinematográfica nacional, em 1954 encerrava suas atividades no emergir da televisão. Dessa formação é importante destacar que o núcleo paulista de rádio teatro da Associadas teve incursões na produção cinematográfica, sobretudo a partir do sucesso dos curtas metragens musicais e do documentário dirigido por Oduvaldo Viana, *Quase no Céu* (1947) — que eram transmitidos antes do filme principal em cinemas de São Paulo e das cidades do interior —, e o fato de ter no *casting* as grandes estrelas do rádio teatro mostrava ao público os rostos das famosas e das já queridas vozes do rádio dos Diários e Associados (CASTRO, 2000, p. 31).

Os modos de fazer televisão surgem de dentro dos talentos do próprio Diários Associados, porém refletindo as diferenças regionais. Em São Paulo, o canal 3 ficou com os próprios valores de seu famoso elenco radiofônico e que subitamente se viu contratualmente obrigado a enfrentar as câmeras, fazendo surgir as produções telefissionais ao vivo: o primeiro teleteatro, *A Vida Por Um Fio*, foi uma adaptação do filme de Anatole Litvak, ao lado da reprodução dos muitos musicais internacionais que a cidade oferecia. Os espetáculos que estavam em cartaz nos palcos paulistas, a exemplo nos vistos no TBC — Teatro Brasileiro de Comédia trazem prestígio ao canal, que naquele momento enfrentava o preconceito da classe artística. Progressivamente, o acervo da literatura e da dramaturgia aproximou a Tupi em SP dos anseios do fazer artístico: “A Tupi optou por acompanhar o ritmo das manifestações culturais paulistanas aproximando-se de um modelo de televisão cultural do que do comercial no seu primeiro ano. Esse fato foi decisivo para a ascensão do teleteatro no meio televisivo” (BRANDÃO, 2018, p. 38).

Já em relação à formação da televisão, a influência do cinema se vê presente pelo uso da câmera e da produção da imagem por meio dos profissionais com passagens pelo cinema, como o caso do Cassiano Gabus Mendes, um dos profissionais marcantes na formação da televisão paulista. Em depoimento ao Departamento de Informação e Documentação Artística do Centro Cultural São Paulo, Mendes afirma que procurava usar a linguagem do cinema, afinal, televisão também era imagem.

No Rio de Janeiro, o Canal 6, com apenas duas câmeras e um estúdio pequeno na Av. Venezuela (e localizado num dos andares da sede das rádios no Rio), iniciou as operações na fase experimental ao transmitir os espetáculos encenados nos próprios teatros da cidade (Revistas do Teatro Rival e Teatro Recreio), o jogo de futebol (Flamengo vs Olaria), narrado pelo jornalista Antônio Maria, e as corridas de cavalos aos domingos, no Hipódromo da Gávea, narradas por Aldo Viana (SILVA, 2004 p. 43). Já a inauguração no pequeno estúdio exigiu o talento de engenheiros (como Jack Toporowsky) para ajustar o estúdio e o palco cenógrafos (como Pernambuco de Oliveira) para compor a iluminação e os cenários, jornalistas locutores (Antônio Maria) e diretores (José Mauro). As primeiras transmissões ofereceram uma revista musical composta por conhecidos artistas que estavam presentes na memória ainda viva das costumeiras atrações dos cassinos e, em especial, do Cassino da Urca, fechado há quatro anos e que tinha a parceria com a Rádio Tupi. A orquestra de Severino Araújo, Ary Barroso e seus calouros, o Trio de Ouro, o humor da dupla Alvarenga e Ranchinho, Linda Batista, o regional de Benedito Lacerda, Aracy de Almeida e Dorival Caymmi, entre outros, fizeram parte da revista de abertura e eram todos contratados da rádio Tupi. Foram, portanto, desafiados a uma nova forma de atuar em frente às câmeras e ganharam grande visibilidade tanto junto aos novos telespectadores como a um grande público que os ouviam nas rádios. E “constatavam a força comunicacional do meio capaz de popularizar artistas que não eram anteriormente conhecidos, mesmo que atuantes na rádio e no teatro” (BARBOSA, 2018 p. 30).

A programação seguiu sob os desafios de lidar com engenhosidade e talento artístico no estúdio inicial, tendo os experientes diretores de teatro e revistas Chianca e Garcia (que marcou época no Cassino da Urca) e Paschoal Carlos Magno (educador e teatrólogo), os atores de teatro, e não radio atores, vindos das rádios dos Diários Associados do Rio. Essa característica é apontada por José de Almeida Castro (2000), por dois motivos: primeiro porque o diretor da rádio Tamoio no Rio, Paulo Gramont, por ser um homem do rádio, não incentivou os radio atores a migrar para a televisão, e o segundo porque os primeiros diretores artísticos do Rio, como Olavo de Barros, foram buscar artistas no Teatro do Estudante, no teatro universitário, no teatro da Cinelândia e nos teatros da Praça Tiradentes para formar o elenco dos teleteatros na tv. Essa gênese carioca se confirma no depoimento de Fernanda Montenegro, uma das mais festejadas atrizes do país, que em seu relato para a Tele taípe diz que:



Figura 134. Fernanda Montenegro/ O Canto da Cotovia/Teleteatro, TV Tupi - Rio, canal 6. 1970. Fonte: Coleção 00125TBR – Televisão Brasileira / Acervo Museu da Imagem e do Som de São Paulo (MIS-SP).

A TV no Rio foi mais criativa, audaciosa e independente desde o primeiro momento. Mais do que no pessoal de rádio, o Canal 6 se baseou na gente do teatro. Veio gente do teatro musicado, da comédia e do teatro do estudante de Paschoal Carlos Magno. O Rio de Janeiro era em 1950 o centro mais importante e de maior repercussão para os artistas. Lá era o mundo do espetáculo no Brasil (MONTENEGRO *apud* CASTRO, 2000, p. 46).



Figura 135. Cena no teleteatro O Canto da Cotovia/ TV Tupi com Nápoles Muniz Freire, Sergio Britto, duas câmeras de TV, um operador de câmera e outro membro da equipe técnica – Rio 1970. Fonte: Coleção 00125TBR – Televisão Brasileira / Acervo Museu da Imagem e do Som de São Paulo (MIS-SP).

Nas duas cidades, a televisão deve ao teatro tanto o formato do teleteatro que marca sua teledramaturgia nas duas primeiras décadas, e chega até hoje com o sucesso das novelas, quanto seus grandes protagonistas que, imortalizados nos palcos, deram corpo e voz aos personagens das novas obras televisivas, como Cacilda Becker, Sérgio Brito, Paulo Autran, Zimbrinski, Maria Della Costa, Fernanda Montenegro, Laura Cardoso, Nathália Timberg, entre muitos outros.

Cristina Brandão, no seu capítulo “As Primeiras Produções Teleficcionais” para o livro *História da Televisão no Brasil* (2018), chama atenção para duas características importantes do Teleteatro na formação da televisão. Uma está na origem do desafio que ainda hoje persiste nas novelas quando se fala de comover a audiência, sem perfil definido e de grande abrangência, com obras primas da literatura e da dramaturgia de tradição erudita, empacotadas com os recursos e narrativas próprias da televisão. E a outra, pelo fato de que os teóricos da comunicação apontam que o teleteatro

contribuiu para a renovação de uma tradição demasiadamente conservadora e clerical introduzindo novas questões ao pensamento tradicional, rompendo um cerco de um teatro fechado para alcançá-lo às grandes audiências, deixando em evidência outras formas de viver, marcadas possivelmente por ideais de liberdade mais profanos e racionais e, portanto, mais modernos (BRANDÃO, 2018, p. 40).

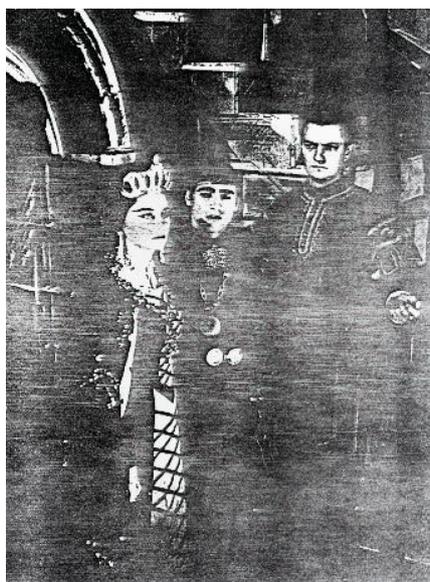


Figura 136. Hamlet - William Shakespeare na TV Tupi com os atores Dionísio Azevedo, Laura Cardoso, Luiz Gustavo e Henrique Martins. Fonte: Coleção 00125TBR – Televisão Brasileira / Acervo Museu da Imagem e do Som de São Paulo (MIS-SP).

O Teleteatro ia ao ar uma só vez, como uma peça de teatro num formato de programa que, como o termo indica, tem uma narrativa única, com começo, meio e fim. Ao mesmo tempo, surgem as telenovelas que atendem ao perfil de produção mais eficiente para televisão, pois com o formato de apresentação em capítulos, tanto os gastos se diluíam, quanto se fidelizava o público, o qual passa a se manter com frequência diante do aparelho e a se impor a partir dos anos 60.

3.2 EXPERIMENTAÇÃO IN SITU

O diferencial da sede carioca da TV TUPI toma fôlego quando, na formação do Canal 6 no Rio, os limites dos estúdios na Av. Venezuela e a chegada de João Calmon como novo diretor para o comando das rádios e da TV no Rio impõem mudanças significativas. Entre elas, a iniciativa de instalar o que viria a ser a sucursal de luxo dos Diários e Associados no prédio que havia funcionado o Cassino da Urca.

3.2.1 URCA

A chegada de profissionais brasileiros capacitados em universidades americanas (Missouri em Colúmbia, Denver e Los Angeles) como José de Almeida Castro, Jacy Campos e Ilza Silveira soma-se a uma programação que já se aprimorava, tocada por Guilherme Figueiredo. Ele contava com um time de artistas como Sérgio Brito, Carlos Thiré, Fernanda Montenegro, Natalia Timberg e Ítalo Rossi. O sucesso do telejornal com Luiz Jatobá movia os planos da direção artística e de produção tocados por Mario Provenzano — que contava com Pernambuco de Oliveira nos cenários e Chianca e Garcia na direção de séries — e incluía a compra de novos equipamentos de estúdio e um novo transmissor. O prédio do Cassino da Urca, após seu fechamento por força da lei de proibição do jogo no país, foi comprado por Assis Chateaubriand e possuía uma estrutura de casa de espetáculo que se adequava à conversão em estúdios e auditório para a televisão com a ampla e necessária possibilidade de crescimento.

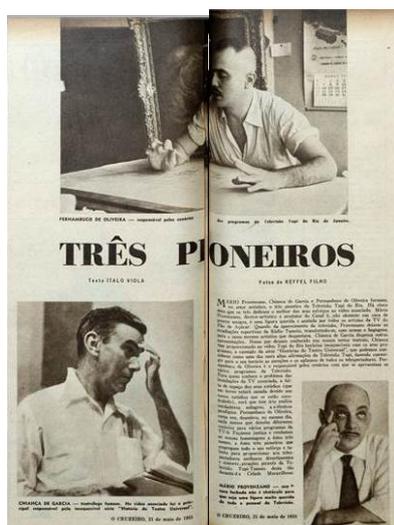


Figura 137. A Matéria homenageia e destaca Chianca e Garcia, Mário Provenzano e Pernambuco de Oliveira. Revista *O Cruzeiro*, 21 mai 1955. Fonte: Arquivo O Cruzeiro/EM/D.A Press. Acervo digital da Hemeroteca Digital da Fundação Biblioteca Nacional.

Nota sobre fig. 137. A Matéria homenageia e destaca Chianca e Garcia, Mário Provenzano e Pernambuco de Oliveira como os três pioneiros que por trás das Câmeras garantem o sucesso da programação da TV TUPI e anuncia que os limites dos estúdios serão sanados em breve com o novo endereço na Urca.

O prédio do Cassino da Urca recebe as adaptações sob o comando do engenheiro Jean Paul Bodin, com dois estúdios para os teleteatros, um para jornalismo, comerciais no lugar das salas de jogo, e o *Grill Room* se torna o estúdio auditório para os programas e espetáculos musicais. Na parte da praia, onde ficavam os principais salões do jogo, mais estúdios foram disponibilizados para produção, e os escritórios se instalaram no subsolo, onde antes ficavam o porão do Cassino e as cabines de banho do Hotel Balneário no nível da praia (SILVA, 2004, p. 47).

O valor intangível do lugar, da marca do lugar, no imaginário carioca, somado à popularização do prédio como ambiente de espetáculos, performances inusitadas e epicentro do que melhor representava a criatividade da capital federal — que celebrizou o bairro e a cidade do Rio nacional e internacionalmente—, têm, com a nova função de sede da emissora de televisão, a promessa de mais uma vez transformar-se de acordo com os anseios do espírito do tempo. O lugar antes vivenciado presencialmente pelo público nas inúmeras e icônicas atrações, e por meio do protagonismo ímpar de entretenimento nos últimos anos, então recebe a função de continuar produzindo divertimento para, agora, passar a transmiti-lo para milhares de pessoas com a mais inovadora tecnologia da modernidade: a televisão.

Antes fábrica de fantasias que desenvolvia e catapultava talentos de diversos campos da indústria criativa, celebrava as iniciativas inovadoras e tecnológicas do comércio e da indústria, comemorava feitos dos governos, associações, sindicatos, setores produtivos, grupos, famílias e abraçava causas coletivas e sociais, o Cassino da Urca representava a maravilhosa capacidade do carioca de transformar a vida em sonho realizável. Essa fábrica que ativava alegria, a novidade, era festejada nas rádios e jornais e prestigiada internacionalmente nos últimos treze anos, transforma-se, naquele momento, em sede e cenário para os teleteatros, programas de auditório, jornalismo, propaganda, espetáculos e musicais históricos que, televisionados, passam a dar corpo e sentido a uma nova sociedade que “através das imagens, percebe-se não o lugar onde se está, mas num espaço longínquo, o alhures, que pela imaginação torna-se próximo, em certa medida realizável” (BARBOSA, 2018, p. 23).

Em entrevista gravada no auditório da TV TUPI, o cantor Dorival Caymmi, que participou do Cassino da Urca e também do lançamento e da gênese da televisão na TUPI (com sua canção “Acalanto”, embalava todas as noites o fechamento da programação), fala de suas expectativas sobre a transformação ocorrida na Urca entre o que era produzido e vivido no Cassino e a transição do produzir para transmitir com a promessa da televisão.

