

O cinema nacional *Ainda está aqui*¹

Ildo Francisco Golfetto²

Yuri Micheletti Duarte³

Universidade Federal de Santa Catarina – UFSC

Resumo

Desde a década de 1910, as salas de cinema no Brasil são atingidas pela onda de filmes estadunidenses, que invadiram inúmeros mercados, fazendo predominar suas produções ao redor do mundo. Mesmo com diversas políticas públicas e criação de órgãos que incentivassem a produção de cinema nacional, os Estados Unidos acabaram por ter uma presença pujante nas salas, que se mantém até os dias de hoje. Este artigo utiliza de exemplo o sucesso do filme *Ainda Estou Aqui* (2024) para mostrar a performance dos filmes nacionais, como são os hábitos de assistir produções brasileiras em salas de cinema e em serviços de *streaming* e o custo para frequentar uma sala de projeção. O texto ainda traça um breve panorama da produção cinematográfica brasileira ao longo dos séculos XX e XXI e aponta como a cobertura midiática pode contribuir fortemente para o sucesso de uma produção.

Palavra-chave: cinema; cinema nacional; cinema independente; panorama.

Demanda represada

O fenômeno de *Ainda Estou Aqui* (2024) mostrou que há uma demanda do público por histórias brasileiras. O longa – que ganhou Melhor Filme Internacional na 97ª cerimônia do *Oscar* –, teve mais de 5 milhões de espectadores no Brasil e arrecadou aproximadamente R\$ 104,7 milhões, tornando-se a maior bilheteria nacional desde 2018, atrás apenas de *Minha Mãe é uma Peça 3* (2018) e *Nada a Perder* (2019), de acordo com dados da Secretaria de Regulação da Ancine.

O sucesso do longa de Walter Salles reavivou o interesse por filmes brasileiros do público. Comparando o Informe Anual do Mercado Cinematográfico de 2024 com o de 2023, é possível ver como isso se reflete em números:

¹ Trabalho apresentado no GP 01 Cinema, do 25º Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 48º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Doutor em Mídia do Conhecimento do Programa de Engenharia, Gestão e Mídia do Conhecimento da Universidade Federal de Santa Catarina – UFSC. E-mail: ifgolfetto@gmail.com.

³ Graduando do bacharelado em Jornalismo da Universidade Federal de Santa Catarina – UFSC. E-mail: yurimichelettiduarte@gmail.com.

Quadro 1 – Comparativo entre a performance dos filmes nacionais em 2023 e 2024

Métrica	2023	2024
Público de longas brasileiros	3.701.853	12.638.143
Renda (R\$)	R\$ 67.095.990,16	R\$ 251.981.109,20
Longas-metragens exibidos	271	310
Participação de longas brasileiros no total de sessões realizadas (%)	7,5%	15,7%

Fonte: Informe Anual do Mercado Cinematográfico de 2023 e 2024.

No entanto, o longa que conta a história de Eunice Paiva é uma exceção entre os filmes brasileiros e seu desempenho está ligado a fatores que a maioria das produções brasileiras não têm acesso. Inicialmente teria sido divulgado que o orçamento de *Ainda Estou Aqui* havia sido de aproximadamente R\$ 8 milhões, que já é um grande orçamento em comparação com outros filmes nacionais. Mas em matéria publicada pela Folha de São Paulo, profissionais ligados à produção revelaram que esse valor era na verdade de R\$ 45 milhões.

O valor inicial já era alto, mas esse outro número, se confirmado, colocaria o filme estrelado por Fernanda Torres como um dos mais caros já produzidos. Para termos de comparação, outras grandes produções brasileiras, como *Tropa de Elite 2 – O Inimigo Agora é Outro* e *Cidade de Deus* custaram respectivamente R\$ 16 milhões (aproximadamente R\$ 37 milhões com ajuste da inflação) e R\$ 8,2 milhões (aproximadamente R\$ 31 milhões em valores ajustados). Além disso, filmes de outros diretores consagrados como *Viajo porque Preciso*, *Volto porque Te Amo*, de Karim Aïnouz e *Som ao Redor*, de Kleber Mendonça Filho tiveram um orçamento de R\$ 450 mil (aprox. R\$ 936 mil justados) e R\$ 1,86 milhões (aprox. R\$ 3,83 milhões ajustados).

