

Globo Filmes e o fluxo entre cinema e televisão no Brasil¹

Lia Bahia (UFF, doutoranda)²

Percurso histórico: cinema e televisão no Brasil

O processo de formação do cinema e da televisão no Brasil é herdeiro da circularidade cultural e artística na qual os níveis de cultura se misturam para formatar o massivo. No seu nascedouro, os meios se utilizavam de elementos da cultura popular e da de elite. O cinema se valeu de repertórios de teatro, rádio, jornal, literatura, e a televisão se utilizou das técnicas e linguagens de cinema, rádio e teatro. A circulação de profissionais de cinema, teatro, rádio, jornal e televisão foi formadora do campo audiovisual nacional.

O desenvolvimento do cinema e da televisão no Brasil esteve ancorado em uma multiplicidade de níveis e articulações culturais. Deslizou entre dispositivos elitistas e populares que estiveram em consonância com o estado primitivo do capitalismo e do mercado de bens culturais no país.

O cinema foi alvo de críticas de intelectuais que observavam o novo meio com desconfiança. Ismail Xavier analisa as percepções de parte de intelectuais da época, que aproximavam o cinema da revista, do circo e do futebol: “Sua atração pode prejudicar a elevação literária pois, juntamente com o rádio, ele exerce forte concorrência contra a literatura e a arte legítima. O povo teria nele um cúmplice na fuga diante dos esforços dos bons espíritos” (XAVIER, 1978, p. 146). Já a televisão, em seus primórdios, se voltou para um público elitizado, capaz de pagar

o preço, até então bastante elevado, do aparelho. Adquirir um aparelho de televisão era sinônimo de *status* social. A programação procurou afirmar-se como “veículo de cultura de caráter elitista, destinada a um público localizado nos dois grandes centros urbanos mais populosos do país: São Paulo e Rio de Janeiro” (RIBEIRO; SACRAMENTO; ROXO, 2010, p. 39). A interface e combinação fundamental da cultura de elite com a popular pontuaram a formação do campo cinematográfico e televisivo brasileiro.

Com o projeto modernizador brasileiro houve um discurso de cisão radical entre os meios, e ambos buscaram autonomia dentro do campo das artes e da comunicação. O projeto desenvolvimentista brasileiro colaborou para a segmentação do universo simbólico ao investir em desenvolvimento e implantação de infraestrutura, no caso da televisão, e criação de órgãos públicos para o cinema. A perspectiva culturalista/artística que dominou o pensamento cinematográfico brasileiro afastou as tentativas de união com a televisão, que foi acompanhada pelo pensamento empresarial e massivo. Esse hiato discursivo e distintivo entre cinema e televisão impediu que houvesse a formação de um campo audiovisual sistêmico e integrado.

Do final de 1950 até final de 1990, cinema e televisão estabeleceram-se como espaços separados e até opostos, com alguns poucos episódios e tentativas de integração, sempre considerados produtos de exceção.³ No entanto, as abordagens baseadas nas polarizações “cinema *versus* televisão” e “cultura de elite *versus* cultura popular” parecem ter perdido potência explicativa diante das demandas do capitalismo contemporâneo e do discurso da convergência transmidiática global. A circularidade cultural torna-se um recurso do capital e conforma um circuito de consumo ampliado e sistêmico de bens culturais. Há uma lógica de interdependência fundamental entre os meios audiovisuais que está na base do processo produtivo cultural global.

No Brasil, existe uma reorganização gradual importante que se origina em bases transnacionais; no entanto, as mudanças estão inseridas na

formação sociocultural do audiovisual brasileiro: um histórico de modernidade conservadora, de segregação distintiva entre os meios audiovisuais, ausência de estrutura industrial da atividade cinematográfica e hegemonia televisiva na indústria audiovisual brasileira. Assim, a cultura da convergência ganha roupagem singular no país, dialogando com continuidades e contradições históricas locais e demandas e tendências globais.

