

CINEMA COMO ESPAÇOS DE CULTO:

ANÁLISE DE UMA SALA DE CINEMA A PARTIR DA SOCIOSSEMIÓTICA

Marcos Kahtalian¹

RESUMO

O presente artigo objetiva analisar as salas de cinema a partir dos pressupostos teóricos da sociossemiótica, especialmente com o concurso das teorias dos regimes de sentido e de interação conforme definidos por Eric Landowski (2014). Para este fim será realizada de forma detalhada a análise semiótica do espaço de uma sala de cinema específica no Rio de Janeiro, através da disposição arquitetural do espaço. O artigo avaliou este espaço de exibição como paradigmático da situação que se pretende analisar, isto é, salas de cinema como espaços de culto cinéfilo. A discussão será precedida por apontamentos contextuais em que se relatará a significância desta análise em um momento em que a própria natureza e exibição do cinema vem sendo questionadas no formato tradicional.

PALAVRAS-CHAVE

Sala de Cinema. Cinema. Sociossemiótica.

1 INTRODUÇÃO: O FIM DAS SALAS DE CINEMA E A ONTOLOGIA DO CINEMA

A definição de uma especificidade do cinema como linguagem artística e fenômeno cultural vem sendo (re)elaborada quase constantemente desde o nascimento do cinematógrafo, pela primeira vez exibido em público em Paris, como aponta a crônica em 28 de dezembro de 1895, no salão do Grand Café (MASCARELLO, 2006). A partir daí e do estabelecimento de sua difusão mundial, teóricos os mais diversos esforçaram-se por determinar o que seria o específico fílmico, isso é, o que caracterizaria esse fenômeno: seja a montagem, seja a impressão de realidade que o condenaria a reproduzir o real, para ficar apenas nas visadas mais citadas. O fato é que, como apontam diversos pesquisadores, entre

¹ Formado em Comunicação Social pela UFF – 1992. Mestre em Multimeios pela Unicamp – 2001. Doutorando em Comunicação e Semiótica PUC-SP – 2019

eles Fernão Ramos (2016), a cada nova instância tecnológica que o cinema incorporava (por exemplo, o som, a cor, os formatos longos, o digital) fazia-se necessária uma revisão de seus pressupostos ontológicos. E o mesmo ocorreu também quando se questionou o fato da sala de cinema como local único de exibição, fazendo-se comum que a partir dos anos 1970 fosse cultivada a ideia de cinema expandido (YOUNGBLOOD, 1970). Sim, o cinema saía das salas, mas era aquilo, cinema fora das salas, o que ainda se entendia como cinema?

Se em 1970, esse conceito de cinema expandido estava mais restrito às artes plásticas, o mesmo não se pode dizer do momento atual. De certa maneira, com o esgarçamento cada vez maior do audiovisual em multiplataformas, com a digitalização onipresente e o consumo mais intenso do audiovisual fora das salas de cinema, a questão ontológica voltou a tornar-se tema de pesquisa, e podem ser citados, como exemplo dessa redefinição ontológica, dois títulos que por si só apontam para certa melancólica avaliação: *Que reste-t-il du cinéma* – de Jacques Aumont, (2012), que reflete o cenário do filme diante da imposição cada vez maior da imagem digital e do consumo de filmes pela web, mas também ao livro de André Gaudreault e Philippe Marion (2016) , *O fim do cinema, uma mídia em crise na era digital* que explicitamente tematiza os eternos vaticínios da morte do cinema, pela assunção ou desenvolvimento de uma nova tecnologia. No presente momento, o que tem sido colocado como questão crítica a uma redefinição da ontologia do cinema é se o fato de ver filmes fora do cinema, filmes que sequer passam ou passarão nos cinemas (e se haverá ainda salas de cinema) pode ser considerado como cinema ou seria uma experiência audiovisual de outro tipo.

Contudo, parafraseando Mark Twain, vale comentar o seguinte: as notícias da morte da sala de cinema têm sido algo exageradas. Embora seja verdadeiro e documentado o fechamento de salas de rua, sobretudo premidas pelos aluguéis caros e pelos riscos e custos de insegurança associados a localidades específicas, é também verdadeiro que cresce o número de salas em Shopping Center; bem como grandes grupos empresariais e fundações passam a explorar circuitos alternativos de exibição, como os cinemas associados ao Banco

Itaú, Net, IMS, entre outros. O parque exibidor brasileiro cresce em média 4% ao ano desde 2011 e desde 2014, 5% em volume de ingressos vendidos.²

Esta permanência das salas, a despeito da grande comodidade das plataformas de exibição (e de seus custos muito mais acessíveis) sugere uma reflexão sobretudo a partir da lógica de experiência vivida por seus participantes como apontada pela sociosssemiótica. Como escreve Landowski, “a sociosssemiótica se propõe como uma teoria da produção e apreensão do sentido em ato” (LANDOWSKI, 2014, p.12) e por isso, as salas de cinema com sua permanência podem suscitar uma análise que busque os elementos de valoração da experiência, para além da análise de recepção das obras.

