

SOBRE AS TRANSFORMAÇÕES DAS SOCIABILIDADES NOS CINEMAS DE RUA: alguns aspectos do negócio das salas de exibição em Maceió

Beatriz Souza Vilela

Mestranda no Programa de Pós-Graduação em Sociologia
Universidade Federal de Alagoas (UFAL)

RESUMO

O presente trabalho tem como propósito apresentar alguns aspectos do circuito formado pelo negócio das salas de exibição de filmes em Maceió. Dado o esforço realizado para compreender a dinâmica das transformações nas sociabilidades dos cinemas de rua, pode-se perceber na rede relacional que o constituiu, vários fatores que contribuíram para engendrar as condições que deram plausibilidade a efetivação desses espaços de lazer e divertimento, entre eles destacamos a atuação de alguns empreendedores que participaram ativamente da cultura do divertimento popular, contribuindo através do investimento nesse negócio para a efetivação de diferentes sociabilidades nos cinemas. É nesse sentido que, pretendemos delinear a tessitura das práticas e trajetórias dos cinemas de rua, da capital alagoana, enquanto um tipo de negócio voltado para o divertimento através do consumo cinematográfico, ocorrido em forma de sociabilidades.

Palavras-chave: Cinema. Diversão. Sociabilidade. Negócio.

ABOUT THE TRANSFORMATIONS OF SOCIABILITY IN STREET'S CINEMAS: some business aspects of theaters in Maceio

ABSTRACT

This paper aims to present some aspects of the circuit formed by the business of movie theaters in Maceió. Given the efforts made to understand the dynamics of changes in sociability of street theaters, can be seen in the relational network that appointed him, several factors that contributed to engender the conditions that gave plausibility to terms of these leisure and fun, including We highlight the actions of some entrepreneurs who actively participated in the fun of the popular culture, contributing by investing in this business for the realization of different sociability in theaters. That is why we intend to shape the fabric of practices and trajectories of street theaters, the capital of Alagoas, as a type of business facing the fun through the film consumption, held in form of sociability.

Keywords: Cinema. Fun. Sociability. Business.

O presente trabalho propõe-se a compreender como um tipo de negócio voltado para o consumo cinematográfico proporcionou relações de lazer e divertimento aos moradores da capital alagoana. Tendo em vista que atualmente os cinemas encontram-se organizados em um formato *multiplex*, com grandes salas, alta tecnologia no som, imagem e uma distribuição global das produções, aqui fixa-se em um período em que as salas de exibição eram distribuídas em cinemas de rua (1940-1980), no qual perduraram até o final do século XX. Tanto como veículo de relacionamentos, estabelecendo mediações, quanto como produtor de diferentes sociabilidades. Assim, apresentam-se alguns aspectos do entendimento sobre as relações que engendraram esse tipo de lazer e divertimento a partir de um breve panorama dos principais nomes que atuaram a frente do negócio das salas de exibição regular e, desta forma, lançar luz às sociabilidades que esse negócio produziu através do consumo cinematográfico.

Esse estudo é fruto de uma pesquisa desenvolvida no âmbito do Programa de Pós-Graduação em Sociologia na Universidade Federal de Alagoas (PPGS/UFAL) sobre as transformações nas sociabilidades das salas de exibição dos cinemas de rua, a fim de compreender por que em um dado momento esses espaços de lazer reconfiguraram-se em cinemas pornô. Sob esse aspecto, fez-se necessário conhecer as dinâmicas em processos de sociabilidade conduzidas a partir dos circuitos de produção de bens de lazer, enfocando nos cinemas de rua como espaços de ressignificação mediados por uma economia simbólica.

Vale ressaltar que ao focar nas sociabilidades ocorridas nos cinemas de rua em Maceió, observamos que as primeiras produções fílmicas, no início do século XX, não tinham um espaço voltado exclusivamente para suas projeções, costumeiramente dividiam espaços com outras atrações:

Os primeiros filmes apareceram em 1895. Começaram a ser exibidos em feiras, circos, teatros de ilusionismo, parques de diversão, cafés e em todos os locais onde havia espetáculos de variedades. Mas o principal local de exibição eram os vaudevilles (COSTA, 1995, p.14).