Esse palco que abria aqui em leque com espelhos, as orquestras vinham de trás pra frente em gavetas, uma maravilha. Aqui subiam os crooners em elevadores numa mecânica de bom gosto e esse ponto em si, a física da Urca, era muito bonita [...] De todos os Cassinos foi o que mais marcou. Naquela época dos cassinos o teatro musicado funcionou muito bem [...] o repertório sempre muito bom, com muita criatividade com artistas maravilhosos, com os nossos elencos mais célebres. [...] Hoje me alegra muito já ter trabalhado muitas vezes aqui (e agora) com uma câmera de televisão na frente, com uma equipe de jovens ligados a uma outra técnica mas de qualquer modo remanescentes do bom teatro, de revista, da boa música brasileira e do mesmo gosto por espetáculo. Isso é o que está havendo agora. Esqueçamos os cassinos, *estamos agora com a televisão e mandando pra longe. É uma vantagem. Você devia, de longe, ver como era a Urca por dentro. A magia da Urca, (agora) nós mandamos espetáculos daqui.*⁹

A chegada da TV Tupi na Urca causou um grande impacto no pacato bairro. O prédio foi desfigurado e suas largas janelas foram fechadas. Sua forma passa a ter a aparência de um cubo branco dividido em duas partes, a da praia e a do morro, com a passarela de ligação sobre a Avenida Luiz Alves também aproveitada com espaços fechados. A descaracterização ocorre para atender à nova função que, entre outras necessidades, exigia que a luz do sol não adentrasse no lugar, e o tratamento acústico com fibra de vidro passa a cobrir todas as paredes dos estúdios para garantir o total isolamento do som da Urca ao seu redor.

Já a agitação noturna que o Cassino causava foi substituída por uma contínua movimentação diuturna.

Foi nessa época que a Urca, após a tumultuada fase do Cassino, entrou de cabeça na era televisiva e passou a conviver com uma legião de artistas, do teatro, do cinema e do circo, além de um pequeno exército de eletricitas, carpinteiros e pintores, costureiras e cabelereiros. Estrelas e astros eram vistos transitando pelo bairro. Alguns, caso de Elza Soares, até decidiram morar por lá. Em determinado momento

⁹ Depoimento, por vídeo, de Dorival Caymmi na década de 70. Disponível em: <<https://www.facebook.com/1022338248/posts/10220300146146770/>>. Acesso em: 22 maio 2020.

houve quem comparasse a Urca a um estúdio hollywoodiano. Os moradores vinham à janelas ver seus ídolos que desfilavam pelas avenidas do bairro em Cadillacs e Pontiacs conversíveis, mas se escandalizavam com as vedetes que mostravam as pernas na praia Vermelha (LOUZEIRO, 2000, p. 55).

A fama do equipamento cultural que marcou, promoveu e valorizou o bairro com um caráter único, que representava a áurea da cidade maravilhosa em plena manifestação de seu engenho e arte, trouxe também desvantagens que marcaram a vida dos moradores.

Uma grande quantidade de trabalhadores dos estúdios e da TV, como um todo, passam a circular todos os dias nas estreitas ruas do bairro. Um volume maior de público passa a frequentar o lugar para ocupar as plateias dos programas de auditório, gravados com muita frequência em vários momentos do dia, e chegava em ônibus fretados pelas equipes de produção. Os relatos encontrados na literatura pesquisada registram a dificuldade dos moradores em se adaptar aos impactos causados pelo intenso fluxo de transportes que dessem conta de tamanha movimentação. A dificuldade na mobilidade parecia ser absorvida aos poucos com os ganhos da construção de uma vida coletiva alegre e divertida. Estimulada com os bares que integravam e promoviam uma diversidade de artistas, calouros, técnicos, produtores, criadores, patrocinadores, gente do rádio, cinema e jornal, personalidades, políticos e os antigos e os novos moradores de todas as idades e classes sociais, a vida coletiva sob essa pressão acaba por contribuir com o que o termo de *melting pot*, também identificado por *cadinho cultural*, defina o bairro como lugar que protagoniza, num dado tempo, o meio e forma que insere inovações significativas e um fértil imaginário formador do seu singular caráter cultural.

3.2.2 O meio é a mensagem

Ao mesmo tempo em que o aparelho de televisão exhibe todo esse imaginário, o novo invento da modernidade e sua máquina de produção de entretenimento (os estúdios, equipamento e formatos e linguagem) — chegam para não mais parar de mudar, evoluir e desafiar os mais aptos a projeções futuristas. Nesse sentido, a TV TUPI inaugura a televisão que nasce e se instaura como uma inovação duradoura a redefinir o conceito de meio de comunicação, e a reinventar os meios de fazer e de assistir ao espetáculo do entretenimento.

Sua chegada impacta nos modos de ver, de assistir espetáculos e performances. Os aparelhos que entram nas casas das pessoas que podiam pagar por ele era uma aposta

num sonho que exigia das famílias, no início, uma certa resiliência entre a oferta e a entrega. A caixa de surpresas que chega exibindo imagens falhas, chuviscos e letreiros (fixos por muito tempo), passa a ser o novo objeto do desejo e toma lugar privilegiado no centro das salas das casas.



Figura 138. Família assiste TV Tupi. Fotografia de Peter. Scheier, 1950. Fonte: Acervo Instituto Moreira Salles.

O poderoso meio de comunicação que chegava trazia ao vivo o que acontecia na cidade e que, muitas vezes, ainda não fazia parte dos hábitos de muitas das pessoas. Trazia para dentro das casas novas formas de viver que confrontava as até então praticadas.

Ao vivo também se davam as produções de estúdio (o vídeo tape só chega na história da TV a partir da década seguinte), filmes, antes visto só no cinema, programas de humor, música, notícias e um sem fim de iniciativas que buscava nas práticas culturais o espírito do fazer coletivo. A prática do fazer junto seja pelos rituais em que um grupo promove e vive a manifestação em si (como as festas populares, o carnaval, quermesses, bailes, espetáculos, procissões, desfiles, etc.), seja quando esse grupo assiste junto a uma manifestação artística (teatro, shows, cinema), replica-se na forma de desenvolvimento da programação da televisão através de programas com plateia e com convidados participando das atrações, como no “Céu é o Limite”, “Almoço com as Estrelas” e muitos outros.



Figura 139. Programa de perguntas com prêmios e variedades *O Céu é o Limite* no canal 6 - TV Tupi - RJ com J. Silvestre. Fonte: Coleção 00125TBR – Televisão Brasileira / Acervo Museu da Imagem e do Som de São Paulo (MIS-SP)

Essa prática coletiva também se estende para as casas, caracterizando uma primeira e significativa mudança na vida doméstica. É que com a chegada do aparelho na sala das casas, chega também o hábito de assistir em família, ou com visitas e vizinhos.

Grupos de familiares, amigos e vizinhos se reúnem para assistir e conversar sobre os programas, pois tão importante quanto ter um aparelho era partilhá-lo, sobretudo, com quem ainda não o possuía. Os chamados *televizinhos* é um dos primeiros fenômenos criados na sociedade de consumo com a chegada da televisão. Símbolo de status, ter um aparelho distinguia o cidadão pelas suas posses e acesso ao entretenimento e à informação de forma simultânea à ocorrência dos fatos e espetáculos.



Figura 140. Coluna BackGround Radiotaividade. *O Cruzeiro*, p. 38, ed. 0017, 10 fev de 1951. Fonte: Arquivo O Cruzeiro/EM/D.A Press. Acervo digital da Hemeroteca Digital da Fundação Biblioteca Nacional

Na sala das casas, chegava o resultado do que o “olho mágico” e sua rede patrocinadora escolhia captar, produzir e exibir para poucos. O baixo poder aquisitivo da população tornava difícil a comercialização dos aparelhos de televisão, que eram importados. Em 1954, a capacidade de produção era de dezoito mil aparelhos, e só em 1959 passam a ser fabricados em maior quantidade (434 mil) no Brasil (ORTIZ, 1988, p.47).

Os esforços iniciais de vendas eram marcados pelo convite às pessoas para assistir à TV nas lojas dos revendedores a fim de conhecer o que era a televisão, ou simplesmente para atrair os televisinhos que, em seguida, iriam buscar usufruir o que o novo brinquedo oferecia e, no descanso do seu próprio lar, poderiam desfrutar de um outro fenômeno causado pela nova experiência: “o de que a imagem que aparece na tela não tem passado nem futuro, só a permanência eterna que aumenta de maneira assustadora a espessura do agora”(BARBOSA, 2018, p. 34).

Esse fenômeno pode ser observado sob a perspectiva apresentada por Muniz Sodré que, em suas reflexões sobre as teorias da comunicação, identifica que diferente do rádio e do jornal, que se dirigem à mente das pessoas, a televisão promove um ambiente simulativo que cria e amplia sua própria realidade, e no qual as pessoas emergem e se dirigem ao corpo do indivíduo. Mais que um veículo transmissor de conteúdo, Sodré alerta que a televisão é, em si, uma ambiência multissensorial e “o que está em jogo é uma administração do tempo do sujeito, administração das consciências e a criação de uma vida vicária, substitutiva” (SODRÉ, 2001, p. 19).

Essa perspectiva se amplia no fundamento de Sodré de que na representação tradicional do livro e do jornal, o discurso e o pensamento crítico, e sua linearidade, eram voltados para a razão argumentativa. Já com a entrada do audiovisual, criou-se um campo de representação apresentativa pelo fato de que “o mundo e seu fluxo estão vinculados e estão quase como que presentes dentro dos nossos olhos” (SODRÉ, 2001, p. 21). Baseada na estética das aparências, a televisão parece não apostar no conteúdo porque ela é uma ambiência e, portanto, forma, sensorialidade e estética, o que ao mesmo tempo remete para a célebre definição de Marshall MacLuhan (1967) de que “o meio é a mensagem”. Na visão de Sodré, a televisão é redutora da cultura, do espírito público e da experiência humana e, com ela, a ideia de meio de comunicação como veículo de relacionamento entre indivíduos muda e se transforma em mídia criadora de uma outra realidade a serviço do mercado.

A dimensão midiática da televisão traz consigo o efeito que Françoise Brune definiu de “mercantilização do imaginário” — quando a informação chega como realidade e como fantasia ao mesmo tempo (BRUNE *apud* FILHO, 2007). O público, em especial a família, é, portanto, o alvo que conduz toda uma orientação de formação e desenvolvimento da televisão. Com relação à formação de público e o rumo de negócio que reorienta a televisão, Alexandre Bergamo (2018) oferece uma visão chave a respeito da identidade da linguagem televisiva e sua popularização. Ele aponta que nos anos 60, após a primeira década da consolidação televisiva, a noção de público passa a se concentrar no índice de audiência e isso representa uma mudança da autonomia da televisão (das emissoras) frente aos anunciantes que, até então, eram acostumados a reger a programação por meio da livre escolha do que patrocinar, na conseqüente interferência nos conteúdos ou mesmo na produção direta dos programas. A nova aferição baseada na audiência permitiu um maior controle da interdição do patrocinador/anunciante e, com essa mudança, a TV vira o jogo, passando a ter um indicador próprio e de caráter comercial para oferecer.

Esse momento coincide com uma mudança no perfil dos programas, que passam a perder as características de origens ligadas ao rádio, ao teatro e ao cinema, definidas como culturais, e passam a se configurar pela ideia de entretenimento. Suas criações se tornam mais associadas à própria televisão: “não se trata do teatro, cinema ou do rádio *televisados*, mas sim de criações cujas formas de expressão são indissociáveis do contexto social e técnico da televisão” (BERGAMO, 2018 p. 82), e a identificação do seu público passa a ser diferente das demais formas de expressão artísticas e culturais. A nova orientação norteia os produtores e diretores e, embora o contato com o público fosse a partir de uma representação abstrata de número — do seu índice crescente de audiência — que diz respeito a um aspecto apenas comercial, ela os libertava da interferência direta do patrocinador/anunciante e gerava mais autonomia para os trabalhos criativos e para a gestão do veículo de televisão. Ou seja, há uma troca de alvo de influência na produção que recria o fazer televisão, que passa a ter a audiência como foco e índice para que o anunciante ou patrocinador baseasse seus investimentos. O aspecto comercial é adotado e assumido, de forma que isso trouxe um perfil próprio e seguro para se seguir em frente. Essa nova forma de viabilidade econômica ganha, a partir daquele momento, uma reação crítica do universo intelectual e cultural.

Assim, os rumos das décadas seguintes continuaram lidando com a contradição de que a indústria cultural se impõe como legítima, vem de um processo hegemônico,

mas não é mercadoria, enquanto a lógica de uma cultura de massa está sempre em busca da aferição de público.

A audiência passa a ser, a partir da primeira década, um dos pilares que constituem e configuram a linguagem televisiva, associando o seu fazer com o objetivo de inserir a televisão no cotidiano familiar. Família essa que compõe uma audiência que não mais é vista como público, como indivíduo, mas sim como telespectador consumidor. Nos anos 60, a programação começa a ser pensada de forma integrada a rotina familiar, com organização de horários que atendessem as necessidades de lazer, informação e trabalho da casa (BERGAMO, 2018, p. 62).

Para Renato Ortiz, o século XIX na sociedade ocidental se caracteriza

pela emergência de duas esferas distintas: uma de circulação restrita vinculada à literatura e às artes, outra de circulação ampliada de caráter comercial. (...) Consequentemente o público é dividido em dois lados: o da minoria intelectualizada de especialistas e o dos consumidores. Esta oposição não deixa de colocar em conflito. Os atores desses dois campos sociais. Por isso, vamos encontrar entre os artistas: os escritores, as vanguardas e as primeiras críticas em relação à chamada cultura de massa (ORTIZ, 2001, p. 25).

No Brasil, os intelectuais se voltaram a possibilidade de integração nacional via Estado como espaço de fortalecimento e crítica, porém os esforços do Estado acabam por demonstrar, desde Vargas e Capanema, um dirigismo que, ao tentar atingir todas as camadas da população, titubeava entre controlar a radiodifusão “como serviço de interesse nacional” e reconhecer a realidade social do capital privado nas rádios, adotando em ambas a publicidade como suporte econômico. Dessa gênese de acomodação dos interesses estatais e privados nos meios de comunicação — que encontram sua viabilidade econômica por meio da publicidade — passam a existir os percentuais para os programas culturais nas grades de exibição para garantir espaço, a exemplo da Rádio Nacional, que dedicava a esses programas apenas 4,5% de seu tempo no ar.