Não é incomum, como bem documentado pela literatura (FERRAZ, 2012), a forte relação de proximidade, a relação, pode-se dizer, de afetos construídos de um público com seus cinemas de frequência; vale mais ainda afirmar, com cinemas com que se identifica e que costumam passar programações de caráter cultural. Nesse sentido, acreditamos que uma avaliação sociosssemiótica, pela lógica do sensível, possa ser útil para compreensão não apenas das questões ontológicas aqui referidas, mas, mais além, das questões de fundo, que envolvem os usos e práticas de espaços sociais de cultura, como enunciadores qualificados de discursos culturais. A hipótese que se pretende é que, muito possivelmente, espaços de cinema associados aos circuitos de cinema de arte podem ser compreendidos como espaços de culto. É nesse contexto que parece ser exemplar o caso do Cinema Estação Botafogo, no Rio de Janeiro, que ora passa-se a analisar.

2 OBJETIVO E METODOLOGIA

O objetivo desse texto é avaliar o espaço de uma sala de cinema voltado à cinefilia – espaço dentro do contexto dos circuitos de exibição de cinema de arte, ensaio e filme independente – como local privilegiado da construção do culto cinéfilo. Nesse sentido, o texto irá procurar mostrar como o espaço de cinema é construído como um espaço significativo que reforça os objetos de valor e culto do cinema. Tal construção é feita mediante a articulação do espaço como local de afirmação da arte, mediante o uso de materiais expressivos na

² Ver reportagem do jornal Valor Econômico, sexta feira, 4 de outubro de 2019: *Cinépolis negocia compra do Kinoplex*.

arquitetura interior e nas suas comunicações de mercado que concretizam o cinema como culto cinéfilo.

A metodologia será a aplicação das categorias de análise da sociossemiótica de extração greimasiana, sobretudo os regimes de sentido e interação de Landovski (2014) sobre o espaço de um cinema particular, o Cinema Net Estação Botafogo, no Rio de Janeiro. A escolha deste cinema se deveu a ser o mesmo considerado central na cinefilia do Rio de Janeiro, origem de um grupo exibidor com várias salas de rua no circuito independente carioca. As imagens para análise todas foram retiradas de fontes públicas e publicadas com o uso da ferramenta de busca do Google ou de fonte noticiosas. Ao final da análise serão feitas considerações gerais que irão procurar associar a sobrevivência do espaço de cinema, em um mundo onde o consumo do audiovisual é cada vez mais online (mesmo sem a atual pandemia da covid-19) às construções de sentido de culto, como aqui elaboradas.

3 O CINEMA ESTAÇÃO BOTAFOGO COMO ESPAÇO DE CULTO DA ARTE DO CINEMA

O cinema Estação Botafogo (Fig 1) surgiu em 1985, no bairro Botafogo, no Rio de Janeiro, por obra de 4 jovens idealizadores cinéfilos, oriundos da atividade cineclubística, interessados em explorar a exibição de filmes de arte em salas de cinema. Na ocasião, o grupo adquiriu a sala de cinema chamada Cine Cooper, do Grupo Luiz Severiano Ribeiro, localizada de forma quase anexa à Estação Metrô Botafogo, então ponto inicial/final da linha de metrô na Zona Sul da cidade. Segundo constam em entrevistas nos jornais da época, a decisão do nome (“Estação Botafogo”) não foi imediata, mas acabou prevalecendo pela necessidade e facilidade de identificar o endereço do local. Alegam os idealizadores que quando do surgimento do cinema, com o nome de Estação Botafogo, era comum os frequentadores dirigirem-se ao metrô, perguntando se era ali dentro que ficava a sala de cinema.³ Foi um dos primeiros patrocínios do extinto Banco Nacional na área cinematográfica, que evoluíram para o Espaço Banco Nacional de Cinema, depois Unibanco, atual Espaços Itaú de Cinema. Desde então o grupo original manteve-se e expandiu-se com foco em exibição de filmes de arte,

³ Entre outras reportagens que refazem esse percurso histórico, ver: <https://diariodorio.com/historia-do-cinema-estacao-net-botafogo/> De 20 de abril de 2018.

filmes ditos não comerciais, filmes fora de cartaz, filmes mudos, oferecendo ampla gama de cursos e eventos correlatos. Em 2014, em forte crise econômica, o grupo fez acordo com credores e passou a se chamar Estação Net Botafogo, como contrapartida pelo apoio recebido da empresa de tecnologia, nome com que se mantém atualmente.