A ausência histórica de política pública para regulamentar a relação entre cinema e televisão deu espaço para a isolada atuação da política privada. A Globo Filmes torna-se agente protagonista do processo contemporâneo de entrecruzamento entre os meios audiovisuais nacionais. A empresa é um sintoma do fenômeno mundial da globalização capitalista e uma estratégia de inserção global e fortalecimento do produto nacional no mercado transnacional. A Globo Filmes desenhou as primeiras políticas de deslocamento de fronteiras entre cinema e televisão no Brasil ao criar uma metodologia própria para produção de peças declaradamente híbridas, móveis e de trânsito, com destaque midiático e de público e renda.

Projetos de coprodução, como os filmes *Cidade de Deus* (2002), *Se eu fosse você* (2006) e *Se eu fosse você 2* (2009), *Os normais* (2003) e *O bem amado* (2010) são alguns exemplos de produtos da estratégia da Globo Filmes. A Globo Filmes atua principalmente em três modalidades de participação em projetos: transformar minisséries em longas-metragens e vice-versa, desenvolver projetos cinematográficos para o elenco da emissora e apostar em filmes de qualidade⁴ com potencial de público apresentados por produtores independentes. Todo o processo de coprodução está associado à credibilidade e ao padrão de qualidade da TV Globo, “colaborando com o definitivo amadurecimento do setor e criando uma nova forma de fazer cinema no Brasil”, como diz o *site* da produtora (acesso em 17 de agosto de 2007). A política da empresa desloca e afrouxa os rígidos lugares de distinção entre cinema e televisão e gera desconfiança por parte da classe cinematográfica.

Junto à criação do departamento de cinema, a TV Globo intensificou a realização em coproduções televisivas com produtoras independentes com o objetivo de agregar “qualidade e prestígio” à sua grade de programação. A exibição da minissérie *Som e fúria* (Fernando Meirelles, 2009), uma coprodução da TV Globo com a produtora independente O2, e a exibição na TV Globo da minissérie *Decamerão: a comédia do sexo* (Jorge Furtado, 2009), coproduzida com a Casa de Cinema de Porto Alegre, evidenciam a política de trânsito e a interdependência entre cinema e televisão implantada pela TV Globo nos anos 2000.

Portanto, não é só o cinema que passa a depender da e ter como referência a televisão nacional; a presença de profissionais vindos de teatro e cinema na grade televisiva – e suas referências, influências e repertórios – torna-se uma importante estratégia da TV Globo para agregar “qualidade artística” à programação. É notável a participação dos diretores Guel Arraes, Luís Fernando Carvalho e Jorge Furtado, que atuam tanto no cinema quanto na televisão e garantem a esta lugar de distinção e prestígio cultural. Há um trânsito circular que vai ao encontro das demandas contemporâneas do capitalismo e da cultura de consumo.

A atuação da política da Globo Filmes suscitou debates importantes sobre a relação entre os meios e colocou a discussão na agenda estatal. Contudo, ainda não existe uma política pública sistêmica e orgânica de regulação e incentivo de integração entre cinema e televisão. Os processos e os debates sobre a circulação entre esses dois meios são recentes no país e ainda estão em fase de consolidação; já apontam, porém, uma reorganização do campo audiovisual brasileiro. A presença da Globo Filmes no cinema nacional gera avanços, distorções e exclusões, e suscita importantes mudanças no campo audiovisual brasileiro.

Globo Filmes: circularidade como recurso

A criação da Globo Filmes, em 1998, pode ser entendida como estratégia política da TV Globo em resposta à ameaça da internacionalização da cultura. Ela faz parte de um conjunto de ações da TV Globo, cuja diretriz principal é a defesa do “conteúdo nacional”. A defesa do conteúdo brasileiro pela emissora é uma resposta às ameaças que o cenário de globalização imprime ao projeto de cultura brasileira.⁵

A revitalização do discurso de projeto nacional se deu tanto no cinema brasileiro quanto na TV Globo, no final dos anos 1990. O audiovisual nacional se apresentou como um dispositivo político de afirmação cultural em um cenário de globalização. O cinema, por meio da denominação “retomada do cinema nacional”, e a televisão, através da “defesa do conteúdo nacional”, reativaram o discurso nacionalista.