Outra dificuldade encontrada no desenvolvimento dos meios de comunicação de massa, como um sistema nacional em forma e rede, era o seu caráter regional, pois tanto a tecnologia das emissoras tinha limites de irradiação geográfica, quanto a exploração comercial de mercado que a financiava se fazia regionalmente, “faltando ao rádio brasileiro da época esta dimensão integradora característica das indústrias culturais” (ORTIZ, 1988, p. 54). No universo dos jornais, o cenário era a modernização que trazia

a visão de gestão da instituição com técnicas que pudessem garantir o equilíbrio comercial do negócio.

O processo de racionalização da sociedade vivido com a industrialização no país trazia uma busca de gerenciamento empresarial que, se por um lado ainda funcionava sob a égide das facilidades oficiais e na força de trabalho que permitissem que as iniciativas empreendedoras se estabelecessem, por outro lado sua sobrevivência estava atrelada às práticas de gestão que atendessem ao mercado e, com elas, eram criados os métodos de produção, as expectativas de receita e lucro e a atenção à concorrência. Assis Chateaubriand transitava por esses dois lados à frente do seu império midiático e, com a implantação da TV TUPI, adota de início a força empresarial e de trabalho para alavancar o novo negócio, mas toca a sua sustentação com as práticas da força publicitária comercial.

Em toda literatura sobre o pioneirismo de Chateaubriand, aparece que, na decisão de trazer a televisão no final dos anos 40, mesmo sem a recomendação da gigante RCA — que diagnosticava que o mercado ainda não tinha maturidade para sustentar o negócio —, o empresário havia encomendado uma pesquisa para saber das condições para realizar a iniciativa no Brasil. E, mesmo que o diagnóstico tenha sido negativo, Chateaubriand apostou na força política e empresarial para levar a frente sua vontade de pioneirismo ao país.

Com a chegada da televisão, percebem-se alguns impactos e conexões com outros setores pelos anúncios e matérias da revista *O Cruzeiro* da época que indicam: (i) novas oportunidade de formação de emprego no mercado para atender as novas tecnologias do rádio e da televisão, (ii) a presença dos estúdios de televisão como lugar de prestígio para encontros e celebração de causas sociais e culturais, expandindo o que ocorria no Cassino da Urca agora com a transmissão e (iii) a fama dos artistas que ganham projeção e ampliam suas carreiras com premiações e diferentes oportunidades de atuação.



Figura 141. Anúncio “Aprenda praticante Rádio e Televisão e Cinema sonoro”. *O Cruzeiro*, 11 nov 1950. Fonte: Arquivo O Cruzeiro/EM/D.A Press. Acervo digital da Hemeroteca Digital da Fundação Biblioteca Nacional

A TV TUPI trouxe com ela a exigência de formação técnica e muitos anúncios para capacitar profissionais passam a ser vistos frequentemente nos jornais e revistas da época. O Instituto Rádio Técnico Monitor anunciava, como se vê na propaganda acima, os cursos para mão de obra da televisão com a promessa da profissão do futuro. A própria televisão era um lugar de aprendizados permanentes entre os engenheiros e técnicos, mas a modernidade traz também a consciência de que, para crescer, era preciso uma gama de iniciativas de várias esferas que dessem conta de qualificar as capacidades diante de tantas mudanças.

Nesse período, inicia-se um costume entre os empresários que pode ser visto até hoje nas práticas do terceiro setor cultural. Os empresários buscam atuar em várias esferas e promover a arte e seus ofícios ao mesmo tempo em que transitam promovendo desenvolvimento social e econômico. Os avanços tecnológicos não esperavam que a universidade atendesse às exigências do mercado; e cursos ligados à tecnologia da TV e do crescimento do parque editorial como artes gráficas, design, publicidade e fotografia eram promovidos em diversos espaços, como os museus.

Implantar um museu foi o feito de Assis Chateaubriand, que, com seu pioneirismo, buscava elevar os ideais do país com relação à Europa. No MASP, em plena Avenida Paulista, eram oferecidos laboratórios e cursos de capacitação para novas profissões. O

mesmo se viu com atuação de empresários que implantaram a Bienal de São Paulo, o Museu de Arte Contemporânea de São Paulo e o Museu de Arte Moderna do Rio de Janeiro, onde o Bloco Escola teve grande protagonismo e significado na qualificação de novos saberes e profissões.



Figura 142. Matéria “Três Telas Famosas” – sobre evento de doação de obras ao MASP no auditório da TV Tupi Rio. Revista O Cruzeiro, p. 36-37, ed. 0004, 1956. Fonte: Arquivo O Cruzeiro/EM/D.A Press. Acervo digital da Hemeroteca Digital da Fundação Biblioteca Nacional.

Na ampla matéria acima, no evento que ocorre no auditório da TV TUPI, antes teatro do *Grill Room* do Cassino da Urca, os convidados assistem ao show produzido por Carlos Machado (apresentador e maestro da orquestra *Brasilian Serenate* do Cassino da Urca) em homenagem aos doadores de obras de arte para o acervo do Museu de Arte de São Paulo, MASP. Entre os doadores, a matéria destaca Charles Schneider, diretor do

maior consórcio siderúrgico europeu, Caio da Silva Prado Governador do Ceará e João da Costa Dória. O evento de grande prestígio coordenado por Assis Chateaubriand fazia parte de sua campanha para doação de obras ao museu e, ao mesmo tempo, promovia sua participação entre as esferas de poder com o prestígio de cinco Ministros de Estado, entre eles Maurício Medeiros da saúde e Percival Barroso do trabalho. A matéria cita a participação do prefeito Negrão de Lima, de vários senadores, deputados, embaixadores, jornalistas, grandes empresários, personalidades e os altos dirigentes dos Diários Associados. Os estúdios da TV TUPI na Urca passam a ocupar o epicentro do encontro da vanguarda e do poder e a sede de luxo dos Diários Associados.

A fama aparece como um dos efeitos mais contundentes trazidos pela televisão tanto para os artistas, quanto para o público. Os já famosos artistas de teatro que atuavam na televisão passaram a experimentar o assédio dos fãs e todos que apareciam na tela em programas frequentes passam a ocupar um lugar no imaginário televisual (BRANDÃO, 2018, p. 30) provocado pelo “fascinante brinquedo da modernidade”. As imagens dos artistas chegavam à intimidade do lar e a imaginação produtora de sentidos que presumia a materialização dos artistas no papel desempenhado provocava, ao mesmo tempo, a ideia de que eles pertenciam a uma realidade do sonho, atemporal.

O efeito da fama é ilustrado na matéria abaixo com os desdobramentos da popularidade que impactam também na vida profissional dos artistas e na indústria cultural em torno da televisão. O cantor Roberto Audi, astro do *Super Show* da TV TUPI, que é exibido semanalmente em 1959, foi escolhido pela gravadora Copacabana para ter o maior *long-playing* do ano com quinze mil exemplares vendidos.



Figura 143. Matéria “O Cantos Roberto Audi astro do Super-Show da TV TUPI”. *O Cruzeiro*, p. 40, ed. 0011, 26 dez 1959. Fonte: Arquivo O Cruzeiro/EM/D.A Press. Acervo digital da Hemeroteca Digital da Fundação Biblioteca Nacional

Relevante com a chegada da televisão, também foi a criação de uma intensa comunicação em torno da fama que dá início a verdadeira indústria da celebridade. Colunas em jornais e revistas surgem em torno da exploração da curiosidade do público pela atuação e vida pessoal dos artistas, diretores, apresentadores e a toda movimentação que ocorre nos bastidores do fazer televisivo. Já existentes e famosas por relatar o mundo do rádio, esse tipo de comunicação, que era um hábito do público, ganha uma nova dimensão e exploração compatível com a magia causada pela vida das imagens e da realidade paralela criada pelo mundo da televisão. Um bom exemplo é a revista *Radiolândia* que, a partir de 1954, cria a coluna Televisiolândia.

Um dos setores mais impactados e que tem sua história intimamente ligada à televisão é o da propaganda e da publicidade. Elo direto da relação da televisão como instituição comercial com o público consumidor, a propaganda é também sua sustentação econômica e instrumento de vendas do comércio e da indústria. Para alavancar o empreendimento televisivo no Brasil, foi clara a atitude da aposta dos empresários da indústria e do comércio que se caracterizou como uma atitude institucional a uma promessa desenvolvimentista que tinha a frente um dos maiores líderes da imprensa no país. As grandes empresas citadas por Assis Chateaubriand no discurso de abertura da televisão em São Paulo são testemunho dessa realidade e, paralelamente, a extensão das práticas comerciais, vindas do rádio, com sua força de venda de varejo foram redinamizadas. Exemplo disso foi a primeira transmissão em São Paulo, que contou com o anúncio das “Goibadas Peixe” na exibição do Frei José Mojica, ainda em circuito-fechado, pela PRF-3 TV Tupi-Difusora, no Museu de Arte de São Paulo em julho de 1950¹⁰.

3.2.3 Propaganda e publicidade

A propaganda no rádio e no jornal tinha retorno garantido e, até a televisão se firmar como sistema comercial com um perfil mais abrangente de mídia de massa, os investimentos dos anunciantes e das poucas agências de propaganda seguiram tímidos.

¹⁰ Cf. Ver mais em: FRANCFORT, Elmo; VIEL, Mauricio. “TV Tupi: Do Tamanho do Brasil”. ABERT - Associação Brasileira das Emissoras de Rádio e Televisão. p.166. Disponível em: <<https://memoria.abert.org.br/tv-tupi-do-tamanho-do-brasil-volume-1/>>. Acesso em: 18 ago 2020.

Em 1958, os percentuais de vendas entre os tipos de veículo variavam entre 44% nos jornais, 22% nas rádios e apenas 8% na televisão (ORTIZ, 1988 p. 48). As multinacionais preferiam seguir com os veículos mais tradicionais. No início, não havia concorrentes e os anúncios da televisão chegaram a chamar a população para, praticamente, investir, fazer sua parte, para garantir a moderna maravilha eletrônica no país, como que provocando o cidadão a comprar televisão para fazer parte do desenvolvimento tecnológico do país. Gravados ao vivo, os anúncios traziam as garotas-propaganda que descreviam as virtudes dos produtos e se tornaram o primeiro mito da publicidade no Brasil, ainda com textos radiofônicos.

No livro *200 Anos de Propaganda no Brasil — Do Reclame ao Cyber-Anúncio*, os autores relatam a evolução da propaganda com a chegada da televisão dos anos 50/60, 60/70 e até os anos 80 com significativa representação do crescimento da indústria de bens de consumo e os impactos na profissionalização do setor publicitário. Os anos 50 foram do fazer e descobrir.

“A propaganda em televisão começou do nada”. Quem diz isso é Fernando Severino, Diretor Comercial da TV Tupi, de São Paulo. Ele está se referindo à experiência de sua empresa, que se confunde com os princípios da própria televisão no Brasil [...] para as Persianas Colúmbia a Tupi fez o primeiro filme aqui nos nossos estúdios. Sabem com quem interpretando o garoto propaganda? O Aírton Rodrigues, apresentador de TV famoso depois. (GOMES & MARCONDES, 1995, p. 57)

Aos poucos, a propaganda perde os vícios do rádio, ganha qualidade e, em 1954, ocorre a primeira pesquisa de audiência em TV do Instituto Brasileiro de Opinião Pública e Estatística, IBOPE, que seguiu fazendo pesquisas regulares e trazendo uma nova forma de mensurar a atenção e preferência dos telespectadores. A linguagem discursiva era voltada à família e tratava de assuntos como cuidados de higiene, eletrodomésticos, carros, pneus, colchões, seguro, bicicleta, cigarros e os produtos da nova indústria alimentícia. Surgia ali, finalmente, um veículo de publicidade, pois, diante da TV, a pessoa, consumidora, recebe as ofertas de consumo sem precisar sair de casa.

o comportamento econômico do consumidor passa também a ser acionado da poltrona da sala de estar, porque ali recebe estímulos do que pode ser desejado, comprado, trazido, para casa, primeiro como imagem-imaginação e depois como produto. (BARBOSA, 2018, p. 27)

Em 1951, é criada, em São Paulo, a Escola Superior de Propaganda, idealizada pelos grandes publicitários para atender a real necessidade de formação do setor que

aquecia com a televisão, mesmo que o mercado no Rio fosse mais concorrido na época. Gomes & Marcondes afirmam também em seu livro que, nesse período, os bons em criação e redação eram poucos e se multiplicavam após o expediente das agências como *free-lancers* para participar de campanhas e concorrências, pois a demanda por comerciais era bastante grande. Assim, a propaganda se transformava rapidamente.

Os supermercados chegaram com técnicas de vendas, crediários, promoções e, com isso, o debate de orientação sobre o fazer publicitário foi aplacado com a iniciativa da *Revista Propaganda* em 1956, que vem tratar de vários assuntos que envolviam pesquisas, promoções e novas perspectivas do setor. O profissionalismo é uma exigência da propaganda no mesmo período em que a indústria automobilística engorda o mundo publicitário com grandes contas, grandes faturamentos e salários. E, ao final dos anos 50, começam a surgir preocupações com o já necessário código de ética das agências de propaganda e a própria reponsabilidade da propaganda, o que se desencadeia na formação da Associação Brasileira de Agência de Propaganda em 1958.

As agências de publicidade eram as criadoras e produtoras de anúncios, mas, nessa época, muitas vezes eram também as realizadoras dos programas que exigiam mais investimentos. Nesse sentido, a agência cuidava de tudo e “os publicitários confirmam que em alguns casos havia quase que uma inversão de papéis, pois a agência produzia os programas e o meio funcionava mais como emissor do que propriamente produtor de um bem cultural” (ORTIZ, 2001). Isso pode ser conferido com o próprio nome dos programas como *Teatro Good-Year*, *Reporte Esso*, *Recital Johnson*, *Telenovela Nescafé* etc., inaugurando ali a prática de *naming right*, até hoje em voga nas práticas de patrocínio ao meio cultural.

