



rebeca



Revista Brasileira  
de Estudos de  
**Cinema**  
e Audiovisual

**Telas migrantes: uma geografia urbana  
das salas de cinema no brasil do século xxi**

Renata Rogowski Pozzo<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup> Doutora em Geografia pela Universidade Federal de Santa Catarina. Professora do Departamento de Arquitetura e Urbanismo e do Programa de Pós-Graduação em Planejamento Territorial e Desenvolvimento Socioambiental da Universidade do Estado de Santa Catarina.



### Resumo

O artigo apresenta uma contribuição da geografia ao entendimento da organização do parque exibidor brasileiro, mediante uma análise que aciona o conceito de *rede urbana*. Para construir uma cartografia histórica e espacial das salas de cinema contemporâneas, realizou-se levantamento nos arquivos do Observatório do Cinema Brasileiro da ANCINE e nas bases de dados do IBGE. Historicamente, entre os dois momentos de ápice do número de salas de cinema no Brasil (1975 e 2018), há dois movimentos efetuados por essas telas migrantes. Um movimento em escala regional: do interior para o litoral e das cidades pequenas para as grandes. E um outro movimento em escala intra-urbana: das ruas dos centros tradicionais para os shopping centers. Como tendência contemporânea, identifica-se que, nos últimos anos, esse padrão vem se alterando. As salas reaparecem no interior, especialmente nas cidades médias, e também nas ruas. Busca-se demarcar e explicar estes momentos ao longo dos dois principais capítulos do escrito, e, ao final, elenca-se uma questão que permeia as discussões para configurar um capítulo final, *o acesso*, quando investiga-se a contribuição dos canais não comerciais (salas públicas, festivais e cineclubes) para a democratização dos olhares para o cinema.

**Palavras-chave:** Geografia do cinema; Exibição cinematográfica; Sala de cinema; Rede urbana.

### Abstract

This paper presents a geography's contribution to the understanding of the range of the Brazilian exhibition organization, through an analysis based on the urban network concept. To build a historical and spatial contemporary movie theaters cartography was carried out a survey in the ANCINE (Brazilian Cinema Observatory) and IBGE (Brazilian Institute of Geography and Statistics) databases. Historically, between the two peak moments of movie theaters number in Brazil (1975 and 2018), there are two movements made by these migrant screens: A movement on a regional scale, from the countryside to coastal cities and from small to large cities; and An intra-urban scale movement, from the traditional downtown streets to shopping malls. In recent years, as a contemporary trend, it is identified that this pattern has been changing. Movie theaters are reappearing in the countryside, especially in medium-size cities, and also as street cinema theaters. This work intends to define and explain these moments throughout the two main chapters, and, in the end, it points out to an issue that is pervasive of the discussions in order to configure a final chapter: *the access*, when investigating the contribution of non-commercial movie theaters (public halls, festivals and movie clubs) for the democratizing gaze to the cinema.

**Keywords:** Film geography; Cinematic exhibition; Movie theater; Urban network.



### Introdução: geografias do cinema

As relações entre cidade e cinema marcam a essência desta arte. O cinema surge para mostrar as novas experiências da modernidade urbano-industrial e, ao mesmo tempo, é produto desta. Passando pelo home vídeo e o *streaming*, as salas de cinema continuam, justamente por valorizarem o cinema enquanto experiência na vida cotidiana na cidade<sup>2</sup>. A sala de cinema ainda é uma janela econômica e simbolicamente importante para o audiovisual. É conveniente mencionar este trecho de um texto de Martin Scorsese publicado no The New York Times, quando do lançamento de seu novo filme, *O Irlandês*, pela Netflix:

Então, você pode perguntar: qual é o meu problema? Por que não deixo em paz os filmes de super-heróis? O motivo é simples. Em muitos lugares dos EUA e do mundo, as franquias são a principal atração, se você quiser ver algo na tela grande. Vivemos tempos de vacas magras em relação às telas, e os cinemas independentes estão em seu menor número. A equação mudou, e o streaming se tornou o principal sistema de entrega. Ainda assim, não conheço um único cineasta que não queira fazer filmes para a telona, projetá-los para o público nos cinemas. Isso inclui a mim, e falo como alguém que acabou de concluir um filme para a Netflix. Isso, e somente isso, nos permitiu fazer "O irlandês" da maneira que precisávamos, e por isso sempre serei grato. Teremos exhibições nos cinemas, o que é ótimo. Gostaria que ele fosse exibido em mais telas grandes por períodos mais longos? Claro que sim. Mas não importa com quem você faça seu filme, o fato é que as telas na maioria dos multiplexes estão repletas de filmes de franquia. E se você vai me dizer que é simplesmente uma questão de oferta e demanda e de dar às pessoas o que elas querem, eu discordo. É uma questão de galinha e ovo. Se as pessoas recebem apenas um tipo de coisa e vendem incessantemente apenas um tipo de coisa, é claro que vão querer mais desse tipo de coisa. Mas, você pode

---

<sup>2</sup> Em fevereiro de 2020, após a conclusão deste texto, a pandemia do Covid-19 veio a interromper a continuidade das salas, desafiando a indústria a reorganizar rapidamente novas janelas de exibição. Agradeço aos editores a oportunidade de acrescentar um *Post scriptum* ao final deste ensaio, com o objetivo de refletir rapidamente sobre o impacto da pandemia em relação à exibição cinematográfica. Já que este texto seria publicado apenas no segundo semestre de 2020, sem esta consideração, seu conteúdo pareceria extemporâneo.



argumentar, eles não podem simplesmente ir para casa e assistir o que quiserem no Netflix, iTunes ou Hulu? Claro - em qualquer lugar, exceto na tela grande, onde o cineasta pretendia que sua obra fosse vista. (O GLOBO, 2019).

A batalha de um filme para chegar às telas revela uma disputa pela geografia, uma *guerra dos lugares*, nas palavras de Milton Santos (2008). Como afirma Said, "assim como nenhum de nós está fora ou além da geografia, da mesma forma nenhum de nós está totalmente ausente da luta pela geografia. Essa luta é complexa e interessante porque não se restringe a soldados e canhões, abrangendo também ideias, formas, imagens e representações" (SAID, 2001: 40). E, se a geografia revela pontos ocultos do universo cultural, certamente a relação é recíproca, pois a cultura também revela processos geográficos mundiais, regionais e locais. Pensemos em Bacurau, de Kleber Mendonça Filho. Vê-se o cinema através da geografia e a geografia através do cinema.

O presente artigo traz uma contribuição da geografia ao entendimento sobre a organização do parque exibidor brasileiro<sup>3</sup>. Dentre as categorias formadoras do pensamento geográfico, propõe-se trabalhar com a categoria de *formação socioespacial*, a partir de Milton Santos, e com o conceito de *rede urbana*, partindo de Roberto Lobato Correa. No campo da historiografia do cinema, o artigo apoia-se em Jean-Claude Bernardet e Gustavo Dahl. Para traçar um mapeamento histórico-espacial das salas de exibição na contemporaneidade, realizou-se pesquisa documental nos arquivos da Filmografia da Cinemateca Brasileira e do Observatório do Cinema e do Audiovisual da Agência Nacional do Cinema (OCA-ANCINE) e nas bases de dados do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE).

