



## **O filme brasileiro popular contemporâneo: fenômenos de público e modelos estéticos (2002-2012)<sup>1</sup>**

Luis Felipe Silveira de ABREU<sup>2</sup>

Lennon Pereira MACEDO<sup>3</sup>

Miriam de Souza ROSSINI<sup>4</sup>

Universidade Federal do Rio Grande do Sul/CNPq

### **Resumo**

Este trabalho faz parte da pesquisa *Cinema Popular Contemporâneo: modelos estéticos e narrativos do cinema brasileiro*, sob orientação da Professora Dr.<sup>a</sup> Miriam de Souza Rossini. Com base em levantamento de dados divulgados pela ANCINE e em leituras a respeito do tema, este artigo pretende analisar o fenômeno de grandes bilheterias do cinema brasileiro no período após o fim da Retomada. Entre 2002 e 2012, 41 filmes quebraram a barreira de um milhão de espectadores. Nas páginas seguintes, apresentamos os detalhes implicados neste processo.

### **Palavras-chave**

Cinema; cinema brasileiro; cinema popular; público; mercado cinematográfico

### **Blockbuster brasileiro**

Em dezembro de 2010, *Tropa de Elite 2* tornou-se o filme brasileiro mais visto da história. Atingindo a marca de 11.023.475 espectadores, o filme de José Padilha bateu *Dona Flor e seus Dois Maridos* (1976, com 10.735.524 espectadores) e mais: deixou clara uma tendência que vinha se desenvolvendo já há oito anos. Em 2002, é

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado ao Intercom Junior, na Área Temática de Comunicação Audiovisual, do ? Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul.

<sup>2</sup> Estudante de Graduação. 4º semestre do curso de Comunicação Social, habilitação Jornalismo da UFRGS. Bolsista de iniciação científica PIBIC–UFRGS/CNPq. E-mail: luisf\_abreu@hotmail.com

<sup>3</sup> Estudante de Graduação. 5º semestre do curso de Comunicação Social, habilitação Jornalismo da UFRGS. Bolsista voluntário. E-mail: lennon-macedo@hotmail.com

<sup>4</sup> Orientadora do trabalho. Professora do curso de Comunicação Social da UFRGS. Bolsista de Produtividade do CNPq. E-mail: miriam.rossini@ufrgs.br



lançado *Cidade de Deus*, que determina o fim da Retomada (ORICCHIO, 2003) e, de certa forma, molda uma nova visão do público a respeito do cinema brasileiro. Começam tempos em que manchetes como “*Tropa de elite 2* é o melhor investimento do ano” (IG, 2010) são possíveis.

Esse processo pode começar a ser investigado partindo da Lei Rouanet (1991), agora Lei do Audiovisual (1993), que cria mecanismo de fomento à produção audiovisual e prepara terreno para o ressurgimento do cinema brasileiro. A Lei do Audiovisual e a implantação da ANCINE em 2001 instaura um novo panorama de produção ao reintroduzir a figura do Estado - e é só a partir daí que o filme local passa a existir novamente (GATTI, 2006).

Além do Estado, também precisamos ter noção de que há outro grande agente no processo de Retomada: a Globo Filmes. A entrada da emissora de TV no mercado cinematográfico gerou e ainda gera imenso debate, mas é impossível negar seu papel central no processo de reformatação da filmografia nacional. Com base em dados da Ancine, Silveira (2009) observa que, de 1998 a 2007, a Globo Filmes arrecadou R\$ 398 milhões, enquanto todas outras produtoras juntas chegaram apenas ao valor de R\$ 135 milhões. Este, porém, é um processo mais antigo do que parece. Jean-Claude Bernardet (2009) já havia apontado essa característica nos anos 70: “Embora a produção brasileira esteja, neste início de 1978, passando por uma transformação cuja evolução é difícil prever, a tendência dominante é indiscutivelmente no sentido de uma concentração do tipo monopolista” (BERNARDET, 2009, p. 132). O predomínio de um grupo de produtores, que lança filmes cada vez mais caros (e com boa parte do orçamento investido em divulgação), faz parte do processo de industrialização cinematográfico. Com apenas uma pequena parcela das salas recebendo filmes brasileiros, é compreensível que o poderio da produtora monopolista nacional seja quase imbatível. Os poucos filmes que por ela não passam ingressam em uma zona de produção média duplamente marginalizada – que enfrenta não só o filme estrangeiro, mas também os produtos da Globo Filmes. Isso, claro, não impede sucessos fora desta rota: o próprio *Tropa de elite 2*, nosso campeão de público, nada tem a ver com a Globo.