Curiosa era a mistura de identidade entre ser agência, anunciante, produtor de bem cultural e veículo exibidor que caracteriza a televisão na sua gênese como veículo de publicidade. Ortiz comenta, ainda no seu livro, que era comum haver uma sequência de 30 minutos só de propaganda pela falta de uma programação estruturada que só chega com o modelo da TV Excelsior na década de 60. A relação com o tempo também era dispersa, pois os anúncios previstos para 30 segundos chegavam a 40 segundos, porque ainda não havia o controle do tempo como moeda de troca. Nas soluções encontradas para os comerciais, a versatilidade de funções era uma tônica e o uso de cartazes, slides e cartões pintados resolviam a comunicação. Mario Fanucchi é um exemplo disso. Em seu depoimento no livro *TV Tupi, a Pioneira da América do Sul* (Silva, 2004, p. 59), ele descreve que, mesmo com aspiração de roteirista, acaba desenvolvendo seu talento de

desenhista por força da necessidade e cria a imagem do menino índio com uma antena no cocar que fica anos no ar como marca da TV TUPI.

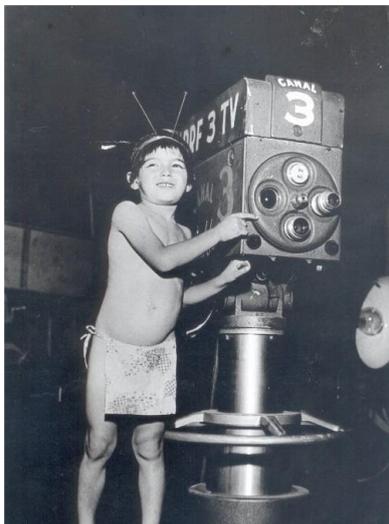


Figura 144. Criança fantasiada como o indiozinho da Tupi junto a câmera de televisão, durante a inauguração da TV Tupi 1950. Fonte: Arquivo O Cruzeiro/EM/D.A Press.

É ele também que conta uma passagem exemplar dessa mistura com a proposta da Lintas Publicidade, a *house* da Gessy Lever no país. Em 1957, a TV Tupi recebe a proposta de uma série chamada *Lever no Espaço*, que foi desenvolvida a muitas mãos com a direção artística de Cassiano Gabus Mendes, então diretor artístico da TV, o diretor da Lintas Rodolfo Martesen e seus colaboradores como o Boni, José Bonifácio de Oliveira Sobrinho, que na época era o coordenador do programa pela agência e nome que no futuro se torna uma grande personalidade da televisão brasileira na TV Globo.

Com as práticas de aferição de índice de audiência, essa realidade muda gradativamente a relação entre as agências de publicidade e propaganda e a televisão, pois, ao invés de produzir os programas dentro das emissoras, interferindo não só na governança e na capacidade técnica e produtiva das emissoras, as agências passam então a ter a opção de uma grade de programas oferecida pela própria TV, com os índices de audiência como norte de investimento para os seus respectivos alvos comerciais. Ao índice, se somavam a vibração dos auditórios e o número de cartas dos telespectadores como fatores de distinção para o investimento dos anunciantes.

Os anos 50 foram marcados pelo heroísmo, pela liberdade espontânea da pouca concorrência, sem obrigação de resultados e acabam sendo definidos também como “fase elitista”. Em 1959, apenas sete por cento da classe C assistia à televisão, contra 65% da

classe B e 28% da classe A. (ORTIZ, 2001, p. 48). O início das pesquisas de hábito de consumo de TV, em 1958, começa a dar uma ideia do alcance do veículo que vinha para se estabelecer como “de massa”. A televisão, até então, havia chegado apenas a São Paulo, 1950, Rio de Janeiro, 1951, Belo Horizonte, 1955 e Porto Alegre, 1959, tendo, nesse período, surgido mais três emissoras: TV Rio, TV Record, TV Continental.

Nos anos 60, a televisão se consolida como veículo, o resquício do amadorismo fica para trás e a chegada do *videotape* cria uma mudança significativa no fazer televisão. Em 1962, surge a ABERT, Associação Brasileira de Emissoras de Rádio e Televisão. Os Diários Associados chegam à marca de 18 emissoras e cria a TV Cultura que, voltada para educação com o slogan *Um presente de cultura para São Paulo*, funciona até 1968, como uma emissora comercial e, a partir de 1969, transforma-se numa TV educativa, da Fundação Padre Anchieta (Alves, Vida, 2008, p. 217).

Nesse período, muitas emissoras vão ao ar, especialmente da TV Excelsior e TV Globo, trazendo novas formas de fazer tanto administrativamente, quanto na programação e acirrando a concorrência. Com elas, vem a definição da racionalização do espaço no vídeo transformado em mídia. O tempo comercializável se torna, em definitivo, o responsável pelo financiamento do negócio. Toda ação publicitária — marcas, canal de distribuição, exibição do produto etc. — passa a render para a televisão dentro do complexo do marketing do anunciante, que evolui sempre. O caso do *merchandising* é, por fim, o entendimento do programa, não apenas do intervalo, como produto já que ele também tem uma audiência que se define por classe social e econômica, idade, escolaridade, gênero e dele é feito um estudo de oferta de perfil, levando ao máximo a exploração dos potenciais de rentabilidade. Na matéria da Revista *Meio e Mensagem* (1995), Mauro Salles, — que dirigiu e implantou o jornalismo da Globo e participou significativamente do setor publicitário brasileiro com a Mauro Salles Publicidade e depois Salles/DMB&B — diz que a Globo trouxe muitas inovações com o moderno planejamento técnico e administrativo (SALLES *apud* SANTANA, 1995, p. 33). Com isso, foi capaz de implantar o conceito de patrocínio, conseguindo também acabar com a ideia do anunciante ser dono dos programas. Já José Paulo Santana relata, na mesma matéria da revista (de 11 de setembro de 1995, p. 33), o caso sutil da entrada de um anúncio/*merchandising* na TV: quando o ator Luís Gustavo fala várias vezes o nome do remédio “engove” em cena e, posteriormente, é interpelado pela área comercial para dizer no lugar o nome do produto do anunciante da casa, o Alka-Seltzer, o ator não aceita, mas o que se vê nas cenas seguintes da novela é um anúncio da Alka-Seltzer antes das cenas

e, logo em seguida, na novela, o ator aparece tomando um remédio e outro ator diz que ambos haviam bebido demais na noite anterior (p. 33). Um exemplo da astúcia aplicada na busca por eficácia do aproveitamento comercial no ar marcando a experiência da do *merchandising*.

Na área da criação publicitária, a década de 60 foi marcada pela ênfase na criatividade, mudança na forma e no conteúdo dos anúncios com uma linguagem mais solta e com maior apelo emocional, provocadas pelo condicionamento social dos indivíduos e a subordinação gradativa da concepção e execução das campanhas às exigências da televisão (GOMES; MARCONDES, 1995, p. 17).

No início dos anos 70, definiu-se a regulação final do padrão de TV em cores marco-brasileiro PAL-M e, em 1970, foi transmitida, pela primeira vez via Embratel, a Copa do Mundo de Futebol do México por um *pool* de emissoras, com imagens coloridas. Em 1972, a Festa da Uva (RS) marca o início das transmissões para todo país em cores. Com a substituição do filme em 35 mm para o vídeo, a maneira de fazer os comerciais muda radicalmente e o ganho em agilidade atende a demanda da época.

Foi um período de expansão da indústria, bens de capital, de consumo e de modernização da agricultura, em que os novos sistemas de varejo como os supermercados e os *shoppings centers* fazem surgir o marketing como o novo olhar estratégico da comunicação. O consumo e crescimento da economia “formou uma classe média com possibilidades de financiar educação para os filhos e gerar demanda significativa de produtos e serviços” (REBOUÇAS, 2020)¹¹.

Nessa década, também chamada pelos empreendedores do setor de “década da mídia”, se consolida o *boom* da influência e da participação das agências americanas no mercado internacional e sua função de estimuladoras do hábito de consumo da sociedade moderna capitalista. Esse fenômeno vem da expansão das fábricas americanas nos países da América Latina e da Europa, que entregavam suas contas a empresas de publicidade americanas, que, por sua vez, expandiam seus negócios nesses países. A hegemonia estadunidense pode ser lida no crescimento comercial das agências fora dos Estados Unidos que, de 25 milhões de dólares de faturamento em 1960, passam para 100 milhões de dólares em 1970. Essa presença no Brasil é formadora da propaganda e conseqüentemente da televisão. Renato Ortiz (2001) alerta para a influência das

¹¹ Entrevista em acervo próprio. REBOUÇAS, Nádia. Entrevista concedida a Liliana Fiuza Magalhães, em agosto 2020.

multinacionais da publicidade em questões como “consumo induzido de determinados bens para camadas populares, confronto com expressões culturais locais até o controle de órgãos de comunicação” (p. 196). Porém ele comenta que no Brasil nos anos 70 houve um movimento de afirmação de agências nacionais que, somadas as multinacionais, fizeram com que os investimentos saltassem de 220 milhões em 1969, para 1,5 bilhão em 1979. E que o cenário no início dos anos 80 era de, das 15 maiores receitas de publicidade, apenas quatro eram multinacionais, considerando que grandes investimentos das empresas transnacionais contemplavam as agências locais. O país participava do mercado global por constar entre as dez maiores audiências do mundo.

A presença do Brasil no sistema televisivo mundial — mesmo considerada periférica, porque o mercado se concentrava nos países ricos — tinha um interesse para além da relação com a propaganda, pois, nesse caso, o objetivo estava na distribuição de programas de televisão (os famosos enlatados americanos) para os países em desenvolvimento “pelo impacto cultural, social e político do material importado” na população (ORTIZ, 2001, p. 198). Mesmo com a presença crescente de programação estrangeira na televisão nos anos 60, na TV Tupi, por exemplo, a implementação desses “enlatados” na programação chega a 59% em 1965 e o que se vê é o mesmo fenômeno que ocorreu com a diminuição das agências internacionais de publicidade no país com “a diminuição da exibição dos programas americanos, pois, na década de 70, a novela se consolida como principal produto da indústria televisiva nacional população, bem acima da audiência dos produtos importados” (ORTIZ, 2001, p. 201). Aqui, percebem-se as inter-relações entre os programas e as propagandas no sistema televisivo como espelho do embate no esquema comercial e cultural do veículo na modernidade brasileira.

Os anos 80 foram considerados os anos da maturidade da propaganda brasileira na televisão: humor e domínio técnico já eram a marca dos comerciais de televisão. Época de grandes transformações na publicidade, as agências passaram a desempenhar um papel de *full service* para os mercados, atendendo com equipes integradas de profissionais da criação, planejamento e mídia e o país começa a marcar presença nos festivais internacionais de publicidade.

Os publicitários das agências eram, em sua maioria, sociólogos, desenhistas, artistas plásticos, escritores, cineastas e jornalistas e deram grande contribuição à publicidade que, reconhecida internacionalmente, trouxe qualidade a televisão e não foram poupados nos anos da ditadura.

Publicitários eram gente intelectualizada, críticos e politizados. Com a ditadura muitos foram perseguidos, alguns presos e não ao acaso a polícia entrava na redação das agências. Muitas vezes o presidente da agência Lintas ia ao Dops trazer de volta os funcionários com o argumento de que eles eram apenas jovens (REBOUÇAS, 2020).

A partir dos anos 90, uma nova era é iniciada e as televisões a cabo e por assinatura dividem os telespectadores em canais abertos e canais fechados, surgindo então dois tipos de televisão: a do anunciante, que vive da propaganda e tem sinal aberto; e a televisão do assinante pago. O que se viu em seguida foi a internet se tornar espaço de mídia, o computador pessoal chegar a população e o que antes era restrito ao conhecido *mainstream* dos veículos de comunicação, que comandavam a informação, passa a uma nova e democrática geração de distintas formas de comunicação entre as pessoas. A superação da distância e a velocidade de conexão da rede de computadores pessoais foram só o início de uma era em que as redes sociais se estabelecem por meio de sistemas digitais e aparelhos móveis que transformam a comunicação. A publicidade e a própria televisão se reinventam novamente.

3.3. UM COMPROMISSO COM A VIDA

A TV Tupi se reinventou e operou trinta anos com a urgência de colocar no ar, por meio de imagens técnicas e sons, uma crônica da sociedade em sintonia com momentos políticos marcantes e um crescimento tecnológico, do comércio, indústria e serviços dos anos 50 até os anos 80, a chamada “década perdida” pelos economistas. Do pós-guerra ao esforço de sair da ditadura, com a redemocratização no país, dois momentos são marcantes nessa trajetória: de 50 a 60, quando tudo que ia ao ar era ao vivo e para poucos privilegiados; e de 60 a 70, quando entra o *videotape* com a gravação do que iria ao ar, momento em que se muda a forma de fazer e a linguagem própria da televisão, que se torna um veículo de comunicação de massa nos anos 80.



Figura 145. Caminhão responsável pela seleção e edição das cenas da TV Tupi, 1950; Estúdio de um programa da TV Tupi, 1966; Diversas câmeras de tv em cores prontas para começarem a operar. Fonte: Arquivo JCom/D.A Press.

3.3.1 Impulso

No depoimento de Maurício Sherman, um dos artífices da televisão no país — foi diretor de programas, diretor artístico e diretor de criação da TV TUPI e depois diretor por muitos anos na Globo —, no livro *TV Tupi, a pioneira na América do Sul* (Silva, 2004), muitas de suas falas representam algumas características históricas e de reconhecimento da TV Tupi na história da televisão brasileira.

Sherman destaca três características formadoras dos, recém-completos, 70 anos desse veículo de comunicação de massa que mudou profundamente o modo de vida da sociedade, vindas da gênese e trajetória de trinta anos da TV TUPI. A primeira delas vem da sua origem e natureza quando ele diz “... as televisões do mundo inteiro foram implementadas pelos governos, sendo que até hoje a maioria dessas estações é estatal...” (SILVA, 2004, p. 61) e nos deparamos com o caráter eminentemente privado e empresarial da TV Tupi no Brasil. Sua característica comercial pode representar a realidade histórica do país ao mesmo tempo em que define sua trajetória. De acordo com o jornalista Paulo Henrique Amorim no livro *O Quarto Poder - Uma Outra História* (2015), essa situação vem desde a formação do rádio com Getúlio Vargas, quando, ao contrário do modelo europeu de radiodifusão pública e estatal, adota-se o modelo americano comercial com a autorização da publicidade no rádio em maio de 1931. Logo após, Vargas estatiza a Rádio Nacional (anteriormente rádio Phillips, então rebatizada como Nacional, pertencente ao Jornal *A Noite* e em estado de falência) e a mantém com a publicidade e o perfil comercial — recebendo subsídios do governo e competindo com as outras emissoras — (AMORIM, 2015 p. 260), criando uma híbrida situação original

que a fortalece e da qual a televisão absorve e se estabelece quando Assis Chateaubriand resolve implantar a TV no país sob os moldes da gestão privada e seu formato de negócio comercial. Embora na volta ao poder pelo voto, em 1950, Vargas baixe um decreto que torna o serviço de rádio difusão de interesse público, ele não consegue baixar a regulamentação e o decreto não entra em vigor. Diferentemente dos Estados Unidos, onde o modelo é comercial, da livre imprensa e que proíbe a propriedade cruzada entre rádio, TV e jornal por um mesmo grupo empresarial (AMORIM, 2015, p. 345), o Brasil nesse período já tinha os Diários Associados dominando o setor com rádios e jornais e trazendo a primeira emissora de televisão.