No documentário "Encontro com Milton Santos: o mundo global visto do lado de cá", de Silvio Tendler (2006), Milton Santos relata que sua opção pela geografia foi a opção pelo movimento: "Eu acho que foi a opção pelo movimento. O fato de eu ter, quando garoto, me impressionado com essas populações que mudavam de lugar, que se transportavam de um lugar pra outro, acho que isso talvez tenha me dado a

<sup>3</sup> O campo da Geografia do Cinema (*Film Geography*) tradicionalmente dedica-se à quatro temas - geopolítica, políticas culturais, globalização e indústria cultural e representações -, partindo, geralmente, da análise de um filme, ou, dos espaços fílmicos como representações da geografia (LUKINBEAL; ZIMMERMANN, 2006). Ou seja, a análise fílmica, mesmo que voltada para questões de economia e geopolítica, é mais desenvolvida do que as análises que partem da organização espacial da indústria, como propomos neste estudo. Isso se espelha no fato de a Geografia do Cinema estar mais ligada à tradição da Geografia Cultural (com autores como John Wright e David Lowenthal) do que à Geografia Econômica, Industrial ou Urbana. Há um campo de interlocução entre geografia e cinema desenvolvido no Brasil que trata da pesquisa geográfica com imagens. Parte de Wenceslau de Oliveira Jr a tentativa de delimitar este campo como *Geografias do Cinema*. Aqui, o audiovisual é encarnado como testemunho de experiências espaciais contemporâneas. Breve revisão sobre o estado da arte deste campo em formação foi realizado por Moreira (2011).



dimensão da disciplina". Diante dessa inspiração, acredita-se que não basta apresentar o quadro contemporâneo da geografia (regional e urbana) das salas brasileiras de cinema, sem apontar sua construção histórica e, também, tendências de transformação. Por isso, a opção pelo título: Telas Migrantes<sup>4</sup>.

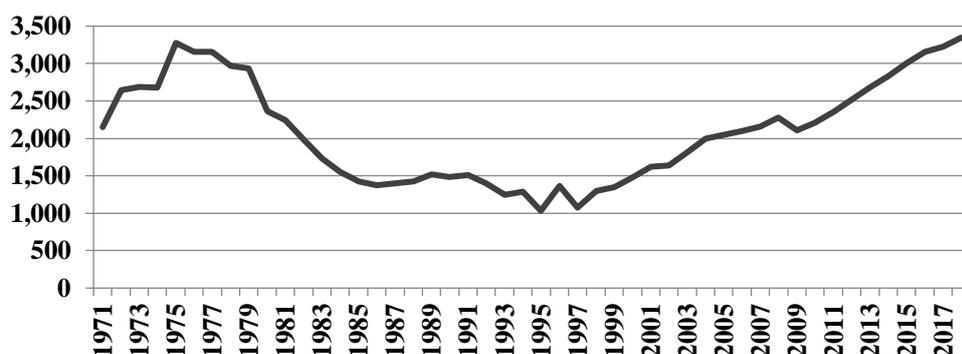
Historicamente, entre os dois momentos de ápice do número de salas de cinema no Brasil (1975 e 2018), há dois movimentos efetuados por essas telas migrantes. Um movimento em escala regional: do interior para o litoral e das cidades pequenas para as grandes. Outro movimento, em escala intra-urbana: das ruas dos centros tradicionais para os *shopping centers*. Como tendência contemporânea, identifica-se que, nos últimos anos, esse padrão vem se alterando. As salas reaparecem no interior, especialmente nas cidades médias, e também, mesmo que timidamente, nas ruas. Busca-se demarcar e explicar estes momentos ao longo dos dois principais capítulos do escrito: "Os Cinemas e Rede Urbana Brasileira" e "Os Cinemas na Escala Intra-Urbana". Ao final, elenca-se uma questão que permeia as discussões para configurar um capítulo final, "A questão do acesso", quando investiga-se a contribuição dos canais não comerciais (salas públicas, festivais e cineclubes) para a democratização dos olhares para o cinema.

### **Os cinemas e a rede urbana brasileira**

No ano de 2018 o número de salas de exibição em território nacional ultrapassou de forma inédita o recorde de 1975, fixado em 3276 salas, chegando ao número de 3347, como demonstra o Gráfico 1:

---

<sup>4</sup> Destaca-se que o artigo representa parte da análise desenvolvida no contexto da tese de doutorado da autora, intitulada "Uma geografia do cinema: bloqueios internacionais, contradições internas", defendida no ano de 2015 na Universidade Federal de Santa Catarina. Além disso, o artigo é fruto das reflexões inseridas projeto de pesquisa desenvolvido atualmente junto ao Departamento de Arquitetura e Urbanismo da Universidade do Estado de Santa Catarina, "O Corpo Espacial do Cinema: uma cartografia das antigas salas de cinema de rua de Santa Catarina".


**Gráfico 1 - Número de Salas de Exibição no Brasil de 1971 até 2018**


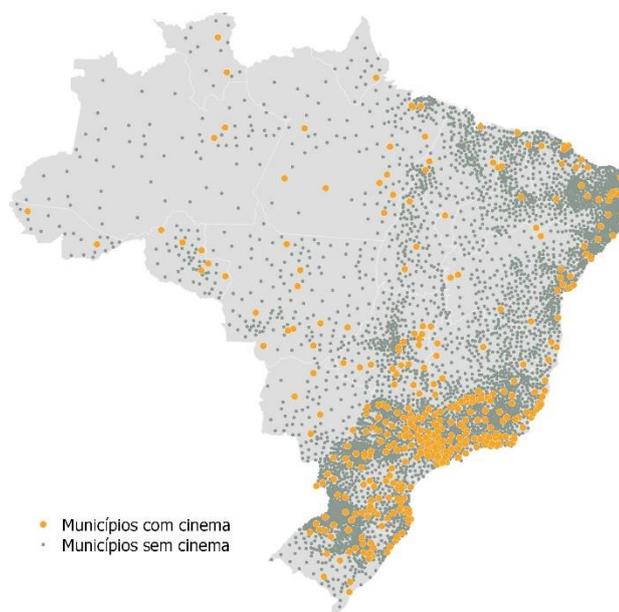
Fonte: ANCINE, 2019B. Elaborado pela autora.

Embora próximos em sua forma absoluta, estes números guardam uma diferença substancial no que diz respeito à localização destas salas na rede brasileira de cidades. Na década de 1970, 80% das salas estavam localizadas fora dos grandes centros urbanos (ANCINE, 2019D). Em 2018, as salas distribuem-se entre 416 municípios brasileiros, 7,4% do total<sup>5</sup>. Aproximadamente 57% das salas localizam-se em cidades com mais de 500 mil habitantes (ANCINE, 2019A). A distribuição geográfica das salas de cinema em território nacional pode ser observada nos Mapas 1 e 2.

<sup>5</sup> Esta porcentagem de municípios com cinema é baseada nas informações da ANCINE (2019B), e compreende dados que começaram a ser compilados na década de 1970, pela Embrafilme (Empresa Brasileira de Filme). Leva em consideração salas com programação regular de cinema, a maioria comerciais, mas também salas públicas, como as salas do Circuito Spcine da Prefeitura Municipal de São Paulo. Desde 1999, a Pesquisa de Informações Básicas Municipais (MUNIC) do IBGE investiga a ocorrência de salas de cinema nos municípios brasileiros com base na declaração dos gestores públicos. O IBGE (2015) define cinema como "estabelecimento cuja finalidade é a projeção de filmes", não especificando a questão da regularidade. De acordo com essa pesquisa, a porcentagem de municípios com sala de cinema passou de 7,2% em 1999 para 10,4% em 2014, ou seja, um número um pouco acima daquele apresentado pela ANCINE. Neste ensaio, serão consideramos os dados da ANCINE, com exceção do momento em que será comparada a ocorrência de salas de cinema com a ocorrência de shopping centers, pois a MUNIC realiza levantamento para ambos.

