



DESVALORIZAÇÃO DO CINEMA BRASILEIRO

Estela Lima Pailer,
Mariana Fordiani Borghi

Lucas Fernandes Dervichian

Colégio Santa Rita

GUARULHOS

2024

Resumo

O cinema brasileiro vem demonstrando queda em relação às produções exteriores. No entanto, o Brasil não vem inovando suas ideias para criações, ficando um pouco para trás em relação aos outros países, mesmo que o cinema seja um ótimo investimento para transformar o país economicamente e socialmente. Refletindo e moldando culturas, transmitindo valores, crenças e narrativas que ajudam a construir identidades coletivas. Como ferramenta de entretenimento e educação, ele também influencia comportamentos e opiniões, conectando indivíduos de diversas crenças e origens diferentes através de histórias universais.

Palavras-chave: cinema brasileiro; cultura; inovação.

Introdução

O cinema é de extrema importância para uma sociedade, pois, além de um meio de lazer para toda a família, conseguimos trazer em pauta diversos problemas sociais, trazendo uma melhor promoção dos direitos humanos.

O cinema Brasileiro teve início em Julho de 1896 no Rio de Janeiro. Já no mundo, teve início em Dezembro de 1896 em Paris, com filmes dos irmãos Lumière.

Desde essa época, o cinema sofre com falta de valorização, investimentos e público.

Tendo isso em mente, também é importante para uma sociedade ter sua própria indústria cinematográfica bem definida, tendo em vista que o mesmo auxilia muito a valorizar a cultura do país.

Objetivo

O objetivo geral deste trabalho é promover soluções para a volta de superproduções brasileiras, conseguir que o público volte às salas de cinemas e gerar incentivo para formar novos profissionais da área no Brasil.

Metodologia

A metodologia utilizada para a criação envolveu uma abordagem sistemática para desenvolver soluções para os problemas descritos para a valorização do cinema brasileiro.

Foi realizada uma revisão acadêmica sobre desvalorização do cinema e formas de resolver estes problemas. Foram investigadas soluções existentes e projetos similares para entender as melhores práticas e abordagens e bem-sucedidas em outras áreas da cultura e também em outros países.

Desenvolvimento

1- O nível do cinema Brasileiro atualmente

O público e as produções nacionais

Antes de expandir a indústria cinematográfica Brasileira para fora do País, é necessária a valorização de público do próprio país. De acordo com o Itaú cultural e datafolha, consta que apenas 24% dos Brasileiros consumiram vários filmes nacionais, 57% a um filme, e 19% não assistiram a nenhum.

Historicamente, o cinema brasileiro enfrenta preconceitos do próprio público nacional. Muitas pessoas preferem valorizar produções internacionais, e têm a percepção de que filmes nacionais são de baixa qualidade, repetitivos ou excessivamente voltados para temáticas sociais ou violência urbana. Obviamente, essa visão não atende a todas as obras nacionais, mas ainda afeta o desempenho dos filmes locais nas bilheterias.

2- O nível do cinema americano atualmente

O cinema americano é considerado um dos mais influentes e poderosos do mundo. Ele é conhecido por sua capacidade de criar filmes de alto orçamento, com tecnologias de ponta e forte apelo comercial. A indústria americana, representada principalmente por Hollywood, que é responsável por grande quantidade de lançamentos anuais, abrangendo uma ampla variedade de gêneros, como ação, drama, ficção científica, e animação. A quantidade produzida também é superior à brasileira, com a média de longas-metragens de 800 filmes por ano, em comparação do Brasil que em 2017, bateu seu próprio recorde com 143 longas.

3- Formas de incentivo atual no Brasil

O cinema Brasileiro utiliza diversas formas de incentivo para atrair o público, tanto por meio de políticas governamentais, quanto por iniciativas do setor privado são:

A) Incentivo fiscal- Lei Rouanet

É o normativo federal que institucionalizou o incentivo à cultura, por meio da criação do Programa Nacional de Apoio à Cultura – Pronac, de responsabilidade do Ministério da Cultura – MinC.

