



CENTRO UNIVERSITÁRIO UNIFACIG

**A CONTRIBUIÇÃO DO CINEMA PARA A FORMAÇÃO DA IDENTIDADE
CULTURAL DAS CIDADES: UM ESTUDO DO CINE JOÃO BRACKS, EM
MANHUAÇU/MG.**

IURY PRAÇA GOMES

**MANHUAÇU – MINAS GERAIS
2026**

IURY PRAÇA GOMES

**A CONTRIBUIÇÃO DO CINEMA PARA A FORMAÇÃO DA IDENTIDADE
CULTURAL DAS CIDADES: UM ESTUDO DO CINE JOÃO BRACKS EM
MANHUAÇU MG.**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado
ao Centro Universitário UNIFACIG, como parte
das exigências do Curso de Arquitetura e
Urbanismo, para obtenção do título de bacharel
em Arquitetura e Urbanismo.

Orientador: Amanda Vargas

IURY PRAÇA GOMES

**A CONTRIBUIÇÃO DO CINEMA PARA A FORMAÇÃO DA IDENTIDADE
CULTURAL DAS CIDADES: UM ESTUDO DO CINE JOÃO BRACKS EM
MANHUAÇU MG.**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado
ao Centro Universitário UNIFACIG, como parte
das exigências do Curso de Arquitetura e
Urbanismo, para obtenção do título de bacharel
em Arquitetura e Urbanismo.

Orientador: Amanda Vargas

Coorientador(es) (Se houver):

APROVADA: 07 de julho de 2026

Assentimento:

Amanda Vargas - Orientador(a)
Centro Universitário UNIFACIG

Lidiane Espindula - Membro da Banca
Centro Universitário UNIFACIG

Arthur Zanuti Franklin – Membro da Banca
Centro Universitário UNIFACIG

RESUMO

Este estudo de cunho descritivo e analítico, apresenta o cinema como importante contribuição na formação da identidade cultural de uma cidade, sua permanência na malha urbana contribui para a socialização, sentimento de pertencimento da população e acesso cultural para diferentes classes e grupos sociais. Porém, nos últimos anos, a permanência das salas de cinema é posta em risco, uma vez que os *streamings* se tornam mais comuns na casa das pessoas alterando a forma de consumo de produções audiovisuais, principalmente no período pós-pandemia da covid-19, que contribuiu para uma maior popularização dessas plataformas. A metodologia adotada por este trabalho utiliza o Cine João Bracks em Manhuaçu/MG, para evidenciar as modificações espaciais e funcionais que foram realizadas ao longo de sua trajetória como estratégias de adaptação às transformações tecnológicas e sociais. A sua revitalização e a multifuncionalidade do espaço se mostraram como estratégias fundamentais para sua continuidade, consolidando-o como importante símbolo cultural da cidade. Conclui-se que a sobrevivência das salas de cinema está em sua capacidade de se adaptar as transformações sociais e de consumo do público, junto a sua capacidade de se adequar arquitetonicamente criando um equilíbrio entre preservação cultural e sustentabilidade econômica, mantendo sua relevância social e cultural na contemporaneidade.

Palavras-chave: Cinema; Identidade Cultural; Sociabilidade; Consumo; Streaming; Covid-19.

ABSTRACT

This descriptive and analytical study presents the cinema as an important contributor to the formation of a city's cultural identity. Its permanence within the urban fabric fosters social interaction, strengthens the population's sense of belonging, and promotes cultural access for different social classes and groups. However, in recent years, the permanence of movie theaters has been threatened, as streaming services have become increasingly common in households, changing the way audiovisual productions are consumed, particularly in the post-COVID-19 pandemic period, which contributed to the widespread popularization of these platforms. The methodology adopted in this study uses Cine João Bracks, located in Manhuaçu, Minas Gerais, Brazil, as a case study to highlight the spatial and functional modifications implemented throughout its history as strategies for adapting to technological and social transformations. Its revitalization and the multifunctionality of the space proved to be fundamental strategies for its continuity, consolidating it as an important cultural landmark of the city. It is concluded that the survival of movie theaters depends on their ability to adapt to social changes and evolving patterns of audience consumption, as well as on their capacity to undergo architectural adaptations that balance cultural preservation with economic sustainability, thereby maintaining their social and cultural relevance in contemporary society.

Keywords: Cinema; Cultural Identity; Sociability; Consumption; Streaming; COVID-19.

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	6
2	CINEMA, CULTURA E AS NOVAS FORMAS DE CONSUMO.	7
2.1	O cinema e a identidade cultural da cidade.	7
2.2	A ascensão dos <i>streamings</i> e a mudança de consumo audiovisual pós-pandemia.....	11
3	METODOLOGIA.....	14
4	O CINE DOM BOSCO: HISTÓRIA, TRANSFORMAÇÕES E SIGNIFICADO CULTURAL	15
4.1	A história do Cine Dom Bosco	15
4.2	O impacto das mudanças físicas e tecnológicas do espaço original do cinema.....	20
4.3	O cinema João Bracks na cultura de Manhuaçu	23
5	CONSIDERAÇÕES FINAIS	24
6	REFERÊNCIAS	25

1 INTRODUÇÃO

O cinema surgiu no final do século XIX e consolidou-se no início do século XX (AIC,2022) e, seu principal propósito era criar uma alternativa mais barata ao teatro, mas que acabou crescendo muito principalmente pela influência dos judeus que fugiam da Segunda Guerra Mundial que viram a arte cinematográfica como uma forma de ganhar dinheiro na América do Norte, criando os grandes estúdios hollywoodianos como Paramount, Universal e Warner Bros Studios (Mendes, 2018).

Desde então, o cinema vem surgindo em diversas cidades do mundo, desde grandes metrópoles até pequenas cidades. Além de entreter, ele exerce uma grande função no espaço urbano, segundo Martins (2014) que ao discutir o papel do cinema na sociedade contemporânea afirma que:

O cinema é apresentado como importante formador da identidade cultural de uma cidade, principalmente na nossa atualidade, onde vivemos a predominância da imagem. O cinema é hoje, uma das linguagens mais populares do mundo (Martins, 2014, p. 2).

Também, o cinema exerce função de sociabilidade, sendo ponto de encontro de diversos grupos sociais e faz parte da memória cultural de uma cidade (Martins, 2014).

Diante das transformações de consumo cultural da sociedade, surgem as plataformas de *streaming*, que consistem em serviços online que transmitem conteúdo multimídia, como vídeos, músicas, séries e jogos, sem a necessidade de fazer download, por meio de assinaturas mensais relativamente baixas. O acesso ocorre por meio de *smartphones*, *tablets*, computadores, *smart TV* e *notebooks*, no conforto do lar evitando o consumo de conteúdos por meios ilícitos, como a pirataria (Fernandes, 2012). Nos anos entre 2014 e 2015, o *streaming* apresentou um aumento significativo de 39% em 2014 e 45,2% em 2015, sendo o Brasil responsável por 54% entre 2013 e 2014 (ABPD, 2015). Já nos últimos anos, principalmente em decorrência da covid-19, no qual os cinemas tiveram que tomar medidas contra aglomerações, para evitar a contaminação do vírus, o *streaming* vem se tornando o principal meio de consumo de filmes e séries (Souza, 2021). O crescimento dos serviços de *streaming* tem modificado o consumo de filmes por meio das salas de cinema, deslocando os consumidores para as plataformas digitais (Souza, 2021).