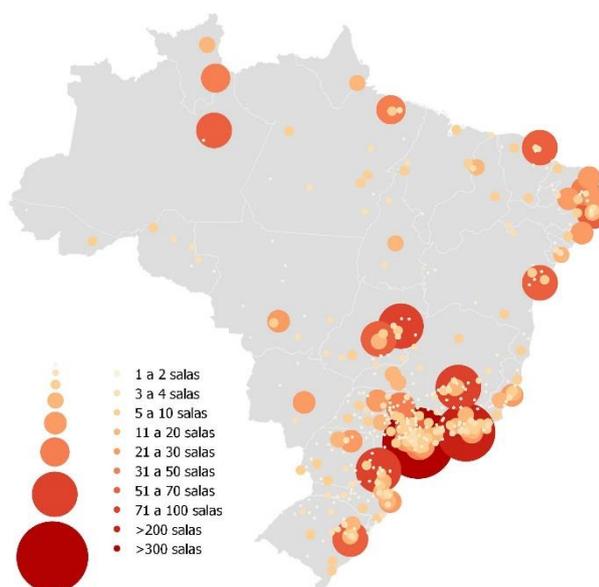


**Mapa 1 – Municípios com e sem sala de cinema regular em 2018**



Fonte: Elaborado pela autora a partir de ANCINE (2019A),  
sobre base e referência cartográfica do IBGE.

**Mapa 2 – Número de salas regulares de cinema por município em 2018.**



Fonte: Elaborado pela autora a partir de ANCINE (2019A),  
sobre base e referência cartográfica do IBGE.



Ao longo destas quatro décadas, demarcou-se o movimento das salas das cidades pequenas do interior para as grandes cidades do litoral. Do ponto de vista regional, o mapa de localização geográfica das salas acompanha o desenvolvimento e as desigualdades brasileiras. O movimento no sentido de uma concentração deu-se de oeste para leste e de norte para sul. Em 2018, quase 70% das salas de exibição localizavam-se nas regiões Sul e Sudeste e, além disso, nestas regiões estão mais bem distribuídas no território dos estados.

A organização espacial contemporânea das salas de cinema acompanha a configuração da rede urbana brasileira. As regiões Sul e Sudeste apresentam uma rede urbana mais complexa, ou seja, com maior densidade de cidades médias. Corrêa (1989) denomina este tipo de configuração territorial de “*rede urbana democrática*”; de fato, quanto mais desenvolvida a cidade, maior o número de serviços que podem ser acessados pela população. Estando a rede urbana brasileira assentada sobre nossa formação socioespacial, em última análise, o desenvolvimento do cinema brasileiro, no que concerne ao parque exibidor, passa pela questão do desenvolvimento regional e urbano. Por outro lado, Corrêa (1989) explica que a rede urbana brasileira, no geral, organizou-se historicamente de forma desigual, dendrítica e concentrada, pois apresenta fraca presença de centros intermediários e sub-regionais. Nossa rede dendrítica possui origem colonial<sup>6</sup>, e é caracterizada por poucas e grandes metrópoles em contraposição aos numerosos e pequenos centros, indicando um caráter unilateral dos fluxos e baixa divisão territorial do trabalho.

A macrocefalia urbana nasceu com o Brasil, como decorrência do monopólio administrativo, comercial e fundiário (MAMIGONIAN, 1982), mas se agravou pelas características desiguais de modernização, pois a dinâmica da hierarquia urbana acompanha o desenvolvimento econômico e as rupturas históricas da nossa formação. O capitalismo industrial também se desenvolveu desigualmente no Brasil do ponto de vista espacial, favorecendo áreas mais ricas e drenando recursos das mais pobres. A concentração espacial da produção industrial é mais consequência do que causa das desigualdades regionais brasileiras formadas em nosso processo de transição capitalista.

Não há dúvida de que a concentração urbana é necessária para o desenvolvimento do capitalismo industrial do ponto de vista de sua produtividade e da circulação. Nos países periféricos, a tendência à superconcentração urbana surge como

---

<sup>6</sup> No Brasil colonial, o espaço rural era o centro da economia. O mercantilismo monopolista português necessitava controlar apenas algumas poucas cidades litorâneas, ao mesmo tempo comerciais (exportação e importação) e administrativas (civis e militares). Enquanto o caráter exportador e dominador da colonização requeria a presença de cidades, o caráter latifundiário e escravista das relações de produção mostrou-se pouco urbanizador, segundo Mamigonian (1982).



consequência da urgência que tem o capital e o Estado de “criar unidades urbanas com certa consolidação; é a necessidade de concentrar seus recursos limitados em poucos centros primazes, em detrimento de outros componentes da formação social.” (JARAMILLO, 1986: 32). Consequentemente, as metrópoles nacionais passam a atrair um grande contingente de migrantes, o que contribui para a rápida desintegração do complexo rural. Esta é outra forma pela qual a questão agrária incide sobre a indústria cinematográfica nacional, no sentido de que o fenômeno da desintegração do complexo rural não permite a formação de um mercado nacional consistente para a exibição cinematográfica, mas apenas de poucos mercados pontuais lucrativos. Destarte, as migrações campo-cidade não revelam somente o dinamismo urbano, mas a decomposição violenta da sociedade rural.

Esta reflexão permite compreender porque as salas de cinema caem vertiginosamente de número de 1975 até 1999, justamente a partir do momento em que o país completa sua transição urbano-rural e quando nossa rede urbana começa a romper com sua configuração colonial. A rede urbana se impôs como condição para a reconfiguração da organização espacial dos cinemas brasileiros quando combinada a uma transição tecnológica pelo qual passaram as salas a partir dos anos 1980, para a qual poucos empresários brasileiros estavam preparados a se adaptar. As grandes salas dos anos 1930 chegaram aos anos 1970 obsoletas tecnicamente e seu modelo de grandes saguões e plateias de mais de 1000 lugares não resistiu à especulação imobiliária, pois já não lucravam o suficiente (BERNARDET, 2009).

Como explica Dantas (2011) este processo de concentração territorial impulsionado por demandas de modernização tecnológica é comum não apenas ao ramo cinematográfico, mas à toda indústria cultural, que periodicamente abre novas fronteiras de investimento e acumulação:

... renovando o consumo, logo os mercados materiais reais, fazendo emergir novos gigantes empresariais, criando novos perfis profissionais e novas frentes de trabalho e emprego. É claro que toda essa criação, ao mesmo tempo, também erode ou destrói velhas indústrias, empresas tradicionais que não logram se renovar, perfis profissionais já superados e respectivos postos de trabalho, inclusive suas organizações e práticas políticas, além de, muito importante, redefinir as condições da divisão internacional do trabalho, logo dos pactos de dependência e subordinação. (DANTAS, 2011: 38).