Em Maceió os teatros foram os espaços que abrigaram os primeiros projetores de imagens, que chegam a capital entre 1898 e 1900. Dado o sucesso do invento, os teatros passaram por algumas mudanças na programação, alguns modificaram sua nomenclatura de teatro para cine-teatro ou teatro-cinema, por exemplo, o teatro Floriano passou a ser o Teatro Cinema Floriano, assim como muitos outros. Paulatinamente, os aparelhos exibidores autonomizaram-se, o que significa que passaram a ocupar um espaço próprio nas opções de lazer e divertimento dos maceioenses.

O cinema de rua, comumente conhecido por esse termo, tratava-se de espaços que abrigavam salas exibidoras de filmes, diretamente nas ruas, sem pertencer a qualquer outro tipo de empreendimento. Havia os grandes cinemas para as classes mais abastadas e os *poeirinhas*, situados em bairros mais pobres, que exibiam de forma repetida os filmes que já não estavam mais nos grandes cinemas (BARROS, 1987), cabe ressaltar que eles sequer entravam nos anúncios, só através da literatura sobre cinema em Maceió que tomou-se conhecimento de sua presença no circuito das salas exibidoras.

O surgimento dos cinemas de ruas foi possível devido à agência de uma rede de empreendedores que de forma relacional investiram nesse tipo de negócio emergente na época. Destacamos alguns nomes: Paschoal e Afonso Segretto, Luís Severiano Ribeiro, Luís Severiano Ribeiro Jr., Moacyr Miranda e Sebastião Santos, compreende-se que eles foram importantes para o desenvolvimento do circuito das salas de exibição, enquanto um tipo de negócio que engendrou não apenas a exibição das produções fílmicas, mas também deslocou mudanças nas sociabilidades ao impactar na estrutura dos afetos dos espectadores. Nesse sentido, a partir dos esforços empenhados para viabilizar a efetividade desses espaços, delineia-se como esses negócios contribuíram para a produção de sociabilidade nas salas de exibição.

Do tino empresarial: o negócio das salas de exibição

Conforme Feijó e Wagner (2014), na virada do século XIX para o século XX, o grande nome do entretenimento brasileiro era um italiano: Paschoal Segretto, residente no Rio de Janeiro, antiga capital federal, desde 1891 ele já organizava no coração da Praça Tiradentes um teatro de variedades, que tratava-se de uma mistura de cinema, peças, salão de baile, ringue de lutas e parque de diversão. Tendo em vista o sucesso do público ele passou a investir cada vez mais nesses negócios e em pouco tempo estava à frente de um museu de cera, casas de jogos, velódromo, teatros, cafés, cervejarias, casas de espetáculo e um cinematógrafo, que foi montado pela primeira vez em 1897, interessante observarem que fazia poucos meses que os irmãos Lumière tinham patenteado o invento na França.

Dado o intenso sucesso desse cinematógrafo, que ficou por algum tempo no teatro de novidades, na Rua do Ouvidor, Paschoal Segretto também passou a se interessar em investimentos voltados para patentes industriais do lazer, perfazendo um total de 15 patentes, mas isso não significa que ele era o grande inventor de entretenimento, pois, de fato, ele não

inventava nada, apenas prospectava invenções que davam certo na Europa e as patenteava no Brasil. Esse negócio deu tão certo, que em 1898, seu irmão, Afonso Segretto, foi à Nova York e Paris em busca novas técnicas cinematográficas e novos equipamentos. A partir dessas aquisições eles iniciaram a primeira filmagem em solo brasileiro, no qual registraram a entrada da Baía de Guanabara. Com isso, os irmãos Segretto tornaram-se os primeiros produtores cinematográficos do Brasil, produzindo um total de 70 filmes ao longo de suas atividades. Durante esse período não havia salas regulares voltadas exclusivamente para a exibição, os aparelhos exibidores, como o cinematógrafo, participavam de uma programação que continha várias atrações, com isso os irmãos Segretto lançam luz a um novo empreendimento de divertimento voltado para a exibição dos filmes e, assim, apresentaram as bases da cultura popular do divertimento através do consumo cinematográfico.