As mudanças, tecnológicas, políticas e econômicas marcaram o processo de desenvolvimento da televisão tendo, nos anos 50, a instalação de emissoras sem transmissão em rede. Na entrada dos anos 60, com a chegada do *videotape*, o Diários Associados — que teve início em 1938 com 12 jornais, cinco emissoras de rádio e uma revista, como maior conglomerado de mídia do país — estava em seu auge com 36 emissoras de rádio, 34 jornais diários, 18 emissoras de televisão e várias revistas (JAMBEIRO, 2002 p. 47) e encarou a chegada da concorrência de peso da Rede Globo e TV Excelsior.

No início dos anos 60, já tinham sido licenciadas aproximadamente 34 emissoras de televisão e o Congresso Nacional aprovou o Código Brasileiro de Telecomunicações:

começou então uma nova era para a TV brasileira, com a adoção de processos industriais de produção de programas. Em consequência criaram-se centros produtores em São Paulo e Rio de Janeiro. Isto foi aos poucos reduzindo as produções locais e retirando das emissoras o caráter local de sua programação, até eliminar quase que por completo a autonomia produtiva das estações, através da implantação do sistema de afiliação (JAMBEIRO, 2001, p. 50-51).

Atravessando crises internas de administração pelo desmesurado tamanho de sua rede e pelo falecimento de Assis Chateaubriand em 1965, o Diários Associados passa a ser administrado por um sistema de condomínio acionário que, instituído em 1959, conta com 23 gestores que respondem pelas posses da empresa. O modelo desenhado por Assis Chateaubriand não previa a propriedade privada das cotas e os condôminos, quando vinham a falecer, não transferiam suas cotas para seus filhos e sim para outro condômino eleito pelo grupo. O sistema de governança que tinha como meta proteger o conglomerado da interferência familiar na gestão, se vê em crises internas que fragilizam a administração

com dívidas e falta de investimentos em novas tecnologias por mais 15 anos. As constantes greves dos funcionários, os novos contextos de gestão da televisão e a pressão dos novos grupos levam os interesses políticos da ditadura a cassar a concessão da emissora em 1980.

Com um regime jurídico consolidado por muitas emendas na Constituição Federal ao longo de décadas, a televisão no país opera por meio de uma concessão pública, ou seja, é serviço público federal e, portanto, uma atividade de titularidade da União e, ainda hoje, vigora esse modelo comercial e direcionado ao lucro, implantado pela TV Tupi.

A segunda característica apontada por Sherman, “Arriscávamos muito nos programas, tínhamos a coragem dos aventureiros. Aprendíamos enquanto lutávamos por mudanças” (Silva, 2004, p. 60), é o pioneirismo na prática com a busca incessante por novas soluções. Comumente apontada no desenvolvimento da TV Tupi, a característica da superação é a marca do período de existência da emissora. Ela pode ser simbolicamente exemplificada na sequência do relato do executivo sobre a invenção do *replay* para exibir os gols no intervalo dos jogos quando, ainda sem o *videotape*, não havia a gravação. Ele conta sobre a necessária operação de guerra de uma equipe que gravava os gols em película e, em seguida, revelavam o filme numa cabine de laboratório improvisada, secavam em ventiladores, projetavam-no em 16 mm numa tela e a câmera da TV exibia o lance no intervalo, deixando o público sem entender como aquilo podia ser feito. Puro jogo de superação dos meios e formas de transmissão para desafiar os limites da tecnologia e provocar surpresa aos telespectadores. A superação como marca do pioneirismo também traz o exemplo das muitas funções desempenhadas por um mesmo profissional, que, diante das necessidades, se reinventava, como é o caso do próprio inventor do *replay*, Rui Viotti, que começou como operador de câmera, foi repórter de campo, passou a diretor das transmissões externas e ainda se tornou um famoso locutor e apresentador de esportes (CASTRO, 2000, p. 127).

A qualidade do que era exibido e o prestígio da audiência eram conquistados tanto na cobertura dos esportes, quanto no jornalismo por meio das mais criativas soluções. Um outro relato de superação exemplar é o da professora de telejornalismo da UNB, Célia Ladeira, sobre o período em que esteve como estagiária no departamento de jornalismo da TV Tupi. Ela relata que no episódio de um desastre da queda do viaduto no Rio Comprido no Rio de Janeiro, a TV Tupi chegou de helicóptero, na frente da concorrência no local, filmou, voltou para Urca e jogou as caixas com filmes do alto do helicóptero na praia em frente à sede da emissora. Os funcionários do departamento, que estavam à

espera nas areias da praia pegaram as caixas levaram para o laboratório, revelaram fazendo com que a TV Tupi fosse a primeira a colocar no ar as imagens do desastre.

Era uma aventura colocar a imagem do filme no ar. No jornalismo da Tupi havia rigor na informação, muita checagem, eles nos exigiam boa apuração” (LADEIRA, Célia, 2009).¹²



Figura 146. Apresentadores e apresentadora de telejornal - Jornal da TV Tupi/Jornalismo, TV Tupi, canal 6-RJ. Fonte: Coleção 00125TBR – Televisão Brasileira / Acervo Museu da Imagem e do Som de São Paulo (MIS-SP).

Do jornalismo de rigor informativo, ficou marcada a presença do *Repórter Esso*, que foi o primeiro noticiário de rádio jornalismo do país, surgido em 1941, que migrou para televisão, ficando no ar de abril de 1952 a dezembro de 1970 na TV Tupi, tornando-se o formador do hábito e do estilo do telejornal brasileiro até os dias de hoje.

A terceira característica marcante da TV Tupi é a da experimentação e pode ser testemunhada na fala de Sherman:

A TV Tupi foi uma academia. Foi a base da televisão. Os novelistas, diretores, e principais atores são quase todos oriundos da TV Tupi do Rio ou de São Paulo. Foi na Tupi que começamos a fazer novela, linha de shows, programas de humor, programas infantis, que até hoje estão aí. Foi realmente uma base sólida, exatamente pela não interferência de Chateaubriand, porque ele permitia que nós ousássemos... [...] Apesar de amar televisão ele não se envolvia na parte prática. Chatô era um louco extraordinário, graças a ele temos a televisão. (Silva, 2004, p. 62)

¹² LADEIRA, Célia. Programa "VerTv" discute o surgimento e o fim da Tv Tupi. Parte 1/6 e 5/6. Programa "Ver Tv" do Senado Federal. TupanDifusora: 30 jul 2009. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=yvB3yokCwsk>>; <<https://www.youtube.com/watch?v=VwghOQBemog>>. Acesso em: 04 set 2020.

A liberdade criativa e a ousadia, como destaca Sherman, são necessárias à experimentação que aparece reconhecida, em toda literatura da pesquisa, como a característica que promoveu a invenção e realização de muitos programas de sucessos da emissora.

Se a televisão é viabilizada pelos anúncios, patrocínios, *merchandising* e a publicidade, que financiam o desenvolvimento dos programas e projetos da televisão, são eles, por sua vez, a mola propulsora da audiência e, portanto, carro chefe do veículo. Nos anos 50, o domínio da audiência era da TV Tupi, poucas vezes quebrado pela TV Record (Meio e mensagem, 1995)¹³, mas é da TV Tupi o formato dos programas que a televisão se alimenta até hoje.

As diversas fases da televisão que são identificadas de modo retrospectivo como da elitista, de 1950 a 1964; a populista, de 1964 a 1975; e a do desenvolvimento tecnológico, de 1975 a 1985 (RIBEIRO; SACRAMENTO; ROXO, 2018, p. 221). Em todas elas, a despeito da concorrência que aumentou com velocidade, da administração difícil da grande rede da emissora e dos entraves e interesses dos momentos políticos do país, a TV Tupi atravessa todo o período de trinta anos apresentando programas icônicos e referenciais até a sua última e confusa década de operação nos anos 80.

Memoráveis, os programas de auditório, de humor, de entrevistas, programas infantis, policiais, marcaram a televisão, a vida de atores, diretores e técnicos e de gerações de telespectadores de programas como *O Céu é o Limite*, que teve estreia em 1955 e é reconhecido como o primeiro grande fenômeno da TV, tendo alcançado 92% de audiência e fórmula adotada por várias emissoras: *Almoço com as Estrelas* e *Clube dos Artistas*, que ficaram mais de duas décadas no ar e, desde 1958, teve o casal de apresentadores Aylton Rodrigues e Lolita, que entrevistavam artistas e cantores que faziam seus lançamentos de disco. Um deles, *Clube do Guri*, era um sucesso no rádio, na versão TV, de 1955 até 1976, e revelava crianças artistas como Elis, Wanderléia, Rosemary e Leny Andrade; *Sítio do Pica Pau Amarelo*, da série de literatura fantástica de Monteiro Lobato, surgiu o célebre programa infantil que teve Lúcia Lambertini como a primeira Emília e ficou no ar de 1952 a 1963; *Um Instante Maestro*, com Flávio Cavalcanti traz para TV o sucesso do elogio e críticas às músicas lançadas tendo início na rádio, voltando para a Tupi em 67, quando se integra a outro programa A

¹³ Edição comemorativa dos 45 anos da televisão. As cópias da revista impressa foram cedidas pela publicitária e pesquisadora Aurea Helena Silveira, criadora da Memória da Propaganda (memoria@memoriadapropaganda.org.br).

Grande Chance, voltado para calouros, com a inovação da presença de um corpo de jurados.



Figura 147. Lúcia Lambertini como Emília - Programa Sítio do Pica Pau Amarelo - Infantil - TV Tupi. Fonte: Coleção 00125TBR – Televisão Brasileira / Acervo Museu da Imagem e do Som de São Paulo (MIS-SP).



Figura 148. Ayrton Rodrigues, Jerry Adriane e o índio Carajá Taymã Tori Ynan no Programa Clube dos Artistas - Variedades - TV Tupi. Fonte: Coleção 00125TBR – Televisão Brasileira / Acervo Museu da Imagem e do Som de São Paulo (MIS-SP)



Figura 149. Programa o Céu é o Limite. Fonte: Coleção 00125TBR – Televisão Brasileira / Acervo Museu da Imagem e do Som de São Paulo (MIS-SP)

Rememorando ou homenageando o Cassino da Urca, que antecedeu o local da emissora, dois programas se destacam: o *A, E, I, O... Urca*, um programa de humor exibido de 1963 a 1966, com talentos como Arlete Salles, Lucio Mauro, Renato Aragão, entre outros e o Programa *Cassino da Urca*, com o jornalista e diretor Jacy Campos, também célebre pelos programas *História do Teatro Universal*, ao lado de Chianca de Garcia e o *Câmera Um*.

A programação da TV Tupi contou com programas de auditório históricos, com apresentadores de grande audiência como J. Silvestre, Silvio Santos, Chacrinha (Abelardo Barbosa) e Hebe Camargo nas décadas de 70 e 80. O Programa *Discoteca do Chacrinha* foi um dos mais populares programas da televisão brasileira, pela originalidade e ousadia, lançou muitos astros da música popular como Roberto Carlos e Raul Seixas e tornou musas da televisão as dançarinas chamadas de “chacretes”, apresentadas como a grande atração do programa nos anos 70. É possível perceber que a herança característica das famosas dançarinas dos cassinos veio a inspirar futuramente o nome do programa quando ele estreou na emissora Globo e, nessa mesma emissora, foi rebatizado como “Cassino do Chacrinha” em 1982. Já o programa o *Buzina do Chacrinha*, exibido na TV Tupi, voltado a calouros — que tinham, na buzina, a aprovação ou desaprovação de seus talentos —, era veiculado no domingo à noite e, posteriormente, passou a ser um quadro do programa *Discoteca do Chacrinha*. Famoso pela frase: “na televisão nada se cria, tudo se copia”, Abelardo da Hora teve seus programas exibidos pelas emissoras TV Tupi, TV Excelsior, TV Rio, TV Globo e Band.



Figura 150. Programa Buzina do Chacrinha – Auditório Urca 1973. Fonte: Coleção 00125TBR – Televisão Brasileira / Acervo Museu da Imagem e do Som de São Paulo (MIS-SP)

As célebres novelas, consideradas o maior produto de entretenimento televisivo do Brasil, tiveram sua origem a partir do histórico programa de teleteatro *TV Vanguarda*, que foi ao ar, em 1952, na TV Tupi e ficou 15 anos em exibição quinzenal nas noites de domingo. Interpretando clássicos mundiais como *Romeu e Julieta* e *Hamlet*, de Shakespeare, com a participação de atores como Procópio e Bibi Ferreira, Sérgio Britto, Fernando e Fernanda Montenegro, Lima Duarte e Tony Duarte, as montagens eram consideradas inovadoras na época pelo farto uso dos recursos da câmera com zoons e movimentações panorâmicas. As práticas com a *TV Vanguarda*, aliadas às fontes referenciais de talentos das radionovelas, deram lugar a primeira telenovela brasileira *Sua vida me pertence*, de autoria de Walter Foster e protagonizada pela atriz Vida Alves, uma pioneira da televisão, criando um formato que se perpetuou e é apresentado até hoje nas emissoras do país. A TV Tupi tinha um grande corpo de profissionais contratados e dispunha de um elenco disponível que atuava nas novelas, nos teleteatros, nos shows de humor promovendo um ambiente de aprendizagem e uma versatilidade desenvolvedora de habilidades e talentos.

O gênero teve sua época áurea entre 1963 e 1969, quando foram produzidas 179 novelas, sendo 60 pela TV Tupi, 55 pela TV Excelsior e 22 pela Rede Globo, que foi ao ar em 1965 (BRANDÃO, 2018, p. 54). Em 1968, a TV Tupi cria um divisor de águas na teledramaturgia, quando lança uma das novelas de maior sucesso da TV com “Beto Rockfeller” e inova ao modificar a linguagem dos diálogos para uma forma natural das conversas do dia a dia, que passa a ser adotada, a partir de então, por todas as emissoras nas novelas que se seguiram. O maniqueísmo do perfil dos personagens masculinos, sempre fortes, honestos e sempre prontos a salvar as mulheres, encontra no personagem principal um anti-herói mais próximo da realidade. Além disso, cenas externas são incluídas e a novela contribui para estabelecer um perfil nacional de teledramaturgia.