Combinada a esta transição tecnológica incompleta, a tendência à concentração foi induzida pela estratégia de distribuição das *majors*, que privilegiaram



áreas de alta renda das grandes cidades e excluíram regiões inteiras do cinema. Gustavo Dahl (1993) acrescenta:

A sala de exibição foi vítima, há cerca de uns quinze anos, de uma política predatória por parte das distribuidoras de filmes importados. Decididas a otimizar seus resultados, elegeram o topo do mercado – as melhores salas - como prioritário e desabasteceram de cópias outros 90% feito de salas de bairro, periferias, cidades pequenas e médias do interior. O resultado é que no período o país passou de quatro mil salas de exibição para mil e quatrocentas. Como tradicionalmente em qualquer país é a sala o primeiro e principal veículo do filme nacional, foram as produções brasileiras as principais prejudicadas por esta política de terra arrasada.

Esta tendência também foi acompanhada pelas distribuidoras brasileiras em virtude das dificuldades históricas de distribuição em um território tão extenso e complexo:

Num país como o Brasil, de dimensões continentais, a distribuição é uma atividade cara demais para não ser exercida em grande escala. A prova é que sucessivamente as distribuidoras que tinham uma escala nacional, Herbert Richers, Difilm, Ipanema, foram restringindo suas agências aos territórios mais rentáveis como já faziam as distribuidoras tradicionais UCB (Severiano Ribeiro) e Cinedistri (Massaini). (DAHL, 1979).

O entendimento da configuração histórica da rede urbana brasileira e dos processos de concentração induzidos pelas mudanças tecnológicas e por novas estratégias de distribuição implantadas a partir dos anos 1970, iluminam a questão da organização desigual e concentrada das salas de cinema até o final da década de 1990. O resultado prático foi a diminuição drástica do número de salas de cinema no Brasil. A partir da década de 2000, embora esta configuração se mantenha como norma, observa-se duas tendências de transformação, uma em direção às cidades médias (Tabela 1) e outra em direção ao Norte e Nordeste (Tabela 2).


**Tabela 1 - Número de salas por Porte da Cidade de 2011 a 2018**

	2011		2018		Evolução	População na faixa	População atendida	
<b>Até 20mil</b>	7	0,3%	6	0,2%	-14,3%	32.110.380	85.000	0,3%
<b>20 a 100mil</b>	233	9,9%	270	8,1%	+15,9%	57.483.998	10.138.747	17,6%
<b>100 a 500mil</b>	730	31%	1173	35%	+60,7%	53.904.350	44.109.644	81,8%
<b>mais de 500mil</b>	1382	58,8%	1889	56,7%	+37,3%	64.996.514	64.487.900	99,2%

Fonte: ANCINE, 2019A. Adaptado pela autora.

**Tabela 2 - Número de salas por Região, Complexos e Cidades com cinema de 2009 a 2018 e Relação Hab/Sala em 2018**

	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	
<b>Norte</b>	4%	4%	5%	5%	5%	5%	6%	6%	7%	7%	79mil hab/sala
	81	98	113	125	136	155	194	198	212	231	+185%
<b>Nordeste</b>	12%	12%	12%	12%	13%	14%	15%	16%	16%	16%	103mil hab/sala
	243	270	284	307	351	404	446	490	513	545	+125%
<b>Centro-oeste</b>	10%	9%	9%	8%	9%	9%	9%	9%	9%	9%	56mil hab/sala
	214	198	203	213	239	245	258	274	279	285	+33%
<b>Sudeste</b>	58%	58%	58%	57%	56%	56%	55%	55%	53%	53%	49mil hab/sala
	1220	1270	1353	1440	1497	1574	1660	1728	1718	1761	+44%
<b>Sul</b>	17%	17%	17%	17%	17%	16%	15%	15%	16%	16%	56mil hab/sala
	352	370	399	432	455	455	447	470	501	525	+49%
<b>Total</b>	2.110	2.206	2.352	2.517	2.678	2.833	3.005	3.160	3.223	3.347	62mil hab/sala
<b>Complexos</b>	647	662	686	701	721	746	742	771	782	809	
<b>Cidades com cinema</b>	-	-	392	391	392	398	388	383	396	416	

Fonte: ANCINE, 2019A; ANCINE, 2019B; ANCINE, 2019C. Elaborado pela autora.

Estudos sobre a rede urbana realizados a partir da década de 1980 atestam esta tendência. Em 2001, o IPEA publicou o estudo "Caracterização e Tendências da Rede Urbana do Brasil", em parceria com o IBGE e a UNICAMP. O estudo visou as transformações recentes de nossa rede urbana, e demonstrou que a partir dos anos



1990 houve uma diminuição dos fluxos migratórios que conferiu maior importância às metrópoles regionais, especialmente nas regiões Norte, Nordeste e Centro-Oeste, e às cidades médias. (IPEA, 2001).

No estudo "Regiões de Influência das Cidades - REGIC" publicado em 2008, o IBGE comparou dados de estudos anteriores da rede urbana brasileira (1972, 1987 e 2000) e concluiu que nestas quatro décadas a hierarquia dos centros urbanos se alterou. As metrópoles continuam fortes, mas há uma marcante emergência de centros regionais e o fortalecimento das capitais estaduais em geral, o que diminui o poder de influência das grandes metrópoles nacionais São Paulo, Rio e Brasília. É também notável a emergência de centros nas regiões Norte e Nordeste. (IBGE, 2013).

Portanto, o aumento em 80% do número de salas de cinema em cidades médias (aquelas que possuem entre 100 e 500 mil habitantes) entre os anos 2011 e 2018 e o crescimento em 125% e 185% dos parques exibidores do Nordeste e Norte brasileiro são tendências que acompanham as transformações da rede urbana nacional. Estas tendências são possibilitadas processo de digitalização de 100% das salas, que rompe com as barreiras de transporte em nosso território.

Assim como o processo de fechamento das salas de cinema de rua entre os anos 1975 e 1999, o crescimento do número de salas a partir dos anos 2000 precisa ser compreendido a partir da combinação do entendimento da rede urbana nacional com a atuação empresarial das *majors* (no ramo de exibição e distribuição) e da emergência de um novo contexto de transição tecnológica: o modelo *multiplex*.

### **Os cinemas na escala intra-urbana**

O segundo movimento abordado nessa geografia do cinema é de ordem intra-urbana, e é representado pela migração das salas das ruas das centralidades urbanas tradicionais para as novas centralidades pontuais, como âncoras de shopping-centers. A Tabela 3 demonstra que o número de salas de cinema localizadas em shopping centers no Brasil era de 89% no ano de 2018. É possível reconhecer que o crescimento do número de salas de cinema no período pós anos 2000 acompanha a expansão dos shopping centers pelo território nacional. A expansão das redes de shoppings também é marcada pela descentralização das capitais em direção ao interior.

**Tabela 3 – Localização de funcionamento das salas de cinema no Brasil em 2018**

Localização	Salas por ano								Participação 2018	Evolução 2011 a 2018
	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018		
<b>Shopping</b>	2002	2177	2343	2488	2699	2809	2879	2974	88,9%	+48,6%
<b>Rua</b>	350	340	335	345	306	351	344	373	11,1%	+7%
<b>Total</b>	2352	2517	2678	2833	3005	3160	3223	3347	100%	+37%

Fonte: ANCINE, 2019A. Adaptado pela autora.

A partir dos anos 1990 ocorre a entrada de grandes empresas estrangeiras no segmento de exibição no Brasil<sup>7</sup>. Estas introduzem em nossa realidade o conceito de multiplex: “caracterizado pela reunião de várias salas sob uma mesma unidade arquitetônica, invariavelmente associada a grandes empreendimentos comerciais (shoppings centers), e com grande oferta de blockbusters”. (ANCINE, 2011: 34). O conceito de multiplex vem embutido de “incentivos especiais” para resgatar o público do cinema: conforto, segurança, serviços, tecnologia. O público encantou-se com estes novos atributos, que o hipnotizam mais do que o próprio filme.