Portanto, o sucesso de *Ainda Estou Aqui* é uma exceção em meio às produções brasileiras, sobretudo ao compará-lo com o cinema independente desvinculado de grandes produtoras. O filme oscarizado teve uma campanha internacional de grande alcance, com apresentações no circuito internacional – como o Festival de Veneza –, e recebendo a atenção de veículos como a *Variety* e o *The Guardian*. Para além de sua qualidade e importância, toda a campanha viabilizada para o filme foi o que garantiu suas indicações para prêmios como o *Oscar* e o Globo de Ouro.

Em curto prazo, pode-se dizer que o filme de Walter Salles trouxe maior interesse das pessoas com os filmes brasileiros, visto que a porcentagem de salas para obras nacionais e o público total aumentou. Mas nada a ponto de mudar radicalmente a lógica do funcionamento da indústria no Brasil, no qual a grande parte dos filmes tem pouca verba para divulgação, espaço limitado nas salas e uma cobertura pequena dos principais meios de comunicação.

Além disso, mesmo que tenha acontecido esse aumento das salas exibindo filmes nacionais, apenas 10,1% da renda das bilheteiras são de obras brasileiras. Em comparativo com outros países, mostra-se um domínio de produções estrangeiras nas sessões realizadas no Brasil. Na França, por exemplo, os filmes franceses representaram 44,4% dos ingressos vendidos em 2024⁴. Já na Coreia do Sul e na China, a maior parte da bilheteria é advinda de filmes domésticos, sendo 58,1%⁵ e 78,68%⁶ respectivamente.

Segundo o crítico e professor de cinema Philippe Leão (Leão, 2024) o problema do baixo consumo dos filmes nacionais não está na demanda, mas sim na oferta. Não só de ter uma sala disponível, mas também de ter sessões em bons horários e uma divulgação apropriada para os filmes. A ideia de Leão vai ao encontro do que Luiz Carlos Barreto argumenta em seu artigo “Cinema brasileiro – Verdades e mentiras” (1990), no qual o diretor e fundador da LC Barreto Produções Cinematográficas desmente o pensamento de que as pessoas não gostam de filme brasileiro, ao apontar que esses filmes, quando exibidos na televisão alcançam índices expressivos de audiência (Autran, 2009, n°32, p. 125 *apud* Barreto, 1990, p. 9). Portanto, enquanto não houver políticas de valorização do cinema nacional e uma maior ocupação das salas de cinemas, o monopólio das grandes produtoras dos EUA continuará a existir no Brasil.

As afirmações, tanto de Leão quanto de Barreto, ganham mais complexidade quando se leva em conta a realidade econômica brasileira e as formas que as diferentes classes consomem cultura. Em pesquisa realizada pelo Itaú Cultural em parceria com o

⁴ Dados do Conselho Nacional de Cinema da França publicados no The Guardian. Disponível em: <https://www.theguardian.com/world/2025/jan/10/comedy-and-the-count-of-monte-cristo-french-flock-to-cinemas-to-watch-homegrown-films?utm_source=> Acesso em: 14 maio 2025.

⁵ Dados do Conselho Nacional de Cinema da Coreia do Sul publicado no The Korea Times, jornal em língua inglesa publicado diariamente na Coreia. Disponível em: <<https://www.koreatimes.co.kr/entertainment/films/20250103/korean-films-surpass-foreign-movies-in-box-office-share-for-2024>> Acesso em: 14 maio 2025.

⁶ Dados da Administração de Cinema da China publicados no China Daily, jornal em língua inglesa publicado na República Popular da China. Disponível em: <<https://global.chinadaily.com.cn/a/202501/09/WS677efe10a310f1265a1d9bf6.html?>>> Acesso em: 14 maio 2025.

Datafolha, sobre os hábitos culturais dos brasileiros, mostrou-se que independente do poder aquisitivo, os números do quanto os diferentes públicos assistem filmes nacionais em plataformas de *streaming* são bem próximos. Com o costume de assistir cinema nacional nas classes A/B1/B2, C1/C2 e D-E⁷, sendo respectivamente 37, 34 e 39%.