Entre os destaques dos programas de humor da TV Tupi está o clássico *Os Trapalhões*, que estreia em 1974 na emissora e faz um estrondoso sucesso de audiência, competindo com programas de grande audiência como o “Fantástico” da Globo, aos domingos, emissora para a qual o programa migra, em 1977, pela fragilidade administrativa e econômica que a Tupi enfrentou na década de 70.



Figura 151. Programa *Aqui e Agora: o Povo na TV*, apresentado por Wagner Montes. Fonte: Coleção 00125TBR – Televisão Brasileira / Acervo Museu da Imagem e do Som de São Paulo (MIS-SP).

O programa *Aqui e Agora: O Povo na TV*, que entrou no ar em 1979 e foi até o fechamento da TUPÍ com altos índices de audiência, atendia a lógica de ter o povo na televisão como fonte de inspiração e a busca de representação da verdade, da realidade do público telespectador. Provocador de polêmicas e brigas no ar, o programa de entrevistas jornalísticas explorava situações limites das relações na sociedade. Como consumidores que reclamavam em frente aos prestadores de serviço, pessoas necessitadas apontavam o descaso dos serviços públicos.

Os anos 70 foram de busca da representação popular na televisão que, a partir de 1972, já tinha transmissão de imagens a cores. Na dramaturgia, guiada pela atenção da audiência por meio das cartas, ligações para as redações, turmas de fãs, a reprovação aos personagens vai ganhando presença na própria trama. A ideia de público se converte em “povo” com uma áurea de pureza e os personagens das novelas agem por perfis de oposição moral e a crítica à teledramaturgia surge pela redução dos conflitos sociais, econômicos, políticos e culturais a conflitos morais e sua representação maniqueísta do mundo. (BERGAMO, 2018, p. 71)

3.3.2 Abertura

Nesse campo entre a dramaturgia e o jornalismo, surge o que identificamos como a última e grande aposta da TV Tupi, no apagar das luzes de sua trajetória de pioneirismo e experimentação: o programa *Abertura*. O momento marcava o movimento da volta da democracia no período em que os militares investiam no processo de abertura política, no diálogo com a sociedade civil e na busca de uma nova institucionalidade para o país. Seu diretor, Fernando Barbosa Lima, aprova com o então ministro Petrônio Portela a ideia de

um programa jornalístico com formato de revista de variedades envolvendo artistas, intelectuais e jornalistas para promover uma interação inteligente e divertida sobre as diversas questões nacionais. A jornalista Regina Mota, que no livro *A História da Televisão Brasileira* dedica um capítulo a uma análise minuciosa do programa *Abertura*, identifica-o como protagonista de “um dos momentos épicos que constituem uma saga de criatividade, capitaneada cada qual por um time de heróis que soube contornar os limites técnicos e foi responsável pela invenção de sua linguagem” (MOTA, 2018, p. 137).

Segundo Mota (2018), o programa *Abertura* é o que se pode chamar de metalinguagem televisual da abertura democrática, portanto “a descoberta da televisão como possível instrumento da democracia” (p. 138). Mostrar imagens e depoimento de pensadores, cientistas, artistas e intelectuais que tinham sido banidos há mais de uma década na televisão, era uma inovação por si só. Aliado a isso, o programa questionava a ordem televisual, entrevistava pessoas andando em locais abertos, fazia perguntas picantes e causava surpresas como a épica participação do jornalista e cineasta Glauber Rocha.

Mota destaca que a atitude e a performance de Glauber produziam inquietação, reflexão, denúncia e novidade diante do meio televisivo:

Glauber Rocha assume o espaço eletrônico da TV brasileira para desmistificá-la. Ele acaba como sonho da absoluta transparência e controle do real que vinha se tentando imprimir no público. Ele não tem boas maneiras, nem bom tipo, quase sempre está mal barbeado, penteado com boas e más intenções e nenhuma inocência (MOTA, 2018, p. 139).

Perguntado pela jornalista Isa Cambará — que acompanhava sua gravação sem roteiro na rua — se aquilo era jornalismo Glauber responde que não é nem jornalismo, nem cinema, é vida. Nesse sentido, sua participação no campo televisivo pode ser vista sob a perspectiva flusseriana de que “o engajamento do artista é a deliberação de opor-se a nada pela produção de informações”. Sobre o processo do artista, Flusser descreve: “no instante mesmo em que a decisão é tomada, a vertigem da queda rumo ao abismo se substitui por outra vertigem: a da aventura do imprevisto, do improvável” (FLUSSER, 2008, p.128). E sobre a ação artística na sociedade telemática o autor define: “o jogo dessa sociedade será o da troca de informações novas (de imagens jamais vistas). Será ‘jogo aberto’, isto é, jogo que modifica suas próprias regras em torno do lance” (FLUSSER, 2008, p.129). Assim, com sua máxima de trabalhar com uma “câmera e um microfone na

mão”, Glauber dá significado histórico ao programa, traz informações novas, modifica suas próprias regras no jogo televisivo e instaura um novo modo de narrativa audiovisual na TV, influenciando toda uma geração de jovens que passam fazer o mesmo e a ocupar as televisões com documentários e intervenções que fizeram história nos festivais de vídeo do país (MOTA, 2018, p. 139).



Figura 152. Glauber Rocha no Programa *Abertura*, TV Tupi 1979/80. Fonte: Arquivo TV. (<<https://www.youtube.com/watch?v=eHZ5XKEbgGQ>>).

Com essa postura e fazendo jus ao slogan do programa “um canal livre da televisão brasileira”, ao lado de um time de grandes nomes como Antônio Callado, Fernando Sabino, Ziraldo, Sérgio Cabral, Villas-Boas Corrêa, Sargentelli, João Saldanha, Walter Clark e Carlos Rangel, Norma Bengel entre outros, reunidos por Barbosa Lima, Glauber se definia como nacionalista, tropicalista e oswaldiano trazendo para os quadros do programa os fundamentos da antropofagia, do conflito enquanto método crítico, a apologia à diferença e a atitude anti-hierárquica (MOTA, 2018, p. 151). Na mesma linha de abordagem e tratamento, Glauber entrevistava e expunha um discurso livre de líderes como Luís Carlos Prestes, Leonel Brizola, Miguel Arraes, Ulisses Guimarães, Chico Buarque de Holanda e Pelé ao mesmo tempo em que apresentava o discurso de artistas e anônimos de favelas e da vida cotidiana brasileira.

O programa cria, a partir disso, um espírito livre de formação de opinião, sendo considerado, por muitos jornalistas do meio editorial, como o primeiro passo para a liberdade de imprensa. Suas entrevistas conseguiam gerar pauta e um diálogo fértil com outros veículos de comunicação, tamanha era condição de “fato cultural” que se revestiam seus quadros.

Com a liderança de audiência no horário de exibição do domingo à noite, a característica de expressar o espírito do tempo do programa *Abertura*, mesmo com sua

curta duração (de fevereiro de 1979 a maio de 1980), teve imenso impacto no fazer televisivo no país. O programa, que ocorre nos últimos momentos de existência da TV Tupi, pode representar um espelho do que a primeira emissora de televisão proporcionou nos seus inquietos trinta anos de existência.

3.3.3 Lápide

Jambeiro (2001) nos apresenta um olhar sobre o momento do fechamento da TV TUPI dos Diários Associados, o primeiro grande conglomerado de empresas de mídia no País, no contexto de 1980, em que o país tinha mais de 10 emissoras funcionando (12 delas de propriedade do governo) e cerca de 20 milhões de aparelhos de TV nos lares brasileiros.

Na análise, alguns dos principais pontos por ele indicados sobre a decisão do governo de revogar a concessão dos canais da Rede Tupi, publicada em junho de 1980, foram: sua ineficiência empresarial estrutural irrecuperável (modelo de condomínio), com atraso no pagamento de impostos e salários, dívida com a Previdência Social e outros débitos, pela concorrência da Globo e seu padrão de programação e empresarial e, principalmente, pela convicção do governo quanto à impossibilidade de tornar os Diários e Emissoras Associados eficientes aliados a preocupação do governo com a situação e grau de poder que a TV Globo acumulava sobre os telespectadores brasileiros. Ao revogar a concessão da TV Tupi, o governo preferiu investir em novos e potenciais grupos empresariais para ativar a indústria da televisão, entregando novas emissoras ao Grupo de Adolfo Block, com a TV Manchete e a Silvio Santos, do SBT, com o Sistema Brasileiro de Televisão (JAMBEIRO, 2001, p. 90).

No Diário Oficial da União de 18 de julho de 1980, circularam os decretos assinados pelo presidente João Figueiredo, que declaravam revogadas as concessões de sete das nove emissoras Associadas, em São Paulo, Rio de Janeiro, Belo Horizonte, Recife, Porto Alegre, Belém e Fortaleza. No dia seguinte, no prédio da emissora do Rio de Janeiro na Urca, os funcionários, que se encontravam em greve, protagonizam o último ato da emissora no palco do auditório — antigo *Grill Room* do Cassino. Promoveram uma assembleia transmitida em cores e ao vivo com apelos para que o presidente voltasse atrás e as câmeras foram abertas para quem quisesse dar seu recado no ar, contando com a participação de muitos artistas e telespectadores que iam ao local em solidariedade. No mesmo dia, foi colocado o selo de metal sobre a tampa dos transmissores. Mais um ciclo

de inovações se encerrava no edifício de número 13 da Avenida João Luís Alves (SILVA, 2004, p. 32-33).

CONCLUSÃO

Nos três momentos-chave do Hotel Balneário, Cassino e TV TUPI, o que ocorre na Urca, especificamente protagonizado pelo seu equipamento cultural — situado entre a montanha e o mar —, representa uma série de ressonâncias entre o que impulsionou a formação do bairro e a expansão das forças desenvolvimentistas da modernidade na cidade do Rio de Janeiro, que, em boa parte do período, foi a Capital Federal. A partir das qualidades mais atávicas da cidade, de geografia e beleza única, de balneário e lazer e de lugar das novas tendências do país, o equipamento cultural na Urca passa por empreendimentos distintos e coerentemente evolutivos nas suas funções que correspondem ao processo das transformações urbanísticas, sociais, artísticas e tecnológicas vividas na cidade naquelas quase seis décadas do século XX. As profundas transformações nesse período caracterizaram a cidade como imensamente criativa e excepcionalmente inovadora. Nesse cenário, o aspecto da interferência humana e criativa na configuração do ambiente urbano, tornou-se um ponto de atenção a partir do significado da integração dos aspectos naturais e socioculturais, que, de modo tão extraordinariamente original, no Rio de Janeiro, nos remete necessariamente às competências da engenharia e da arte na sociedade.

Como um guia, a engenharia social de Gilberto Freyre fez todo sentido na busca das singularidades dos processos sociais, que desenharam vivamente a paisagem criativa e cultural da cidade e o que ocorreu na Urca. Essa engenharia, “que trata das inter-relações de ordem social entre homens uns com os outros e de métodos com instituições de várias espécies dentro de uma mesma sociedade” (FREYRE, 1987, p. 11), orientou o olhar por meio das dinâmicas das relações dos principais atores e agentes institucionais envolvidos nas três funções estruturantes do equipamento a partir da leitura dos fatos e contextos históricos, sociais e políticos e o que ocorria em termos de cultura, gestão e inovação.

A conclusão se desdobra a seguir, organizada por período e o empreendimento correspondente, guardadas suas peculiaridades e funções históricas próprias, sob a condição de um “protagonismo situado”. Uma condição que se revelou comum e permitiu

a compreensão de uma ressonância de potencialidades inerentes ao momento vivido e que foi capaz de corporificar as qualidades do tempo e do lugar na configuração de cada empreendimento. Caracterizo, assim, cada momento e cada empreendimento a partir da ideia de seu movimento na linha do tempo: pautando como ele se constituiu, suas ênfases e o que se instaura a partir dele.

O Hotel Balneário se constituiu do ímpeto do desenvolvimento urbanístico de 1922, quando a Capital Federal vivia a entrada da modernidade, numa empreitada desafiadora de coabitar com o mar e a baía da Guanabara. O bairro e o equipamento foram construídos sobre o mar e entre o rochedo, de acordo com as condições ambientais impostas por eles, com o desejo de interferir na paisagem geográfica, no modo de morar e no turismo cultural da cidade. Como uma contrapartida da parceria dos engenheiros empreendedores imobiliários e a prefeitura, o equipamento nasce com a função de integrar o bairro e a cidade, proporcionando uma ressonância de propósitos que acaba por configurar o caráter comum da Urca, do Hotel Balneário e da cidade com o ideal de um lugar do bem viver atrelado à convivência, a praia e ao mar, aos cuidados com o corpo e ao divertimento.

As funções turísticas de hotel e de saúde logo se revelaram inadequadas. A primeira, por se mostrar ineficiente economicamente e a segunda, por se restringir a uma ideia apenas sanitarista. Sua função maior acontece como balneário pelo prazer e desejo de se estabelecer no lugar uma reinvenção da praia. Da forma relacional, vinda da convivência nas areias da praia, surge um modo de funcionar e de operar o negócio, como o reflexo de uma dinâmica de convivência e interferência mútua de hábitos, práticas, valores, competências e celebração dos feitos e descobertas da sociedade num mesmo lugar. A vitalidade da cultura urbana da cidade balneário toma espaço na gestão da programação e da oferta de atividades, quando a administração adota o lugar como de representação de fazeres, saberes, tradições e novidades da agenda social. Ao mobilizar e abrir espaço para que os grupos, clubes, sindicatos, empresas, instituições e famílias realizem, no Balneário, suas comemorações, a gestão do Balneário assume o lugar como um ambiente de entretenimento de uso da coletividade, compreendendo as pessoas não apenas como público usuário, mas sim como protagonistas e realizadoras da própria agenda de atrações.