Além do fato de o multiplex representar um ponto de venda especial para o cinema das majors, outro ponto importante deste conceito é a questão da exploração do filme como produto, do filme-evento ou filme-espetáculo (ALMEIDA; BUTCHER, 2003). “Esse conjunto de ofertas mudou bastante o hábito do público de cinema. Antes do multiplex, o único atrativo do espectador era o próprio filme. Depois dele passou a ser, sobretudo, o próprio espaço”. (ALMEIDA; BUTCHER, 2003: 65). As questões técnicas (desde os efeitos especiais do filme, até o conforto das poltronas do cinema) vêm se sobrepondo a todas as outras possíveis qualidades de um filme. Desta forma, a apreciação destas técnicas torna-se o motivo preponderante para frequentar uma sala de cinema ou ver um filme. Retornamos aqui à crítica de Scorsese aos filmes de franquias como a Marvel.

Apesar desta correlação entre a expansão dos shoppings e dos cinemas, a pesquisa MUNIC do IBGE traz um dado no mínimo curioso (Tabela 4). Questionando as administrações municipais sobre a existência de equipamentos culturais no município, o total de municípios que apontou a presença de shopping-centers foi de 372 na pesquisa de 2006, 372 quando pesquisado em 2014 e, finalmente, 339 em 2018. Já em relação

<sup>7</sup> A entrada do exibidor estrangeiro no Brasil respondeu à uma necessidade de expansão do público de cinema das majors. Em 1986, segundo dados da MPAA<sup>7</sup> (apud ALMEIDA; BUTCHER, 2003), a receita estrangeira de Hollywood era de 25%, e, em 1998, esta receita passou a representar 55%. “Com um mercado interno já saturado e sem chances de crescimento, não havia outra saída que não o alto investimento no mercado externo”. (ALMEIDA; BUTCHER, 2003, p. 62). O primeiro a adentrar nosso território foi o Cinemark, que chegou a ter no Brasil seu maior parque exibidor fora dos EUA (GATTI, 2005).



a cinema, os números foram respectivamente 482, 582 e 555 nas mesmas pesquisas. Isto é, a pesquisa está apontando que o número de municípios com shopping vem diminuindo e que a presença de salas de cinema é mais importante que a presença de shopping nos municípios brasileiros.

Quando estratificamos a ocorrência de shoppings pelo porte dos municípios, os dados são reveladores. O número de cidades com até 50 mil habitantes que abrigavam shopping caiu de 115 em 2006 para 49 em 2018. Os shoppings estavam presentes em 93 cidades com população entre 50 e 100 mil habitantes em 2006, número que caiu para 67 em 2018. Por outro lado, a presença de shoppings vem aumentando nas cidades com mais de 500 mil habitantes (presente em 36 cidades em 2006 e 45 em 2018) e, substancialmente, nas cidades médias, aquelas que compreendem a faixa de 100 a 500 mil habitantes (presente em 147 em 2006 e 178 em 2018), que são justamente as cidades em que as salas de cinema mais crescem, também segundo os dados da MUNIC, que demonstrou a ocorrência de cinemas em 161 das cidades desta faixa em 2006 e 216 em 2018.

**Tabela 4 – Existência de aparelho cultural segundo a MUNIC 2006, 2014 e 2018**

	2018		2014		2006	
	Cinema	Shopping centers	Cinema	Shopping centers	Cinema	Shopping centers
<b>Brasil</b>	<b>555</b>	<b>339</b>	<b>582</b>	<b>372</b>	<b>482</b>	<b>391</b>
<b>Até 50 mil</b>	159	49	242	82	157	115
<b>De 50 001 a 100 000</b>	136	67	111	77	128	93
<b>De 100 001 a 500 000</b>	216	178	191	175	161	147
<b>Mais de 500 000</b>	44	45	38	38	36	36
<b>Norte</b>	<b>41</b>	<b>20</b>	<b>33</b>	<b>17</b>	<b>25</b>	<b>15</b>
<b>Nordeste</b>	<b>110</b>	<b>70</b>	<b>106</b>	<b>75</b>	<b>60</b>	<b>75</b>
<b>Sudeste</b>	<b>254</b>	<b>157</b>	<b>296</b>	<b>179</b>	<b>268</b>	<b>186</b>
<b>Sul</b>	<b>110</b>	<b>65</b>	<b>105</b>	<b>75</b>	<b>97</b>	<b>89</b>
<b>Centro-Oeste</b>	<b>40</b>	<b>27</b>	<b>42</b>	<b>26</b>	<b>32</b>	<b>26</b>

Fonte: IBGE, 2019. Elaborado pela autora.

Regionalmente, os shoppings e as salas de cinema se mantêm estáveis no Centro-Oeste. Os shoppings apresentam redução numérica no Sul (89 municípios em 2006 e 65 municípios em 2018) e leve crescimento das salas de cinema na mesma região (97 em 2006 e 110 em 2018). O Sudeste apresentava shopping em 186 cidades em 2006 e em 157 cidades em 2018. Quanto às salas de cinema, a região apresentou em 268 cidades em 2006 e 254 em 2018. A região Nordeste apresentou 75 cidades com shopping e 60 cidades com cinema em 2006 e 70 cidades com shopping e 110 cidades



com cinemas em 2018. Tanto os shoppings quanto as salas de cinema cresceram consideravelmente na região Norte segundo a MUNIC. A região Norte apresentou 15 cidades com shopping e 25 cidades com cinema em 2006 e 20 cidades com shopping e 41 cidades com cinema em 2018.

Os dados da MUNIC apontam para dois lados. Primeiro, comprovam que o crescimento das salas de cinema passa pelo desenvolvimento do extrato médio da rede urbana nacional. É aqui que se concentra o crescimento substancial das salas. Em segundo lugar, apontam que nem toda sala de cinema nova ou reaberta está localizada em shopping centers. Aqui tem lugar a reabertura de salas de rua e, também, a existência de multiplex fora de shoppings, nas ruas.

Em 2018, 33 novos complexos foram inaugurados e 8 foram reabertos (ANCINE, 2019A). Dos novos complexos, 20 se estabeleceram no formato multiplex em shopping centers, 3 multiplex de rua e 3 cinemas de rua. Dos reabertos, um representa um multiplex de rua e 7 são salas tradicionais de rua. O formato multiplex de shopping é predominantemente escolha das exibidoras internacionais (Cinépolis) e das grandes exibidoras nacionais (Cinesystem, Araújo, Certerplex) e regionais (Gracher, Multicine). O formato de rua, tanto o clássico quanto o multiplex é obra de grupos exibidores menores ou independentes. A análise de um ano traz à tona a questão da diversidade de formas de implantação das salas, como no caso do estado de Santa Catarina. O grupo exibidor catarinense Gracher, que iniciou as atividades com cinemas de rua em 1915, na cidade de Brusque, neste ano inaugurou 4 complexos de 3 e 4 salas juntos à estrutura de uma grande loja de departamentos local. Nesse estado, há também cinemas que se instalam em grandes supermercados. O grupo Gracher, bem como o Arcoplex, são exemplares catarinenses de empresas que ingressaram há muitas décadas no ramo exibidor, com salas de rua, conseguiram passar por todas as transições tecnológicas, e hoje formam redes estaduais e regionais de exibição. Outra questão interessante é perceber que o cinema de rua não se resume à clássica sala dos anos 1930 ou 1950. Há novos cinemas sendo inaugurados nas ruas, alguns deles no formato multiplex.