Posto isso, voltemos à *Cidade de Deus*. Lançado em 2002, encerra a Retomada e causa um *boom* de interesse, levando mais de 3 milhões de espectadores às salas de cinema. O ano seguinte viria a mostrar que essa nova fase do cinema brasileiro atrai boas bilheteria. Em 2003, os filmes nacionais arrecadam mais de 20 milhões de reais, e



correspondem à 21,42% da renda total de cinema no país. Mesmo que esse ritmo não siga o mesmo (nos anos seguintes a participação do cinema nacional na renda bruta se manterá entre 9% e 14%), podemos observar que não há um ano, desde 2002, sem que um filme nacional atraia pelo menos 2 milhões de espectadores. Há também um aumento significativo de produção – talvez fruto do “deslumbramento” do qual fala Silveira (2009) –, como podemos ver na tabela abaixo disponível no site da ANCINE:

Ano	N° de filmes brasileiros lançados	Ano	N° de filmes brasileiros lançados
2003	30	2008	79
2004	49	2009	84
2005	46	2010	75
2006	71	2011	99
2007	78	2012	83

Fonte: *ANCINE*

Uma consulta a outras tabelas da ANCINE nos permite ver que desses 649 filmes lançados nos últimos dez anos, 41 foram vistos por mais de um milhão de pessoas. Eles são:

Ano	Filme	Público
2010	<i>Tropa de elite 2</i>	11.023.475
2009	<i>Se eu fosse você 2</i>	6.112.851
2005	<i>Dois filhos de Francisco</i>	5.319.677
2003	<i>Carandiru</i>	4.693.853
2010	<i>Nosso lar</i>	4.060.304
2006	<i>Se eu fosse você</i>	3.644.956
2010	<i>Chico Xavier</i>	3.412.969
2002	<i>Cidade de Deus</i>	3.370.871
2012	<i>Até que a sorte nos separe</i>	3.322.561
2003	<i>Lisbela e o prisioneiro</i>	3.174.643
2011	<i>De pernas pro ar</i>	3.095.894
2004	<i>Cazuza – O tempo não para</i>	3.082.522
2004	<i>Olga</i>	3.078.030
2011	<i>Cilada.com</i>	2.998.560
2003	<i>Os normais</i>	2.996.467
2012	<i>E aí, comeu?</i>	2.576.213



2007	<i>Tropa de elite</i>	2.417.754
2009	<i>A mulher invisível</i>	2.353.136
2003	<i>Maria, mãe do filho de Deus</i>	2.332.873
2002	<i>Xuxa e os duendes 2</i>	2.301.152
2012	<i>Os penetras</i>	2.228.318
2004	<i>Sexo, amor e traição</i>	2.219.423
2003	<i>Xuxa abracadabra</i>	2.214.481
2009	<i>Os normais 2</i>	2.202.640
2011	<i>Bruna Surfistinha</i>	2.166.461
2008	<i>Meu Nome não É Johnny</i>	2.099.294
2007	<i>A grande família</i>	2.035.576
2011	<i>Assalto ao banco central</i>	1.964.893
2009	<i>Divã</i>	1.866.235
2003	<i>Didi, o cupido trapalhão</i>	1.758.579
2003	<i>Deus é brasileiro</i>	1.635.212
2012	<i>Gonzaga - De Pai para Filho</i>	1.457.988
2011	<i>O palhaço</i>	1.388.202
2004	<i>Xuxa e o tesouro da cidade perdida</i>	1.331.652
2009	<i>Xuxa em O mistério da Feiurinha</i>	1.291.222
2004	<i>A dona da história</i>	1.271.415
2011	<i>O homem do futuro</i>	1.215.600
2011	<i>Qualquer gato</i>	1.190.855
2012	<i>De pernas pro ar 2</i>	1.058.421
2006	<i>Didi, o caçador de tesouros</i>	1.024.732
2006	<i>Xuxa gêmeas</i>	1.007.490
Fonte: ANCINE		