Ao tratar do circuito dos negócios das salas de exibição, não podemos deixar de lado a Família Severiano, pois ela também impulsionou a dinâmica dessa economia do lazer. Segundo Nobre (1996), desde os idos de 1916, Luiz Severiano Ribeiro já estava envolvido com os negócios das salas de cinema. Esse ilustre cearense, advindo do mundo rural, ao chegar a Fortaleza começou suas atividades empreendedoras como sócio em uma livraria, depois passou a entrar em outros negócios como corridas de cavalo, fabricas de gelo, hotéis, bares e bilhares, no entanto, seu maior desejo desde que chegou à cidade era ter um negócio voltado para o cinema e assim o fez. Colocou o plano em prática ao arrendar dois prédios que passaram a funcionar como cine-teatros em 14/07/1917; vale lembrar que no Ceará já havia exibições cinematográficas.

Chamamos atenção para o nome de Luís Severiano Ribeiro, pois segundo García (2014), rapidamente ele passou a dominar as exibições em Fortaleza a partir de acordos realizado com seus concorrentes, em 1926 ele já detinha o controle da maior parte das salas de exibição de Recife ao Acre. Ao chegar ao Rio de Janeiro em 1932, ele expandiu o negócio e chegou a ter mais de 40 cinemas, que já não mantinham mais vínculos com os teatros. Ele também levou o cinema falado ao Ceará e, no ano seguinte, criou o Sindicato Cinematográfico de Exibidores, no qual ele foi o primeiro presidente. Tendo em vista sua pujante atuação no mercado de exibições cinematográficas, ele atuou de forma intensa ao lado de Getúlio Vargas em ações voltadas para a proteção do filme nacional ante a produção estrangeira, observa-se que Luiz Severiano Ribeiro não figurou apenas como um grande empreendedor no ramo das exibições, mas também na organização de uma estrutura que fortalecesse o circuito das salas de exibições, pois seu empenho engendrou uma série de empresas direcionadas para a exibição, como a Distribuidora de Filmes Brasileiros (DFB), a

Gráfica São Luiz, a Empresa de Cinemas São Luiz Ltda., a Cinematográfica São Luiz, a União Cinematográfica Brasileira e tantas outras empresas ao longo do Brasil, obtendo assim mais de 200 salas sob seu controle. O negócio cresceu de tal forma que boa parte da família integrou o gerenciamento da estrutura administrativa nas exibições.

A família Severiano Ribeiro abriu espaço para o Brasil no cenário da indústria cinematográfica mundial. Além da atuação de Luís Severiano Ribeiro, também destacamos a exímia contribuição de seu filho, Luís Severiano Ribeiro Júnior, que desde criança acompanhava seu pai no início dos negócios. Com o grande sucesso dos empreendimentos, ele teve a oportunidade de estudar na Inglaterra, e voltou ao Brasil com uma formação especializada em *business*. Ao chegar ao Brasil, Luís Severiano Ribeiro Jr. participou ativamente da empresa familiar, entretanto, após algum tempo, ele decide entrar no ramo da produção, seu pai, o imperador da exibição, achava muito arriscado essa atitude. Então, com dinheiro emprestado, ele comprou as principais distribuidoras de filme do Brasil e criou a União Cinematográfica Brasileira – UCB- também entrou como sócio da Atlântida Cinematográfica e, logo depois, assumiu seu controle acionário e montou a Cinegrafia São Luiz, um laboratório para revelar as películas cinematográficas. Assim, ele formou a primeira e única cadeia de produção estritamente nacional, por deter todas as fases da produção, pois a produção acontecia na Atlântida, era revelada na Cinegráfica São Luiz, distribuída pela UCB e a exibição ficava a cargo do circuito do pai, que dominava o mercado exibidor no Brasil. Compreende-se que com isso, ele organizou o cinema enquanto uma indústria criativa. Há muitos anos a empresa Severiano Ribeiro esta em Maceió, até meados dos anos 80 o Cinema São Luiz funcionava no centro da cidade, posteriormente com a inauguração do primeiro shopping center, o as salas de exibição concentram-se no shopping Iguatemi, que mais tarde configurou-se no formato *multiplex* e atualmente a empresa atende pela marca Kinoplex no Maceió Shopping.