Torna-se evidente que num movimento ascendente, as salas de cinema vêm sendo trocadas por serviços de *streaming*, por ofertarem maior facilidade de acesso e maior variedade de filmes e séries, e que pode impactar a identidade e a oferta cultural de uma cidade, principalmente em cidades menores, que no geral possuem pouca diversidade de equipamentos culturais presenciais, e onde o cinema, muitas vezes constitui uma das poucas oportunidades de lazer coletivo ofertado, e que quando detêm um cinema, apresenta uma única sala de exibição e um público já limitado, como é o caso do Cinema João Bracks, em Manhuaçu, MG.

Nesse contexto, torna-se relevante discutir a reconfiguração das salas de cinema, com isto o presente trabalho busca compreender a contribuição cultural dos cinemas para a formação da identidade cultural das cidades, em especial o Cine João Bracks em Manhuaçu Minas Geras, bem como entender como um cinema se mantém ativo em uma cidade média frente a todas as mudanças sócio culturais enfrentadas.

2 CINEMA, CULTURA E AS NOVAS FORMAS DE CONSUMO.

O cinema possui importante posição na sociedade, tanto por sua contribuição para a formação da identidade cultural das cidades, quanto pelas transformações que vem enfrentando nas últimas décadas. As salas de cinema participam na construção da vida urbana e no sentimento de pertencimento das pessoas, agindo como espaços de sociabilidade, como memória coletiva da população. Nos últimos anos, o avanço das plataformas de *streaming* e as mudanças dos hábitos de consumo audiovisual, intensificadas pela pandemia da covid-19, passaram a representar novos desafios para a manutenção do espaço.

Neste sentido, esse capítulo serve como base teórica para análise de como o cinema participa como agente formador da identidade cultural das cidades e como as novas formas de consumo audiovisual põe em risco a vitalidade das salas de cinema.

2.1 O cinema e a identidade cultural da cidade.

Em seu livro *A identidade cultural na pós-modernidade* (Hall, 2006), afirma que a identidade cultural é formada pelo sujeito, e vice versa. Ele distingue a identidade do sujeito em três concepções: a) sujeito do Iluminismo, b) sujeito sociológico e c) sujeito pós-moderno. Sendo a segunda concepção a que trata sobre o sujeito e a sociedade. Sob sua perspectiva, o indivíduo não é formado apenas pelo seu núcleo interno, sua capacidade de razão e consciência própria, que já nasce com ele, sendo

este compreendido como o sujeito iluminista, mas sim formado pela influência de pessoas importantes para ele, que trazem valores, visões e crenças de mundo que ele/ela habita, ou seja, a cultura, integrando a realidade material e vivência interna do indivíduo tornando-as mais predizível.

O sujeito pós-moderno surge da mudança contínua do sujeito e dos mundos que ele habita, nesta última concepção, a identidade unificada e estável da relação dos dois primeiros sujeitos se mostra fragmentada e multifacetada, assumindo identidades diferentes em diferentes momentos, identidades que não são unificadas, muitas vezes contraditórias ou não resolvidas. Essa última definição rompe a coerência do mundo objetivo e subjetivo do indivíduo, tornando-os mais variáveis e provisórios (Hall, 2006).

Sendo o sujeito sociológico formado pela sociedade e a sociedade movida por indivíduos, ocorre uma relação entre o eu e a sociedade, produzindo uma identidade cultural, que é transmitida de geração a geração por meio da memória, valores, histórias, experiências coletivas e hábitos de cada sujeito a cada novo indivíduo e que, uma vez que uma nova geração ocupa a sociedade, há uma mudança nessa identidade cultural (Hall, 2006). Nesse contexto, e levando em consideração o sujeito pós-moderno de sucessiva oscilação de identidade, a cultura da cidade está em constante mudança; seus ritos, hábitos e valores se alteram, fazendo com que estes se adequem ou sejam ultrapassados por novos preceitos.

Ao tratar sobre cultura, Hannah Arendt faz uma diferenciação essencial entre cultura e entretenimento, que são fundamentais para o entendimento da identidade cultural. Em seu livro *A Crise da Cultura* (2009), ela afirma que a cultura está ligada aos objetos, que são produtos do mundo: livros, filmes, arquitetura... tudo aquilo que não é descartado de imediato, que existe independentemente da necessidade imediata. A cultura representa aquilo que é durável, que não desaparece do mundo, que pode ser visitado e reinterpretado, não dependendo da necessidade de uso, mas que marca e traz significado a uma sociedade. Já o entretenimento é o oposto da cultura, sendo totalmente dependente do uso, pois é utilizado, descartado e esquecido quando perde sua função (Arendt, 2009).

O entendimento sobre a diferenciação desses dois termos ilustra a importância de manter aquilo que possui valor cultural. Em *A Natureza do Espaço*, de Milton

Santos, o autor trata dos Sistemas de Objetos e Sistemas de Ações, sendo o primeiro “produto de elaboração social” (Santos, 2006, p. 40), que corresponde às técnicas e às condições sociais de cada época. Dentro desse primeiro sistema, aborda-se o objeto geográfico, aquilo que é imóvel, fixo no espaço, fruto da atualidade ou do passado, que foi produzido e modificado. Já o Sistema de Ações corresponde a toda ação humana com propósito, sendo as práticas sociais, usos e atividades humanas, não incluindo apenas o indivíduo, mas também empresas e instituições (Santos, 2006).

Os objetos não têm realidade filosófica, isto é, não nos permitem o conhecimento, se os vemos separados dos sistemas de ações. Os sistemas de ações não se dão sem os sistemas de objetos. Sistemas de objetos e sistemas de ações interagem. De um lado, os sistemas de objetos condicionam a forma como se dão as ações e, de outro lado, o sistema de ações leva à criação de objetos novos ou se realiza sobre objetos preexistentes. É assim que o espaço encontra a sua dinâmica e se transforma. (Santos, 2006, p. 39).

Santos (2006) conclui relacionando ambos os sistemas. Se observado um prédio isoladamente, ele não possui qualquer valor cultural, não havendo sentido em sua permanência sem considerar o seu uso. Da mesma forma que o uso está relacionado ao objeto, pois as práticas sociais ocorrem em um lugar físico e levam à modificação do espaço ou à criação de novos objetos (Santos, 2006), ou seja, espaço compreende a integração entre ação e objeto.

Relacionando o preceito do espaço como integrador da ação e do objeto, de Milton Santos, com a definição de cultura de Hannah Arendt, de que a cultura representa aquilo que é durável, que não desaparece do mundo, conclui-se que a cultura se mostra como elemento importante para a preservação da identidade cultural de uma cidade, pois ela é as edificações, os espaços públicos e a vivência nesses locais, objetos e práticas que fazem presente na vida cotidiana. É por meio deles que histórias e tradições são mantidas e passadas de geração a geração, e o seu apagamento afeta a vida das pessoas, bem como o sentimento de pertencimento e a coletividade dos grupos sociais.

Dentre os principais espaços culturais das cidades, o cinema se encontra como contribuinte para a formação da identidade cultural de uma sociedade, servindo a dois propósitos fundamentais: sociabilidade e símbolo de modernização urbana.