De forma geral, podemos observar algumas coisas: há uma média anual de quatro filmes brasileiros alcançando grandes bilheterias; Xuxa e Didi estão presentes, com cinco e dois filmes cada um, respectivamente. Por outro lado, ambos, que dominavam as bilheterias brasileiras antigamente (Xuxa na Retomada e Didi, com os Trapalhões, desde os anos 70), aparecem na lista apenas na primeira metade da década (exceção feita à *Xuxa e o Mistério de Feiurinha*). Com o passar dos últimos anos, mais filmes e de gêneros mais diversificados conseguem chegar a esta marca de público.

Porém, para a pesquisa *Cinema Popular Contemporâneo: modelos estéticos e narrativos do cinema brasileiro*, o corpus de análise foi delimitado com apenas os dez filmes de maior público. Nosso foco aqui será direcionado à: *Tropa de elite 2* (José Padilha, 2010), *Se eu fosse você 2* (Daniel Filho, 2009), *Dois filhos de Francisco* (Breno



Silveira, 2005), *Carandiru* (Hector Babenco, 2003), *Nosso lar* (Wagner Assis, 2010), *Se eu fosse você* (Daniel Filho, 2006), *Chico Xavier* (Daniel Filho, 2010), *Cidade de Deus* (Fernando Meirelles, 2002), *Até que a sorte nos separe* (Roberto Santucci, 2012) e *Lisbela e o prisioneiro* (Guel Arraes, 2003).

Esse corte nos revela a multiplicidade do cinema brasileiro contemporâneo. Embora muito se fale a respeito de um predomínio das comédias, há uma ascensão de outros gêneros, como o policial/ação, e subgêneros como o filme espírita e as cinebiografias. Como coloca Jorge Furtado (s/d): “mesmo sem entrar fundo no juízo de valor dos filmes, qualquer análise com um mínimo de bom senso conclui que melhorou a qualidade dos filmes brasileiros de grande bilheteria”.

Esse processo está muito bem registrado na seguinte fala:

O cinema no Brasil está, nesses anos, vivendo um processo de reformulação de base, e não é nada fácil perceber quais as linhas de transformação e as perspectivas que se desenham. Ele saiu certamente da área restrita do pequeno artesanato, bem como da área de um grupo de artista inovadores que produzem obras para um público restrito. (BERNARDET, 2009b, p. 169)

Mas ocorre que o trecho acima foi escrito em 1978, no livro *Cinema Brasileiro: Propostas para uma História*. Os filmes que estão sendo “discutidos diversamente em várias camadas ou grupos sociais” não são *Tropa de elite 2* ou *Nosso Lar*, mas sim *Lúcio Flávio* e *Amor bandido*. Isso demonstra que o *boom* do cinema nacional não pode ser tomado como um fruto da pós-Retomada, sendo um processo histórico longo, que data dos tempos da Embrafilme. Porém hoje, mais do naquela época, os filmes que chegam às salas são cada vez mais diversificados e dotados de diferentes propostas, e é nessa diversidade que se constrói uma filmografia nacional forte, a partir de vários matizes. Não é possível um cinema construído apenas por filmes marginais – se há margem é somente porque algo está no centro.

### **Mas afinal, o que é o popular?**

Se a presente pesquisa chama-se *Cinema Popular Contemporâneo: modelos estéticos e narrativos do cinema brasileiro*, precisamos conceituar o que estamos chamando de “cinema popular”. Bernardet e Galvão (1983) mostraram que essa denominação já passou por diversas mudanças de concepção ao longo do tempo, podendo ser aplicado aos mais diferentes filmes. Ao fazer essa análise, será possível



perceber qual o sentido de “popular” no cinema brasileiro contemporâneo, e o porquê de os filmes acima citados poderem ser assim chamados.

