



RELICI

CRÔNICAS DE UMA MORTE ANUNCIADA: SOBRE O CINEMA E SUA INSISTÊNCIA EM NÃO MORRER¹

*CHRONICLES OF A DEATH FORETOLD: ON CINEMA AND ITS INSISTENCE ON
NOT DYING*

Luiz Soares Costa Junior²

RESUMO

O presente artigo aborda a resiliência do cinema frente às crises que ameaçaram sua existência, desde sua criação na *Belle Époque* até os desafios contemporâneos, como o *streaming*. Apesar de sua notável capacidade de adaptação tecnológica e cultural, é, sobretudo nos dias atuais, um produto de massas, para mercantilização, o que resulta em franquias repetitivas e produções despersonalizadas e massificadas. Além disso, considera-se também um fator de elitização das salas de cinema, bem como o impacto da lógica mercadológica na experiência artística. Dessa forma, paradoxalmente, apesar de seu histórico de reinvenção, a sobrevivência do cinema exige um retorno às suas raízes criativas e reflexivas, superando o apelo pelo consumo imediato.

Palavras-chave: crise, *streaming*, mercantilização, elitização, reinvenção, franquias.

ABSTRACT

The present article addresses the resilience of cinema in the face of crises that have threatened its existence, from its inception during the Belle Époque to contemporary challenges such as streaming. Despite its remarkable capacity for technological and cultural adaptation, it is, especially today, primarily a mass product for commercialization, which results in repetitive franchises and depersonalized, mass-produced works. Furthermore, the article also considers the factor of elitization of movie theaters, as well as the impact of market-driven logic on the artistic experience. Thus, paradoxically, despite its history of reinvention, the survival of cinema demands a return to its creative and reflective roots, overcoming the appeal of immediate consumption.

Keywords: crisis, streaming, commercialization, elitization, reinvention, franchises.

¹ Recebido em 09/08/2025. Aprovado em 20/09/2025. DOI: doi.org/10.5281/zenodo.17440461

² Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais. luizcosta07@live.com



RELICI

INTRODUÇÃO

De toda História Contemporânea, o período que talvez mais repercuta à vida quotidiana dos homens do Século XXI seja, muito provavelmente, o que compreenda o ocaso do Século XIX e as primeiras décadas do Século XX. A maior parte das tecnologias de que hoje usufruímos quotidianamente e das quais dependemos individual e socialmente, podemos dizer que datam dessa época. Tais invenções, vão desde a fotografia (1839), até a penicilina (1928), passando pelo telefone (1876) e o gramofone (1887), os motores a combustão interna (1876) e o carro (1886), a lâmpada elétrica (1879) e a pasta de dente em tubo (1892). Assim, a vida contemporânea é tributária desses inventores de garagem, dessa Belle Époque cosmopolita e inventiva, artística e científica, cujo legado, mais que visível, é palpável, de tal forma que tais elementos têm tal importância, que se podem considerar inseparáveis da vida hodierna. Assim, mais que simples componentes, são mesmas engrenagens indispensáveis.

Da lista dessas invenções e descobertas, o cinema certamente não é a mais importante, mas é seguramente uma das mais interessantes, dada sua abrangência, universalidade, polivalência e flexibilidade. Como escreve Caprile (2017, p. 15), o cinema nasceu no final do século XIX, como uma invenção que unia a fotografia em movimento com a projeção de imagens, isto é, é um fenômeno técnico, e, mais que artístico, pois que aglutina e adapta em si aspectos e instrumentos de outras artes e manifestações artísticas – talvez como a ópera, no Século XVI, todavia, com uma particularidade crucial.

O cinema é, desde sempre, um fenômeno de massas, e como tal, tem influenciado ativamente o imaginário e o repertório artístico-cultural de uma forma multigeracional e praticamente irrestrita. Ainda que a maioria das pessoas não tenha nunca estado em uma sala de cinema, há de admitir-se que o contato com produções cinematográficas é a regra. Há filmes para todas as idades e gostos, desde produções infantis, às dramáticas, românticas, fantasias, aventuras, epopeias, enfim, um produto



RELICI

muitíssimo abrangente e lucrativo. Daí, pode parecer muito curioso como o cinema - e sobretudo a sala de cinema - são frequentemente condenados à morte.