Em seu primeiro propósito, conforme argumenta Martins (2014), ao analisar o cinema na cidade de Porto Alegre, uma das principais funções desse equipamento cultural é atuar como um espaço de encontro entre diferentes classes sociais. Para a autora, essa característica decorre de fatores como a facilidade de acesso do público, o baixo custo dos ingressos e a diversidade de obras exibidas, elementos que incentivam a frequência de distintos grupos sociais. “O cinema proporcionava, assim, outros tipos de sensações e sociabilidades, em outros lugares além de seu próprio espaço, as salas de espera e de exibição, sendo que até a calçada disponibilizava a interação” (Martins, 2014, p. 632). O cinema não é uma experiência isolada, mas sim uma vivência coletiva, na qual o filme é exibido para mais de um indivíduo, possibilitando a interação entre indivíduos desconhecidos, o que favorece a construção de novos vínculos sociais.

Em seu segundo propósito, o cinema representa símbolo de modernidade urbana, que carrega um importante significado para a cidade: o de criar um cenário urbano. Santoro (2004), discute como o cinema foi utilizado como principal meio de modernização da cidade de São Paulo nos anos 1930, marcando o distanciamento da área rural. Segundo o autor, os espaços urbanos coletivos são projetados não apenas para atender a uma necessidade de uso, mas também para criar um cenário da cidade que se deseja viver, inovadora e atual. Seu posicionamento é estratégico, uma vez que se encontra nos centros urbanos, próximo aos principais pontos marcantes da cidade. O cinema é utilizado como elemento de lazer na vida cotidiana, atendendo não apenas à elite, mas também às massas (Santoro, 2004).

Nesse contexto, o cinema pode ser compreendido como um dos elementos que contribuem para a formação do sujeito sociológico proposto por Hall (2006), uma vez que os indivíduos constroem suas identidades a partir das relações estabelecidas com os espaços, símbolos e valores presentes na sociedade. Ao representar a modernidade urbana e integrar a vida cotidiana da população, o cinema passa a influenciar a forma como os sujeitos percebem a cidade e se reconhecem como parte dela.

Enfim, o cinema é apresentado como um dos principais meios de fortalecimento da identidade cultural de uma cidade, ao integrar práticas sociais coletivas e valores simbólicos ligados à modernidade. Sua permanência e vitalidade na malha urbana não só cumprem a função de centro de sociabilidade, como também o consolidam

como um dos principais pontos culturais atrelados ao historicismo de uma cidade, e formador do sujeito sociológico de Hall (2006). Assim, o fechamento das salas de cinema não afeta apenas uma mudança física do espaço, mas também a perda da cultura da cidade.

2.2 A ascensão dos *streamings* e a mudança de consumo audiovisual pós-pandemia.

Nos últimos anos, streaming consolida um modelo de consumo audiovisual baseado no acesso digital sob demanda a filmes e séries por meio de diversos dispositivos eletrônicos, como tablets, celulares, notebooks e smart TVs, sem a necessidade de realizar download, sendo feito inteiramente na casa do usuário, desvinculado do ato de assistir a um filme em um espaço físico específico (Oliveira, 2016). Com o advento da tecnologia e seu fácil acesso por diferentes meios de transmissão, o streaming se torna cada vez mais relevante no cenário mundial de produção audiovisual, crescendo junto com os avanços tecnológicos, que trazem maior velocidade de internet e melhor qualidade de som e imagem nos dispositivos de transmissão. O consumo rápido e flexível, aliado a um baixo valor de assinatura mensal, tornou-se um grande atrativo para jovens e adultos, tornando-os mais adeptos a essa nova tecnologia de vídeo (Silva, 2021).

Popularizado pela Netflix no ano de 2007, o streaming oferece uma grande variedade de conteúdos audiovisuais em seu catálogo e já está presente em cerca de 43,4% das casas brasileiras com televisão, totalizando aproximadamente 32,7 milhões de domicílios (IBGE, 2023). Parte desse crescimento das plataformas de streaming se deve a um processo natural que já vinha acontecendo, mas que foi impulsionado pela pandemia da covid-19, iniciada no ano de 2020. Matias (2025), ao tratar sobre o assunto, afirma:

O isolamento social imposto de forma vertical pelas autoridades governamentais de muitos países também intensificou o consumo das plataformas de streaming. A população, obrigada a cumprir o lockdown durante o período da pandemia, aumentou o consumo dos conteúdos sob demanda. Diante de um contexto atípico, que obrigou a todos a reinventar a maneira de socialização e lazer, vivenciamos um crescimento exponencial das redes sociais e das plataformas de serviços de streaming. (Matias, 2025, pág. 32).

Segundo dados da MPA (Motion Picture Association), referentes ao balanço de receitas do setor audiovisual em 2021, as assinaturas de streaming tiveram um crescimento de 26% durante o período da pandemia, representando cerca de 232

milhões de novas contas em comparação a 2019. Os aplicativos de streaming, em geral, cresceram 75% em downloads na Google Play Store no início da pandemia, entre os meses de fevereiro e março de 2020 (RANKMYAPP, 2021).

O isolamento social gerou grande impacto na indústria audiovisual mundial, ocasionando a paralisação de produções de filmes e séries, o fechamento de salas de cinema e a interrupção de filmagens, resultando em prejuízos para a indústria, com a perda de 10 milhões de empregos e a diminuição de 145 bilhões de dólares no impacto econômico nos seis primeiros meses de 2020 (PUCRS, 2022). Ao analisar o surgimento de novas plataformas de streaming, como Disney Plus, HBO Max, Star+ e Apple TV, observa-se que muitas surgiram após o ano de 2019, quando ocorreram os primeiros sinais de contaminação da covid-19. Nesse contexto, a economia estava instável, pois muitas atividades econômicas que contribuíam para o capital dos países estavam paralisadas devido à pandemia. Contudo, em razão da crise econômica que afetou as empresas, a demanda por conteúdo audiovisual manteve-se estável, uma vez que a necessidade de consumo permaneceu inalterada, especialmente porque as pessoas buscavam formas de entretenimento em casa, já que possuíam mais tempo livre (Canindé, 2022).

Nas últimas décadas, foi vista uma mudança na forma de produção e consumo de produtos audiovisuais. Antes, os filmes eram feitos exclusivamente para serem exibidos em salas de cinema e, depois, reprisados na televisão; agora, são produzidos diretamente para as plataformas de *streaming*. No ano de 2021, a Warner Bros anunciou que seus filmes seriam transmitidos de forma híbrida, lançados simultaneamente nas plataformas de *streaming* e nos cinemas. Muitas pessoas, incluindo o renomado diretor Christophe Nolan, passaram a ter uma visão pessimista de que as salas de cinema estariam à beira do fim (Pascual, 2022).

Enquanto o *streaming* crescia de forma exponencial durante o período de isolamento social, o cinema enfrentava diversos problemas econômicos, com o fechamento das salas sem data de retorno. Somente no Brasil, durante os primeiros meses da pandemia de 2020, 16% das salas de cinema do país tiveram suas portas fechadas, representando, em média, 577 salas, o que levou as exibidoras a oferecerem demissão voluntária aos funcionários (Oliveira, 2020). Esse *lockdown*, ao evitar a contaminação pelo vírus, evidenciou a dependência do setor em relação ao

espaço físico e à presença de público, expondo sua vulnerabilidade frente a contextos de restrição social.