Por fim, cabe refletir que, em termos de urbanidade, faz diferença, para a cidade, ter um cinema de shopping ou de rua. Com o fechamento das salas de rua, os centros tradicionais das cidades perderam movimento noturno e viram enfraquecer seu caráter de lugar de encontro e sociabilidade urbana. A existência de salas de cinema de rua encontra sentido na configuração social da cidade moderna brasileira típica da primeira metade do século XX, quando as ruas ainda se apresentavam como espaços de encontro. O esgotamento do modelo de salas de rua tem um viés social. Este modelo vai ao encontro de uma das grandes fantasias da primeira fase da modernidade: a rua.



Os investimentos urbanos nas cidades brasileiras, especialmente na segunda metade do século XX, foram destinados à autopistas, estreitamente ligadas à outras estruturas, como os shopping centers, para onde os cinemas migraram.

### **A questão do acesso**

Permeando os estudos sobre a organização geográfica das salas de cinema está a questão do acesso. As salas estão se multiplicando, adentrando as cidades médias, o Nordeste, mas, afinal, o cinema está mais acessível? Analisando-se a sala de cinema comercial como única forma de acesso ao cinema, as conclusões não seriam as melhores. Apesar do número de salas próximo, entre os anos de 1975 e 2018 a população brasileira aumentou em mais de 100 milhões de pessoas e, com isso, a relação habitante por salas duplicou. Em 1975 havia uma sala para cada 32,7 mil habitantes. Em 2018, temos uma sala para 62,3 mil habitantes<sup>8</sup>. Segundo análise da ANCINE (2012), em relação aos estados, há uma correlação expressiva entre o número de habitantes por sala e o índice de frequência ao cinema.

O lugar que o brasileiro ocupa na rede urbana define a possibilidade de acesso ao cinema, mas existe outro fator determinante: a classe social. Segundo o Sistema de Informações e Indicadores Culturais, lançado pelo IBGE em 2003, os gastos com cultura das famílias brasileiras crescem percentualmente acompanhando o rendimento e o grau de escolaridade familiar. Ainda, segundo pesquisa do Ministério da Cultura (BRASIL, 2010), a frequência ao cinema no ano de 2010 de pessoa com pós-graduação é de 45%, enquanto para os que possuem apenas o 1º grau completo é de 4%.

Acompanhando estes números que relacionam renda familiar, escolaridade e gastos com cultura, pode-se inferir que frequentar o cinema é uma prática elitizada no Brasil contemporâneo. E, diante do quadro de segregação socioespacial presente em nossas cidades, observa-se que o acesso à cultura também está intra-urbanamente localizado de forma desigual.

Os dados nos fazem refletir que, mesmo acreditando que o gosto é em grande medida uma questão de acesso, a simples existência de uma sala de exibição na cidade não garante, por si só, o acesso de toda população ao cinema. Em São Paulo, por exemplo, a cidade brasileira com a maior concentração de salas de exibição, o público é segmentado e o acesso dificultado pelos problemas de mobilidade enfrentados pela capital. Nesta cidade, grande parte dos equipamentos de cultura e o sistema de transporte mais bem estruturado estão localizados no centro expandido (região entre os

---

<sup>8</sup> Consideramos a estimativa da população de 1975, 107,1 milhões, e a contagem da população de 2018, 208,5 milhões, ambas levantadas pelo IBGE.



rios Pinheiros e Tietê) que é também a região que concentra a população de maior renda (BOTELHO, 2009). As salas públicas do circuito Spcine, instaladas nas periferias, buscam subverter esta ordem.

Segundo Botelho (2009), um dos grandes desafios das políticas de democratização da cultura emergentes nas prefeituras brasileiras é superar este entendimento reducionista de que bastaria um “encontro mágico”, físico, entre a obra e o público para que este seja conquistado. Esta interpretação ignora “o contexto sociológico e as barreiras simbólicas que envolvem as práticas de natureza artística e cultural, além do peso das variáveis sociodemográficas, como o nível de educação, profissão e localização domiciliar.” (BOTELHO, 2009: 150).

Se para elevarem-se ao padrão tecnológico imposto internacionalmente as salas concentraram-se em espaços eleitos, desde 1990 o valor dos ingressos também passou a corresponder à exclusividade do público. Foi nesta época que se iniciou o processo de elitização que mudou radicalmente o perfil do espectador de cinema no Brasil”. (ALMEIDA; BUTCHER, 2003: 55). Em 2001, o preço médio do ingresso estava fixado em R\$ 5,50 e, em 2018, atingiu R\$ 14,96 (FILME B, 2019).

Entretanto, mesmo constatando que os frequentadores habituais das salas de cinema são as classes A e B (BOTELHO, 2009), observa-se que as classes populares buscam seu acesso à esta arte por outros meios, através de pontos alternativos e gratuitos de exibição.

A MUNIC 2018 questionou aos gestores municipais sobre a existência de programa ou ação, desenvolvidos pela gestão municipal, para implantação, reforma ou modernização de equipamento cultural nos últimos 12 meses (Tabela 5). Dos 5570 municípios brasileiros, 3312 indicaram estar implantando, reformando ou modernizando equipamentos, dentre os quais, 313 mencionaram cinemas<sup>9</sup>. Trata-se de cinemas públicos. Destes, 231 municípios apresentam população de até 50 mil habitantes (73,8%); 46 municípios apresentam população de 50 mil a 100 mil habitantes (14,7%); 31 apresentam população de 100 mil a 500 mil habitantes (9,9%) e; 5 apresentam população de mais de 500 mil habitantes (1,6%). Dos 313, 26 estão localizados na região Norte (8,3%); 84 no Nordeste (26,8%); 128 no Sudeste (40,8%); 54 no Sul (17,2%) e; 21 no Centro-Oeste (6,8%).

<sup>9</sup> 747 municípios mencionaram estar implantando, reformando ou modernizando museus; 2053: biblioteca; 284; biblioteca comunitária; 595: teatro; 1075: centro cultural e; 326: arquivo público.



**Tabela 5 – Existência de programa ou ação, desenvolvidos pela gestão municipal, para implantação, reforma ou modernização de equipamento cultural (cinema) nos últimos 12 meses, segundo a MUNIC 2018**

	Total	Declarantes	% sobre total	% sobre declarantes
Municípios Brasileiros	<b>5 570</b>	<b>313</b>	6%	
<b>Até 50 000</b>	4 904	231	5%	74%
<b>De 50 001 a 100 000</b>	349	46	13%	15%
<b>De 100 001 a 500 000</b>	271	31	11%	10%
<b>Mais de 500 000</b>	46	5	11%	2%
Norte	<b>450</b>	<b>26</b>	6%	8%
Nordeste	<b>1 794</b>	<b>84</b>	5%	27%
Sudeste	<b>1 668</b>	<b>128</b>	8%	41%
Sul	<b>1 191</b>	<b>54</b>	5%	17%
Centro-Oeste	<b>467</b>	<b>21</b>	4%	7%

Fonte: IBGE, 2019. Elaborado pela autora.