Figura 1: Cinema Estação Botafogo.⁴



Fonte: Google Imagens

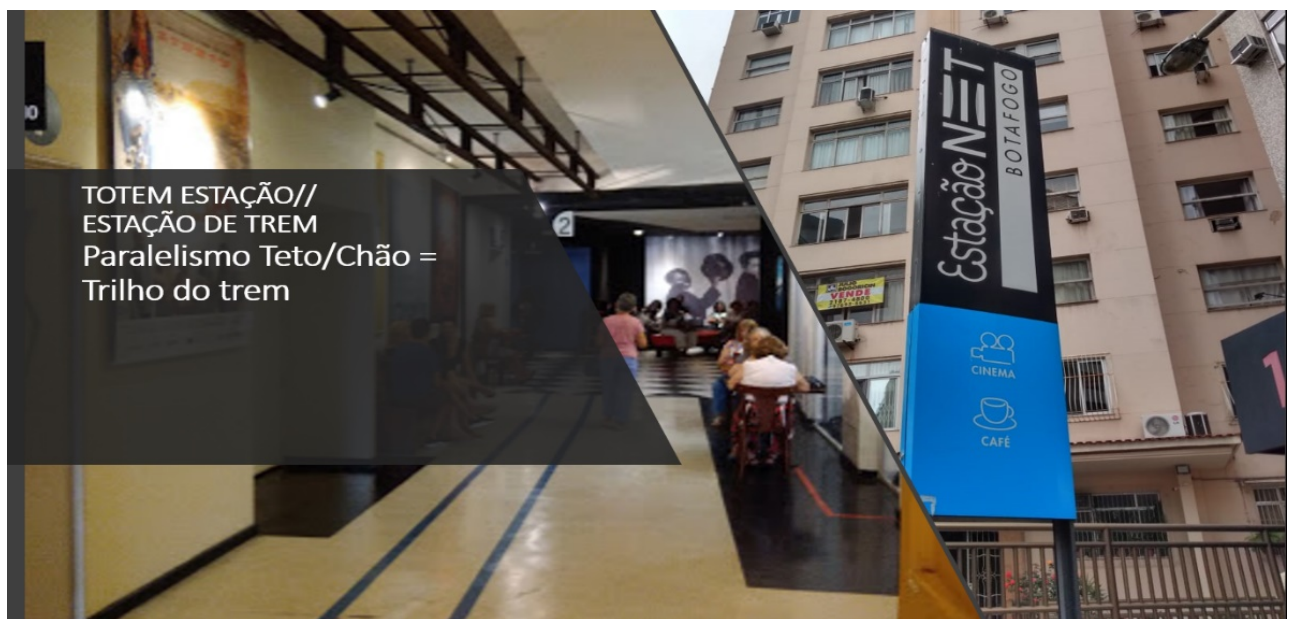
Esta história do cinema “Estação” não pode ser dissociada da estação que lhe emprestou o nome. O grupo como enunciador atrelou seu nome ao metrô/trem, isto é, à linha da estação, fazendo disso uma figura de expressão em termos greimasianos (GREIMAS, COURTÉS, 2012, p.209), que passou a ser reiterada no plano expressivo. Cabe lembrar o seguinte: se o cinema nasceu em 1895, tendo como um dos primeiros filmes exibidos na sessão inaugural o *L'Arrivée d'un train en gare de La Ciotat*, a escolha da figura do trem foi apropriada 90 anos após, em 1985.

De fato, pode-se observar que, no plano expressivo, há diversos elementos que associam o cinema com a estação de trem, como pode-se ver na Figura 2: o totem indicativo do cinema, que faz semelhança com os marcadores de estação de metrô e, de forma mais precisa ainda, a marcação de um trilho de trem, nas linhas do corredor interno na galeria onde está situado o cinema, espelhado pelos trilhos de iluminação sobrepostos.

⁴ Todas as imagens colocadas neste artigo são oriundas das imagens constantes em registros disponíveis para acesso público na Internet, no buscador Google imagens:
<https://www.google.com/search?q=Esta%C3%A7%C3%A3o+botafogo+net&client=firefox-b-d&sxsrf=ACYBGNRVHKHC UW6RletPLcOJ2oi91l8igw:1575965860506&source=lnms&tbn=isch&sa=X&ved=2ahUKEwjnqqyq0qrmAhXXHLkGHQHUDhcQ AUoBHoECA0QBg&biw=1366&bih=626>.

Há, portanto uma isotopia figural clara entre o trem/estação e o cinema/estação, refletindo não apenas o reforço do nome do empreendimento, mas também a associação cinema/trilhos/trem e a lembrança histórica. Não se trata de uma suposição arbitrária: em uma das primeiras logomarcas do grupo era possível observar-se uma imagem de um trem, como se vê na Figura 3.