Mesmo após a reabertura das salas de cinema no Brasil pós-pandemia, o número de público até 2023 se mostrava baixo quando comparado ao ano de 2019, anterior ao vírus. No primeiro trimestre de 2023, o número de ingressos vendidos foi de 48 milhões, enquanto, em 2019, nesse mesmo período, o número foi de 77 milhões. Estima-se que, conforme apuração em 2023, que as salas de cinema tivessem, em média, 30 pessoas por sessão, enquanto, em 2019, esse número era de 47 espectadores (AGÊNCIA ESTADO, 2023).

Sendo o *streaming* um novo meio de consumo de produções audiovisuais, as salas de cinema são postas em risco econômico, uma vez que dependem da frequência do público no espaço físico. Diante disso, muitas foram obrigadas a se adaptar para atrair novamente o público.

Sem ter a necessidade de ir ao cinema assistir os filmes em grandes salas escuras, pagando por cada título assistido, a preferência do consumidor por esse conteúdo passou a ser disputada e os cinemas seguem na tentativa de se adaptarem para reconquistarem os cinéfilos que estão preferindo ficar em casa ou usar os dispositivos móveis smart pagando menos para consumir os filmes. (Matias, 2025, pág. 35).

Algumas das estratégias que visam manter o público frequentando as salas de cinema consistem em novas tecnologias, cadeiras que vibram, telas grandes, filmes em 3D, reexibição de filmes clássicos, exibição de episódios finais de séries, transmissões de jogos de futebol, campeonatos de games, programas de fidelidade que oferecem benefícios e a exclusividade de conteúdo como principal meio de atração. Por enquanto, a maior parte da indústria ainda utiliza a exibição no cinema como principal forma de lançamento, para, posteriormente, disponibilizar os filmes nas plataformas digitais (Matias, 2025). O objetivo dessas estratégias é promover algo que o *streaming* não consegue oferecer plenamente: maior imersão na experiência cinematográfica atuando como diferencial em relação ao *streaming*. Entretanto, na visão de Matias (2025), a exclusividade de conteúdo é a principal forma de atrair o público ao cinema. Nesse sentido, questiona-se: as salas de cinema se manteriam caso a indústria passasse a lançar seus filmes apenas nos *streamings*?

O declínio das salas de cinema mostra-se possível, uma vez que o público se apresenta mais favorável a consumir filmes por meio do *streaming* do que pagar por

cada título assistido em uma sala escura. Nesse contexto, o cinema deixa de ser necessário quando o consumo se torna doméstico e quando sua função se limita a algo singular: a exibição de filmes, algo que os *streamings* já demonstraram ser capazes de substituir.

A mudança na forma de consumo audiovisual afeta não apenas o cinema enquanto espaço físico, mas também a cidade como um todo. A função social, a identidade cultural e o desaparecimento das salas de cinema das centralidades urbanas impactam toda a cultura de uma cidade. O consumo, antes coletivo e responsável por promover a interação entre diferentes classes sociais, torna-se agora mais individualista, restrito à residência do assinante de *streaming*. Diante disso, o cinema se encontra em um dilema: fechar suas portas ou buscar formas de se reinventar para competir com o advento da era do *streaming*.

3 METODOLOGIA

A presente pesquisa caracteriza-se como pesquisa, de natureza aplicada, qualitativa, descritiva e exploratória. Em um primeiro momento houve revisão bibliográfica em livros e artigos, compreender a influência do cinema na identidade cultural das cidades e, também, a mudança na forma de consumo de conteúdos audiovisuais pós-*streaming* e pandemia.

Foi realizada uma análise documental do Cine João Bracks, por meio de arquivos da administração do cinema e da Casa de Cultura de Manhauçu, além de levantamento *in loco*, com o intuito de registrar sua importância na contribuição da formação cultural da cidade e registrar as mudanças estruturais do espaço ocorridas ao longo do tempo e dos diferentes contextos sociais.

Com levantamento arquitetônico fornecido pela Administração do Cine João Bracks, realizado no ano de 2015 para regulamentação do espaço junto ao Corpo de Bombeiros, foram feitos diagramas em plantas baixas e cortes esquemáticos para mostrar a alteração de utilização do espaço desde sua inauguração até o presente ano de 2026.

Como ferramenta de apoio à elaboração do trabalho, foram utilizadas as plataformas de inteligência artificial generativa ChatGPT (OpenAI) para a revisão

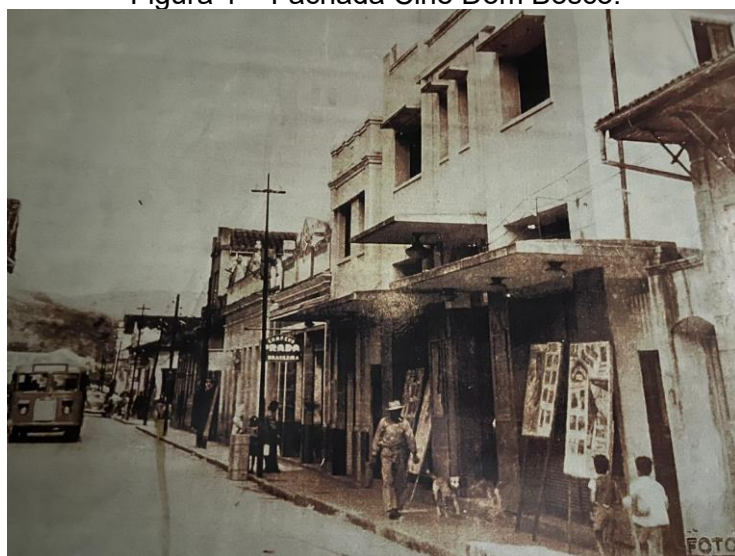
gramatical, ortográfica e de pontuação dos textos, bem como para o aprimoramento de coesão e da fluidez textual

4 O CINE DOM BOSCO: HISTÓRIA, TRANSFORMAÇÕES E SIGNIFICADO CULTURAL

4.1 A história do Cine Dom Bosco

Em reportagem realizada para o Jornal Tribuna do leste na edição de 13 de maio de 1984, (Ferreira, 1974) descreve a história do Cinema, que teve sua obra iniciada pelo visionário imigrante João Bracks em 03 de agosto de 1949, originalmente chamado de Cine Dom Bosco, homenagem ao Santo João Melchior Bosco. Segundo o autor a obra apresentava uma estrutura de grande porte para a época contemplando um prédio de três pavimentos: térreo, subsolo e 1º pavimento (Figura 1).

Figura 1 – Fachada Cine Dom Bosco.