No cinema brasileiro, o termo começou a ser mais usado a partir dos anos 20, com o cinema popular sendo assim chamado por ser “pobre e vagabundo” (GALVÃO; BERNARDET, 1983). São os filmes mal produzidos, em condições adversas, exibidos em salas precárias e obscuras e assistidos pelas camadas mais pobres da população, como os operários de origem italiana. Nos anos 30, essa ideia muda e o popular seria o cinema que buscasse retratar o povo. Essa noção de popular enquanto temática permanece por anos, tornando-se corrente nos anos 50 – quando o termo ganha em importância e começa a se tornar central nas discussões sobre a nossa cinematografia. É assim que são produzidos e julgados os filmes da Vera Cruz, por exemplo.

Também nessa época surge a ideia de que a popularidade não pode ser medida apenas pela produção, pois é necessário que se leve em conta a recepção. Popular torna-se, portanto, o filme que tem retorno comercial. Ou seja, transforma-se daquele que mostra o povo, naquele que interessa a um maior número de pessoas. Ao discutir essas questões, Rossini (2008) apresenta como exemplo os filmes que trazem astros populares de outras mídias, em especial da música. Vicente Celestino e Carmem Miranda tiveram larga importância na popularização de certos gêneros, e também é usado como exemplo o filme *Tico-tico no fubá*, de 1952, que contava a história do músico Zequinha de Abreu. Esse filme já nos lembra de um dos populares contemporâneos aqui estudados: *Dois filhos de Francisco*, que também parte da história de cantores populares para realizar um melodrama de ampla aceitação do público.

Essas duas concepções (popular sobre o povo e popular para o povo) mesclam-se e seguem as principais até os anos 70. Ramos (2004) afirma que a partir daí o cinema vai seguir a estratégia de *cross-media*, mas trocando a música e o rádio pela (cada vez mais difundida) televisão: “a autonomia das duas esferas, televisiva e cinematográfica, é quebrada diante das necessidades da produção da ficção popular de massa, que não despreza nenhuma contribuição na sua voraz obsessão por amplos públicos” (RAMOS apud ROSSINI, 2008, p. 363). Enterra-se de vez a perspectiva do Cinema Novo de boicote à industrialização e busca-se um popular de massa. Se antes Vicente Celestino arrastava multidões, a partir daí os astros da televisão tomam seu lugar – e novamente podemos aplicar esta análise ao filmes estudados por nossa pesquisa, como *Se eu fosse você*.



Rossini (2008) também traz essa análise e afirma que “esse embaralhamento de fronteiras nos mostra como é complexo pensar o que é popular no cinema brasileiro contemporâneo” (p. 365). O popular não pode mais ser usado para falar de filmes mal realizados, chulos, mas também não se aplica àquele cinema que busca mostrar o povo sem pensar sua forma a fim de atrair o público. O público: talvez seja esse o fator definidor do popular hoje. Por isso que usamos o termo aqui aplicado aos filmes com mais espectadores, filmes bem acabados do ponto de vista técnico e que atraem o público.

### **Conformações estéticas da década**

Assim como Jean-Claude Bernardet em *Brasil em tempo de cinema* (2009), o que se tenta aqui neste artigo e nesta pesquisa é “encarar o cinema brasileiro como um todo orgânico, resultado de um trabalho coletivo” (2007, p. 21). O projeto de análise aqui é muito mais humilde, claro, e levantaremos a seguir algumas hipóteses a partir de bibliografia levantada. Claro que sem o distanciamento histórico tão necessário a esse tipo de análise, como aponta o próprio Bernardet, tais hipóteses são apenas isto: hipóteses.

Pode-se apontar que desde sempre há “duas tendências principais, dois modelos que nunca se realizam plenamente, mas que constituem duas forças de polarização de grande parte da produção: o mimetismo e a diferenciação nacionalista” (BERNARDET, 2009a, p. 100).