No cenário alagoano merecem destaque dois nomes importantes: Moacyr Miranda e Sebastião Santos. De acordo com Elinaldo Barros (2010), Moacyr Miranda viveu o cinema intensamente, sua marca no cinema vai desde a produção ao gerenciamento dos negócios das salas de exibição, ele atuou em 1933 como galã no primeiro filme alagoano *Casamento é negócio?* E também foi dono de um dos maiores cinemas na década de 40 em Maceió, o Cine Teatro Delícia, após vender esse prédio, ele passou a idealizar um grande cinema e assim o fez: o Cine Lux, que ficou vigente dos anos 60 até os idos de 80 e fez muito sucesso na capital alagoana, contudo, ao passar por uma grande crise, o cinema foi vendido à Empresa Severiano Ribeiro, que o manteve por algum tempo, até que fechou as portas.

Ao longo das investigações realizadas nos principais arquivos da cidade como o Instituto Histórico e Geográfico de Alagoas (IGHAL) e o Arquivo Público de Alagoas (APA), nota-se em uma revista encontrada ao longo da investigação outra grande personalidade importante para a movimentação do negócio das salas de exibição em Maceió, que foi Sebastião Santos. Na edição de novembro/dezembro de 1946 ele convidou a *Revista Mocidade* para conferir as melhorias que ele, como diretor geral das empresas Rex, Cinearte, Ideal e Royal estava promovendo. Com uma descrição cinematográfica o repórter junto com Sebastião Santos, visitaram os cinemas. Inicia com o Royal, o diretor faz questão de frisar que é o moderníssimo Royal, um tipo de cinema popular que é moralizado e tem boa aparelhagem, referindo-se a nova projeção e som por conta do aparelho Bington, ele ainda acrescenta que o recinto está mais higiênico, e melhor até que muitos cinemas de Recife, exceto o Art Palácio e o Trianon. A visita segue para o Cinema Ideal, lá estiveram trocando o balcão de madeira por cimento, um novo piso em mosaico, novas poltronas, iluminação, reparos no prédio e ajustes na aparelhagem sonora. No Cine arte, apenas foram realizados alguns serviços de higiene. E por fim, no Rex realizaram uma limpeza e pintura geral, e trocaram as cortinas e as passadeiras. Sebastião agradece a visita da revista aos cinemas, e a revista afirma que eles terminaram de conferir o progresso dos cinemas de Maceió, que se confunde com o progresso da própria cidade.

Cinemas de rua: as salas de exibição e as sociabilidades

Todos esses esforços, de forma relacional, corroboraram para propiciar um tipo de divertimento apartado de outra prática cultural, como por exemplo, o teatro, pois as ações orquestradas desses empresários do negócio do cinema engendraram a autonomização das salas de exibição e o consumo cinematográfico em um espaço exclusivo, de modo que concatenou a organização do cinema enquanto um tipo de lazer e divertimento dentro do contexto nacional e local. Dada essa organização das exibições em um espaço fixo, os espectadores através da ritualidade de ir assistir a um filme, ou seja, passaram a tecer um *habitus* para essa prática social, consolidando, assim, dentro das opções de divertimento, o cinema.

Esse *habitus* de ir aos cinemas consistia em um momento de gratificação e produção de sociabilidades. Inimá Simões (1990), ao estudar os cinemas de rua, infere que, na capital paulista, o filme era parte do show, pois *o espetáculo começava na calçada, muito antes da plateia ser escurecida* (p.21,1990). Já Maynard (2011) afirma que sair de casa para

assistir a um filme em Aracaju propiciava interações sociais na medida em que as pessoas se encontravam, fofocavam e paqueravam nos cines. Compreendemos que o cinema, enquanto um tipo de prática social voltada para a fruição de filmes contempla diferentes sociabilidades. Seja na calçada, na fila para comprar ingressos, o momento de espera para o filme começar no salão e até mesmo no instante de exibição dos filmes.