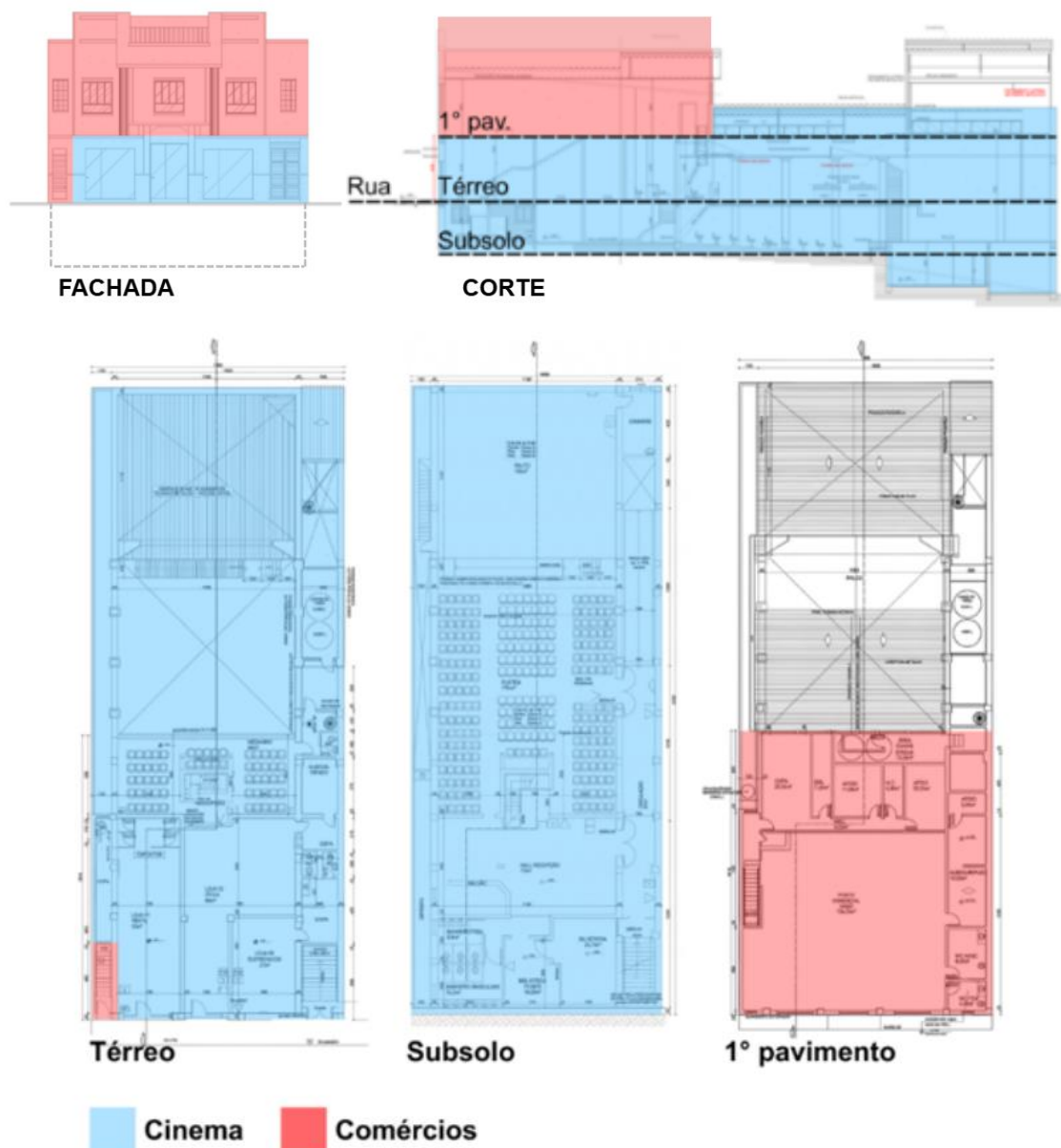


Fonte: Administração do Cine João Bracks (196_)

Em 1958, quando inaugurado, o acesso principal se dava pelo térreo, que dava acesso a uma imensa sala de 700 lugares em dois níveis (térreo e subsolo), sendo a saída realizada pelo nível subsolo. O acesso do térreo para o nível subsolo ocorria por uma bela escadaria, levando para os assentos mais baixos, colocados em formato escalonado. Abaixo do térreo, tendo seu acesso pelo nível inferior, destinava-se um foyer reservado da sala de exibições, designado para aqueles que aguardavam a próxima sessão e, também, uma sala particular para a elaboração dos cartazes dos filmes, que naquele período eram feitos à mão em telas pintadas com tinta a óleo. Sua estrutura original contava com uma sala lateral privativa exclusiva à família. O 1º

pavimento foi projetado para aluguéis, dividido em nove salas, sendo destinado a escritórios da época, conforme digrama ilustrado (Figura 2).

Figura 2 – Diagrama de uso das áreas da edificação na concepção original



Fonte – Arquivos do cinema adaptado pelo autor

O sucesso do empreendimento foi imediato, com expressiva presença de público em sua inauguração; o Cine Dom Bosco se mostrou um marco, sendo o primeiro cinema na região de Manhuaçu. Ao longo dos seus primeiros anos de uso, as exhibções ocorriam com três sessões diárias, às 16h30, 18h30 e 20h. A definição da programação ficava a cargo de João Bracks, que realizava viagens mensais ao Rio de Janeiro na década de 1950. Nessas viagens, além da seleção dos principais filmes

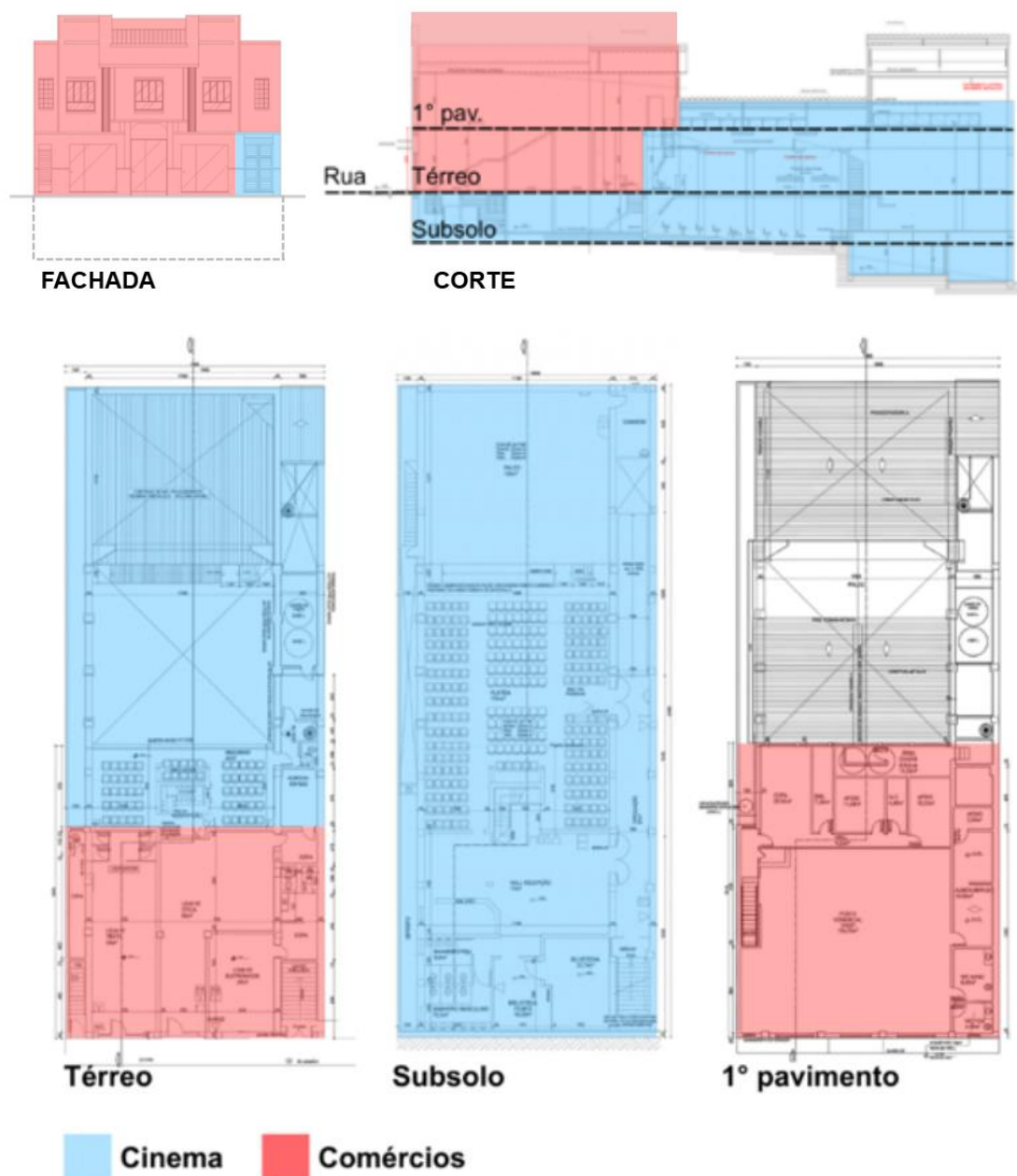
lançados, realizava-se a aquisição das bobinas de 35 mm, que pesavam por volta de 20 a 30 quilos, trazidas para Manhuaçu para serem passadas nas sessões (Arquivos Administração Cine João Bracks, S/d).

