

A INVISIBILIDADE DOS FILMES NACIONAIS NAS SALAS DE CINEMA BRASILEIRAS

Bianca Ramos Santos*

RESUMO: O cinema nacional, nascido em 1898, é desde sua primeira era dominado por uma aristocracia estrangeira. Em primeira instância, ele é comandado por uma elite europeia, porém após as Guerras Mundiais, passa a ser monopolizado pelos Estados Unidos. Apesar dos grandes esforços dos produtores nacionais, principalmente durante as décadas de 1930 e 1940, de estruturar o mercado cinematográfico nacional, através da criação de estúdios com produções representativas da cultura brasileira, as grandes empresas estadunidenses sempre conseguiram manter seu domínio por meio de filiais de seus estúdios e representantes físicos em território brasileiro, sustentando uma relação harmoniosa com o Estado. O objetivo do presente artigo é analisar o cenário cinematográfico nacional referente a sua presença nas salas de cinema do país, através de uma metodologia baseada em revisões bibliográficas, principalmente de dados fornecidos pela Agência Nacional do Cinema (ANCINE) em informes do mercado cinematográfico brasileiro, referente aos anos de 2009 a 2021. Foi constatado que os problemas predominantes no mercado de cinema brasileiro nos dias de hoje são os mesmos que assolaram os produtores e estúdios no século passado.

Palavras-chave: Cinema Nacional. Cultura. Historiografia.

ABSTRACT: The national cinema, born in 1898, is since its first era dominated by a foreign aristocracy. In the first instance, it is directed by an European elite, but after the World Wars, it began to be monopolized by the United States. Despite the great efforts of the national producers, mainly during the decades of 1930 and 1940, to structure the national film market, through the creation of studios with representative productions of the Brazilian culture, the big American companies always managed to maintain their domain through branches of their studios and physical representatives in Brazilian territory, sustaining a harmonious relationship with Brazil's Government. The purpose of this article is to analyze the national cinematographic scenario regarding its presence in the movies theaters of the country, through a methodology based on bibliographic reviews, mainly of data provided by the Agência Nacional do Cinema (ANCINE) in reports from the Brazilian film industry, regarding to the years 2009 to 2021. It has been found that the problems prevalent in the Brazilian film market nowadays are the same ones that plagued producers and studios in the past century.

Keywords: National Cinema. Culture. Historiography.

Introdução

O Cinema nasce no Brasil em 1898, quando o italiano Affonso Segretto – que vem a ser um dos primeiros cineastas em solo brasileiro – traz consigo um cinematógrafo Lumière¹ e registra a chegada de seu navio, a embarcação francesa nomeada *Brésil*, à baía de Guanabara. Logo, surge a sétima arte nacional que era baseada em vídeos documentais e de propaganda do governo. A partir dos anos 30, com políticas de incentivo à produção de filmes educativos por Getúlio Vargas² e com a eclosão de estúdios cinematográficos nacionais, o cinema brasileiro

*Graduanda do curso de Línguas Estrangeiras Aplicadas às Negociações Internacionais – LEA-NI, UESC, Ilhéus, BA, Brasil. E-mail: brsantos1.lea@uesc.br

¹ Máquina à manivela capaz de captar imagens, revelar o filme e ainda projetá-lo, foi exibida ao mundo pela primeira vez em 1895, por seus criadores: os irmãos franceses Auguste e Louis Lumière, conhecidos como pais do cinema.

² Pressionado pela Associação Cinematográfica de Produtores Brasileiros e pela Associação Brasileira de Educação, que se preocupava com a situação do cinema nacional, Getúlio Vargas promulga, em 4 de abril de

começa a dar seus primeiros passos no que vem a ser uma longa, admirável e, em diversos momentos, trágica cronografia cinematográfica.

Posto isso, constata-se que o setor cinematográfico brasileiro tem apresentado uma constância de crescimento no decorrer dos anos. É possível observar isto na quantidade de salas de exibição existentes no país que, nos últimos dez anos, passou de 2.332 a 3.226. Nota-se também a retomada do crescimento na renda total no período pós-pandêmico. Em 2020, ano em que a economia foi afetada pela pandemia da Covid-19, a renda total com os lançamentos de longas-metragens foi de R\$628.681.961,71 enquanto em 2021 esse número foi de R\$913.669.053,00, de acordo com dados fornecidos pelo Observatório Brasileiro do Cinema e do Audiovisual.