Já a MUNIC 2014, questionou sobre a promoção e/ou apoio de iniciativas culturais por parte do município (Tabela 6). Dentre essas iniciativas estavam "festivais ou mostras de cinema e vídeo" e "atividades cineclubistas". Quanto aos festivais, 1246 apontaram que promovem ou apoiam. O maior número de municípios respondentes positivamente apresenta até 50 mil habitantes (964). Quanto aos cineclubes, 713 municípios apontaram que promovem ou apoiam um, e, deste total, 523 são municípios até 50 mil habitantes.

**Tabela 6 – Municípios com promoção ou apoio de festivais ou mostras de cinema/vídeo e/ou atividades cineclubistas**

		Festivais ou mostras de cinema/vídeo			Atividades cineclubistas		
		Total	Promove	Apoia	Total	Promove	Apoia
Brasil	<b>5 570</b>	<b>1 246</b>	<b>861</b>	<b>644</b>	<b>713</b>	<b>539</b>	<b>257</b>
<b>Até 50 mil</b>	4922	964	672	494	523	393	194
<b>De 50 001 a 100 000</b>	348	131	87	61	83	68	22
<b>De 100 001 a 500 000</b>	261	121	86	65	85	66	27
<b>Mais de 500 000</b>	39	30	16	24	22	12	14
Norte	<b>450</b>	<b>103</b>	<b>75</b>	<b>61</b>	<b>41</b>	<b>28</b>	<b>23</b>
Nordeste	<b>1 794</b>	<b>391</b>	<b>229</b>	<b>249</b>	<b>230</b>	<b>151</b>	<b>109</b>
Sudeste	<b>1 668</b>	<b>389</b>	<b>288</b>	<b>170</b>	<b>271</b>	<b>227</b>	<b>68</b>
Sul	<b>1 191</b>	<b>256</b>	<b>199</b>	<b>100</b>	<b>129</b>	<b>103</b>	<b>37</b>
Centro-Oeste	<b>467</b>	<b>107</b>	<b>70</b>	<b>64</b>	<b>42</b>	<b>30</b>	<b>20</b>

Fonte: IBGE, 2019. Elaborado pela autora.



Na busca por uma dimensão do papel que os canais alternativos vêm desempenhando para a democratização do acesso da população ao cinema, percebe-se que eles estão chegando onde as salas comerciais estão ausentes.

### Considerações finais

A título de considerações finais, cabe revisitar e sintetizar o cerne do argumento deste escrito. As salas de cinema chegaram aos anos 1970 numerosas e bem distribuídas pelo território nacional, ocupando as ruas dos municípios brasileiros, desde as pequenas cidades do interior até as grandes metrópoles litorâneas. Após atingir o número de 3276 unidades, em 1975, as salas, construídas nas décadas de 1930, 40 e 50, passaram a sentir o peso da obsolescência. Ao mesmo tempo, ocorreu uma mudança estratégica na atuação das distribuidoras das *major*s, que concentraram a distribuição dos títulos em territórios mais rentáveis: nossas poucas capitais nacionais. Diminuindo em número, as salas chegam aos anos 1990 concentradas, confirmando a configuração desigual de nossa rede urbana. Os anos 2000 marcam um novo ponto de inflexão. As salas aumentam de número, até atingir novo recorde em 2018, 3347 unidades. O crescimento não se dá no espaço urbano das ruas, mas nos shopping centers que se instalam primeiramente nas grandes capitais e, especialmente a partir de 2010, se espalham pelas cidades médias. As salas, hoje totalmente digitalizadas e organizadas em complexos multiplex, desenham novamente a rede urbana nacional, que também se complexifica a partir do final do século XX, apresentando crescimento superior no extrato das cidades médias. Timidamente, algumas salas também são reinauguradas nas nossas calçadas. Combinando aspectos sociais e tecnológicos, a organização espacial das salas de cinema relaciona-se dialeticamente com nossa rede urbana, algumas vezes a confirmando e, em outras, a desafiando.

A sala de cinema consiste em um espaço para a articulação democrática entre a realidade local e os elementos universais como formadores da cultura. Nesta arena, nós, geógrafos, precisamos nos posicionar como pensadores também da cultura, pois, quando se trata de sua democratização, o componente territorial apresenta-se como uma das problemáticas principais. Ao mesmo tempo, não se deve concentrar todas as apostas na sala de cinema como forma de democratização desta arte. Observando-se a programação das salas, percebe-se que o que é exibido reproduz o olhar dominante. A questão é, justamente, a democratização do olhar, que pode ser conquistada através do investimento em formas não comerciais (festivais, cineclubes), ocupando espaços de exibição que vão das salas de aula aos muros da cidade.



### ***Post scriptum***

O fato de que, provavelmente, no momento de publicação deste ensaio, todas as nossas salas de cinema brasileiras estarão fechadas torna este epílogo necessário. Estas estruturas, por suas plateias com potencial de aglomerar centenas de pessoas, foram um dos primeiros serviços a serem fechados no Brasil em março de 2020, quando foi reconhecida a emergência da situação de pandemia do Covid-19. No momento em que a realidade copia e supera as ficções mais distópicas já projetadas em uma tela, as salas foram apagadas e silenciadas. Mas não o cinema. As formas de exibição cinematográfica foram rapidamente reorganizadas, algumas até reanimadas, como prova de que esta arte ainda encontra espaço na urgência de nossas vidas.

Um primeiro movimento decorrente dessa condição e da necessidade de isolamento social conduziu para o óbvio fortalecimento do streaming. O número de assinantes da Netflix cresceu consideravelmente. Foram quase 16 milhões de novas assinaturas no primeiro trimestre de 2020, superando a meta de 7 milhões da empresa. Entre os meses de março e abril, produtoras também disponibilizaram temporariamente seus títulos para que os espectadores pudessem assisti-los gratuitamente, como foi o caso da Casa de Cinema de Porto Alegre. Salas também estrearam seus canais de exibição on-line, a exemplo do Petra Belas Artes *À La Carte*.

Outro movimento, talvez o mais interessante, foi o de extravasamento do cinema para fora das pequenas telas dos computadores, televisores e até dos smartphones, através dos quais hoje os filmes também são assistidos. Acompanhamos inúmeras projeções em paredes, desde videografias com manifestações, como as do Projetemos, até projeções de filmes entre vizinhos, como as do Cine Janela, em Salvador. O cinema escapou da quarentena para encontrar com a cidade.



Figura 1 – Videografia do coletivo Projetemos, no bairro Botafogo (Rio de Janeiro)

Fonte: <<https://vejario.abril.com.br/cidade/projecoes-fachadas-predios-rio/>>. Acesso em 10/06/2020.

Mais recentemente, por volta dos meses de maio e junho, vivenciamos o retorno inusitado dos Cine *Drive-ins* ocupando estacionamentos de *shopping centers* ou espaços antes utilizados para apresentações musicais. Interessante seria, também, se este tipo de exibição se desvinculasse da cultura do automóvel, e ambulantes voltassem a projetar ao ar livre pelos recantos do Brasil.

Mas, e quanto às salas? Nos países em que na passagem do mês de maio para junho foi iniciada uma saída progressiva da quarentena de forma segura, como Alemanha e França, as salas voltaram a funcionar com público reduzido. Em algumas delas, cadeiras foram retiradas para garantir o distanciamento social. Ainda é difícil perceber como isso ocorrerá no Brasil, já que no mesmo momento em que a pandemia atinge seu pico, com o número assustador de 1,5 mil mortes por dia, é promovida uma



reabertura suicida (ou homicida) e as pessoas aglomeram-se em ônibus, *shoppings* e praias, ilusoriamente protegidas pelo figurino de uma máscara mal colocada.