de 1958 à 1963, o cinema consolidou-se como um espaço que ia além da exibição cinematográfica, abrigando também apresentações teatrais, eventos políticos e espetáculos musicais, tornando-se um importante local de socialização e desenvolvimento para a cidade.

De acordo com documentação do Cine João Bracks, a primeira fase do empreendimento data de 1958 à 1982, do apogeu (na ocasião de sua inauguração) à primeira crise gerada pela diminuição de cinéfilos em decorrência da chegada e popularização da televisão, o que levou ao seu primeiro período de encerramento das atividades. O local foi alugado à uma congregação que fez dele uma Igreja até o ano de 1984 (Arquivos Administração Cine João Bracks, S/d).

O retorno da sala de cinema se dá sob uma nova administração, no ano de 1984, ainda sob a administração da família Bracks. Na ocasião, o cinema passou por sua primeira intervenção física. Adaptando-se à realidade de público reduzido, que já não contemplava toda a imensidão dos 700 lugares. Essa primeira reforma consistiu na redução da parte da frente do edifício, criando 3 salas comerciais que posteriormente foram alugadas para uso comercial. Além disso, o espaço foi adaptado para receber apresentações teatrais com produções maiores, com a ampliação do palco de 10 para 60 metros. A intervenção também incluiu a modernização dos sistemas de som e projeção, o investimento total nessa reforma foi estimado em aproximadamente 25 milhões de cruzeiros (Ferreira, 1984). Como no diagrama ilustrativo (Figura 3).

Figura 3 – Diagrama de uso das áreas da edificação após 1º intervenção estrutural



Fonte– Arquivos do cinema adaptado pelo autor

Após esta intervenção o cinema funcionou de 1984 à 1998, quando sua infraestrutura tecnológica já se apresentava desatualizada e sua revitalização consumiria muitos recursos. Nessa ocasião ocorre o encerramento de suas atividades sem data de retorno (Arquivos Administração Cine João Bracks, S/d).

Após quase nove anos fechado, em 2008, ainda sob administração da família, houve nova intervenção estrutural para a reinauguração do cinema, agora com o nome de Cine João Bracks, em homenagem ao seu fundador.

A reabertura se deu com uma grande intervenção na edificação. A entrada recebeu um frontão em ACM preto com o novo nome do cinema (Figura 4). O número de cadeiras foi reduzido para 350. O local antes destinado ao foyer privativo passa a ser a área administrativa, junto a um foyer principal. Nessa nova reforma, uma pequena parte do anterior térreo passou a ser um mezanino onde se instalou uma nova cabine de projeção para adoção de novas tecnologias: antes, os filmes eram passados em bitolas de 35 mm e, pós intervenção passaram a ser em formato HD, oferecendo maior qualidade de imagem, proporcionando maior experiência imersiva ao usuário. Ocorreu a adição de sistemas de ar-condicionado, melhoria no sistema de som e equipamentos de prevenção e combate a incêndio (Arquivos Administração Cine João Bracks, S/d).

Figura 4 – Fachada Centro Cultural Joao Bracks.



Fonte: Administração do Cine João Bracks (2008)

Após a reabertura do agora cinema João Bracks, o público apresentou crescimento gradual ao longo dos anos, demonstrando grande otimismo para o cinema. Porém, 11 anos após sua reabertura, o cinema enfrentou outro grande desafio que mudou esse cenário otimista: a pandemia da covid-19.

As restrições contra a disseminação do novo vírus e as medidas contra aglomeração fizeram com que, mais uma vez, o cinema fechasse suas portas por período indefinido. Essa fase marcou um momento de extrema instabilidade, com a suspensão de contratos de funcionários e as salas vazias e a incerteza de sua reabertura (Arquivos da Administração do Cine João Bracks).

Em 2021, o poder público permitiu que os cinemas voltassem a abrir suas portas, e, apesar da reabertura, o Cine João Bracks não retomou a receita anual anterior a pandemia, o que vem acontecendo gradativamente desde então.

A história do cinema Centro Cultural João Bracks não se resume apenas ao seu edifício, mas sim à criação de um espaço intimamente relacionado à memória e à vida cultural de Manhuaçu. Ao longo dos anos, o cinema refletiu as mudanças na cidade, ajustando-se a diferentes cenários econômicos, sociais e tecnológicos, mantendo sempre sua relevância na vida urbana. A sua durabilidade, mesmo em momentos de crise, evidencia não só a visão de seu fundador, mas também o compromisso dos seus sucessores em preservar esse legado. O cinema João Bracks se firmou como um importante símbolo cultural de Manhuaçu, sua existência ultrapassa a função singular de exibição de filmes, contribuindo para a identidade cultural do município e o sentimento de pertencimento da comunidade local.

4.2 O impacto das mudanças físicas e tecnológicas do espaço original do cinema.

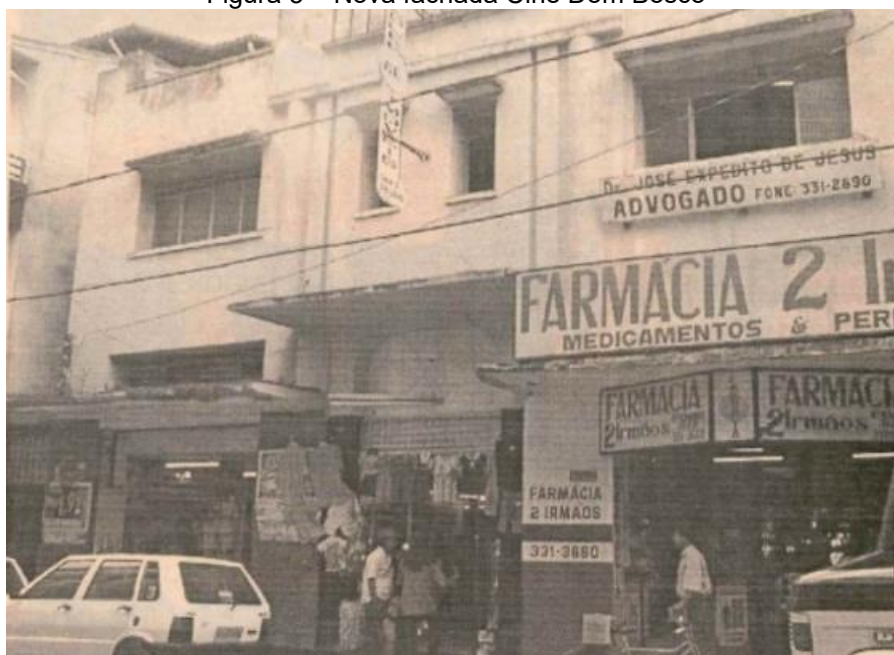
As mudanças físicas do local, ocorridas em decorrência da necessidade de mercado e evolução tecnológica, trouxeram mudanças marcantes na configuração do espaço do Cine João Bracks. A nova configuração física trouxe elementos que proporcionaram a continuidade da obra e, também, elementos que contribuíram para a descaracterização do edifício original.