Um dos primeiros a decretar a morte do cinema foi o próprio Louis Lumière (1864-1948), que, junto a seu irmão Auguste, é considerado pai ou mesmo inventor do cinema (SABADIN, 2018). Segundo diversas fontes, ele mesmo teria qualificado o cinema como "uma invenção sem futuro", uma moda ou entretenimento que, como outros, seria substituído e esquecido (FELINTO, 2006). O tempo provou que ele estava errado. Todavia, o tempo também provou que ele estava certo. O cinema de atrações autônomas, de vídeos curtos e desconexos, de fato teve vida curta. O cinema que sobreviveu foi o que se reinventou e desenvolveu, gerando desenvolvimento. Toda uma linha de produção nasceu daí (COSTA, 2006). Os cinematógrafos, câmeras, projetores e os rolos de filme muito mudaram, de forma que - ainda que entre guerras de patentes -, americanos e franceses colaboraram no desenvolvimento e aperfeiçoamento do aparato tecnológico de que o cinema prescinde, bem como no incremento das artes e das técnicas necessárias.

Dessa forma, ainda segundo Flávia Costa (2006, p. 37), já no período compreendido de 1907 a 1913, o cinema já se havia organizado de forma industrial, estabelecendo uma especialização das várias etapas de produção e exibição dos filmes, e transforma-se na primeira mídia de massa da história, o que lhe confere um status sócio-artístico único.

Os anos que seguem à Segunda Guerra Mundial intensificam um processo iniciado já nos anos 40, isto é, o advento das televisão e sua natural popularização entre as classes médias, levou a uma dramática evasão do público (SABADIN, 2018), o que seria causa de um novo prenúncio da morte do cinema, afinal, ninguém sairia do conforto de suas casas para usufruir de um entretenimento similar daquele que se podia ter diante da TV. Grandes estúdios são fechados, e era anunciada outra vez a sentença de morte do cinema. Mas não foi assim. O cinema outra vez se reinventou, e Hollywood passou a investir cada vez mais em grandes produções, cada vez mais



RELICI

repletas de magia, fantasia, efeitos especiais. Outra vez, o cinema se reinventou e sobreviveu.

Nos anos 80 e 90, com a ascensão das fitas VHS e, posteriormente, dos DVDs e *Blu-rays*, o cinema encarou mais um de seus muitos epitáfios prematuros. A conveniência de assistir a filmes no conforto do lar, com a liberdade de pausar, retroceder e reviver cenas à vontade, parecia decretar o fim inevitável das salas escuras e das sessões coletivas. Por um momento, o mundo acreditou que a experiência cinematográfica estaria relegada ao tamanho das telas domésticas e ao tempo dos videocassetes. A experiência coletiva, a magia das luzes que se apagam, do som envolvente e da tela grande parecia fadada ao esquecimento, substituída pela praticidade das locadoras de vídeo e, mais tarde, pelos discos que prometiam qualidade de som e imagem superiores. Por tudo isso, a popularização do DVD, segundo Sharpless (2004), foi a mais rápida já vista na história das indústrias de consumo europeias e norte-americanas. Contudo, uma vez mais, o cinema recusou-se a morrer. As salas responderam com novas tecnologias: a qualidade da imagem melhorou, o som tornou-se imersivo e o 3D ressurgiu com vigor renovado. Novamente, Hollywood investiu em produções que prometiam experiências que nenhuma sala de estar poderia oferecer. Com o 3D, nos Estados Unidos, a frequência do público teve, em 2009, aumento considerável de 25%, em relação ao ano anterior. A arrecadação no mercado americano também aumentou em 10% em relação a 2008, com um aumento de pouco mais de 5% na venda de ingressos (REARDON, 2010). O cinema não apenas sobreviveu, mas reafirmou-se, de tal forma que as fitas, os discos e os dispositivos não conseguiram suplantam o encanto das telonas. Hoje, as fitas e DVDs já praticamente morreram. O cinema subsiste.

Com a popularização da internet, em especial a partir da primeira década do Século XXI, uma nova estratégia do comércio de produções cinematográficas surgiu. A explosão da *Netflix* era o prenúncio de uma nova era do entretenimento audiovisual, e do surgimento de um novo algoz do cinema. Segundo descreve Gabriela Souza (2021), desde o advento do *streaming*, os cinemas estão enfrentando uma



RELICI

concorrência ainda maior do que quando a televisão em cores foi lançada. Isso se justifica pela conveniência de ter um vasto catálogo de filmes e séries à disposição, acessível a qualquer hora e em qualquer lugar, para muitos, parece representar um golpe fatal para as salas de cinema, com seu horário restrito e seus preços crescentes, inacessíveis para grande parte da população. Além disso, mediante a facilidade de um clique, obtém-se uma experiência audiovisual praticamente personalizada, com algoritmos que sugerem conteúdos ao gosto do usuário, o que fragmenta os públicos e ameaça a natureza coletiva do cinema.