Dentro desse panorama, observa-se, contudo, que de uma totalidade de 309 filmes lançados no Brasil em 2021, apenas 129 são produções nacionais. Além disso, num montante de 52.267.327 no público total deste ano, somente 911.091 se encontram no público de filmes nacionais, sendo os outros 51.356.236 situados na audiência de produções internacionais.

Há décadas, o mercado de cinema no Brasil é ocupado por produções dos Estados Unidos. Em média, nos cinemas brasileiros, são exibidos 20 filmes de origem estadunidense por semana, ao mesmo tempo que não mais de 10 produções nacionais são reproduzidas, fazendo com que os longas americanos ocupem mais de 60% das salas disponíveis (ANCINE, 2022).

Tendo em vista os dados apresentados, este trabalho tem como objetivo geral analisar o cenário cinematográfico nacional referente a sua presença nas salas de cinema do país, e como objetivos específicos, examinar a historiografia do cinema brasileiro, refletir sobre o fenômeno da monopolização de produções estadunidenses nas telas de cinema do Brasil e, por fim, discorrer sobre a falta de fomentação do consumo de cultura dentro da sociedade brasileira. Desse modo, justifica-se a escolha deste tema em decorrência de sua importância nos dias atuais, tendo em vista a continuidade deste problema ao longo da história da cinematografia no Brasil.

Para a elaboração deste trabalho, a metodologia escolhida foi de cunho bibliográfico, através de buscas em *sites*, artigos e livros já publicados, além de dados cinematográficos dos últimos anos. Para melhor confiabilidade do mesmo, fez-se uma busca detalhada com filtro, utilizando os seguintes descritores: cinema, invisibilidade e historiografia. Por fim, para melhor

1932, o decreto nº 21.240, que em seu artigo 12 sentenciava que a partir da data da promulgação, seria obrigatória a exibição de um filme nacional considerado educativo, pela Comissão de Censuras.

organização do trabalho, ele está dividido em três partes: introdução, desenvolvimento e considerações finais.

A historiografia do cinema brasileiro

Segundo Desbois (2016), o primeiro estágio do cinema no Brasil, de 1898 a 1907, é fundamentalmente documental. Durante esse período, eram registradas cerimônias oficiais e festas populares, além de filmes de propaganda, encomendados pelo governo, com o objetivo de enaltecer a atividade agrícola do país. Porém, a produtividade cinematográfica se deu lentamente em decorrência da quantidade ínfima de recursos existentes. Assim como em outros países sul-americanos, a chegada do cinematógrafo Lumière em território nacional provocou uma euforia na população e, apesar das questões técnicas, apresentou um crescimento no início do século XX, em conjunto com as classes predominantes, que compunham uma elite intelectual europeia no país.

Em uma breve análise, é possível observar que desde os primórdios de sua existência, o cinema brasileiro foi dominado por uma aristocracia estrangeira, composta, na primeira parte do século XX, por nobres europeus. Apesar de a indústria cinematográfica nacional existir há quase tanto tempo quanto em outros países e, em épocas remotas, já ter sido forte concorrente às produções estrangeiras (LIMA; PEDRO, 1924) ela é submissa ao mercado internacional. De acordo com Jean-Claude Bernardet (2009, p. 21), “Não é possível entender qualquer coisa que seja no cinema brasileiro, se não tiver sempre em mente a presença maciça e agressiva, no mercado interno, do filme estrangeiro, importado quer por empresas brasileiras, quer por subsidiárias de produtores europeus e norte-americanos.”.

Destarte, ao passo que o comércio cinematográfico internacional se estruturava e se fortalecia, as possibilidades da produção brasileira diminuía. Até o período da Primeira Guerra Mundial, de 1914 a 1918, este domínio pertence a países como França, Itália, Alemanha, Suécia e Dinamarca, porém após o decréscimo das produções europeias, surge a oportunidade dos Estados Unidos se instaurarem, iniciando uma hegemonia que existe até os dias de hoje (BERNARDET; JEAN-CLAUDE, 2009).

Dessa maneira, o capital estrangeiro se estabiliza no país, fazendo com que o trabalho dos produtores locais seja mais árduo. Com a dificuldade de consolidar sua influência, tanto no mercado como entre o público, torna-se mais inacessível, para os cineastas brasileiros, a possibilidade de modernizar seus equipamentos, o que resulta na inferioridade técnica das produções nacionais diante das internacionais.