É necessário observar que apesar do acesso ao *streaming* não ser uma realidade para todas as camadas sociais, a mesma pesquisa demonstrou que boa parte dos brasileiros tem acesso a pelo menos uma plataforma.

Quadro 2 – Hábito de assistir filme nacional no *streaming*

	Classes A/B1/B2	Classes C1/C2	Classe D-E
Acessa plataforma em vídeo sob demanda, <i>streaming</i>	97%	90%	70%
Não acessa plataforma em vídeo sob demanda, <i>streaming</i>	3%	10%	30%

Fonte: 5ª Edição da Pesquisa Hábitos Culturais do Datafolha

No entanto, em uma pesquisa mais antiga dos Hábitos Culturais, realizada em 2021, revelou que o consumo de filmes nacionais no cinema se diferencia de forma mais acentuada a depender da classe socioeconômica. Apesar de ter sido um levantamento feito durante a pandemia. Ele revela dados que edições mais recentes não apuraram.

Quadro 3 – Hábito de assistir filmes nacionais no cinema

Frequência	Classes A/B1/B2	Classes C1/C2	Classe D-E
Muitas Vezes	31%	23%	12%
Poucas Vezes	53%	59%	62%
Nunca	16%	18%	26%

Fonte: 2ª Edição da Pesquisa de Hábitos Culturais do Datafolha

O maior número de pessoas da classe D-E que assistiram poucas vezes ou nunca assistiram a um filme nacional fica mais evidente quando comparado com a 5ª edição da pesquisa que mostra de uma forma mais ampla, o quanto o poder aquisitivo de cada classe influencia no hábito de ir ao cinema.

⁷ Conforme o Critério Brasil, da Associação Brasileira de Empresas de Pesquisa (Abep), a população brasileira é dividida em seis classes sociais com médias de renda de: Classe A – R\$ 28.240; Classe B1 – R\$ 12.683,34; Classe B2 – R\$ 7.017,64; Classe C1 – R\$ 3.980,38; Classe C2 – R\$ 2.403,04; Classe D-E – R\$ 1.087,77. Disponível em: <<https://abep.org/criterio-brasil/>>. Acesso em: 18 jun. 2025.

Quadro 4 – Hábito de ir ao cinema

Classes	Percentuais
A/B1/B2	89%
C1/C2	79%
D-E	45%

Fonte: 5ª Edição da Pesquisa de Hábitos Culturais do Itaú Cultural e Datafolha

O preço médio dos ingressos de cinema é de R\$ 19,14, segundo a Ancine. Esse valor pode variar dependendo da cidade, do tipo de sala (2D, 3D e IMAX) e do dia da semana, indo de R\$12 a R\$ 80. Se for levar em conta que o espectador não só irá gastar com ingresso, mas também com alimentação, estacionamento e transporte. O valor da experiência de ir ao cinema fica mais caro.

Levando em consideração que o salário mínimo base do brasileiro é de R\$ 1.412,00, uma ida ao cinema de apenas um indivíduo poderia representar de 5 a 12% do salário mínimo. O fator financeiro é algo essencial de ser discutido ao abordar o tema do acesso ao cinema. E dados já apontam que quando há um barateamento dos ingressos, mais pessoas vão às salas.

Iniciativas como a *Semana do Cinema* demonstram esse potencial. A campanha foi idealizada pela Federação Nacional das Empresas Exibidoras Cinematográficas (Feneec) – com apoio da Associação Brasileira das Empresas Exibidoras Cinematográficas Operadoras de Multiplex (Abraplex) e da Ancine –, e surgiu no período pós-pandemia com o objetivo de aquecer o mercado exibidor após o esvaziamento das salas e disponibilizar ingressos a preços acessíveis (R\$ 10 a R\$ 12). A edição de fevereiro de 2024 da iniciativa levou 2,19 milhões de pessoas ao cinema entre os dias 22 e 25, um público 92,1% maior que o da semana anterior. O que evidencia que há um interesse do brasileiro em ir ao cinema, mas que é suprimido pelos altos preços.