Pela análise retrospectiva dos anteriores êmulos das salas de cinema, podemos supor que, mais uma vez, elas sobreviverão e se reinventarão. Dessas reinvenções, como vimos, não passou incólume, mas adaptou-se e, efetivamente mudou. Da atual, todavia, não conhecemos ainda a inteireza, completude e a abrangência das mudanças. Vale, portanto, um exercício de análise da atual conjectura, e um prognóstico do que poderá a ser num futuro próximo.

CINEMA E MASSIFICAÇÃO

Não é de hoje que se critica a qualidade da produção cinematográfica em grande escala. Como é próprio das indústrias, produções seriais tendem a prezar menos por qualidade e profundidade, mirando resultados mais rápidos e rasos. A indústria cinematográfica não é isenta dessa crítica, pelo contrário, é antes um exemplo retumbante. O resultado são muitas histórias com enredos fracos e atuações questionáveis, refletindo uma lógica de mercado que prioriza o lucro sobre a qualidade artística.

Já nos anos 40, Theodor Adorno e Max Horkheimer denunciavam essa tendência de uma necessidade de retorno financeiro rápido e seguro, por parte dos executivos por trás das câmeras. "A indústria cultural é o setor da sociedade que produz e distribui bens culturais de massa, transformando a cultura em mercadoria." (ADORNO; HORKHEIMER, 1985, p. 137). Essa indústria toma para si as artes, adaptando-as às exigências de consumo em massa, acaba inevitavelmente por gerar



RELICI

um produto adaptado ao consumo, que não necessita ser nem 'autêntico', nem 'bom', mas acima de tudo, vendável. Essa visão se aplica diretamente ao cinema atual, onde franquias, sequências e adaptações de livros ou quadrinhos dominam o mercado, muitas vezes repetindo fórmulas conhecidas sem qualquer inovação narrativa ou estética. "A cultura de massa é um fenômeno que caracteriza a sociedade contemporânea, onde a produção cultural é orientada para o mercado e a consumação em massa" (ORTIZ, 1988, p. 123).

Até aqui, esta é uma tendência muito antiga, denunciada década trás década. Porém, o problema é que o crescimento das plataformas de streaming, parece ter acentuado ainda mais essa tendência e essa lógica mercadológica. Serviços como a *Netflix*, que se posicionam como democráticos ao oferecer uma vasta gama de opções, na verdade, reforçam a produção em massa de conteúdos de qualidade questionável para atender à demanda de um público diversificado e ávido por novidades constantes. "A convergência dos meios de comunicação implica na integração de diferentes plataformas e tecnologias, criando novas formas de produção e consumo de conteúdo." (LE MOS, 2011, p. 56)

Para agravar o panorama, a pandemia de COVID-19 veio acelerar o crescimento dos serviços de streaming, que se tornaram o principal meio de acesso a filmes e séries durante os longos períodos de isolamento social. Esse aumento na demanda impulsionou ainda mais a produção rápida e barata de conteúdos, resultando em um crescimento de filmes com enredos simplificados e focados no entretenimento fácil. A produção em massa durante a pandemia serviu para atender a um público confinado e carente de novas formas de distração, mas também reforçou a tendência de superficialidade no conteúdo oferecido. "A cultura de massa não é apenas um produto da indústria cultural, mas também uma forma de experiência coletiva que envolve o público de maneira ativa" (ECO, 1970, p. 92).

Enquanto isso, o cinema tradicional, das salas escuras, luta para se adaptar a essa nova realidade. Uma estratégia que parece ter se adotado foi aumentar o investimento, não nas produções, mas na publicidade por trás delas. Nessa esteira,



RELICI

se destacam lançamentos como *Barbie* (2023) e *Divertidamente 2* (2024). Conforme observado pelo crítico Mark Fisher, “o que vemos agora é um cinema que opera mais como um produto publicitário, onde o valor é medido pela capacidade de gerar receita a partir de merchandising e campanhas multimídia”, do que no ideal da Sétima Arte.