É somente em 1930 que é fundado no Rio de Janeiro o Cinédia: primeiro estúdio cinematográfico brasileiro que procura ter uma configuração similar àquelas da Europa e dos EUA, criado pelo cineasta Adhemar Gonzaga (1901-78). No entanto, enquanto o cinema mudo nacional encontrava-se em seu ápice, o cinema falado se expandia pelo planeta. Na tentativa de amenizar este retardo e conservar o cinema puramente brasileiro, o estúdio introduz em seu acervo as produções do gênero "musicarnavalesco", através do lançamento do semidocumentário *A Voz do Carnaval* (1933), dirigido por Adhemar Gonzaga e Humberto Mauro, onde músicas eram interpretadas sob a temática do Carnaval, possibilitando a execução de efeitos sonoros. O gênero logo conquistou a admiração da grande audiência, já que este trazia ao público aquilo que seria uma versão nacional dos musicais hollywoodianos.

Em 1940, a empresa fez um investimento ambicioso na produção de "Pureza": filme baseado no livro do escritor José Lins do Rego. No entanto, apesar do envolvimento de técnicos e atores aptos, a obra recebeu críticas negativas, o que resultou em seu fracasso. Com o colapso na distribuição e escassez de recursos que foram aplicados na produção, o Cinédia encerra suas atividades em 1941.

Simultâneo ao êxito do Cinédia, é fundado em 1935 o Brasil Vita Filme, pela cinegrafista Carmen Santos. O estúdio é o primeiro a produzir longas-metragens que retratam a vida da sociedade carioca que vive nos morros, através de obras como *Favela dos meus amores* (1935). Em 1948, a empresa aposta no lançamento do longa *Inconfidência Mineira*, porém o fracasso, tanto em meio à crítica quanto ao público, causa o enfraquecimento da produtora. Com a morte de Carmen Santos em 1952, a empresa interrompeu então as suas produções.

Paralelamente ao surgimento do Cinédia e do Brasil Vita Filme no Rio de Janeiro, surge em São Paulo a Sonofilms, criada pelo empresário estadunidense Alberto Byington Jr. Exilado no Brasil e fortemente motivado pelas técnicas de produção norte-americanas, Byington traz consigo produções populares e eruditas, além de dublagens e distribuições. Com sucessos como *Futebol em Família* (1938) e *Banana-da-terra* (1939), fomenta-se a esperança de finalmente existir um estúdio de padrão hollywoodiano no Brasil. Contudo, em 1940, um incêndio nas instalações da empresa faz com que a Sonofilms, assim como as suas contemporâneas, fechasse as portas.

Em 1941, advinda dos ideais de Moacyr Fenelon, Arnaldo Farias, Alinor Azevedo e dos irmãos Burle, é criada a Atlântida: companhia cinematográfica que tinha como intuito produzir ficção séria. "Seu manifesto de 20 de agosto de 1941 proclama o ideal de 'contribuir para o desenvolvimento industrial do cinema nacional, filmar temas brasileiros capazes de conferir à realidade uma existência nas telas, unir o cinema artístico ao dito popular'". (DEBOIS, 2016,

p. 45). No entanto, com os fracassos nos lançamentos de Moleque Tião (1943) e É Proibido Sonhar (1944), longas-metragens de cunho sério e erudito, o estúdio decide executar um filme de caráter mais popular. Tristezas Não Pagam as Dívidas (1943) é o suficiente para que a companhia consiga preservar sua existência. Quando o distribuidor e empresário Severiano Ribeiro torna-se dono da maior parte das ações da empresa, em 1947, fica determinado que Atlântida produziria somente filmes do gênero "chanchada"³.

Dessa maneira, o gênero de tom mais simples e artificial se concretiza no cinema nacional. Com o auxílio do decreto 20.493, assinado em 1946 pelo presidente Gaspar Dutra, que em seu artigo 25 determinava que os centros cinematográficos deveriam projetar, anualmente, no mínimo três filmes nacionais – reconhecidos de boa qualidade pelo Serviço de Censura de Diversões Públicas do Departamento Federal de Segurança Pública –, Atlântida torna-se símbolo da comédia e de divertimento no cinema brasileiro.

Todavia, apesar dos grandes esforços dos cinegrafistas e produtores brasileiros de manter viva a sétima arte nacional durante os anos 30 e 40, os distribuidores norte-americanos, estabelecidos no território brasileiro desde 1920 ocupavam no momento 90% dos programas; o Brasil já era, então, o segundo mercado de distribuição do cinema proveniente dos Estados Unidos (DEBOIS, 2016). Apesar da criação de leis protecionistas que favoreciam o crescimento do cinema nacional, o ditador Vargas, durante o período que compreende ao Estado Novo (1937- 45), seguiu cláusulas do Tratado de Boa Vizinhança estadunidense, que tinha como objetivo a aproximação cultural entre os Estados Unidos e os países latinoamericanos.