Elinaldo Barros (1987), em *Cine Lux: Recordações de um Cinema de Bairro se utiliza* da combinação entre suas memórias e uma pesquisa a um acervo documental para descrever o desenrolar dos encontros nos cinemas durante o período dos anos 1960. Ele aponta que nos domingos as sessões aconteciam durante o período da manhã e da tarde, era muito comum após enfrentarem a fila para comprar os ingressos esperarem na calçada, onde comentavam sobre o filme que iriam assistir ou que já assistiram. As crianças e os adolescentes tinham várias estratégias para entrar com ou sem ingresso, seja dar uma *maidada*¹ ou comprar ingresso de quem não queria enfrentar a longa fila. Ansiosos para assistirem os filmes, eles costumavam entrar com muita antecedência e ficavam dentro da sala esperando, para acelerar o tempo juntavam-se e realizavam leituras de gibis, como: o Pererê, capitão Marvel, o reizinho, búfalo bill, cavaleiro negro, flash gordon, Tarzan, gato felix e muitos outros. Conforme Elinaldo (1987), os gibis, bem como seus personagens, eram como um tipo de prolongamento do mundo ilusionista da ação, aventuras e comicidade que os cinemas proporcionavam, porém, os fiscais dos cinemas condenavam os jovens por lerem essas literaturas, os repreendiam afirmando ser um tipo de leitura de malandro, como também alguns adultos agia da mesma forma, mas não só os gibis eram repreendidos, nas rádios também se ouvia que o cinema incentivava o adultério, a violência.

Além da leitura dos gibis, diz ele, durante o momento da espera as crianças também aproveitavam para trocar e comprar, seja para renovar o estoque ou até mesmo para conseguir dinheiro para comprar um ingresso. Elinaldo (1987) escreve que do lado da banca de doces, havia um ponto fixo da venda de gibis, enquanto os jovens faziam isso sem um lugar demarcado podendo ser na porta ou dentro das salas, o responsável por esse ponto fixo era um homem chamado “Galego”, além dos gibis ele vendia uma vasta literatura jornalística como a *Querida*² e as fotos-novelas educadoras, a preferida das meninas e moçoilas, que, segundo ele, tinham um único objetivo que era adquirir um casamento, outras revistas que faziam parte da cultura cinematográfica também eram vendidas como a Cinelândia, filmelândia e também os livros policias de Shell Scott.

¹ Ato de burlar a entrada de forma não escancarada sem realizar o pagamento do bilhete.

² Revista voltada para o público feminino

Antes de o filme iniciar os rapazes, tidos como os galãs, costumavam ficar debruçados nas janelas paquerando as moças. Esse momento era embalado por algumas músicas cantadas por Ângela Maria, Waldir Camon, Mário Mascarenhas e seu acordeom e alguns sucessos internacionais, como a orquestra de Billy Valghn. Mas a música mais esperada era um trecho do filme de Sansão e Dalila, pois alertava que o filme iria começar. Esse momento era marcado por uma intensa agitação tanto as crianças como os adultos começavam a gritar e assobiar, os mais empolgados batiam nas cadeiras e só se acalmavam quando a figura do guarda civil circulava toda a sala. O início da sessão ocorria primeiramente com um cinejornal produzido pela Atlântida, chamado Atlântida atualidades. Quando exibiam as misses ou mulheres de maiô na praia, os fiu-fiu subiam pelo salão, já quando os craques do campeonato carioca chegavam à tela todos gritavam gol. Assim que terminava, passavam alguns trailers, esse era o momento em que os guardas tiravam seu quepe e juntavam-se aos outros espectadores. Ao longo do filme, se o casal principal se beijasse o público começava a contar os beijos: um a zero, dois a zero; caso o mocinho morresse, julgavam que o filme não havia prestado. Toda essa descrição fornecida pelos escritos de Elinaldo nos mostram algumas das sociabilidades que aconteciam nas salas de exibição, como também a dimensão afecional das salas de exibição para o público.