Em sua primeira intervenção física, e a que mais modifica a arquitetura original do cinema, se dá na metade da década de 80, após redução de público considerável, que ocasionou a criação de pontos ociosos no espaço. A redução da parte frontal do cinema adicionando 3 salas comerciais na edificação para gerar renda complementar aos proprietários foi uma estratégia importante para a sobrevivência econômica do edifício sem perder a sala de cinema. Entretanto, ocorre uma descaracterização da arquitetura inicial, visto que nas fachadas foi inserido portão metálico substituem elementos *Art Déco*, estilo original do cinema (Figura 5). O acesso do cinema anterior a reforma se dava em duas entradas, o principal ao centro da fachada sendo a entrada, e o lateral direito que levava a sala de exibição no subsolo destinado para a saída do espetáculo, agora ambos são unificados, sendo o acesso lateral a entrada e saída do edifício. Essa medida se torna a melhor adaptação ao novo *layout* interno,

entretanto, ocorre a perda da força simbólica da fachada principal e da experiência de chegada originalmente concebida.

Essa adequação à nova demanda, junto à adição das salas comerciais tomadas por letreiros e propagandas, ocasiona um apagamento da arquitetura original, não havendo uma preservação do patrimônio, que antes era formado pelo estilo *Art Déco* uniforme em toda a edificação. Nessa nova configuração, a fachada do pavimento superior, em *Art Déco*, contrasta com a fachada do pavimento térreo, adaptada a arquitetura da época. Nesse sentido, o edifício do cinema passa a ser identificado apenas como uma entrada lateral de 2 metros de comprimento, e não como um edifício em sua totalidade, levando à perda do símbolo arquitetônico que foi tão importante para o processo de modernização da cidade.

Figura 5 – Nova fachada Cine Dom Bosco



Fonte: Tribuna do Leste (1999)

O subsolo se torna o pavimento principal do cinema, sendo a única entrada localizada no térreo pela lateral da edificação levando ao subsolo. Já o antigo térreo, anteriormente tendo seu dobro de tamanho comportando toda a área de convivência, foi transformado, restando ao cinema apenas um mezanino acima da sala de exibição. Toda a área de convívio é transferida para o subsolo, ocupando o local do foyer secundário e da sala de criação dos cartazes. Essas alterações resultam em ambientes sem aberturas direcionadas ao externo do edifício o que prejudica a ventilação cruzada e iluminação natural.

A sua segunda reforma se dá em 2008, após quase nove anos de fechamento do cinema. Essa nova modificação do espaço alterou de forma significativa a parte interna e tecnológica do cinema, ocorreu uma redução dos números de assentos, cabine de projeção HD, sistema de som e climatização da sala. Também houve modernização da fachada, agora reduzida a um acesso lateral, os elementos *Art Déco* que restaram da última reforma são sobrepostos por um frontão em ACM Preto levando o novo nome do cinema. A escolha do material e estilo se adequa ao novo estilo contemporâneo da cidade (Figura 6).

Figura 6 – Fachada Centro Cultural Joao Bracks.



Fonte: Acervo do autor (2026)

O projeto de prevenção e combate à incêndio, necessário para a segurança do público e do próprio edifício, prescreveu a instalação da caixa de hidrante na fachada do cinema, levando uma outra perda da imponência e características da fachada.

As intervenções realizadas ao longo das décadas evidenciam o constante processo de adaptação econômica e social do Cinema João Bracks que impactaram o setor cinematográfico. Embora as reformas tenham provocado perdas significativas em aspectos arquitetônicos e na autenticidade de elementos originais da obra, elas se mostram fundamentais para garantir sua continuidade em meio as mudanças de comportamento de mercado. As mudanças físicas observadas refletem que a preservação do cinema se dá pela sua capacidade de reinventar diante das novas

demandas, criando um equilíbrio entre conservação e adaptação, permitindo que o Cinema João Bracks permanecesse ativo na cultura da cidade de Manhuaçu.

4.3 O cinema João Bracks na cultura de Manhuaçu

Tendo sua continuidade há mais de 70 anos, o Cine João Bracks se configura como um dos principais meios de cultura em Manhuaçu. Durante sua trajetória, apresentou-se como um espaço multifuncional, abrigando não apenas as sessões de cinema, mas também peças teatrais, eventos políticos, apresentações musicais e encontros comunitários, ampliando o alcance cultural do edifício e tornando o espaço mais relevante para diferentes públicos, garantindo maior permanência no espaço público. Nesse sentido, o cinema relaciona-se ao que foi proposto por Arendt (2009), de que, ao construir um espaço durável, cria-se a cultura, trazendo importante significado para a sociedade.

O cinema se mostra como importante marco cultural na vida cotidiana em uma cidade com restritas opções culturais. O seu fácil acesso e valor acessível permitem a criação democrática do acesso à cultura por diferentes classes sociais, sendo uma alternativa segura e barata para famílias e grupos distintos. Ele promove encontros, interação entre moradores e experiências coletivas de lazer. A parceria pública com a administração do cinema permite que escolas de Manhuaçu e de seus distritos levem alunos para sessões especiais, proporcionando cultura às crianças de classes sociais mais vulneráveis. Essas relações de sociabilidade reforçam a compreensão de Martins (2014) sobre o cinema como espaço de encontro coletivo e também contribuem para a formação da identidade cultural discutida por Hall (2006), uma vez que os indivíduos constroem suas referências culturais a partir das experiências compartilhadas em sociedade.

Sua permanência na malha urbana preserva característica marcante do processo de modernização da cidade de Manhuaçu. Sua presença na metade da década de 90 marca-se como elemento de avanço e prosperidade social, que cria uma valorização da vida urbana. A sua tipologia, presente no centro urbano, valoriza a região, tornando-a mais rica e atrativa, atraindo pessoas para o centro da cidade e contribuindo para os comércios da região e para a movimentação dos espaços públicos. Essa relação entre o edifício, seus usos e a dinâmica urbana aproxima-se da concepção de espaço de Milton Santos (2006), na qual sistemas de objetos e sistemas de ações atuam de forma integrada na produção e transformação da cidade.

Durante seus períodos de crise, o cinema se manteve como um equipamento cultural raro em uma cidade média. Sua tipologia e funcionalidade preservam parte do historicismo da cidade, tornando-se um símbolo cultural e afetivo para diferentes gerações, que ajuda os moradores a reconhecerem e valorizarem a história e a cultura da própria cidade, conforme argumenta Hall (2006), ao relacionar indivíduo e sociedade para a formação da identidade cultural.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este trabalho permitiu observar como o cinema se constitui como importante agente de formação e preservação da identidade cultural das cidades. Sua permanência na malha urbana contribui para a sociabilidade, o sentimento de pertencimento e a memória coletiva da população local.