O fenômeno da monopolização de produções estadunidenses nas telas de cinema do Brasil

Com uma Europa estruturalmente prejudicada no momento da pós Primeira Guerra, os Estados Unidos dão seu pontapé inicial para a sua dominação econômica e cultural no mundo. Os conflitos bélicos da Segunda Guerra ocorridos majoritariamente em território europeu, causando uma instabilidade maior no continente, são o estopim para expansão neoimperialista norte-americana em meio ao nascimento da globalização. Entende-se por Imperialismo a prática

³ Gênero cinematográfico de ampla aceitação popular que melhor sintetiza e define o cinema brasileiro das décadas de 30, 40 e principalmente 50, produzido majoritariamente no Rio de Janeiro. Diante de um mercado cinematográfico completamente dominado pela produção estrangeira de origem norte-americana, a chanchada tornou-se, para o bem ou para o mal, a forma mais visível e contínua de presença brasileira nas telas do país. (Enciclopédia do Cinema Brasileiro, 2000, p.117)

de domínio e controle que países mais desenvolvidos possuem para extrair lucros de nações com menos poderio econômico.

No cinema brasileiro, é possível observar a execução deste neoimperialismo na segunda metade da década de 1970, quando a Associação Brasileira de Cinema (ABC) possuía como presidente o norte-americano Harry Stone (1924 - 2000). Representante na América Latina da maior associação cinematográfica do mundo, Motion Pictures Association of America (MPAA), por mais de 40 anos, Stone trabalhou no Brasil, no período de 1953 a 1995, e dividiu opiniões daqueles que estavam ligados ao cinema nacional na época. A MPAA nasceu em 1922 (com o nome de Motion Picture Producers and Distributors of America), com o objetivo de manifestar os interesses comerciais e políticos de estúdios estadunidenses, como: Paramount Pictures, Warner Bros., 20th Century Fox, Universal Pictures, etc.

Desta maneira, Harry Stone chega ao Brasil (1953) num contexto de pós-política de Boa Vizinhaça dos anos 30, fazendo com que a presença de um norte-americano dando opiniões sobre o cinema local não causasse estranheza à imprensa. Segundo Rodrigues (2021):

Sob a fachada da Associação Brasileira Cinematográfica (ABC), Stone deu início às atividades de lobista do cinema americano, que incluíam trazer grandes astros de Hollywood e organizar os chamados “cineminhas”, sessões de filmes inéditos para um público seletivo. Suas festas e coquetéis eram frequentes, e Stone era descrito na imprensa como “elegante”, “eficiente” e “carismático”. (RODRIGUES, 2021, p.18)

Ainda de acordo com Rodrigues (2021), a ABC, fundada em 1926, era o nome fajuto da Motion Picture no Brasil, visto que esta foi usada de passagem para que os representantes dos estúdios norte-americanos conseguissem intervir no mercado brasileiro, sob o disfarce de organização institucional. Em 1932, por exemplo, a associação foi a mediadora da Primeira Convenção Cinematográfica Brasileira, na qual foram reforçados os pedidos de redução nas taxas de importação.

Desse modo, a MPAA decide dispor da presença de um embaixador fixo no Brasil, trazendo Harry Stone para o território nacional com o intuito de aumentar sua exploração e controle. O trabalho de Harry era, então, encaminhar requerimentos e argumentos para que as empresas internacionais conseguissem se manter estáveis. Conforme diz Jorge Peregrino – empregado da filial da Paramount Pictures no Brasil nos anos 80 – em entrevista para Rodrigues (2021), a MPAA mantinha um conselho integrado pelos membros gerais das empresas estadunidenses no Brasil. Esses associados se reuniam com o sr. Stone semanalmente ou

mensalmente para ficar a par do que poderia atrapalhar a atuação dessas empresas em território brasileiro.

Stone era uma espécie de facilitador no que dizia respeito à diplomacia. Com suas habilidades diplomáticas, comunicativas e de adaptação aos hábitos brasileiros, ele lograva passar a imagem de controlador da indústria cinematográfica nacional, quando, na realidade, era apenas submisso aos grandes estúdios. Através de sua lista telefônica com contatos diretos do governo brasileiro, a estadia de Harry no Brasil foi fundamental na fixação das produções hollywoodianas no país.