A partir do final da década de 1990, o cinema nacional ganha novo impulso com a criação da Lei Rouanet e da Lei do Audiovisual. No plano institucional, é criada a Agência Nacional do Cinema (Ancine), uma clara demonstração de transformação política no campo audiovisual. A criação da Globo Filmes, que propositadamente coincide com o período de recuperação da atividade cinematográfica nacional, potencializa a posição do produto nacional no mercado audiovisual.

A relação entre cinema e televisão no Brasil se institucionaliza, através de política privada, com a criação de uma divisão voltada para coprodução de filmes nacionais da TV Globo, a Globo Filmes. O apoio da televisão ao setor cinematográfico, protagonizado por essa empresa, foi possível pela força que a emissora adquiriu como agente social nacional. Segundo Butcher: “A TV Globo arregimentou setores da produção e passou a interferir com firmeza no sentido de tornar alguns filmes brasileiros produtos competitivos em relação ao produto americano, o que seria uma oportuna demonstração de forças em um campo

dominado pelo produto estrangeiro” (BUTCHER, 2006, p. 15). Mais do que a função de cada campo (cinema e televisão), a Globo Filmes está interessada na formação de um mercado audiovisual nacional integrado e potente no cenário da globalização econômica e cultural.

A Globo Filmes atua no mercado de três maneiras diferentes: como coprodutora, o que ocorre na maioria dos casos; como apoiadora, ou seja, responsável principalmente pela divulgação da obra; e como produtora, situação bem menos frequente, visto que neste caso o grupo não pode, por força da legislação, captar recursos externos porque é detentor de uma concessão de televisão (SANGION, 2011).

A dinâmica de trabalho da Globo Filmes é peculiar e cumpre de maneira eficaz os seus objetivos. A empresa, na maioria dos casos, não investe dinheiro nos projetos que coproduz, mas garante espaço na mídia no momento do lançamento. Esse espaço varia de acordo com a porcentagem da participação da Globo Filmes no contrato, além do tamanho potencial do filme. A obra audiovisual conta com a estrutura da emissora para sua promoção e divulgação em escala nacional. Uma produção cinematográfica coproduzida pela Globo Filmes pode sofrer interferência em todas as fases do projeto: roteiro, escolha de elenco, corte final, escolha do título, campanha de lançamento, entre outros. Em contrapartida, a Globo Filmes, ao se tornar coprodutora através do investimento em mídia nacional, tem direito a percentual de receita de bilheteria do filme.

A parceria com a Globo Filmes pode acontecer em todas as etapas da produção, inclusive em filme já finalizado. Porém, a preferência está em estabelecer contratos ainda na fase do roteiro, para acompanhar o desenvolvimento do projeto de perto. Segundo Carlos Eduardo Rodrigues, diretor executivo da Globo Filmes:

Quando se fala em participação da Globo Filmes em um sucesso, só se presta atenção na mídia, enquanto o processo é bem mais abrangente. Temos participação ativa desde o momento em que escolhemos o projeto até hora do lançamento. Estamos

interessados em obras de conteúdo nacional, de qualidade e potencial popular (...) A parceria que a gente propõe ao cinema é essa: desenvolver projetos que aproximem o público brasileiro do nosso cinema, criem o hábito de ver filmes nacionais, assim como a TV aprendeu a acompanhar e entender o gosto dos brasileiros. (FILME B, 2003, p. 1)

As informações do mercado demonstram o sucesso de política da empresa. Dos 693 filmes nacionais lançados entre os anos 2000 e 2010, a Globo Filmes participou de apenas 97, isto é, 14% do total. No entanto, os filmes com a Globo Filmes obtiveram 72% do total de público do período. Recortando entre os 20 maiores sucessos de público de 2000 a 2010, 19 foram realizados em coprodução ou tiveram apoio da Globo Filmes.⁶ O único filme que fugiu à regra foi *Tropa de elite* (2007), por se tratar de uma temática considerada inadequada na época. No entanto, a empresa entrou como parceira principal de *Tropa de elite 2* (2010), investindo, inclusive, recursos financeiros.