Também, tornou-se notório como os avanços tecnológicos das plataformas de *streaming* alterou significativamente os hábitos de consumo audiovisual, criando um processo de abandono das salas de cinema e uma preferência aos serviços online. Essa migração foi evidenciada fortemente durante o período de *lockdown* da covid-19.

O declínio das salas de cinema não marca apenas uma mudança de consumo e o fim dos ambientes físicos, mas também, a perda potencial de espaços de convivência cultura, escassos em cidades médias.

Nesse pós-*streamings*, a capacidade de permanência das salas de cinema dependem da sua capacidade de se adaptar perante as novas demandas tecnológicas e sociais.

A metodologia utilizada, a análise do Cine João Bracks, demonstrar como a revitalização física e funcional dos espaços podem garantir sua sobrevivência ao longo do tempo. E, evidencia a dualidade dessas intervenções: a perda das características originais e a necessidade da mudança para sua continuidade.

Da mesma forma, a análise mostra como o Cine João Bracks se consolidou na cidade de Manhuaçu como importante símbolo cultural, ultrapassando sua função singular de exibir filmes, mas também agregando diversos usos ao longo da história, se apresentando como um espaço multifuncional, o que mostrou ser de importante valia para sua continuidade durante as transformações contemporâneas. Sua trajetória mostra claramente a relação entre arquitetura, cultura e identidade cultural em uma cidade média.

A valorização e manutenção dos espaços culturais, principalmente em cidades médias, fortalece a vida urbana e identidade de uma população. A arquitetura desempenha papel importante na reconfiguração tipológica do cinema, o adaptando as transformações contemporâneas, ampliando seus usos e corroborando para sua relevância social. O estudo do Cine João Bracks demonstra que a sobrevivência das salas de cinema está atrelada a sua capacidade de equilibrar a preservação cultural e a sustentabilidade econômica do espaço.

6 REFERÊNCIAS

ACADEMIA INTERNACIONAL DE CINEMA (AIC). História do cinema: da sua origem aos dias de hoje. São Paulo: AIC, 2022. Disponível em: <https://www.aicinema.com.br/blog/historia-do-cinema/>. Acesso em: 11 abr. 2025.

ARENDT, Hannah. A crise da cultura: sua importância social e política. In: ARENDT, Hannah. *Entre o passado e o futuro*. São Paulo: Perspectiva, 2009.

ASSOCIAÇÃO PRO-MÚSICA BRASIL (ABPD). IFPI publica pesquisa sobre música digital nos 13 maiores mercados do mundo. 2015. Disponível em: <https://www.ifpi.org/>. Acesso em: 11 abr. 2025.

CANINDÉ, Vitória M. Cultura de hits: a influência dos streamings de vídeo na formação do consumidor bumerangue. 2022. Monografia (Graduação) – Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Natal, 2022.

FERNANDES, Daniela Gumiero; SANTANA, Vanessa Fernandes; SANTOS, Rafael Felipe. Hábitos de consumo de música digital em multiplataformas. Curitiba: FAE Centro Universitário, 2012.

FERREIRA, Luiz Carlos. Cine Dom Bosco Será Reinaugurado. *Tribuna do Leste*, Manhuaçu, 13 maio 1984. Seção A Cidade, p. 9.

HALL, Stuart. *A identidade cultural na pós-modernidade*. Rio de Janeiro: DP&A, 2006.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA (IBGE). Em 2022, streaming estava presente em 43,4% dos domicílios com TV. Agência de Notícias IBGE, 9 nov. 2023. Disponível em: <https://agenciadenoticias.ibge.gov.br/agencia-noticias/2012-agencia-de-noticias/noticias/38306-em-2022-streaming-estava-presente-em-43-4-dos-domicilios-com-tv>. Acesso em: 20 abr. 2026.

MARTINS, Sheila Peil. O cinema e a sociedade: um caso de amor. *Oficina do Historiador*, 2014, p. 620-640.

MATIAS, Victor Matheus Pinto. O cinema, a televisão e os serviços de streaming: a disputa pela preferência do consumidor frente às novas tecnologias. 2025. Trabalho

de Conclusão de Curso (Bacharelado em Comunicação Social – Audiovisual) – Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Natal, 2025.

MENDES, Rodrigo. Como os judeus inventaram Hollywood. *El País Brasil*, 2018. Disponível em:

https://brasil.elpais.com/brasil/2018/01/15/cultura/1516020274_562718.html. Acesso em: 11 abr. 2025.

OLIVEIRA, Mariana. O impacto do streaming nas salas de cinema: uma análise do novo comportamento do consumidor. *Revista Brasileira de Cinema e Mídia Digital*, v. 4, n. 2, p. 45-59, 2021.

OLIVEIRA, Luccas. Coronavírus: 577 salas de cinema do Brasil já foram fechadas. *O Globo*, Rio de Janeiro, 16 mar. 2020. Disponível em:

<https://oglobo.globo.com/cultura/coronavirus-577-salas-de-cinema-do-brasil-ja-foram-fechadas-24308759>. Acesso em: 20 abr. 2026.

PASCUAL, Paula Grueso. El cine como interfaz: del celuloide a las plataformas de streaming. *Hipertext.net*, n. 25, 2022. Disponível em:

<https://raco.cat/index.php/Hipertext/article/view/403897/503361>. Acesso em: 20 abr. 2026.

PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DO RIO GRANDE DO SUL (PUCRS). Os impactos da pandemia na indústria audiovisual. Agência de Notícias PUCRS, 26 abr. 2022. Disponível em: <https://portal.pucrs.br/noticias/pesquisa/industria-audiovisual-e-pandemia/>. Acesso em: 20 abr. 2026.

PÚBLICO volta aos cinemas, mas salas não enchem como antes da pandemia.

Correio do Povo, Porto Alegre, 03 jul. 2023. Arte & Agenda. Disponível em:

<https://www.correiodopovo.com.br/arteagenda/p%C3%BAblico-volta-aos-cinemas-mas-salas-n%C3%A3o-enchem-como-antes-da-pandemia-1.1056900>. Acesso em: 20 abr. 2026.

RANKMYAPP. Overview: apps de streaming de vídeo: 2019–2021. 2021. Disponível em: <https://tatic.poder360.com.br/2021/09/estudo-midia-streaming-set-2021>. Acesso em: 20 abr. 2026.

SANTOS, Milton. *A natureza do espaço: técnica e tempo, razão e emoção*. 4. ed. São Paulo: Edusp, 2006.

SANTORO, Paula Freire. A relação da sala de cinema com o espaço urbano em São Paulo: do provinciano ao cosmopolita. 2004. 335 f. Dissertação (Mestrado em Estruturas Ambientais Urbanas) – Faculdade de Arquitetura e Urbanismo, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2004.

SILVA, Ana K. S. B. C. Binge-watching: uma análise sobre o comportamento do consumidor da plataforma de streaming Netflix. 2021. Monografia (Graduação em Administração) – Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Natal, 2021.

SOUZA, Gabriela Duarte de; NISHIJIMA, Marislei. Efeito do vídeo streaming sobre o consumo de filmes em salas de cinema nos Estados Unidos. In: ENCONTRO NACIONAL DE ECONOMIA, 2021. Anais [...]. 2021. Disponível em:

https://www.anpec.org.br/encontro/2021/submissao/files_l/i9-088f8e3fafecdd6fa96c57304030e776.pdf. Acesso em: 11 abr. 2025.