É nesse contexto que é criado, em 1966, o Instituto Nacional de Cinema (INC) que visava regulamentar a produção, a distribuição e a exibição de filmes nacionais. Segundo Oliveira e Pannacci (2017), a criação do INC delimita uma fase da história em que o governo passa a instituir o financiamento a produções nacionais e começa a se empenhar para aprimorar o setor desenvolvimentista. Nesse mesmo viés, nasce em 1969 a Embrafilme: Empresa Brasileira de Filmes, cuja finalidade era impulsionar o cinema nacional no exterior e mais tarde subsidiar e coproduzir os filmes brasileiros. Pode-se verificar a importância dessas instituições para o mercado cinematográfico nacional em levantamento da Ancine, em que se constata que, de 1970 a 2021, foram 521 títulos vernáculos que atingiram o público de 500.000 ou mais espectadores, sendo 369 destes produzidos em um período de atividade da Embrafilme (1970 – 1990).

Nessa perspectiva, corrobora-se que a concentração intensa dos filmes estrangeiros – e consequentemente do público para estas obras – nas salas de cinema nacionais ocorre devido à demasiada interposição de produtoras e estúdios provenientes do exterior e à escassa fomentação ao cinema nacional, principalmente através do Estado, nos dias atuais. Tal como diz o cinegrafista Luiz Carlos Barreto (1990), em artigo publicado meses após a dissolução da Embrafilme:

Então, esse papo de que o povo brasileiro prefere o cinema estrangeiro é uma mentira, uma empulhação. Quem prefere o cinema estrangeiro é a pequena burguesia e a classe média ascendente que também prefere o sapato, a roupa, a gravata, o eletrodoméstico, o perfume, a meia, a batata frita, o videocassete, o vinho, o uísque, o disco, os valores e padrões de vida lá de fora, mesmo pagando “os olhos da cara”, desconhecendo as alíquotas e ad-valorium [sic] para saciar sua vontade voraz e se sentir igual aos brancos civilizados de além do mar. (BARRETO, 2021, p.9)

Contudo, a despeito da criação de instituições que favoreceram os produtores locais, ainda na década de 1970 chega ao Brasil Jack Valenti, então presidente da MPAA. Em outubro

de 1977 (BERNARDET, 2009; apud Folha de São Paulo, 1977), Valenti manteve conversações com o ministro da Fazenda do Brasil da época, Mario Henrique Simonsen, para realizar um acordo de suavização da carga fiscal sobre a indústria cinematográfica estadunidense em território brasileiro.

Ademais, a extinção da Embrafilme em 1990, torna o mercado nacional ainda mais vulnerável à produção de proveniência estadunidense. De acordo com Hettwer (2019):

Na primeira etapa de realização da obra cinematográfica, a produção, são captados os recursos para a realização do filme e então este é produzido. Na segunda etapa, os cineastas ou suas produtoras buscam meios de distribuir seus filmes pelo máximo de salas do máximo de lugares em seus países e pelo mundo, garantindo neste momento a publicidade do filme para que este seja bem aceito na terceira etapa que é a exibição. Estas três etapas são bem marcadas, mas, por vezes, são controladas economicamente e operacionalmente por companhias que realizam duas e até as três fases do processo de realização de uma obra cinematográfica. São três etapas constituintes e que devem processar-se em harmonia, em consonância, garantindo equilibradamente o sucesso de todo o processo. (HETTWER, 2019, p. 9)

Assim, fica claro que a partir do momento que uma instituição, que auxiliava a indústria nacional em sua distribuição e desenvolvimento, encerra sua operacionalização, os cinemas locais regressam a um momento de estagnação, onde as produtoras internacionais expandem, ainda mais, o seu poder de influência e ocupação.

Dessa forma, é estabelecida uma monopolização na distribuição cinematográfica no Brasil que perpetua até a contemporaneidade. De acordo com a Ancine (2022), entre 2020 e 2021 foram lançados 183 filmes brasileiros em justaposição a 294 de procedência estrangeira. Ainda em dados da Agência Nacional do Cinema, nota-se que a listagem dos 20 títulos com maiores públicos nas salas de cinema brasileiras, em 2021, é apossada de produções ou coproduções dos Estados Unidos.