Segundo reportagem da Gazeta de São Paulo com base no levantamento da Filme B, Ingresso.com e Comscore, apenas de 12% das sessões de filmes nacionais acontecem nos horários nobres do cinema (após às 17h) e 55% das exhibições ficam relegadas a horário antes das 15h, que são considerados horários restritos. Isso tudo, dificulta que o brasileiro, por mais que tenha interesse em assistir a cinematografia do

seu país, tenha acesso aos filmes. Restando apenas os principais *blockbusters* americanos, que dominam as salas todas as semanas.

Cinema Brasileiro: Da 1ª Guerra ao Golpe Militar

Todo esse cenário de domínio americano, não é uma questão apenas desse século. Já que desde a década 1910, essa indústria vem crescentemente invadindo diversos mercados no mundo, com o objetivo de fazer predominar suas produções cinematográficas. Cenário que foi facilitado pela situação dos países europeus, que estavam envolvidos na 1ª Guerra Mundial. Com isso, o Brasil, que estava desenvolvendo seu cinema e abrindo novas salas, teve sua produção enfraquecida. A ponto de em 1920, mais de 70% dos filmes distribuídos serem dos EUA.

Após o surgimento do "mito *hollywoodiano*", com a sua presença pujante nos mercados, houve a necessidade do mercado cinematográfico brasileiro se posicionar frente aos filmes estrangeiros. E nesse contexto surgiu a primeira experiência de produção industrial de cinema em território brasileiro com a criação do estúdio de cinema, Cinédia, em 1930.

O estúdio tinha como foco produções mais populares, que passaram a ser conhecidas aqui com o termo pejorativo “chanchada”:

O pesquisador Sérgio Augusto declara que em sua raiz italiana, o termo deriva de *cianciata* (discurso sem sentido, argumento falso) e em sua raiz espanhola, de *chanchó* (porco). Concluindo que *chanchada* poderia ser definida como “porcaria, peça teatral sem valor, destinada a produzir gargalhadas. (Pereira, 2006, p. 210 *apud* Augusto, 1989.)

Na década de 30 a Cinédia foi responsável por lançar grandes nomes como Carmen Miranda, Grande Otelo, Dercy Gonçalves e Oscarito, além de dominar o mercado interno de filmes brasileiros. No entanto, essas produções também foram muito criticadas por suas improvisações, baixo orçamento e uma suposta produção descuidada. Concomitantemente, nesta década, o setor passava a ter uma intervenção estatal maior.

O Estado assumia a posição de um agente efetivo no setor cinematográfico, em especial no plano da produção. Nessa época, as regras de mercado deixam de ser as principais reguladoras da atividade em questão. O presidente Getúlio Vargas faz da indústria cinematográfica uma estratégia de sua política. (Passos Coelho, 2009, p.18)

Em 1937 foi criado o Instituto Nacional de Cinema Educativo (Ince), órgão estatal voltado para a criação de produções cinematográficas que auxiliassem o ensino. O instituto teve importância no aumento da distribuição de filmes nacionais, ao mesmo tempo que ajudou na formação de muitos profissionais do audiovisual. No entanto, ele ainda limitou parte das produções, já que atendiam exclusivamente o setor da educação.

Mesmo com alguns avanços, a produção ainda estava longe do ideal. Principalmente por conta de medidas de repressão e controle feitas por Vargas, que censuravam o cinema e outros meios de comunicação por meio do Departamento de Imprensa e Propaganda (DIP).

Na década de 1940, houve o surgimento da produtora de cinema Atlântida, que conseguiu ter tanto destaque quanto a Cinédia na produção de chanchadas, e foi essencial para o desenvolvimento do cinema brasileiro. Nesse período também foi criada a Associação Paulista de Cinema (APC) que viria a organizar Congressos importantes para a reivindicações de medidas para exibidores, distribuidores e profissionais do cinema no Brasil, como:

- A definição legal do que é um filme brasileiro;
- A criação da Escola Nacional de Cinema, com objetivo de formar profissionais para o mercado;
- A revisão da lei da proporcionalidade, de 1951 (que previa a cota de um filme brasileiro para oito estrangeiros) nas salas de cinema;
- entre outras reivindicações.