Figura 2: Totem do Cinema e marcação do corredor



Fonte: Google Imagens.

Figura 3: Imagem pertencente à primeira Logomarca.



Fonte: Google Imagens.

Do ponto de vista narrativo, desde a origem do grupo é bastante claro também que o objeto de valor é o culto ao cinema, a cinefilia por assim dizer, tendo como derivações certa glamourização e idealização do cinema como arte. Como se sabe, a tradição de cinefilia privilegia também a vivência de espaços de culto, espaços de frequentação, cinemas de preferência que são polos de experiências com o objeto de valor culto, conforme aponta o estudioso de cinefilia Antoine de Baecque (BAECQUE, 2010). Nesse sentido, dois aspectos do plano expressivo reforçam o plano de conteúdo: um bicromatismo marcante, melhor dizendo, uma onipresença das cores opostas branco e preto que remetem, naturalmente, ao preto e branco dos filmes, aos fotogramas como se pode ver no chão quadriculado à entrada da sala de espera (Fig.4), e à relação mesma da tela de cinema com o espaço em volta (tela branca em espaço escuro).

Esta ênfase do preto e branco é indicada pela própria associação com o nome do bairro alvinegro (Botafogo), e, sobretudo, pelo quadriculado original e pela enorme foto em preto e branco de Grande Otelo e Oscarito (Fig. 5), foto esta que desde a origem do cinema encontra-se em posição central na entrada da sala de espera, sendo a própria imagem que emblematisa o grupo que explora hoje diversas salas, como se pode ver pelo site do grupo (www.grupoestação.com.br), onde na página inicial a foto P/B está em destaque.

Em menor escala ainda na Fig. 4, em paredes selecionadas o Azul e Amarelo, totalizando as cores primárias. Há ainda que considerar-se o próprio bicromatismo do site e da logomarca da empresa: tal ênfase no preto e branco reforçam o objeto de valor da arte dos filmes, da arte do cinema, repertoriando um legado de seus grandes clássicos.

Figura 4: Sala de espera do Estação Botafogo



Fonte: Google Imagens.

Figura 5: Grande Otelo e Oscarito em painel central, em detalhe.

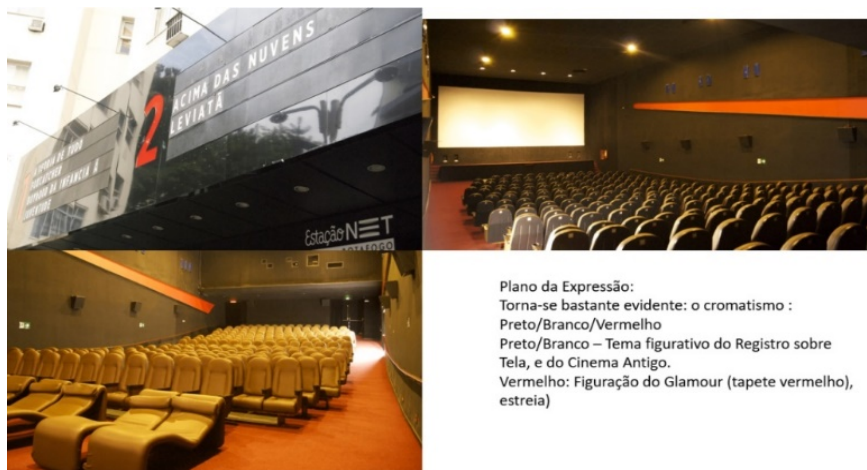


Fonte: Google Imagens.

A iluminação sobre a foto (na Fig. 5), conferindo-lhe destaque, os próprios atores icônicos do cinema brasileiro (novamente, preto e branco) não deixam dúvida sobre o objeto de valor, que pode também ser reforçado pela única outra cor que se deixa ver, sempre de forma complementar, que é o vermelho. Nesse caso, observa-se o aspecto cromático do vermelho em pontos da sala: o “tapete vermelho”, isto é, o carpete vermelho, e aqui a associação com o glamour e com as estreias de cinema não são equívocas. Do mesmo modo,

o vermelho aparece em faixas horizontais que indicam a direção do olhar para a tela, nas salas de cinema (Fig. 6). No conjunto de formantes eidéticos há essa afirmação do plano, do quadrático, do retangular da tela, bem como nos elementos matéricos (Fig.7) o sintético predomina, correspondendo à ideia de celulose, da qual eram feitos os filmes. Na topologia, a relação de alto/baixo com a tela, local central do espaço vivido é notável (figura 8).