O art. 2º da Lei estabelece que o Pronac deve ser implementado por meio dos seguintes mecanismos: Fundo Nacional de Cultura – FNC; Fundo de Investimento Cultural e Artístico – Ficart; e incentivo a projetos culturais)

B) Lei do audiovisual (Lei 8.685) visa fomentar a produção audiovisual cinematográfica nacional independente, mediante a concessão de benefícios aos contribuintes que optarem por adquirir cotas dos direitos de comercialização das obras produzidas, conforme os critérios estabelecidos no texto da lei.

C) Lei de Cotas de tela (o Projeto de Lei nº 5.497/19 determina que as empresas cinematográficas devem exibir obrigatoriamente filmes nacionais em todo o território nacional.);

4- novas formas de incentivo

Estas novas formas de incentivo devem ser inovadoras, estratégicas e dinâmicas. Para um bom resultado futuramente, poderia ser explorados, roteiros de romance, comédia (ponto forte do cinema Brasileiro), drama, que já são gêneros produzidos no Brasil, porém com qualidade muitas vezes inferior em relação a outras produções. Com esses gêneros em foco, trabalhar em cima do roteiro e evitando foco no público teen, tendo em vista que este público alvo tem preferências distintas das produzidas para eles.

O foco deve ser qualidade, não quantidade. Para novas sensações e reações do público, deve ser colocados em ênfase as novas produções que tendem a puxar para o novo, obras cinematográficas inéditas.

Resultados e Discussões

A discussão sobre esse tema gerou bastante desavenças entre várias formas de mudar esse cenário, mas foi decidido que, esta forma de tratar este problema, seria o que mais renderia resultado.

Buscamos com a implementação do projeto para auxiliar a volta do público para as salas de cinema, automaticamente puxando a valorização do cinema brasileiro mundialmente. Apesar da globalização exagerada, a indústria cinematográfica brasileira pode conseguir, com o auxílio do próprio povo, chegar próximo e até igual aos números americanos.

Considerações Finais

Devido a importância da cultura na sociedade, é evidente que a demonstração do dia a dia brasileiro em filmes, gera representatividade para o povo. Em uma indústria em que é evidente o Americocentrismo, esquecemos de valorizar as nossas próprias produções.

Desta forma, as utilizações destas estratégias aqui abordadas podem ajudar a indústria cinematográfica da seguinte forma: a trazer mais pessoas para o ramo de produções, podendo ter mais oportunidades para quem deseja trabalhar nessa área. Nesse sentido, ajudando muito mais atores e diretores.

Referências Bibliográficas

PÉCORA, L. Cinema brasileiro: o desafio para chegar ao público. Disponível em: <<https://www.itaucultural.org.br/secoes/colunistas/cinema-brasileiro-desafio-chegar-grande-publico>>.

História do Cinema Brasileiro. Disponível em: <<https://www.todamateria.com.br/historia-do-cinema-brasileiro/>>.

A invisibilidade do cinema brasileiro. Disponível em: <<https://jornalcomunicacao.ufpr.br/a-invisibilidade-do-cinema-brasileiro/>>.

ANCINE -Cenário 2023 Investimentos no setor audiovisual. [s.l: s.n.]. Disponível em: <<https://www.gov.br/ancine/pt-br/centrais-de-conteudo/publicacoes/apresentacoes/ANCINEFomentoCenrio2023set.23vportal.pdf>>.

BERTHOLDO_ADM. **Conheça a história de sucesso do cinema de Hollywood! - Academia Internacional de Cinema (AIC).** Disponível em: <<https://www.aicinema.com.br/cinema-de-hollywood/>>.

Vista do A reinvenção de Hollywood: cinema americano e produção de subjetividade nas sociedades de controle. Disponível em: <<https://www.e-publicacoes.uerj.br/contemporanea/article/view/23154/16515>> . Acesso em: 9 set. 2024.