Concomitantemente a isso, há de notar-se como experiência cinematográfica tem sido cada vez mais gourmetizada, com salas de cinema que oferecem luxos como cadeiras reclináveis, menus gourmet e serviços *premium*, transformando a ida ao cinema em uma experiência de consumo cada vez mais elitizada. Essa gourmetização não apenas eleva o custo para o espectador comum, mas também afasta a experiência cinematográfica de suas raízes.

PERSPECTIVAS DE UM FUTURO INCERTO

A longevidade do cinema até aqui demonstra sua capacidade de adaptação e resiliência, mas a questão que se coloca é sobre a qualidade dessa sobrevivência. O cinema, em sua essência, é uma forma de arte que transcende o simples entretenimento. É dramático, instigador, reflexivo e profundamente humano. No entanto, este cinema de algoritmo, que busca maximizar lucros por meio da produção massiva de conteúdos formulaicos, carece de valor e de perenidade. Filmes desenhados para agradar a estatísticas e padrões de consumo efêmeros falham em capturar a verdadeira essência do cinema — uma essência que desafia, emociona e inspira. Portanto, se o cinema, seja nas grandes salas, nas TVs ou nos smartphones, quiser sobreviver verdadeiramente, deve retornar às suas raízes artísticas, recusando-se a ceder inteiramente ao papel de um mero entretenimento barato para massas desprovidas de senso crítico e apreciação estética.

A morte do cinema vem sendo anunciada há mais de um século, mas o temor que quero apresentar não é tanto seu fim, mas sim uma degradação mais sutil e insidiosa: a transformação definitiva em um produto raso e desprovido de alma ou de essência. O verdadeiro risco não reside na extinção das salas de cinema, mas na perda do propósito artístico que definiu e diferenciou o cinema desde seus primórdios.



RELICI

Se as produções continuarem a priorizar o retorno financeiro sobre a integridade artística, o que restará será apenas uma sombra do que o cinema poderia e deveria ser. Muito pior do que o cinema morrer ou desaparecer seria vê-lo submergir completamente na mediocridade, abandonando seu potencial transformador e seu impacto cultural. Que não seja assim. Que o cinema, com sua natureza intrínseca de questionamento e provocação, ressurgir mais forte, renovado, e, acima de tudo, fiel à sua verdadeira vocação, isto é, a de ser uma arte para todos, mas sem jamais se tornar banal.

REFERÊNCIAS

ADORNO, Theodor; HORKHEIMER, Max. *Dialética do esclarecimento: fragmentos filosóficos*. Tradução de Guido Antonio de Almeida. Rio de Janeiro: Zahar Editores, 1985.

CAPRILE, José Maria. **História do cinema para quem tem pressa**. Rio de Janeiro: Editora Rocco, 2017.

COSTA, Flávia Cesarino. Primeiro Cinema. **História do cinema mundial**. Campinas: Papirus, p. 17-52, 2006.

ECO, Umberto. **Apocalípticos e integrados: comunicações de massa e teorias da cultura de massa**. Rio de Janeiro: Livraria Francisco Alves Editora, 1970.

FELINTO, Erick. Cinema e tecnologias digitais. **História do cinema mundial**. Campinas: Papirus, p. 413-428, 2006.

LEMO, André. **Cultura da convergência: jornalismo, educação e cidadania**. Porto Alegre: Editora Sulina, 2011.

ORTIZ, Renato. *A moderna tragédia da cultura: a crise das ciências sociais e a barbarização do mundo contemporâneo*. São Paulo: Brasiliense, 1988.

REARDON, Mare Vieira William. **O Cinema 3D**. Monografia Faculdades Integradas Helio Alonso. Rio De Janeiro, 2010. Disponível em: <<https://facha.edu.br/pdf/monografias/20092156.pdf>>. Acesso em: 9 ago. 2025.



RELICI

137

SHARPLESS, Graham. **An Introduction to DVD Formats**. Disponível em: <http://www.discronics.co.uk/downloads/tech_docs/dvdintroduction.pdf>. Acesso em: 20 julho. 2025.

SOUZA, Gabriela Duarte de. **Os efeitos de streaming de vídeo sobre o mercado de cinema dos Estados Unidos**. São Paulo. 2021. Disponível em: https://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/100/100131/tde-11112021-153414/publico/Dissertacao_GabrielaDuartedeSouza.pdf Acesso em: 20 julho. 2025.