Ranking nacional 2000 a 2010 – salas de cinema

	Título	Distribuidora	Ano de lançamento	Renda total	Público total
1	<i>Tropa de elite 2</i>	Zazen	2010	102.320.114,16	11.023.475,00
2	<i>Se eu fosse você 2</i>	Fox	2009	50.543.885,00	6.137.345
3	<i>Dois filhos de Francisco</i>	Sony	2005	36.728.278,00	5.319.677
4	<i>Carandiru</i>	Sony	2003	29.623.481,00	4.693.853
5	<i>Nosso Lar</i>	Fox	2010	36.126.083,00	4.060.304
6	<i>Se eu fosse você</i>	Fox	2006	28.916.137,00	3.644.956
7	<i>Chico Xavier</i>	Sony/Disney (Columbia)	2010	30.279.033,00	3.412.969
8	<i>Cidade de Deus</i>	Lumière	2002	19.066.087,00	3.370.871
9	<i>Lisbela e o prisioneiro</i>	Fox	2003	19.915.933,00	3.174.643
10	<i>Cazuza: o tempo não para</i>	Sony	2004	21.230.606,00	3.082.522
11	<i>Olga</i>	Lumière	2004	20.375.397,00	3.078.030

12	<i>Os normais</i>	Lumière	2003	19.874.866,00	2.996.467
13	<i>Xuxa e os duendes</i>	Warner	2001	11.691.200,00	2.657.091
14	<i>Tropa de elite</i>	Universal	2007	20.422.567,00	2.421.295
15	<i>Xuxa popstar</i>	Warner	2000	9.625.191,00	2.394.326
16	<i>A mulher invisível</i>	Warner	2009	20.498.576,00	2.353.136
17	<i>Maria: a mãe do filho de Deus</i>	Sony	2003	12.842.085,00	2.332.873
18	<i>Xuxa e os duendes 2</i>	Warner	2002	11.485.979,00	2.301.152
19	<i>Sexo, amor e traição</i>	Fox	2004	15.775.132,00	2.219.423
20	<i>Xuxa abraçadabra</i>	Warner	2003	11.677.129,00	2.214.481

Fonte: OCA, Ancine e Filme B.

Elaboração da autora.

A Globo Filmes aposta na popularização do cinema nacional, “popular” entendido aqui como reconhecido, como atraente ao grande público. Para atingir maior popularidade, a Globo Filmes opta por projetos que incorporem os conceitos de repetição/inação e reconhecimento/estranhamento em suas coproduções, tendo por objetivo alcançar o maior número de espectadores. O campo audiovisual trabalha com a dialética entre divulgação e distinção, isto é: necessita ampliar o mercado de consumo para obter mais lucro, ao mesmo tempo em que precisa enfrentar os efeitos massificadores da divulgação, através de signos de distinção (CANCLINI, p. 2006).

O modelo de produção da TV Globo, no qual ela produz quase tudo o que exhibe, é contrastante com o modelo cinematográfico nacional, que carece de capacidade produtiva. Somado a isso, a velocidade da produção da televisão se diferencia do modelo de produção de cinema no país. A atuação da Globo Filmes é, portanto, uma espécie de *know-how* da visão industrial e comercial dos produtos audiovisuais, traduzindo-se em uma intervenção direta no projeto do filme. A Globo Filme se torna um dos grandes agentes do cinema nacional a partir dos anos 2000. Para além dos elos clássicos (produtor, distribuidor e exibidor), a empresa se apresenta como um dos agentes de destaque para o sucesso comercial do filme.