Assim, compreende-se que essas descrições compõe a tessitura das sociabilidades dos cinemas de rua, que foram engendradas principalmente por esse circuito do negócio das salas de exibição, um tipo de mercado voltado para a diversão popular através do consumo cinematográfico. Conforme atenta o sociólogo alemão Georg Simmel (2006) a sociedade caracteriza-se por suas formas de sociação, que consistem em vínculos construídos nos fluxos das interações entre os indivíduos na vida cotidiana, argumenta o autor que, as sociações podem ser expressas de inúmeras maneiras distintas por estímulos variados. Para Simmel (2006), os estímulos podem ser sensoriais, momentâneos, duradouros, casuisticamente ou paulatinamente determinados entre outros, há uma variabilidade de estímulos que permite a mutualidade nas sociações. Um grupo de estudantes na fila da bilheteria do cinema, pessoas reunidas na plateia, namoros, partidas de futebol, pessoas em bares, crianças trocando gibis; conforme a abordagem da sociologia simmeliana todas essas situações podem ser caracterizadas como sociações.

Nesse sentido, o autor caracteriza a sociabilidade como uma forma lúdica da sociação, pois a sociabilidade trata-se de um momento de gratificação acompanhado por um sentimento de satisfação por estar socializando, que, por sua vez, é atribuído pelo afeto que permeia esse tipo de vínculo. Destarte, quando há um grau de prazer na sociação pode-se considerar uma

sociabilidade. Baseado nas ideias kantianas, conforme Simmel (2006) a fonte da sociabilidade é o impulso sociável, no qual cada indivíduo socia-se a outro desde que haja uma compatibilidade entre os impulsos, estabelecendo assim uma estrutura democrática da sociabilidade proporcionada pelos afetos. Desta perspectiva, as salas de exibição figuraram como um espaço concreto da realidade histórica que possibilitou a produção de diferentes sociabilidades, a partir dos afetos que modelam a prática do consumo cinematográfico. Assim, o estudo das transformações nas sociabilidades nos cinemas de rua, mostra-se relevante ao passo que esse tipo de entretenimento passou a ocupar um lugar de destaque na experiência humana, a ponto de mediar alternâncias nos imaginários sociais, por privilegiar determinadas maneiras de ver o mundo, com tipos de hábitos e estilos de vida diferentes, o que leva a formação e transformação dos modos de significação das práticas cotidianas, propellido pelo consumo do cinema advindo das principais indústrias cinematográficas mundiais.

Compreender as sociabilidades nos cinemas de rua como uma referência cultural importante, também diz respeito aos processos de transformações das práticas sociais. Outro sociólogo, Gilles Provonost (2011), em sua reflexão sobre a sociologia do lazer, traz uma discussão sobre os valores que permeiam os lazeres no campo das práticas sociais. Em seu estudo *Introdução a sociologia do lazer*, ele atenta que o lazer é uma importante referência cultural para representar certas maneiras de agir consideradas como desejáveis ou não dentro de uma determinada sociedade. Ao buscar compreender como indivíduos valoram suas opções de lazer, ele aponta que os principais elementos que contribuem para a efetivação do valor dado ao lazer são as classes sociais e as faixas etárias dos espectadores. Conforme o autor essas características diferenciam o gosto do tipo de divertimento, mas isso não significa, por exemplo, que os espectadores da plateia nos cinemas de rua sejam um grupo homogêneo.

Segundo Robert Stam (2011), há uma heteroglossia interna aos próprios espectadores, pois eles participam de múltiplas identidades e identificações relacionadas ao gênero, à raça, a preferência sexual, a religião, a região, a ideologia, a classe e a geração. Estes elementos são importantes nas identificações e fidelidades políticas pessoais. De acordo com Stam (2011) a experiência cinematográfica tem um lado lúdico e aventureiro, mas, por outro lado, é autoritário por moldar um ser plural e mutante, que ocupa uma gama de posições subjetivas. Nota-se que o caráter autoritário do cinema atribuído pelo autor, deve-se a forte influencia que ele tem como uma importante referencia cultural para a modelagem das expressões sociais, como nos padrões de comportamento ou na moda. Então, as mudanças que o cinema impulsionou e impulsiona no público consiste em um processo de mediações que

reassignificam as tramas culturais, tal como propôs Martin Barbero (2003) ao afirmar que esses aparatos comunicativos, como o cinema, não se limitam a serem apenas um meio, eles são mediadores de transformações culturais.