É provável que no próximo ano, possamos redesenhar este mapa de localização das salas regulares de cinema. E é provável, também, que tenhamos que retrilhar o caminho percorrido da década de 1990 até aqui para reconquistar territórios de exibição.

Desta pandemia ficam muitas lições para a exibição cinematográfica. A tela grande ainda traz o efeito de sonho. O espaço de exibição é importante. Precisamos sonhar e (em) nos encontrar.



Figura 2 – Sala de cinema de 1952, no Recife.

Fonte: <<https://www.diariodepernambuco.com.br/noticia/viver/2020/03/com-sessoes-suspensas-cinema-sao-luiz-troca-letreiros-cuidem-se.html>>. Acesso em 10/06/2020.

### Referências bibliográficas

ALMEIDA, Paulo Sérgio; BUTCHER, Pedro. *Cinema: desenvolvimento e mercado*. Rio de Janeiro: Aeroplano, 2003.

ANCINE. *Salas de Exibição: Mapeamento*. Rio de Janeiro, 2011. Disponível em: <[www.ancine.gov.br](http://www.ancine.gov.br)>. Acesso em: 10 dez. 2011.

\_\_\_\_\_. *Informe de acompanhamento do mercado: Exibição – Resultados de 2011*. Rio de Janeiro, 2012.

\_\_\_\_\_. *Salas de exibição - 2018. 2019A*. Disponível em: <[https://oca.ancine.gov.br/sites/default/files/repositorio/pdf/informe\\_salas\\_de\\_exibicao\\_2018.pdf](https://oca.ancine.gov.br/sites/default/files/repositorio/pdf/informe_salas_de_exibicao_2018.pdf)>. Acesso em: 25 nov. 2019.



\_\_\_\_\_. *Evolução das Salas de Exibição - 1971 a 2018*. 2019B. Disponível em: <<https://oca.ancine.gov.br/sites/default/files/repositorio/pdf/2301.pdf>>. Acesso em: 25 nov. 2019.

\_\_\_\_\_. *Quantidade de Salas por UF - 2007 a 2018*. 2019C. Disponível em: <<https://oca.ancine.gov.br/sites/default/files/repositorio/pdf/2306.pdf>>. Acesso em: 25 nov. 2019.

\_\_\_\_\_. *Cinema perto de você*. 2019D. Disponível em: <<https://cinemapertodevoce.ancine.gov.br/node/1>>. Acesso em 1 dez. 2019.

BERNARDET, Jean-Claude. *Cinema brasileiro: proposta para uma história*. São Paulo: Companhia das Letras, 2009.

BOTELHO, Isaura. "As práticas do audiovisual na Região Metropolitana de São Paulo". In: MELEIRO, Alessandra (Org.). *Cinema e Economia Política*. São Paulo: Escrituras, 2009.

BRASIL. MINISTÉRIO DA CULTURA. *Cultura em números: anuário de estatísticas culturais - 2ª edição*. Brasília: MinC, 2010.

CORREA, Roberto Lobato. *Rede urbana*. São Paulo: Ática, 1989.

DAHL, Gustavo. *O cinema e os vícios do sistema (1993)*. Arquivo Gustavo Dahl, Cinemateca Brasileira. Acesso em: fevereiro de 2012.

\_\_\_\_\_. *Situação da Distribuidora Embrafilme (1979)*. Arquivo Gustavo Dahl, Cinemateca Brasileira. Acesso em: fevereiro de 2012.

DANTAS, Marcos. "O espetáculo do crescimento: a indústria cultural como novo motor de desenvolvimento na atual fase do capitalismo mundial". In: BRASIL. Presidência da República. Secretaria de Assuntos Estratégicos. *Produção de conteúdo nacional para mídias digitais*. Brasília, 2011. Disponível em: <[www.sae.gov.br](http://www.sae.gov.br)>. Acesso em: 15 dez. 2012.

FILME B. *Evolução do mercado*. 2019. Disponível em: <<http://www.filmeb.com.br/estatisticas/evolucao-do-mercado>>. Acesso em: 28 nov. 2019.

GATTI, André Piero. *Distribuição e exibição na indústria cinematográfica brasileira (1993 - 2003)*. Tese de Doutorado. Instituto de Artes da UNICAMP. Campinas - SP, 2005.

IBGE. *IBGE mostra a nova dinâmica da rede urbana*. 2013. Disponível em: <<https://agenciadenoticias.ibge.gov.br/agencia-sala-de-imprensa/2013-agencia-de-noticias/releases/13558-asi-ibge-mostra-a-nova-dinamica-da-rede-urbana-brasileira>>. Acesso em: 30 nov. 2019.

\_\_\_\_\_. *Perfil dos estados e municípios brasileiros: cultura [2014]*. Rio de Janeiro: IBGE, 2015. Disponível em: <<https://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/livros/liv95013.pdf>>. Acesso em: 29 nov. 2019.



\_\_\_\_\_. Pesquisa de Informações básicas municipais - MUNIC. 2019. Disponível em: < <https://www.ibge.gov.br/estatisticas/sociais/saude/10586-pesquisa-de-informacoes-basicas-municipais.html?=&t=o-que-e>>. Acesso em: 27 nov. 2019.

IPEA. Caracterização e tendências da rede urbana do Brasil: configurações atuais e tendências da rede urbana / IPEA, IBGE, UNICAMP. Brasília : IPEA, 2001. Disponível em: < [http://www.ipea.gov.br/portal/index.php?option=com\\_content&view=article&id=18261](http://www.ipea.gov.br/portal/index.php?option=com_content&view=article&id=18261)>. Acesso em: 30 out. 2019.

JARAMILLO, Samuel. "Crise dos meios de consumo coletivo urbano e capitalismo periférico". In: Espaço e Debates, nº 18, 1986 (p. 19-39).

LUKINBEAL, Chris; ZIMMERMANN, Stefan. *Film Geography: a new subfield*. Erdkunde, n. 60, 2006.

MAMIGONIAN, Armen. "Notas sobre a geografia urbana brasileira". In: Santos, Milton (org): *Novos rumos da geografia brasileira*. Editora Hucitec. São Paulo, 1982.

MOREIRA, Tiago de Almeida. *Geografia e Cinema no Brasil – revisão bibliográfica*. 2011. Disponível em: <http://blogbahianarede.wordpress.com/2011/11/14/geografia-e-cinema-no-brasil-revisao-bibliografica/>. Acesso em: 20 nov. 2019.

O GLOBO. Scorsese: não há arte nem risco nos filmes de franquias. 07/11/2019. Disponível em: <<https://oglobo.globo.com/cultura/scorsese-nao-ha-arte-nem-risco-nos-filmes-de-franquias-24063933>>. Acesso em 01 dez. 2019. [Publicação original: Martin Scorsese: I said Marvel Movies aren't cinema. Let me explain. 04/11/2019. Disponível em: <<https://www.nytimes.com/2019/11/04/opinion/martin-scorsese-marvel.html>>].

SAID, Edward. *Cultura e imperialismo*. São Paulo: Companhia das Letras, 2011.

SANTOS, Milton. *A natureza do espaço: técnica e tempo, razão e emoção*. São Paulo: EdUSP, 2008.