Tais Congressos seriam a semente para impulsionar a criação do Instituto Nacional do Cinema (INC) e a Empresa Brasileira de Filmes (Embrafilme). Apesar do desenvolvimento do cinema nessas décadas, foi próximo aos anos 60, com o surgimento do cinema novo – movimento com filmes marcados por um teor político e social fortíssimo –, que os filmes brasileiros passaram a ter um grande sucesso no exterior. Sobretudo com filmes dirigidos por nomes como Glauber Rocha, Rogério Sganzerla, Nelson Pereira dos Santos, etc.

Enquanto o cinema brasileiro entrava em seu período mais iluminado, no quesito de qualidade, com produções como *O Bandido da Luz Vermelha* (1968) e *Deus e o Diabo na Terra do Sol* (1964), o Brasil também entrava em um dos seus períodos mais sombrios, com o Golpe Militar de 1964 e a implementação ao AI-5 em 1968.

Um Cinema “Novo”

Em 1969, foi criada a empresa de economia mista Embrafilme, com o objetivo de distribuir e promover os filmes brasileiros no exterior, além de realizar mostras e festivais. A empresa foi de extrema importância para mudar o panorama do cinema brasileiro, a ponto de nos anos oitenta, por conta também das chanchadas – que continuavam populares –, a média de pessoas que assistiam filmes brasileiros chegava a ser maior que a dos estrangeiros. Filmes como *Dona Flor e Seus Dois Maridos* (1976), *Pixote, a Lei do Mais Fraco* (1980) e *Cabra Marcado Para Morrer* (1984), são alguns dos exemplos de títulos que tiveram o apoio da Embrafilme, e são referências até hoje.

No cinema, mesmo com a censura aplicada pelo Regime Militar – por meio do Departamento de Censura de Diversões Públicas (DCDP) –, foi um momento áureo para as produções cinematográficas, que eram impulsionadas por movimentos de um fazer artístico mais político e crítico como o Cinema Novo, o Cinema Marginal e até o Tropicalismo no meio da música.

Assim como na música brasileira, o audiovisual também encontrava sua forma de driblar a censura dos meios de comunicação. No entanto, muitos filmes acabaram sendo censurados ou até atrasados por causa do momento político que vivia o Brasil. Um exemplo, foi o próprio *Cabra Marcado Para Morrer*, de Eduardo Coutinho, que teve sua produção interrompida e só foi lançado em 1984, depois de quase 20 anos. De acordo com Hamel e Toniolo no artigo “A indústria cinematográfica nacional em tempos de ditadura militar: censura x democracia”:

...as gravações desse filme foram interrompidas pelo regime militar, e só puderam ser retomadas em 1981, após ser decretada a Lei da Anistia, totalizando dezessete anos de interrupção da gravação do filme, o que contribuiu para que as ideologias relacionadas a aspectos políticos e estéticos fossem repensados, em decorrência do Golpe de 1964. (Hamel e Toniolo, 2015, v. 29, n. 2, p.208)

O Fim e a Retomada

Ao final dos anos 1970, com o governo de João Figueiredo (1979-1985), último presidente do Regime Militar, começou a transição para o regime democrático. A década foi finalizada com a promulgação da Lei da Anistia, que daria força para o movimento por eleições diretas e o fim da ditadura.

Era também lançado nesse período o filme *Pra Frente Brasil* (1982), produzido com forte incentivo pela Embrafilme, dirigido por Roberto Farias – que tinha sido diretor geral da empresa entre 1974 e 1978 –, e que tratava abertamente sobre a tortura e repressão do Estado. O filme, mesmo tendo sido lançado num período de “enfraquecimento” do Regime Militar, não passou pela censura, só sendo exibido em 1983 para o grande público. Criando assim uma crise na Embrafilme, que culminou no seu fechamento em 1990. Sem que nenhuma organização fosse criada para substituí-la após seu fim.

Com a falta de uma empresa do Estado que estimulasse a produção de cinema, o período pós-ditadura militar foi marcado por um grande investimento de empresas privadas e grandes emissoras (como a Rede Globo) no audiovisual. Esse período conhecido como Cinema da Retomada, foi marcado por filmes como *Cidade de Deus* (2002), de Fernando Meirelles e Kátia Lund; *Central do Brasil* (1998), de Walter Salles; e *O Que é Isso Companheiro?* (1997), de Bruno Barreto.