A atenção do lugar se voltava ao propósito de atender às necessidades das pessoas e mantê-las entretidas, desde a manhã até a noite, com serviço de apoio do uso da praia, passando pelas refeições no restaurante, as brincadeiras e jogos nos salões, os shows e

jantares dançantes, entre uma infinidade de atividades. A programação durante a semana se formava pela sequência de diferentes eventos promovidos por diversos grupos e entidades, com uma frequência de encontros, reuniões, gincanas, premiações, chás e jantares agendados e organizados que iam desde grandes e representativas iniciativas da coletividade, até atividades permanentes como o jantar dançante ao som das orquestras e show de iniciantes e famosos artistas, provocando uma sensação geradora de pertencimento nos frequentadores e conferindo ao Balneário um perfil de lugar aberto, comum e inclusivo. Como equipamento central do bairro, de significativa dimensão física, de localização e de impacto na sua mobilidade, o lugar também servia aos interesses de bem-estar comum, onde aconteciam reuniões dos moradores do bairro em prol de melhorias, como a construção da igreja, com uma função de estímulo da participação cidadã ou, até mesmo, para atender a questões comerciais com os serviços de venda de terrenos disponíveis. Simbólicos e de função cultural agregadora, os festejos populares eram ricamente produzidos no Balneário, criando, nos moradores e no carioca, o hábito de rituais festivos que marcam seu calendário, a exemplos do réveillon, que, com seus fogos de artifícios e grandes orquestras, criaram, a partir dali, as famosas atrações turísticas da cidade que deixaram seu legado até hoje. Enfim, o espírito do lugar toma presença no ambiente construído ao criar um fluxo socialmente situado que caracteriza uma dinâmica diversificada de interesses e revela a presença do protagonismo de uma engenharia social, que atende de forma única, a tempo e a hora as exigências físicas, humanas e sociais do bairro e sua representatividade da cidade.

Do Hotel Balneário, emerge um modo de fazer que remete a ideia de um sítio de pertencimento, onde o compartilhamento de crenças, costumes e valores entre os agentes de um mesmo lugar gera vínculos que traduzem um protagonismo situado do lugar em ressonância com o bairro e a cidade. A partir desse ponto de vista, o Balneário impulsiona um movimento de conexões análogo ao atual conceito de *hub*, que, na topologia das redes, significa um ponto, um nó, que concentra muitos links. O movimento gerador de muitas conexões (*links*) concentrou uma grande quantidade e diversidades de atores sociais e suas particularidades, que impactavam e eram impactados pelo lugar, marcando, assim, o que se instaura a partir do Hotel Balneário na Urca.

O Cassino da Urca se constituiu a partir dos jogos de azar, já praticados de forma incipiente nos salões do Hotel Balneário, e se configurou como casa de entretenimento com a nova política pública de incentivo ao turismo no país com a legalização do jogo em 1933. O novo empreendimento ampliou o significado de celebração e convivência

social, já impulsionado no lugar, e o equipamento cultural da Urca se transformou no epicentro das novas tendências e dos novos modos de viver a cidade.

O jogo trouxe a injeção econômica necessária ao negócio e sua função significativa como fenômeno cultural criou uma realidade própria e paralela da realidade, voltada à fantasia e à imaginação, levando a realização de iniciativas inusitadas e inovadoras para o *Grill room* do Cassino. O jogo trouxe, ainda, outra função significativa ao ambiente, pois, diante dele, as pessoas destituem-se das diferenças e adotam uma nova convivência relacional que abre espaço para um comportamento direto e plural, também experimentada nas praias, que marca tanto a nova forma de fazer o espetáculo acontecer, como cria uma aura de convivência entre pessoas de diferentes camadas sociais, permitindo aos relacionamentos uma abertura que gera valor mútuo e interdependência social. O resultado disso foi o senso de oportunidade do encontro de tudo o que vinha acontecendo em todos aqueles anos na Capital Federal nas artes, nos negócios e na sociedade encontrando, no Cassino, novos e criativos sentidos às práticas já experimentadas, acarretando um campo novo e fértil para promover entretenimento. O desejo sem limites de promover um lugar dos sonhos cria um universo único e espetacular no lugar, com a integração de talentos iniciantes, famosos, eruditos e populares a uma grande diversidade de criativos e técnicos de dentro e de fora do país. O que se observa no ambiente do *Grill Room* do Cassino, é a instauração de uma fábrica de produção de espetáculos inéditos, diversos e surpreendentes ao mesmo tempo em que se realizavam iniciativas de representação da sociedade, que adotava o lugar para confraternizações, lançamento produtos e campanhas de uma abrangente rede de relacionamento com os meios da política, esportes, cultura, comércio, indústria, bancos, sindicatos, associações de classe, clubes de futebol, propaganda, moda, carnaval, voluntariado, imprensa, forças armadas, estados e países. A pressão causada pela intensidade e diversidade de atividades e seus impactos no lugar e no meio social — característica do que se convencionou chamar de *cadinho cultural* ou *melting pot* —, provoca uma necessária pressão às mudanças e cria uma malha de conexões em rede, que fortalece o Cassino da Urca como uma inovação institucional. Aglutinadora e transformadora de uma indústria cultural emergente, essa nova institucionalidade atua de forma ampla e diversa dentro e fora dos seus espaços, apoiando, incentivando, patrocinando, investindo e realizando num papel mediador, formador, produtor e promotor cultural que rompe fronteiras intersetoriais, fazendo conexões locais, nacionais e internacionais. Com a ativação de promoções e negócios entre o cinema, o teatro, as rádios, as gravadoras, a propaganda, a publicidade,

a imprensa e o turismo numa ação direta, as atividades pautadas, ou mesmo produzidas, criavam ressonâncias dentro do sistema dessa indústria em conexão com outras pautas e setores sociais, de serviço e do comércio em expansão.

Essa institucionalidade, identificada como uma complexa engenharia social pelo conjunto de relações simultâneas e associadas que se organizam organicamente entre os seus agentes, está atrelada, necessariamente, ao protagonismo de líderes carismáticos e gênios criativos (artistas, agentes, técnicos, empreendedores, representantes de empresas, instituições, cidades e países), que enfrentam o dia a dia de forma situada por meio de relações de apostas e onde se estabelecem trocas de recursos (habilidade, talento, conhecimento, marca, tecnologia, espaço, mobilização, acesso, produto, serviço e chancela) que ativam o lugar de forma original, estimulando todo um sistema em rede, onde esses agentes se interligam e se retroalimentam. Nesse sentido, no Cassino, acontece um movimento análogo à explosão de um *hub* (com gênese desde o Hotel Balneário) pelo grande volume de conexões na rede, *links*, que acabam por criar uma institucionalidade situada para o lugar, demonstrando a força do protagonismo do entretenimento cultural e a sua capacidade de representar as mais inovadoras manifestações do seu meio.

Ícone da época dos cassinos na América Latina, o Cassino da Urca foi o mais popular e sua marca deixou um novo código cultural que se forjou na representação do genuíno caráter brasileiro de ser relacional e inventivo, a partir de um protagonismo que, situado, demonstra que o melhor jeito de fazer responde as condições de saberes e fazeres do lugar, das pessoas e do seu tempo. Afinal, o que ocorreu na Urca não foi um cassino qualquer, foi o Cassino da Urca, representante do espírito do lugar e do seu tempo e que se justifica, hoje, como patrimônio imaterial carioca e brasileiro.

A TV Tupi se constitui a partir do que já estava celebrizado no lugar pelo Cassino da Urca, com a glória do entretenimento e das novas tendências nacionais, e o lugar se configura como estúdio de televisão com a chegada das tecnologias e as novas e radicais mudanças na vida da sociedade. A sede da primeira emissora de televisão da América Latina, no Rio de Janeiro, no equipamento cultural da Urca, promove, a partir dali, uma expansão da popularização das performances e conteúdos criativos e de grandes feitos que eram a marca do Cassino, do bairro e da cidade. Com a chegada da televisão, chega com ineditismo um novo invento tecnológico que “exacerbou a imaginação em torno das possibilidades de reprodução em imagem do que era captado pelo olhar humano” (BARBOSA, 2018, p. 16), permitindo a ampliação e a exibição de novas formas de verdades por meio de imagens (p. 16). A nova máquina de influir na opinião com as novas

verdades trazidas pelas imagens traz um novo meio de diversão e publicidade, cria um ambiente simulado voltado ao mercado, que concorre com a realidade tradicional, e se impõe enquanto espelho da sociedade, ao mesmo tempo em que exige contínuas mudanças com o constante aperfeiçoamento da tecnologia. A TV Tupi torna-se experimental e inventiva, durante seus trinta anos de atuação, e caracteriza-se como o berço, a escola e a referência da televisão no país, ao passo que é o próprio meio das grandes mudanças ocorridas no mesmo período.

A nova função do lugar (na Urca), de continuar produzindo divertimento e passar a transmiti-lo para milhares de pessoas como um veículo de comunicação, foi resultado do pioneirismo empreendedor de Assis Chateaubriand, que aposta numa inovação radical, com um nível de ousadia de amplas e decisivas implicações, e desenvolve uma televisão não só aqui, mas cria uma televisão daqui, do país. Dono do maior conglomerado da mídia na época, Assis usa a força da sua capacidade relacional e da capilaridade política, econômica e social do seu império para alavancar o país rumo à modernidade e ao conceito de nação e o faz, essencialmente, convocando empresários, comerciantes, artistas e a sociedade para empreender o desafio de implantar a primeira emissora de televisão. A televisão foi criada no país a partir das múltiplas competências do rádio, do teatro, da coragem e do empreendedorismo com a experimentação como a prática, que marca e conduz a atitude dos gestores, diretores, técnicos e criativos numa profusão de funções que se entrelaçavam diante das exigências do novo fazer.

A sede da emissora na Urca transformou o prédio (que se fecha para atender às novas exigências de estúdio) e o bairro com a alta frequência e um grande número de trabalhadores e telespectadores dos programas exigiu dos moradores adaptação e a construção de uma vida coletiva entre uma diversidade de artistas, calouros, técnicos, produtores, criadores, patrocinadores, gente do rádio, cinema e jornal, personalidades, políticos, antigos e os novos moradores de todas as idades e classes sociais, reafirmando o bairro como um lugar que protagoniza, num dado tempo, o meio e a forma e que insere inovações significativas e um fértil imaginário formador do seu singular caráter cultural.

Com a televisão, se instaura uma inovação duradoura que redefine o conceito de meio de comunicação e reinventa as formas de fazer e assistir o entretenimento e a notícia, que passam a ser fontes de recurso e comunicação para o comércio e a indústria com a propaganda, que alavanca a economia do novo veículo de comunicação em ressonância com a oferta de produtos e serviços do mercado e sua economia. A autonomia da televisão se instituiu como inerente de veículo produtor e exibidor de entretenimento ao adotar os

indicadores de audiência como norteador próprio para os anunciantes. Ao passo que o público passa a ser um telespectador consumidor que gera essa audiência, a televisão passa a tê-lo como condutor do desenvolvimento da programação. A liberdade criativa, estimulada por Assis Chateaubriand na criação da televisão, reconhecida por todos os grandes nomes que fizeram a TV Tupi, aparece como a principal característica de seu sucesso. A TUPI criou memoráveis e incontáveis programas que representam a saga da criatividade que enfrenta os limites técnicos e reinventa a linguagem televisiva com a ousadia de quem aposta na inquietação do momento. Seus programas marcaram época como líderes de audiência, foram inspiradores e fórmula do sucesso televisivo para todas as demais emissoras que se instalaram como concorrentes.

Em sintonia com o espírito do seu tempo, a TV Tupi se situou no próprio protagonismo do país, sua história e seu fazer televisivo. O pioneirismo, a experimentação e a liberdade criativa foram a gênese da inovação e, portanto, o espelho do desejo de superação de muitos talentos que protagonizaram os vários momentos da emissora e das mudanças do país naqueles trinta anos. A partir da TV Tupi instaurou-se o modelo brasileiro de fazer televisão.

Por fim, a linha do tempo do que ocorreu na Urca apresenta um ritmo de impulso, explosão e expansão formado pela natureza e pelo desempenho do Hotel Balneário, do Cassino da Urca e da TV Tupi em sincronia com a atuação e a evolução da própria cidade e o protagonismo situado desses empreendimentos, acabam por se revelar como uma chave, uma condição sem a qual não seria possível se instaurar o espírito do tempo a cada tempo. Como resposta ao objetivo da pesquisa, a condição do protagonismo situado se fez presente por meio da natureza possibilista e imprevisível dos sítios e se manifestou propiciando circunstâncias mais favoráveis para que a criatividade e as potencialidades culturais de cada época se efetivassem no lugar, na Urca.

Essa dissertação, que se insere nos campos da gestão e inovação institucional de espaços culturais, rompe os domínios da administração, história, sociologia, antropologia, comunicação e de muitos outros campos e os projeta sob a perspectiva de uma engenharia de produção que integra as artes e os meios de produção, como um artesanato de relações que aposta na liberdade criativa e na experimentação que promovem o novo e a mudança. Essa perspectiva leva, necessariamente, às condições a partir das quais ocorrem as transformações culturais e abre espaço para novas inquietações, que podem contribuir para as reflexões e estudos acadêmicos sobre as relações do homem com o meio, onde os

modos de vida produzem singularidades relacionais para uma construção social que projeta o lugar da gestão cultural como formador de uma cidadania contemporânea.

Entre as inquietações surge a questão: como não ressignificar o fértil legado do fazer de um lugar histórico, de um sítio, como um recurso para fazer, no hoje, algo a ser considerado como patrimônio do amanhã?

... todo conhecimento que não leva a perguntas novas se extingue depressa pois não consegue manter a temperatura necessária para conservação da vida. (Wisława Szymborska, *Revista Piauí*, 7 de abril de 2021)¹⁴.