O mimetismo consiste em apropriar-se de técnicas, estilos e práticas do cinema internacional, reaplicando-os aqui. É o processamento de referências do cinema de fora, de outro – o que não é mais, necessariamente, “estrangeiro” por já estar assimilado por nós, como bem apontava de Paulo Emílio Salles Gomes (1980). Já a tendência da diferenciação nacionalista busca produzir aquilo que o cinema de fora (e aquele que o mimetiza) não pode mostrar: o Brasil e os brasileiros. E para além destes dois polos, Bernardet fala sobre saídas estéticas: a paródia (praticada pelas chanchadas, como *Matar ou correr* e *Nem Sansão Nem Dalila*) e a criação de uma “linguagem brasileira” (que teria sido praticada, basicamente, pelo cinema novo).

Como podemos observar o jogo desses modelos nos filmes por nós escolhidos?



Há uma tendência ao mimetismo como podemos ver em dois exemplos. Daniel Filho, embora sempre acusado de “fazer televisão no cinema”, afirma que sua maior influência são as comédias italianas. “Estou mais ligado a Alberto Sordi, Totò, Nino Manfredi, Vittorio Gassman, Ettore Scola e até Federico Fellini, um gênio muito engraçado” (RANGEL, 2009). Já José Padilha, quando do lançamento de *Tropa de elite 2*, afirma: “A primeira e mais forte referência de *Tropa 2* foi *Tropa de Elite!* Tendo dito isso, a mais forte referência do primeiro é o Martin Scorsese” (CINECLICK, 2010). Afora essa declarada inspiração em diretores internacionais, há também a tendência, clássica de Hollywood, de produzir continuações. Os próprios *Se eu fosse você 2* e *Tropa de Elite 2* são filmes surgidos do sucesso de seu predecessores (e, coincidentemente ou não, as duas maiores bilheterias nacionais da década). As superproduções inspiradas no cinema *blockbuster* também começam a surgir. *Nosso lar*, por exemplo: é adaptado de um dos livros espíritos mais vendido no país; investiu muito em produção (orçamento aproximado de R\$ 20 milhões e com nomes estrangeiros na equipe, como o compositor Philip Glass e o diretor de fotografia Ueli Steiger) e em divulgação.

Outra estratégia já comum ao mercado estrangeiro e que foi incorporada ao mercado brasileiro é a utilização de *best-sellers* como base para os roteiros, como é o caso de *Nosso Lar*, que traz a história do homônimo romance espírita, e *Carandiru*, baseado no livro *Estação Carandiru*, de Dráuzio Varella. Assim, os filmes já partem de um material que tem aceitação do público, de uma legitimação prévia – não é a toa que os dois filmes citados estão entre os mais caros do cinema nacional (custando R\$ 20 milhões e R\$ 14 milhões, respectivamente).

Mas se certos padrões do cinema estrangeiro aparecem, é impossível afirmar que “falta Brasil” a estes filmes. Como bem apontou Gomes (1980), temos uma “incapacidade criativa de copiar” (p. 92) e nossas marcas nacionais transparecem nestes filmes contemporâneos. *Tropa de elite 2* trata de situações e problemas sociais muito caros a todos brasileiro; *Dois filhos de Francisco* trata da vida em determinada região do país, além de falar de costume e de certa cultura nacional, inserindo de certa forma em uma longa tradição de filmes “caipiras”; *Carandiru* fala sobre um dos mais chocantes massacres da história do país; *Chico Xavier* e *Nosso lar* tratam de espiritismo, um das doutrinas mais populares entre os brasileiros.





Outro dado que se faz relevante é a coprodução da Globo Filmes em 37 dos 41 filmes que superaram a barreira de um milhão de espectadores – as exceções são *Tropa de Elite* (tanto o primeiro quanto o segundo), *Nosso Lar* e *Bruna Surfistinha*. Com isso em mente, é impossível propor um debate sobre o atual cinema brasileiro sem olhar para as vinculações estéticas possíveis entre os filmes citados e a Rede Globo de Televisão. Em alguns filmes, como *Se Eu Fosse Você* e *Até Que A Sorte Nos Separe*, a influência televisiva já parte do elenco: Tony Ramos e Glória Pires são atores consagrados nas telenovelas, assim como Leandro Hassum, que atua em vários programas humorísticos da Rede Globo. A frase de Furtado (s/d) ecoa: “para atingir o grande público brasileiro, sem dinheiro, iletrado e sem acesso aos jornais, sites e revistas, qualquer produto precisa anunciar em televisão, inclusive o cinema”.