A empresa entra no cenário cinematográfico brasileiro com o objetivo de contribuir para o fortalecimento da indústria audiovisual brasileira, aumentar a sinergia entre o cinema e a televisão e afirmar a hegemonia da TV Globo no audiovisual nacional e internacional. A fórmula da Globo Filmes está associada à estrutura sistêmica da indústria cultural, que busca a integração dos consumidores.

Sob essa acepção, a produção imagética da TV Globo exerce influência direta no cinema nacional contemporâneo ao ocupar o lugar de referência cultural coletiva do país e se apresentar como meio integrador e de identificação da nação brasileira. Se, em período recente da história, os filmes nacionais sofriam influência do modelo estrangeiro (europeu ou norte-americano), esse referencial voltou-se para dentro do país, baseando-se no “padrão Globo de qualidade” da emissora.

O referencial televisivo adquire novos horizontes e se apresenta de modo explícito na filmografia brasileira a partir do final dos anos 1990. Segundo Butcher, todos os filmes lançados a partir dos anos 1990 não escapam a esse novo referencial (BUTCHER, 2005). Pode-se observar, tanto com adesões quanto com reações à nova hegemonia, que se formou no campo audiovisual brasileiro, o “padrão Globo de qualidade”.

A influência da televisão no cinema não é um fenômeno novo – a televisão já exercia influência sobre o filme brasileiro mesmo antes da criação da Globo Filmes. Os exemplos mais evidentes desse processo são os filmes de *Os Trapalhões* e *da Xuxa*, que ocuparam lugar de destaque de público do cinema nacional. Mas é a partir do ano 2000, com o lançamento do projeto *O auto da Compadecida*, de Guel Arraes, que a relação cinema e televisão se institucionaliza e se consolida no país como uma política declarada de integração fundamental, estruturada pela Globo Filmes.

Muitos realizadores desqualificam a metodologia e os produtos gerados pela Globo Filmes. A fórmula padronizadora, excludente e centralizadora da Globo Filmes foi e ainda é muito criticada. Um dos maiores questionamentos refere-se

ao fato de a empresa promover apenas pequenas adaptações para levar produtos da sua grade televisiva para o cinema e vice-versa, sem atentar para cuidados estéticos e de linguagem. O modelo privado voltado para o filme comercial da empresa acabaria por restringir o espaço artístico e experimental do cinema e estabelecer um único formato de audiovisual nacional referenciado na TV Globo. Além disso, a empresa foi acusada de burlar a lei ao associar-se a outros produtores, para dessa forma conseguir recursos externos, principalmente por meio da lei de incentivo ao audiovisual. Por outro lado, cada vez mais realizadores e produtores buscam a empresa como parceira, apostando na sua capilaridade de divulgação e promoção nacional e, conseqüente, no sucesso de público e na renda do filme.

Há autores e diretores atuantes tanto no cinema quanto na televisão que declaram que as linguagens dos dois meios são muito próximas. Para Jorge Furtado, as diferenças entre cinema e TV são muito menos de construção de linguagem (que é, em ambos os casos, a do audiovisual), e muito mais de modo de recepção das obras pelo espectador (FURTADO, s./d.). Guel Arraes, diretor de cinema e televisão, pondera os papéis dos meios e defende a atuação conjunta para desenvolver o campo audiovisual no país:

A exigência que a televisão preste um serviço público me parece correta. Mas, acho que a discussão não pode ficar por aí. Do modo como se fala da televisão, parece até que o cinema brasileiro tem um prestígio incrível, que faz filmes geniais, que é uma indústria florescente e maravilhosa, e que a televisão é uma coitadinha que só faz coisa ruim. Se você observar historicamente, a situação é bem outra. Desde os anos 60, a televisão não parou de crescer, de revelar e formar bons artistas. Na TV não foram só criadas coisas popularescas, foram criadas também coisas incríveis. É preciso olhar também para o que é bom. Se você fizer uma contabilidade do que realmente tem de bom na televisão brasileira, você vai encontrar uma quantidade de obras muito boas, provavelmente muito maior do que no cinema brasileiro, até porque a televisão produz muito mais, e é muito mais rica. Não se trata apenas de defender a televisão, mas se trata de defender uma atuação conjunta, capaz de contribuir para os dois. Para mim a combinação *Cidade dos Homens* na

TV e *Cidade de Deus* no cinema foi uma dar coisas mais importantes que aconteceram na televisão e no cinema do Brasil. (ARRAES apud FIGUEIRÔA; FECHINE, p. 318)

Existe um descentramento no discurso de outrora, que desqualificava a priori o conteúdo televisivo e exaltava a erudição e experimentação do conteúdo cinematográfico. A Globo Filmes instituiu uma metodologia de execução de ações de entrelaçamento entre cinema e televisão no Brasil, gerou intenso debate no campo audiovisual brasileiro e desmontou fronteiras rigorosamente construídas entre os meios.

A partir dos anos 2000, alguns mecanismos públicos foram elaborados e acionados. O Estado, que sempre concentrou esforços no cinema, parece atentar à importância da televisão e à interdependência entre os campos audiovisuais. O diretor-presidente da Ancine, em exercício, explicou a política do órgão:

Há várias formas de se promover a integração da produção audiovisual independente e do cinema com a televisão. O caminho que temos percorrido até aqui é o do estímulo a esta integração e vamos operar o aprofundamento dessas relações. Acreditamos que num futuro próximo teremos mais produção independente na televisão brasileira e mais parcerias entre emissoras e programadoras de TV com produtores independentes brasileiros, como já faz a Globo Filmes, declarou o diretor-presidente da ANCINE, Manoel Rangel. (Publicado no site da Ancine, em 29 de março 2011.)

No entanto, as isoladas ações não conformam uma política sistêmica que abarque a complexidade do circuito e mercado audiovisual. O Estado segue na esteira da Globo Filmes, atentando para as modificações estruturais no campo audiovisual e as necessidades públicas de integração e colaboração entre cinema e televisão, temática ocultada da política pública do audiovisual

no país. A institucionalização da integração veio de forma pontual e ficou nas mãos de agente privado do mercado, altamente criticado por seu caráter industrialista e excludente.

As ações de conexão entre cinema e televisão do sistema Globo colocaram em pauta o desconforto e as potencialidades do sistema e evidenciaram os impasses de realizadores, críticos e pesquisadores – historicamente acostumados a lidar com o cinema e a televisão como formas de expressão audiovisual antagônicas – frente ao discurso positivo da circularidade e à tendência de adensamento das relações entre cinema e televisão no país e no mundo.

Considerações finais

Depois de histórico marcado pelo discurso de distinção hierárquica entre cinema e televisão, entra em cena, nos anos 2000, um novo discurso ordenador das políticas para o audiovisual no país. O discurso da circularidade dos meios audiovisuais, principalmente cinema e televisão, é acionado como forma de potencializar os produtos nacionais no mercado local e internacional. Meios que até então se encontravam discursivamente segregados, obedecendo aos preceitos da hierarquia cultural, se misturam e geram produtos declaradamente circulares. O trânsito de atores, diretores estelares e profissionais entre os meios, a circulação dos processos produtivos, os produtos audiovisuais (filmes, séries e programas de televisão) protagonizados pela Globo Filmes e os ensaios de política pública dos anos 2000 estão alinhados com o valor positivo da circularidade e geram um processo de convergência à brasileira.