Prosseguindo, ainda sobre a experiência cinematográfica, Stam (2011) aponta que somos “logrados” pelo dispositivo cinematográfico, tanto na sala de exibição como na ação da tela. A espetatorialidade, diz ele, pode transforma-se em um espaço luminar de sonhos e autoconfigurações, apresentando um camaleonismo psíquico. Pode-se delinear dessa forma que a espetatorialidade consiste em um tipo de sociação que engendra diversas sociabilidades a partir da dimensão afecional que os unem, na busca por um momento de gratificação e divertimento. Consonante a essa assertiva, Provonost (2011) atenta que os “valores de legitimidade”, atribuídos ao lazer no campo da prática social, são de natureza hedonista, logo contam com o elemento prazer para que de fato seja caracterizado como um tipo de divertimento.

Uma breve conclusão:

Portanto, buscou-se apresentar alguns aspectos do circuito formado pelo negócio das salas de exibição de filmes em Maceió, a partir da rede relacional formada por alguns empreendedores como Paschoal Segretto, Afonso Segretto, Luís Severiano Ribeiro, Luís Severiano Ribeiro Jr., Moacyr Miranda e Sebastião Santos que participaram ativamente da cultura do divertimento popular do consumo cinematográfico, no qual contribuíram através do investimento no negócio das salas de exibição para a efetivação de diferentes sociabilidades nos cinemas. É nesse sentido que, pretendeu-se delinear a tessitura de algumas práticas cinematográficas nos cinemas de rua, da capital alagoana, enquanto sociabilidades desencadeadas através da fruição dos filmes.

REFERÊNCIAS

- BARROS, Elinaldo. **Cine Lux: recordações de um cinema de bairro**. Maceió: EDICULT/SECULT, 1987.
- BARROS, Elinaldo. **Panorama do cinema alagoano**. Maceió: EDUFAL, 2010.
- COSTA, Flávia Cesarino. **O primeiro Cinema**. São Paulo: Scritta, 1995.
- FEIJÓ, Leo; MARCUS, Wagner. **Rio cultura da noite: uma história da noite carioca**. Rio de Janeiro: Casa da Palavra, 2014.
- GARCÍA, Fátima. O cinema no Ceará. **Fortaleza em fotos**, Ceará, 4 jun. 2014. Disponível em: <<http://www.fortalezaemfotos.com.br/2014/06/o-cinema-no-ceara.html>>. Acesso em 22 jun. 2015.
- MAYNARD, Andreza Santos Cruz. Aracaju, Automóveis e Cinema: Traços da Modernidade no Início do século XX. In: SOUZA. Antônio Clarindo Barbosa (org.). **Populares na cidade: vivências de trabalho e de lazer**. Joao Pessoa: Ideia, 2011. 109-131.
- MARTÍN-BARBERO, Jesus. **Dos meios às mediações**. Rio de Janeiro: Editora da Universidade Federal do Rio de Janeiro, 2003.
- NOBRE, Francisco da Silva. **1001 cearenses notáveis**. Rio de Janeiro: Editora Casa do Ceará, 1996. Disponível em <<http://www.ceara.pro.br/cearenses/listapornomedetalhe.php?pid=32941>>. Acesso em 25 jun. 2015
- SIMÕES, Inimá Ferreira. **Salas de cinema de São Paulo**. São Paulo: Secretaria Municipal de Cultura/Secretaria de Estado da Cultura, 1990.
- STAM, Robert. **Introdução à teoria do cinema**. São Paulo: Papirus, 2003.
- PROVONOST, Guilles. **Introdução a sociologia do lazer**. São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2011.

Sobre a autora

Beatriz Souza Vilela é mestranda no Programa de Pós-Graduação em Sociologia da Universidade Federal de Alagoas (PPGS/UFAL). Membro do Grupo de Pesquisa Ambiente, Afetos e Economia das Simbolizações (GRUPAAES/CNPQ).