É como se o cinema nacional contemporâneo – ou ao menos aquele que é popular – conjugasse, de forma pouco vista até então, as tendências de mimetismo e de nacionalização, além de adicionar no jogo o elemento televisivo, cada vez mais influente.

## Conclusões

É evidente o cenário de mudança do cinema brasileiro. Uma nova concepção de popular amarra novas propostas estéticas e de mercado dentro da esfera nacional, unindo-as em sua busca pela legitimação através do público. É pensando nesse panorama que a pesquisa *Cinema Popular Contemporâneo: modelos estéticos e narrativos do cinema brasileiro* busca compreender as estratégias exercidas pelos produtores e demais integrantes do campo cinematográfico brasileiro.

Claro, o velho debate entre arte e produto, que às vezes implica um juízo de valor, persiste. Basta ter em vista a discussão na rede social Facebook entre o cineasta Kléber Mendonça Filho e o executivo da Globo Filmes, Cadu Rodrigues (DIÁRIO DE PERNAMBUCO, 2013). São duas visões de cinema que colidem, mas que, de certa forma, se complementam, construindo uma cinematografia nacional que comporte tanto filmes de apelo popular quanto filmes de projeto mais independente, pois, querendo ou não, o cinema é indissociável do mercado, como coloca Pierre Bordieu (1996): “os campos de produção cultural ocupam uma posição dominada, temporalmente, no seio do campo do poder. Por mais livres que possam estar das sujeições e das solicitações



externas, são atravessados pela necessidade dos campos englobantes, a do lucro, econômico ou político.” (p.245).

Com estas análises postas, não é errado assumir que a cinematografia brasileira se torna mais rica e variada a partir desses filmes que procuram um diálogo com o público. Investigar esse fenômeno se faz importante, para compreender os rumos de nossa produção e nossa própria postura diante do cinema nacional. Gomes (1980) já nos disse: “dar as costas ao cinema brasileiro é uma forma de cansaço diante da problemática do ocupado e indica um dos caminhos de reinstalação da ótica do ocupante (...) Não há nada a fazer a não ser constatar” (p. 101).

Não cansemos – problematizemos.

## Referências

AGÊNCIA NACIONAL DE CINEMA (ANCINE) <http://www.ancine.gov.br>

- **Bilheterias - 2002 a 2012. Acesso em: 07. abr. 2003.**

- **Filmes Brasileiros com mais de 500.000 Espectadores - 1970 a 2012. Acesso em: 09 abr. 2013.**

- **Listagem de Filmes Brasileiros Lançados - 1995 a 2012. Acesso em: 03 abr. 2013.**

BERNARDET, Jean-Claude. **Brasil em tempo de cinema**: ensaio sobre o cinema brasileiro de 1958 a 1966. São Paulo: Companhia Das Letras, 2009

BERNARDET, Jean-Claude. **Cinema brasileiro**: propostas para uma história. São Paulo: Companhia Das Letras, 2009

BERNARDET, Jean-Claude. Nosso cinema não é mais artesanato. In: BERNARDET, Jean-Claude. **Cinema brasileiro**: propostas para uma história. São Paulo: Companhia Das Letras, 2009. p. 169-173.

BORDIEU, Pierre. **As regras da arte**. São Paulo: Companhia Das Letras, 1996.

CINECLICK. **José Padilha** (Tropa de Elite 2). São Paulo, 07 out. 2010. <http://www.cineclick.com.br/entrevista/carregar/titulo/jose-padilha-tropa-de-elite-2/id/218>. Acesso em: 11 abr. 2013.