Apesar da criação de medidas que fomentassem o cinema, como a Lei do Audiovisual, que incentiva pessoas e empresas a patrocinarem produções cinematográficas; e a criação da Agência Nacional de Cinema (Ancine), que auxilia no fomento, regulação e na fiscalização do mercado cinematográfico. O período da retomada contou com uma falta de investimento na difusão dos filmes, que tinham um circuito limitado para exibição, já que o mercado estava dominado por filmes *hollywoodianos* e boa parte dos cinemas estavam concentrados no eixo Rio-São Paulo. Algo que ecoa até os dias de hoje nas salas exibidoras.

Tempos atuais

Apesar do sucesso de *Ainda Estou Aqui*, da bilheteria extraordinária e chegada ao *streaming* de *Homem com H* – um filme marcado pela temática LGBTQIA+ –, e das recentes premiações de *O Agente Secreto* e *O Último Azul*, no cenário de domínio de produções estrangeiras, sobretudo dos EUA, nas salas de cinema, urge também um meio que possa somar na luta pela valorização da produção nacional, e, com suas reportagens e notícias, poder auxiliar na formação de uma cinefilia que olhe não só para o que é produzido no eixo Estados Unidos-Europa, mas também no que é produzido na sua

“casa” e em países do Sul-Global, que possuem um cinema tão vasto e rico quanto o estadunidense. Pois, assim como disse Johnson:

...a dominação inicial do mercado brasileiro por indústrias estrangeiras fomentou certas expectativas quanto à qualidade de um filme, na medida em que o filme estrangeiro tornava-se o padrão na qual todos os filmes deveriam ser julgados. (Johnson, 1993, p. 39)

Portanto, independente do sucesso doméstico e quão bons são os filmes brasileiros, eles não conseguem atingir “os valores de produção dos filmes estrangeiros” (Johnson, 1993, p. 39) criando no imaginário popular uma ideia de que o cinema brasileiro tem uma qualidade inferior e não merece tanto destaque. Entretanto, com a ampla cobertura dos veículos de notícias e das personalidades na internet torcendo e ovacionando *Ainda Estou Aqui*, parece que a alegria dos brasileiros também reside no seu próprio cinema..

Referências

- AUTRAN, A. **O cinema brasileiro contemporâneo diante do público e do mercado exibidor**. Significação: Revista de Cultura Audiovisual, [S. l.], v. 36, n. 32, p. 119-135, 2009. Disponível em: <<https://revistas.usp.br/significacao/article/view/68095>>. Acesso em: 9 ago. 2024
- COELHO, P. P. **O Papel da Embrafilme no Desenvolvimento do Cinema Brasileiro**. Pantheon UFRJ, 2009. Disponível em: <<https://pantheon.ufrj.br/handle/11422/2508>>. Acesso em: 16 jul. 2024
- HAMEL, M. R.; DIP TONIOLO, A. (2015). **A indústria cinematográfica nacional em tempos de ditadura militar: censura x democracia**. Revista Justiça Do Direito, 29(2), 198-215. Disponível em: <<https://seer.upf.br/index.php/rjd/article/view/5587>>. Acesso em: 16 jul. 2024.
- JOHNSON, Randal. Ascensão e queda do cinema brasileiro, 1960-1990. Revista USP, São Paulo, Brasil, n. 19, p. 31-49, 1993. DOI: 10.11606/issn.2316-9036.v0i19p31-49. Disponível em: <<https://revistas.usp.br/revusp/article/view/26872>>. Acesso em: 16 jul. 2024.
- LEÃO, P. **Por que Divertidamente 2 está ocupando todas as salas de cinema?** | Philippe Leão. YouTube. 4 de jul. 2024. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=WK_NzqSN80U&list=PLt-2u308Pwfnu6fk2EHrEuc7bef eJcHPd>. Acesso em: 16 de jul. 2024
- PEREIRA, L. J. **Cinema no ensino de história: as chanchadas e os anos 1950**. Cadernos de Pós-graduação, [S. l.], v. 5, n. 1, p. 207-218, 2009. DOI: 10.5585/cpg.v5n1.1858. Disponível em: <<https://periodicos.uninove.br/cadernosdepos/article/view/1858>>. Acesso em: 16 jul. 2024.