Figura 6: Plano da expressão, o uso da cor vermelha como signo de glamour



Fonte: Google Imagens e textos elaborador pelo autor

Figura 7:Formantes matéricos



Fonte: Google Imagens. Elaboração do autor

Na Figura 8 é possível observar a direção do olhar para a tela, dada pela dimensão alto/baixo, concentrando e homologando o programa narrativo em direção ao objeto de valor cinema, dada a sedução do espectador pelo enunciador do espaço. Há ainda uma proximidade

que implica risco, com a escolha de lugares, mais isolados, menos isolados, mais ou menos confortáveis.

Figura 8: Topologia e objeto de valor



Fonte: Google Imagens. Elaboração do Autor.

Do ponto de vista de um quadrado semiótico, conforme apontou Jean-Marie Floch (2001, p.19) podemos observar uma relação visual que entretém os traços distintivos constitutivos de uma dada categoria semântica, de uma determinada estrutura. No caso da sala de cinema, o que parece estruturar o espaço é a relação de contrariedade entre concentração/dispersão que significa estar dentro e fora da sala de cinema.

Esta relação estrutural é também prefigurada pela estação do metrô: local de concentração e local de dispersão. No cinema vai-se de um sentido de máxima concentração (dentro do cinema) a um sentido de total dispersão (fora da sala de cinema), pois como se sabe desde Hugo Mauerhofer (MAUERHOFER, 2008), existe uma chamada situação cinema, isto é, o cinema é uma máquina de gerar concentração no espectador, procurando eliminar ou reduzir os ruídos e incômodos que afetem a fruição do filme.

Nesse sentido também é muito interessante a política da empresa enunciativa: embora ela venda pipoca, não faz da pipoca um elemento central ou incentivado do consumo. Ao contrário: no seu site, a pipoca é explicitamente apontada para ser consumida antes ou depois da sessão de cinema e a pipoca é mais servida fora do que dentro da lanchonete que

existe; a pipoca essencialmente até hoje é vendida por pipoqueiros de rua em simples pacotinhos- nada mais distante do que passou a ser o hábito de pipocas nos circuitos de cinema das grandes redes comerciais (Fig 9).

Figura 9: Pipoca Fora; desde muito tempo a sala é local de visão do filme e não de alimentação, como se vê nesta foto antiga, ainda com a logomarca original.



Fonte: Google Imagens.

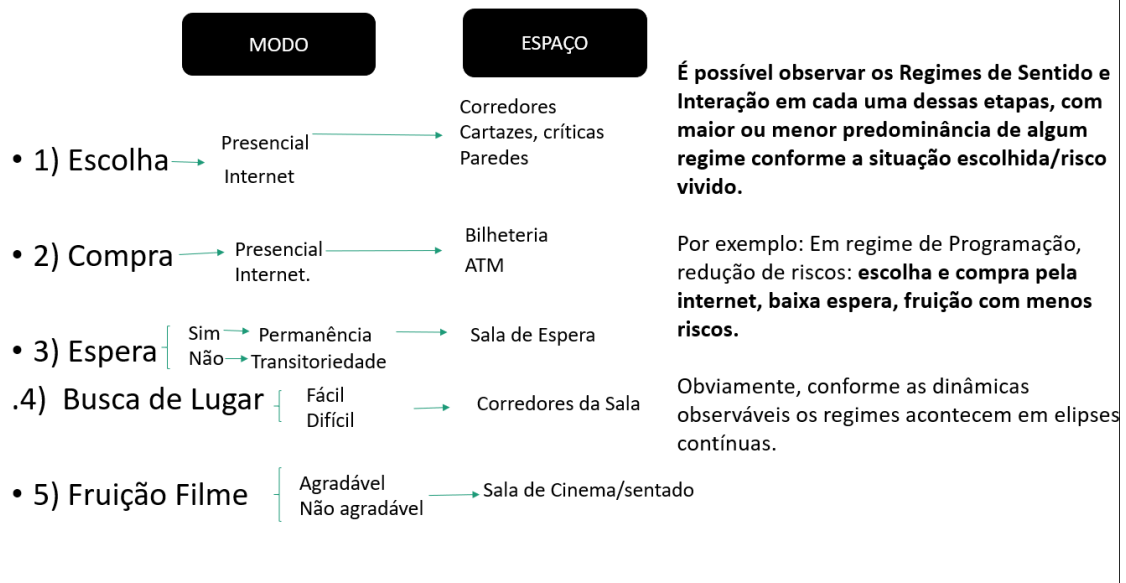
A partir da exemplificação de Floch (FLOCH, 1993) a respeito da análise de trajetos de passageiros como discurso, em uma companhia de trens RATP em Paris, procurou-se também realizar uma análise do que poderiam ser os percursos possíveis dos frequentadores do cinema Estação Botafogo. Para tanto se procedeu mais à descrição das ações possíveis e suas opções de escolha, a partir do convívio participante e observador do pesquisador com a referida sala, com a abertura fenomenológica possível de um olhar comprometido, nos dizeres de Landowski (LANDOWSKI, 2001).