Em paralelo, percebe-se ainda a grande disparidade entre as audiências dos longas-metragens nacionais e internacionais mais vistos. Com um número de 12,8 milhões de espectadores, Homem-Aranha: Sem Volta para Casa (2021) – distribuído pelo estúdio americano, Sony – foi o filme internacional mais assistido nos cinemas brasileiros em 2021. Em contrapartida, Marighella (2019) – distribuído pela empresa nacional, Downtown – foi a obra nacional mais vista, com apenas 304,2 mil espectadores, consoante os gráficos a seguir:

Gráfico 1 - Ranking dos 5 longas-metragens com maior público (em milhões) – 2021

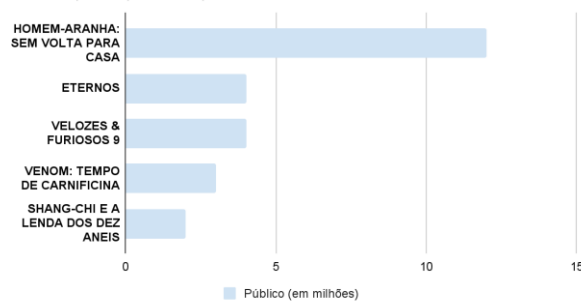
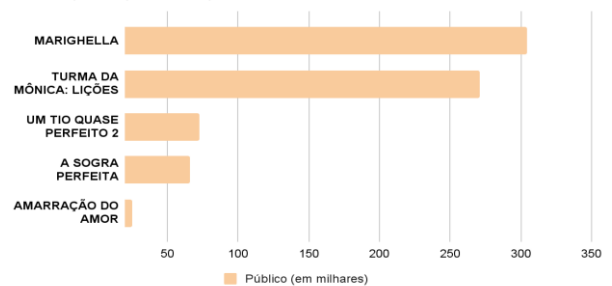


Gráfico 2 - Ranking dos 5 longas-metragens brasileiros com maior público (em milhares) – 2021



Fonte: ANCINE - Agência Nacional do Cinema. **Informe Anual Mercado Cinematográfico 2021.** 2022. Disponível em: <https://www.gov.br/ancine/pt-br/oca/cinema>. Acesso em: 03 nov. 2022

Isso ocorre devido ao controle que estúdios norte-americanos possuem dentro do mercado brasileiro. Segundo Bernardet (2009), os produtores estadunidenses dispõem de um amplo mercado interno, tornando possível cobrir os gastos das produções no próprio país. Dessa maneira, ao chegar em países como o Brasil, o filme norte-americano, já pago, custa o importe de cópia, de frete e taxas de alfândega, além da publicidade e colocação de legendas, ao mesmo tempo que o produtor brasileiro necessita arcar com a totalidade das despesas de sua produção. Assim, torna-se impossível a concorrência dos cinegrafistas nacionais frente aos americanos, visto que os custos de comercialização e produção se tornam muito mais altos para quem está, em plenitude, na indústria cinematográfica interna.

Posto isso, os produtores estadunidenses acabam por dominar o tripé do cinema – produção, distribuição e exibição – mesmo em solo brasileiro. Prova-se esse fator através da monopolização de empresas distribuidoras como a Cinemark. Em 2017, quando a rede brasileira de exibição dispunha de 3.118 salas de cinema, a estadunidense Cinemark já era possuidora de 610 dessas salas. Multinacional presente em mais de 15 países, a empresa exhibe majoritariamente *blockbusters* americanos, diminuindo o tempo e a quantidade de salas ocupadas por filmes puramente nacionais nas redes de cinemas pelo país.

A falta de fomentação do consumo de cultura dentro da sociedade brasileira

Vítima da monopolização da indústria do entretenimento norte americano e de constantes cortes de verbas direcionadas para as belas-artes vernáculas, vale ressaltar, também, o que faz com que a cultura brasileira seja sucateada em diversas esferas. Como já foi posto anteriormente, o cenário pós Segunda Guerra Mundial e Guerra Fria é fundamental para o

estabelecimento dos Estados Unidos como dominante cultural pelo globo terrestre. Em um momento de conflitos ideológicos, o governo estadunidense apropria-se das mídias (cinema, televisão, livros, rádio, etc.) para espalhar pelo mundo o American Way of Life⁴. Com políticas como a de Boa Vizinhança, o país norte-americano consegue alcançar o tão sonhado monopólio. Como diz o teórico de cinema Jean-Claude Bernardet, em seu livro de 1979 onde revisita momentos importantes da história do cinema nacional, os mecanismos de diminuição das taxas sobre os produtos importados faz com que as mídias produzidas em países estrangeiros sejam mais baratas que as produzidas no Brasil:

[...] E cabe acrescentar que o cinema não é a única vítima dessa dominação, e sim todos os setores da cultura industrializada. Muito mais do que os discos inteiramente feitos no Brasil, as lojas vendem discos prensados no Brasil, cujas matrizes foram importadas. Tevê: com exceção da novela e do telejornalismo, que conseguiram se impor no horário nobre, fica mais barato para as emissoras comprar enlatados americanos, seriados ou filmes das décadas de 1940 ou 1950 do que produzir ou adquirir os direitos de produções feitas no Brasil. O prato predileto das livrarias é o best-seller americano traduzido para o português.[...] (BERNARDET; 2009, p.25)

Em consequência disso, tem-se hoje uma sociedade mais familiarizada com uma cultura proveniente de outro país ao invés de sua cultura materna. A ausência do Estado na proteção da cultura brasileira, em muitos momentos da história, pode ser vista como um dos fatores causadores dessa carência na fomentação da indústria cultural. Um dos primeiros momentos em que o país vivencia uma iniciativa estatal para a proteção desse ramo da indústria nacional é em 1985 quando, no início do governo de Sarney, é criado o Ministério da Cultura. Contudo, apesar de sua criação na década de 80, o Ministério logo deixou de existir entre 1990 e 1992, no governo Collor, quando se converte em Secretaria da Cultura.

Desde então, tem-se presenciado no Brasil um movimento de supressão daquilo que é materno da nação. Em 2019, o presidente Bolsonaro propôs a realização de um corte no orçamento do Fundo Setorial do Audiovisual (FSA), fazendo com que o Fundo perdesse 43% de sua verba, o que causou a insuficiência de recursos para financiar os projetos culturais que a entidade já tinha auxiliado. Além do setor cinematográfico, outras áreas culturais também foram vítimas de grandes cortes de verbas nos últimos anos. Em 2021, por exemplo, foi proposta a taxação de uma fração de 12% do imposto que incide sobre o livro. Apesar de desde a Constituição de 1946 – através de projeto do deputado constituinte Jorge Amado – os livros serem isentos de impostos, e de a Constituição Cidadã de 1988 ter mantido o decreto, visto que

⁴ Expressão utilizada para se referir ao estilo de vida americano do século XX. Representado sempre por imagens vibrantes e por grandes marcas multinacionais, o slogan era aplicado para propagar a ideia de que o capitalismo estadunidense seria melhor que o socialismo da extinta URSS.

o livro é um instrumento essencial para o conhecimento, a proposta de Reforma Tributária de 2021 os incluiu entre os itens sujeitos à incidência da Contribuição sobre Bens e Serviços (CBS), sob a afirmação de que livros seriam consumidos somente por indivíduos de alto poder econômico.

Presencia-se, então, um descuido demasiado com o consumo de cultura no país no atual momento. Por conseguinte, vê-se uma sociedade desmotivada à aquisição de cultura, uma vez que ela se torna indubitavelmente inacessível, principalmente ao se tratar de cidades distantes dos grandes centros, e esse fator desencoraja os cidadãos brasileiros de dedicar alguma parte de seu tempo e de sua quantia monetária à cultura e à arte.

Considerações finais

Portanto, entende-se que o cinema brasileiro é uma representação esclarecedora do Brasil no que diz respeito à sua cultura e seu povo. Com produções que simbolizam a grandiosidade da nação, da sua história e seus cidadãos, sejam elas humorísticas ou de tom mais sério, a indústria cinematográfica brasileira apresenta grande potencial, mas que é sempre reprimida quer por interferência de empresas estrangeiras, em decorrência de um neoimperialismo norte-americano ou quer por ser vetado pelo próprio Estado, através de cortes de verbas, desmotivação ao consumo de cultura ou displicência ao permitir um mercado internacional tomar o interno.

Através dessa revisão bibliográfica, permitiu-se identificar que os problemas predominantes no mercado de cinema brasileiro nos dias de hoje são os mesmos que assolaram produtores e estúdios nacionais entre as décadas de 1930 e 1940, intensificados em um período de força midiática americana na segunda metade do século XX. Portanto, tem-se hoje uma população pouco habituada em consumir produtos da mídia nacional, em vista do sucateamento da mesma, muitas vezes pelo próprio Governo da República, tornando mais difícil a construção de um mercado interno bem estruturado e estável.