¹⁴ Trecho do discurso de Wisława Szymborska na Academia Sueca em 1996, quando a poeta ganhou o Prêmio Nobel de Literatura: SZYMBORSKA, Wisława. “O poeta e o mundo”. In: *Revista Piauí*, ed. 08, mai 2007. Disponível em: <https://piaui.folha.uol.com.br/materia/o-poeta-e-o-mundo/>. Acesso em: 14 abr 2021.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ABREU, Maurício Almeida. *Evolução do Rio de Janeiro*. Rio de Janeiro: Casa da Palavra, 1988.
- ADORNO, Theodor W; HORKHEIMER, Max. *A Dialética do Esclarecimento: fragmentos filosóficos*. Rio de Janeiro: Ed. Zahar. 1969
- AIZEN, Mário. *Urca: construção e permanência de um bairro*. Rio de Janeiro: Prefeitura do Rio de Janeiro, 1988.
- ALVES, Vida. *TV Tupi: uma linda história de amor*, São Paulo: Ed. Imprensa Oficial do Estado de São Paulo, 2008.
- AMORIM, Paulo Henrique. *O Quarto Poder: uma outra história*. São Paulo: Ed. Hedra, 2015.
- ANDRADE, Mario. *Paulicéia desvairada*. São Paulo: Ed. Ciranda Cultural, 2016.
- ANDRADE, O. *Obras completas*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1972.
- BARABÁSI, Albert –László. *Linked: A nova ciência dos networks*. São Paulo: Ed. Leopardo, 2009.
- BARBOSA, Marialva. *Imaginação Televisual e os Primórdios da TV no Brasil*. In: RIBEIRO, Ana Paula Goulart; SAGRAMENTO, Igor; ROXO, Marco (Org.). *História da Televisão no Brasil*. São Paulo: Contexto, 2018.
- BARROS, Luiz. *Minhas Memórias de Cineasta*. Rio de Janeiro: Editora Arte Nova, 1978.
- BATISTA, Helmut; Batista da Silva, Eliezer. *Rio de Janeiro 360 graus*, Rio de Janeiro, Editora Panaview, 2002.
- BEHANMOUR, Françoise. *Economia do patrimônio cultural*. São Paulo: Ed. SESC Livros, 2016.
- BENJAMIN, Walter *A obra de arte na era de sua reprodutibilidade técnica*. São Paulo: L&PM POCKET, 2017.
- BERGAMO, Alexandre: *A Reconfiguração do Público*. In: RIBEIRO, Ana Paula Goulart; SAGRAMENTO, Igor; ROXO, Marco (Org.). *História da Televisão no Brasil*. São Paulo: Contexto, 2018.
- BOURDIEU, Pierre. *A distinção: crítica social do julgamento*. São Paulo: Edusp; Porto Alegre, RS: Zouk, 2007.

BRANDÃO, Cristina: e As Primeiras Produções Teleficcioneis. In: RIBEIRO, Ana Paula Goulart; SAGRAMENTO, Igor; ROXO, Marco (Org.). *História da Televisão no Brasil*. São Paulo: Contexto, 2018.

BRITTOS, V.C.; SIMÕES, D. G. A Reconfiguração do Mercado de Televisão Pré-Digitalização. In: RIBEIRO, Ana Paula Goulart; SAGRAMENTO, Igor; ROXO, Marco (Org.). *História da Televisão no Brasil*. São Paulo: Contexto, 2018.

BURKER, Peter. “Cidades e Criatividade”. In: *Revista +Mais!, Folha de São Paulo*. São Paulo, 19 nov 2000. Disponível em: <<https://www1.folha.uol.com.br/fsp/mais/fs1911200012.htm>>. Acesso em: 20 mai 2019.

CASTRO, José de Almeida. *TUPI Pioneira da Televisão Brasileira*. Lisboa: Ed. Talento, 2000.

CASTRO, Ruy. *Carmem: uma biografia*. São Paulo: Companhia das Letras, 2005.

CAYMMI, Dorival (1972). “Entrevista depoimento de Dorival Caymmi”. Youtube: *Videoraridade*, 23 mar 2020. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=iWuhxZgiy4E>>. Acesso em: 22 mai 2020.

CHALHOUB, Sidney. *Cidade febril: Cortiços e epidemias na Corte imperial*. 2a edição. São Paulo: Ed. Companhia das Letras, 2017.

COELHO, Teixeira. *A cultura e seu contrário*. São Paulo: Iluminuras, 2008.

CORRÊA, Maria Leticia. “Engenharia, economia política e progresso: a trajetória do engenheiro Luiz Rafael Vieira Souto como estudo de caso (1849-1922)”. In: *Revista Brasileira de História da Ciência*, Rio de Janeiro, v. 3, n. 2, pp. 157-169, jul – dez, 2010.

DEBORD, Guy. *A sociedade do espetáculo*. Rio de Janeiro: Contra Ponto, 2007.

FERREIRA, Alda; NÓBREGA, Cláudia. “Saberes e práticas paisagísticas na construção da paisagem cultural carioca”. In: *Revista Patrimônio e Memória*, v. 15, n. 2, pp. 400-428, jul-dez, 2019. Disponível em: <<http://pem.assis.unesp.br/index.php/pem/article/view/927>>. Acesso em: 24 jul 2019

FILHO, José Paulo Cavalcanti. Pequeno prefácio. In: SANTANA, Jorge José Barros. *A Televisão pernambucana por quem a viu nascer*. Recife: Ed. José Santana, 2007.

FONSECA, Maria Cecília Londres. *O Patrimônio em processo: trajetória da política federal de preservação no Brasil*. 4 ed. Rio de Janeiro: EDUFRJ, 2017.

FLUSSER, Vilém. *O Universo das Imagens Técnicas: elogio da superficialidade*. São Paulo: AnnaBlume, 2008.

FRANCFORT, Elmo; VIEL, Mauricio. “TV Tupi: Do Tamanho do Brasil”. ABERT - Associação Brasileira das Emissoras de Rádio e Televisão. Disponível em:

<<https://memoria.abert.org.br/tv-tupi-do-tamanho-do-brasil-volume-1/>>. Acesso em: 18 ago 2020.

FREYRE, Gilberto. *Homens, engenharia e rumos sociais*. Rio de Janeiro: Ed. Record, 1987.

FUNDAÇÃO GETÚLIO VARGAS - Centro de Pesquisa e Documentação de História Contemporânea do Brasil. *História da Sociedade Anonyma Empresa da Urca e sua defesa perante a Comissão Militar de Sindicância*. Rio de Janeiro: Editora P Pongetti, 1931.

GIMENEZ, Fernando Antônio Prado. “Empreendedor cultural: uma identidade rejeitada?”. In: *Revista de política cultural*, v.9, n.1, pp. 244-267, jan/jun, 2016.

GOMES, Ricardo; MARCONDES, Pyr. *Do reclame ao cyber-anúncio*. São Paulo: Ed. Meio e Mensagem, 1995.

HALL, Peter. *Cities in Civilization: Culture, Innovation and Urban Order*. Reino Unido: Weidenfeld & Nicholson, 1998.

HUIZINGA, Johan. *Homo Ludens: o jogo como elemento da cultura*. São Paulo: Perspectiva, 2014.

IED São Paulo. *Cassino da Urca*. Youtube: IED São Paulo, 2010. Disponível em: <https://youtu.be/PyW_XWLsFPU>. Acesso em: 04 mar 2019.

IPHAN – INSTITUTO DO PATRIMÔNIO ARTÍSTICO E CULTURAL NACIONAL et al. *Dossiê da candidatura da cidade do Rio de Janeiro a paisagem cultural brasileira*. Rio de Janeiro, 2011. Disponível em: <<http://portal.iphan.gov.br/uploads/ckfinder/arquivos/Dossi%C3%AA%20portugu%C3%AAs%2028%20mar%C3%A7o%202011%20RJ.pdf>>. Acesso em: 05 mai 2019.

IRPH – Instituto Rio Patrimônio da Humanidade. Guia das APACs: Urca. Disponível em <<http://www.rio.rj.gov.br/dlstatic/10112/6433361/4172413/guia11.compressed.pdf>>. Acesso em: 15 mai 2019.

JAMBEIRO, Othon. *A TV No Século XX*. Salvador: EDUFBA, 2002.

KESSEL, Carlos. *A Vitrine e o Espelho: o Rio de Janeiro de Carlos Sampaio*. Rio de Janeiro: Secretaria das Culturas; DGPC; AGCRJ, 2001. (Memória carioca, v. 2).

LADEIRA, Célia. *Programa "VerTv" discute o surgimento e o fim da Tv Tupi*. Parte 1/6 e 5/6. Programa "Ver Tv" do Senado Federal. TupanDifusora: 30 jul 2009. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=yvB3yokCwsk>>; <<https://www.youtube.com/watch?v=VwghOQBemog>>. Acesso em: 04 set 2020.

LEVY, Ruth. *A exposição do Centenário e o meio arquitetônico carioca no início dos anos 1920*. Rio de Janeiro: EBA publicações, 2010.

LEVY, Ruth. *Entre Palácios e Pavilhões: a arquitetura efêmera da Exposição Nacional de 1908*. Rio de Janeiro: EBA publicações, 2008.

LOMNITZ, Larissa. *Redes sociais, cultura e poder*. Rio de Janeiro: E-papers, 2009.

LOUZEIRO, José. *Urca: o bairro sonhado*. Rio de Janeiro: Relume Dumará; Prefeitura do Rio de Janeiro, 2000.

MCLUHAN, Marshall. *Os Meios de Comunicação Como Extensões do Homem*. São Paulo: Cultrix, 1969.

MACHADO, Carlos; PINHO, Paulo. *Memórias sem maquiagem*. São Paulo: Livraria Cultura, 1978.

MODESTO, Abreu. Prefácio. In: MACHADO, Carlos; PINHO, Paulo. *Memórias sem maquiagem*. São Paulo: Livraria Cultura, 1978.

MORAIS, Fernando. *Chatô: o Rei do Brasil, a vida de Assis Chateaubriand*. São Paulo: Companhia das Letras, 1994.

MOTA, Regina: O Programa “Abertura” e a épica de Glauber Rocha. In: RIBEIRO, Ana Paula Goulart; SAGRAMENTO, Igor; ROXO, Marco (Org.). *História da Televisão no Brasil*. São Paulo: Contexto, 2018.

NUNES, J. Filme. *Balneário da Urca (1929-1935)*. LUPA - Laboratório Ambiental de Preservação Audiovisual da UFF. Disponível em: <<http://www.cinevi.uff.br/lupa/balneario-da-urca-titulo-atribuido-pb-silencioso-1929-1935/>>. Acesso em: 21 abr 2019.

ORTIZ, Renato. *A Moderna Tradição Brasileira*. São Paulo: Brasiliense, 2001.

PERDIGÃO, João; CORRADI, Euler. *O rei da roleta: a incrível vida de Joaquim Rolla*. Rio de Janeiro: Ed. Casa da Palavra, 2012.

PRIORI, Mary Del. “Praia de Copacabana inaugurou o hábito de tomar banho de mar no Brasil”. *CBN – Um Rio de Histórias*. Rio de Janeiro, 25 jul 2016. Disponível em: <<https://cbn.globoradio.globo.com/comentaristas/um-rio-de-historias/2016/07/25/PRAIA-DE-COPACABANA-INAUGUROU-O-HABITO-DE-TOMAR-BANHO-DE-MAR-NO-BRASIL.htm>>. Acesso em: 20 mai 2019.

PROENÇA, Adriano; LACERDA, Daniel Pacheco; ANTUNES JÚNIOR, José Antônio Valle *et al.* *Gestão da Inovação e Competitividade no Brasil: da teoria à prática*. Porto Alegre: Ed. Bookman, 2015.

RIBEIRO, Ana Clara Torres. Prefácio. In: ZAOUAL, Hassan. *Nova economia das iniciativas locais: uma introdução ao pensamento pós-global*. São Paulo: ED. DP&A, 2006.

- RIBEIRO, Ana Paula Goulart; SAGRAMENTO, Igor; ROXO, Marco (Org.). *História da Televisão no Brasil*. São Paulo: Contexto, 2018.
- REBOUÇAS, Nádía. Entrevista concedida a Liliana Fiuza Magalhães, em agosto 2020.
- SANTANA, Jorge José Barros. *A Televisão pernambucana por quem a viu nascer*. Recife: Ed. José Santana, 2007.
- SANTANA, José Paulo. “Edição comemorativa dos 45 anos da televisão”. IN: *Revista Meio e Mensagem*, São Paulo, p. 33, set 1995.
- SANTUCCI, Jane. *Os pavilhões do passeio público: Theatro Casino e Casino Beira*. Rio de Janeiro: Casa da Palavra, 2005.
- SARASVATHY Sara. *Effectuation: Elements of Entrepreneurial Expertise*. Ed. Edward Elgar University of Virginia, US, 2009.
- SCHILLER, Friedrich. *A educação estética do homem: numa série de cartas*. Trad. Roberto Schwarz e Márcio Suzuki. São Paulo: Iluminuras, 1989.
- SILVA, Patrícia Alves do Rego. *Tv Tupi, pioneira na América do Sul*. Rio de Janeiro: Prefeitura da cidade do Rio de Janeiro; Secretaria Especial de Comunicação Social, 2004. Cadernos de Comunicação. Série Estudos; v.12.
- SIMILI, Ivana Guilherme. *Mulher e política: a trajetória da primeira-dama Darcy Vargas 1930-1945*. São Paulo: EdUnesp, 2008.
- SIMÕES, Inimá F (1986). “TV à Chateaubriand”. In: *Revista Artepensamento*. Instituto Moreira Salles. Disponível em: <<https://artepensamento.com.br/item/tv-a-chateaubriand>>. Acesso em: 10 ago 2020.
- SODRÉ, Muniz. “A televisão é uma forma de vida”. In: *Revista FAMECOS — mídia, cultura e tecnologia*, n. 16. Faculdade de Comunicação Social, PUCRS. Porto Alegre: EDIPUCRS, dezembro de 2001.
- SZYMBORSKA, Wislawa. “O poeta e o mundo”. In: *Revista Piauí*, ed. 08, mai 2007. Disponível em: <https://piaui.folha.uol.com.br/materia/o-poeta-e-o-mundo/>. Acesso em: 14 abr 2021.
- UNIRIO - Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro. *Hotel Balneário Cassino da Urca*. Vídeos produzidos para integrar a Exposição Curricular 2011, realizada pelos alunos do sétimo período do Curso de Museologia da UNIRIO. Disponível em: <<https://youtu.be/ZFkhs871EEA>>; <https://www.youtube.com/watch?v=ynPp23KD_pc>. Acesso em: 20 set 2020.
- VIEIRA, A. T. B. *Os cassinos trio de luxo do Rio de Janeiro: Atlântico, Copacabana e Urca*. 190f. Dissertação de Mestrado em Memória Social. Rio de Janeiro: Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro, 2013.

WILLIAMS, Raymond. *Cultura e sociedade: 1780-1950*. São Paulo, Editora Nacional, 1969.

YÚDICE, George. *A conveniência da cultura: usos da cultura na era global*. São Paulo: Humanitas, 2004.

ZAOUAL, Hassan. *Nova economia das iniciativas locais: uma introdução ao pensamento pós-global*. São Paulo: ED. DP&A, 2006.

TUAN, Yi-Fu. *Espaço e Lugar, a perspectiva da experiência*. Paraná: Editora Eduel, 2013.