Pode-se observar que, de forma geral, há 5 percursos ou etapas possíveis para o frequentador do cinema (figura 10), cada qual delas com resultantes em oposição. Por exemplo: a escolha do filme pode ser presencial ou pela internet e a compra igualmente; a experiência pode ser agradável ou não e assim sucessivamente. O que se pretende com isso não é apenas desenhar um diagrama funcional, mas sim revelar os possíveis regimes de sentido e interação, conforme definido por Landowski (2014), concernindo os mesmos à assunção de maior ou menor risco, e, portanto, de aberturas para os diversos sentidos que estão em jogo ao escolher a experiência da sala. Por exemplo, nos regimes de programação, de regularidade e ausência de risco, o frequentador da sala pode escolher filme/horário/lugar/

com o máximo de conveniência e sem perder tempo. Por outro lado, há aqueles que escolhem pelo cartaz o filme, pelas críticas existentes e colocadas nas paredes dos corredores de acesso, avaliando por assim dizer *in praesentia*. Nesse caso estaríamos possivelmente em um regime de ajustamento.

Figura 10: Percursos possíveis do espectador.

Percursos

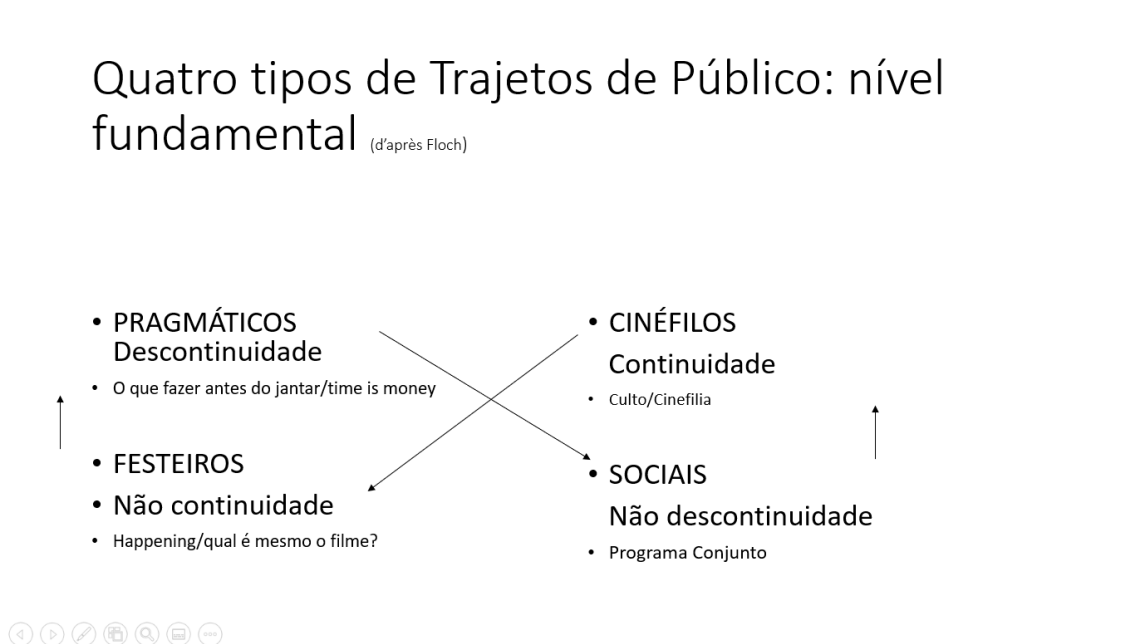


Fonte: Elaboração do autor.

Ainda derivado de Floch, no mesmo trabalho, e partir das caracterizações estruturais da continuidade e descontinuidade, podemos ver quatro grandes tipologias de frequência do espaço de cinema (figura 11), conforme a maior ou menor intensidade da participação na experiência da sala de cinema. Há os cinéfilos, para quem opera a continuidade, isto é, existe uma permanente ligação de culto e cinefilia, em que a ida ao cinema dá acesso ao filme. Há os festeiros, para quem o prazer do *happening* é mais impactante, isto é, o filme é apenas um detalhe, pois estão mais voltados para a não continuidade, para a irrupção de elementos de prazer no contexto da ida ao cinema: o que importa é a fruição do momento. Os sociais, em complementariedade, representando aqueles para quem ir ao cinema é um programa de lazer movido pelo objeto de valor; ou seja, é uma atividade que deve ser organizada em suas etapas de não descontinuidade, valorizando todos os momentos desse programa social, da escolha do filme à escolha do local do cinema, onde há uma operação de coletividade, menos que de

idealização do ato – como ocorre no cinéfilo - com quem se relaciona em complementariedade. Finalmente há os pragmáticos que se orientam pela descontinuidade, em contrariedade com os cinéfilos, sendo o filme e a ida ao cinema pensados em termos de ocupação do tempo, antes de outras atividades, como por exemplo, ir a um jantar.