Logo, é de urgência que o Estado tome consciência da situação enfrentada pela indústria cinematográfica nacional e de sua importância para a construção de um povo e para o sistema financeiro do país. É preciso criar políticas de incentivo ao consumo dos filmes nacionais e à sua produção, fomentando, assim, o interesse da população para com este. Caso isso não ocorra, o cinema nacional está destinado a viver submisso a empresas e produtoras estrangeiras, tornando ainda mais complexa a possibilidade de existência de estúdios nacionais mais desenvolvidos e reconhecidos nacionalmente e internacionalmente.

Referências

ABREU, Kátia. **Como funcionava o primeiro cinematógrafo?** 2016. Disponível em: <https://super.abril.com.br/mundo-estranho/como-funcionava-o-primeiro-cinematografo/>. Acesso em: 28 nov. 2022.

Agência Câmara de Notícias. **Leitores e editores criticam taxaço sobre livros em reforma tributária.** 2021. Disponível em: <https://www.camara.leg.br/noticias/750873-leitores-e-editores-criticam-taxacao-sobre-livros-em-reforma-tributaria/>. Acesso em: 01 dez. 2022.

ANCINE - Agência Nacional do Cinema. **Evolução do Número de Salas de Exibição – 1971 a 2021.** 2022. Disponível em: <https://www.gov.br/ancine/pt-br/oca/cinema>. Acesso em: 03 nov. 2022.

ANCINE - Agência Nacional do Cinema. **Informe Anual Mercado Cinematográfico 2021.** 2022. Disponível em: <https://www.gov.br/ancine/pt-br/oca/cinema>. Acesso em: 03 nov. 2022.

ANCINE - Agência Nacional do Cinema. **Público, Renda e Número de Lançamentos por Tipo de Distribuidora de 2009 a 2021.** 2022. Disponível em: <https://www.gov.br/ancine/pt-br/oca/cinema>. Acesso em: 03 nov. 2022

BARRETO, Luiz Carlos. Cinema brasileiro – Verdades e mentiras (Parte I). Jornal do Brasil, Rio de Janeiro: p. 9, 1990.

BERNARDET, Jean-Claude. **Cinema Brasileiro:** propostas para uma história. 2. ed. São Paulo: Companhia das Letras, 2009. 336 p.

BRASIL. Decreto nº 21.240, 4 de abr. 1932. Nacionalizar o serviço de censura dos filmes cinematográficos, cria a Taxa Cinematográfica para a educação popular e dá outras providências. **Diário Oficial da União.** Seção 1, Rio de Janeiro, RJ, p. 7146.

DEBOIS, Laurent. **A odisseia do cinema brasileiro.** [S.I.]: Companhia das Letras, 2016. 592 p.

ENCICLOPÉDIA do cinema brasileiro. [S.I.]: Senac, 2000.

HETTWER, Henrique Rudolfo. A (in)visibilidade do cinema brasileiro sob a globalização neoliberal. **Geosaberes**, [S.L.], v. 10, n. 21, p. 1-17, 1 maio 2019. Disponível em: <http://www.geosaberes.ufc.br/geosaberes/article/view/734>. Acesso em: 22 nov. 2022.

LIMA, Pedro. O Cinema no Brasil. **Selecta**, Rio de Janeiro, v. X, n. 38, 20 set. 1924.

Oito Milímetros. **O sucateamento da cultura no governo Bolsonaro.** 2020. Disponível em: <https://www.8milímetros.com.br/sucateamento-da-cultura-no-governo-bolsonaro/>. Acesso em: 01 dez. 2022.

RODRIGUES, Bruna Carolina de Oliveira. **Bom dia, Harry Stone:** o embaixador de Hollywood no Brasil (1953 – 2000). 2021. 327 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de Comunicação Social, Fundação Armando Álvares Penteado. Disponível em: <https://repositorio.pucsp.br/jspui/handle/handle/24244>. Acesso em: 22 nov. 2022.

SEVERO, Leandro. **Desnacionalização atinge 2514 empresas brasileiras em 13 anos.**

Disponível em: <https://www.intensidicalcentral.com.br/desnacionalizacao-atinge-2514-empresas-brasileiras-em-13-anos/>. Acesso em: 01 de dez. 2022.

TOKARNIA, Mariana. **Brasil perde 4,6 milhões de leitores em quatro anos.** 2020.

Disponível em: <https://agenciabrasil.ebc.com.br/educacao/noticia/2020-09/brasil-perde-46-milhoes-de-leitores-em-quatro-anos>. Acesso em 01 dez. 2022.