DIÁRIO DE PERNAMBUCO. **Diretor da Globo Filmes faz desafio ao diretor pernambucano Kléber Mendonça Filho**. Pernambuco. 20 fev. 2013. Disponível em: [http://www.diariodepernambuco.com.br/app/noticia/viver/2013/02/20/internas\\_viver\\_424490/diretor-da-globo-filmes-faz-desafio-ao-diretor-pernambucano-kleber-mendonca-filho.shtml](http://www.diariodepernambuco.com.br/app/noticia/viver/2013/02/20/internas_viver_424490/diretor-da-globo-filmes-faz-desafio-ao-diretor-pernambucano-kleber-mendonca-filho.shtml) Acesso em: 16 abr. 2013.



ECO, Umberto. **Apocalípticos e integrados**. São Paulo: Perspectiva, 1993.

FURTADO, Jorge. **O renascimento do cinema brasileiro acabou, e agora?** Sem data.  
<http://www.nao-til.com.br/nao-79/renascim.htm>. Acessado em 10 mai. 2008.

GALVÃO, Maria Rita; BERNARDET, Jean-claude. **Cinema: Repercussões em caixa de eco ideológica** (As ideias de "nacional" e "popular" no pensamento cinematográfico brasileiro). São Paulo: Brasiliense, 1983

GATTI, André Piero. **Investimento no cinema brasileiro na retomada** (1994-2003). Facom: Revista da Faculdade de Comunicação da FAAP. São Paulo, n. 16, segundo semestre de 2006, p. 52-59. Disponível em: <[http://www.fAAP.br/revista\\_faap/revista\\_facom/facom\\_16/gatti.pdf](http://www.fAAP.br/revista_faap/revista_facom/facom_16/gatti.pdf)>. Acesso em: 09 de abr. 2013.

GOMES, Paulo Emílio Salles. **Cinema: trajetória no subdesenvolvimento**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1980.

HORKHEIMER, Max; ADORNO, Theodor W (Org.). O Iluminismo como mistificação das massas. In: ADORNO, Theodor W. **Indústria cultural e sociedade**. São Paulo: Paz e Terra, 2002. p. 5-45.

IG. **Tropa de Elite 2 é o melhor investimento do ano**. São Paulo. 11 nov. 2010. Disponível em:  
<<http://ultimosegundo.ig.com.br/cultura/cinema/tropa+de+elite+2+e+o+melhor+investimento+d+o+ano/n1237837138279.html>>. Acesso em: 12 abr. 2013.

MASCARELLO, Fernando. Cinema Hollywoodiano Contemporaneo. In: MASCARELLO, Fernando. **História do Cinema Mundial**. São Paulo: Papirus, 2006.

ORICCHIO, Luiz Zanin. **Cinema de Novo – Um Balanço Crítico da Retomada**. São Paulo: Editora Estação Liberdade, 2003.

RAMOS, José Mario Ortiz. **Cinema, Televisão e Publicidade: Cultura Popular de Massa no Brasil Anos 70-80**. São Paulo: Annablume, 2004.

RANGEL, Maria Lucia. **“Faço pizza, mas das boas”**. Revista Bravo! São Paulo, n. 138, fev. 2009.

ROSSINI, Miriam de Souza. **Diferentes concepções de popular no cinema brasileiro**. In: AMANCIO, Tunico; HAMBURGER; Esther; MENDONÇA, Leandro; SOUZA, Gustavo.



Estudos de Cinema Socine, Ano IX. Annablume: São Paulo, 2008, p. 359-366. Disponível em:  
Acesso em: 10 de abr. 2013

ROSSINI, Miriam de Souza. **Cinema popular contemporâneo**: modelos estéticos e narrativos do cinema brasileiro. Projeto de pesquisa desenvolvido junto ao PPGCOM/UFRGS. Apoio financeiro do CNPq. Porto Alegre, 2012

SILVEIRA, Márcio Telles. O mercado cinematográfico brasileiro após a entrada da Globo Filmes. Blumenau: **Anais do X Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul – Intercom Regional**, 2009.

Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/regionais/sul2009/resumos/R16-1127-1.pdf>  
Acesso em: 08 abr. 2013