Figura 11: Escolhas de Fruição possíveis

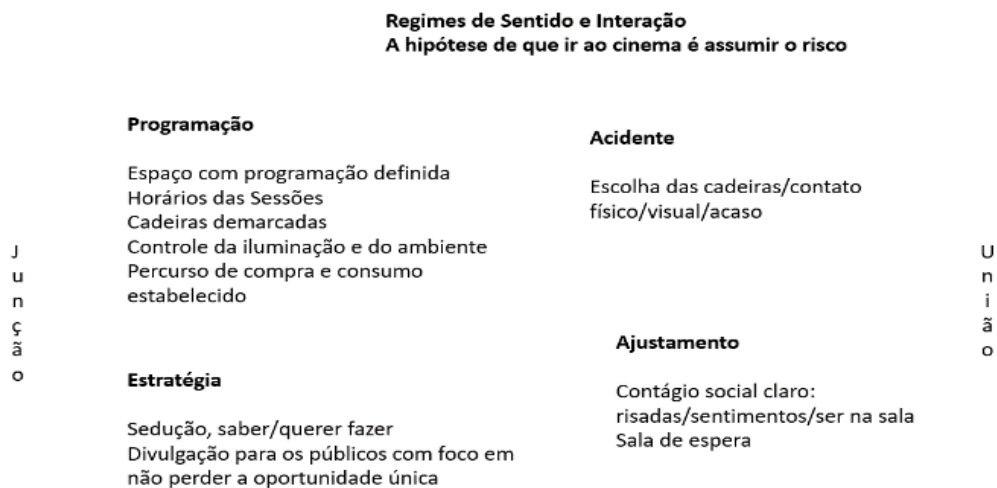


Fonte: Elaboração do autor.

Assim, podemos agora realizar a análise dos regimes de interação possíveis na sala (figura 12), enfatizando que, naturalmente, trata-se de um espaço em que predomina a programação e a estratégia, mas cujos regimes de ajustamento e acidente ocorrem com relativa frequência, como por exemplo, o contágio das gargalhadas ou lágrimas (ajustamento), ou a escolha de poltronas desconhecendo-se os vizinhos (acidente). A hipótese que se pretende trabalhar em aprofundamento de pesquisas posteriores é que justamente ir ao cinema, sobretudo a um cinema de rua, isto é, a escolha da experiência de ver um filme em um cinema e sua permanência pode se dever não apenas aos seus aspectos qualitativos indiscutíveis, aquilo que se chamou situação cinema e que passa a ser referido propriamente em um sentido ontológico, mas também à abertura para o risco que significa essa escolha; sair de casa (e quem sabe pegar o metrô, por analogia!), ir a um cinema de rua, fruir o filme

no contexto da cidade e de suas ocorrências, e posteriormente emergir dessa experiência para a cidade.

Figura 12: Regimes de sentido, a partir de Landovski



Fonte: Elaboração do autor.

Para finalizar este artigo, notou-se uma equivalência muito interessante, por comparação topológica, entre o percurso de acesso ao metrô, objetivando-se uma viagem, e a ida ao cinema com o percurso interno de acesso ao filme, conforme pode-se ver na Figura 13. Podemos observar que há um progressivo encaminhamento em direção à viagem (filme), com a instauração da situação de concentração fundamental já descrita, podendo isso ser espelhada pelo progressivo esmaecimento do som e iluminação, desde a entrada do cinema (o máximo de ruído, a rua, o barulho dos carros, todas as luzes da cidade na rua), à sala de cinema como ponto de concentração (a única tela branca em uma sala toda escura, sem nenhum som adicional além do filme). Nesse sentido, é possível também, para usar os termos de Greimas (2012), entender que a rua pode ser percebida como um espaço heterotópico, a sala de espera como espaço paratópico, de aquisição de competências (leitura de revistas, críticas, cartazes, silêncio preparatório), sendo a sala de cinema propriamente um espaço utópico onde se realiza a performance.

Figura 13: A topologia do espaço como direção para a viagem/filme.



Fonte: Elaboração do autor.

4 CONCLUSÃO E CONSIDERAÇÕES FINAIS

O artigo procurou evidenciar a pertinência da permanência das salas de cinema como locais de experiência do vivido, a partir de um estudo de caso paradigmático de uma sala de cinema de rua voltada ao circuito exibidor de filmes de arte. Para tanto fez concurso dos recursos metodológicos emprestados da sociossemiótica, a partir de Greimas, Floch e Landowski. Há hipóteses de trabalho sugeridas, sendo a sala de cinema um espaço de culto para o cinéfilo, conforme o caso do Cinema Estação parece ser exemplar e que merecem desenvolvimentos ulteriores, acreditando-se que possivelmente o lugar da sala de cinema deva ser considerado dentro de uma reconfiguração ontológica do cinema. Acredita-se ainda que, como possível expansão do trabalho, que embora limitado a um estudo de caso de um cinema de arte localizado em rua, aspectos da fruição fílmica permanecerão em qualquer sala de cinema, pois trata-se de ato eminentemente social e não de recepção doméstica ou

individual como o caso do *streaming*. Acredita-se que, desta forma, os regimes de interação que permitem a maior abertura ao risco possam ocorrer, não elidindo a fruição desejada, mas possivelmente trazendo novos sentidos para a experiência.

REFERÊNCIAS

- AUMONT, Jacques. **Que reste-t-il du cinéma?** Paris: Vrin, 2012.
- BAECQUE, Antoine. **Cinefilia**. São Paulo, Cosac&Naify, 2010.
- FERRAZ, Thalita. **A segunda Cinelândia carioca**. Rio de Janeiro, Mórula Editorial, 2012.
- FLOCH, Jean-Marie. **Semiótica, marketing y comunicación: bajo los signos, las estrategias**. Trad. Maria del Rosario Lacalle. Barcelona: Ediciones Paidós Ibérica, 1993.
- _____. **Alguns conceitos fundamentais em semiótica geral**. São Paulo: CPS, 2001.
- GAUDREAU, André; MARION, Phillipe. **O fim do cinema?** Campinas: Papirus, 2016.
- GREIMAS, Algirdas Julien e COURTÉS, Joseph. **Dicionário de Semiótica. Vários tradutores. São Paulo: Contexto, 2012.**
- LANDOWSKI, Eric. **Interações Arriscadas**. São Paulo, Estação das Letras e Cores, 2014.
- _____. **Regimes de espaço**. *Galaxia* (São Paulo, Online), n. 29, p. 10-27, jun. 2015. <http://dx.doi.org/10.1590/1982-25542015122804>.
- _____. Sociosemiótica: uma teoria geral do sentido. In *Galaxia* (São Paulo, Online), n. 27, p. 10-20, jun. 2014. <http://dx.doi.org/10.1590/1982-25542014119609>.
- _____. O olhar comprometido. São Paulo: *Galáxia*, n 2, 2001
- MASCARELLO, Fernando (org). **História do cinema mundial-** Campinas: Papirus, 2006.
- MAUERHOFER, Hugo. **A psicologia da experiência cinematográfica**. In: XAVIER, Ismail. A experiência do cinema. São Paulo, Graal, 2008.
- RAMOS, F. P. Mas afinal, o que sobrou do cinema? A querela dos dispositivos e o eterno retorno do fim. *Galaxia* (São Paulo, Online), n. 32, p. 38-51, ago. 2016
- YOUNGBLOOD, Gene. **Expanded Cinema**. New York: P. Dutton & Co., Inc., 1970.

CINEMA AS PLACES OF WORSHIP:

ANALYSIS OF A CINEMA ROOM BASED ON SOCIO-SEMIOTICS.

ABSTRACT

This article aims to analyze movie theaters from the theoretical assumptions of sociosemiotics, especially with the competition of theories of the meaning and interaction regimes as defined by Eric Landowski (LANDOWSKI, 2014). For this purpose, the semiotic analysis of the space of a specific cinema room in Rio de Janeiro will be carried out in a detailed way, which was understood as paradigmatic of the situation that is intended to be analyzed, that is, cinema rooms as spaces for cinephile worship. The discussion will be preceded by contextual notes in which the significance of this analysis will be reported at a time when the very nature and exhibition of cinema has been questioned in the traditional format.

Keywords: Movie Theater. Cinema. Sociosemiotics.

EL CINE COMO LUGARES DE ADORACIÓN:

ANÁLISIS DE UNA SALA DE CINE BASADA EN LA SOCIO-SEMIÓTICA.

RESUMEN

Este artículo tiene como objetivo analizar las salas de cine a partir de los supuestos teóricos de los sociosemióticos, especialmente con la competencia de las teorías del significado y los regímenes de interacción definidos por Eric Landowski (LANDOWSKI, 2014). Para ello, el análisis semiótico del espacio de una sala de cine específica en Río de Janeiro se realizará de manera detallada, entendida como paradigmática de la situación que se pretende analizar, es decir, salas de cine como espacios para el culto cinéfilo. La discusión irá precedida de notas contextuales en las que se informará sobre la importancia de este análisis en un momento en que la propia naturaleza y exposición del cine se ha cuestionado en el formato tradicional.

Palabras Clave: Salas de Cine. Cinema. Socio-semiótica

Recebido em: 08/02/2020

Aceite em: 22/12/2020