Para Alexandre Figuerôa e Yvana Fachine (2002), os discursos se organizam no trânsito e no movimento entre formas, resultando em um hibridismo das linguagens e das mídias na contemporaneidade. A participação da televisão no cinema nacional se limita, hoje, muito menos ao que uma pode colaborar com a outra do que a um conflito mortal entre os meios. O mais significativo de tudo

é que paradoxalmente, a televisão, acusada de ser a maior inimiga do cinema nacional, torna-se hoje seu mais relevante e significativo aliado. Percebemos, portanto, uma inevitável mediação entre os processos históricos passados com as novas demandas do campo audiovisual mundial. O passado e o futuro do campo audiovisual estão interligados, assim como formas narrativas, marcos regulatórios, seus usos e apropriações estão entrelaçados.

A circularidade como recurso e a geração de produtos mesclados deslocaram os rígidos lugares historicamente estabelecidos e marcaram uma nova etapa de fazer e pensar cinema e televisão no Brasil, na qual os lugares hierárquicos defendidos como “puros” e “intocáveis” – “culto, popular e massivo” – e as visões maniqueístas – “nacional e estrangeiro”, “próprio e alheio” – explodem.

Referências bibliográficas

BRASIL. **MP 2228-01**. Ancine, 2001.

_____. OCA. Ancine, 2011.

BUTCHER, P. **Cinema brasileiro hoje**. São Paulo: Publifolha, 2005.

_____. **A dona da história**. Dissertação (Mestrado). rRio de Janeiro: UFRJ, 2006.

CANCLINI, N. G. **Culturas híbridas: estratégias para entrar e sair da modernidade**. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 2006.

FIGUEIRÔA, A.; FECHINE, Y. **Guel Arraes: do *Cinéma Verité* à dramaturgia na TV**. Anais do Congresso Intercom, 2002.

_____. (Ed.). **Guel Arraes: um inventor no audiovisual brasileiro**. Recife: CEPE, 2008.

FILME B. **Boletim número 284**. 22 de abril de 2003. Disponível em: <www.filmeb.com.br>.

FURTADO, J. **Cinema e televisão**. Disponível em: <<http://www.nao-til.com.br/nao-74/furtado2.htm>>.

GALVÃO, M. R.; BERNARDET, J.-C. **O nacional e o popular na cultura brasileira: Cinema**. São Paulo: Brasiliense, 1983.

MACHADO, A. **A televisão levada a sério**. São Paulo: Senac, 2005.

ORTIZ RAMOS, J. M. **Cinema, televisão e publicidade: Cinema popular de massa no Brasil nos anos 1970-1980**. São Paulo: Annablume, 2004.

RIBEIRO, A. P. G.; SACRAMENTO, I.; ROXO, M. (Org.). **História da televisão no Brasil**. São Paulo: Contexto, 2010.

SANGION, J.. A Globo Filmes e a pós-retomada do cinema nacional. **Jornal da Unicamp**, Campinas, 15 a 21 de agosto de 2011 – ANO XXV – Nº 502.

XAVIER, I. **Sétima arte: um culto moderno**. São Paulo: Perspectiva, 1978.

Sites

Ancine. <www.ancine.gov.br>.

Globo Filmes. <www.globofilmes.globo.com>.

1. Trabalho apresentado em sessão individual.

2. *E-mail*: liabahia79@gmail.com
3. Houve algumas poucas experiências importantes anteriores como os filmes dos Trapalhões e os da Xuxa. É possível citar ainda a iniciativa da parceria Shell/Globo Repórter, que convidou cineastas renomados (Eduardo Coutinho, João Batista de Andrade, Walter Lima Junior, entre outros) para dirigirem os programas veiculados na TV Globo. Outro exemplo de destaque é o programa *Abertura* (TV Tupi), apresentado por Glauber Rocha, que revelou novas possibilidades do meio. Por fim, vale lembrar de dois programas de televisão que já nos anos 1980 indicam um caminho inicial paradigmático de reflexão sobre o fazer televisivo e a sociedade de bens de consumo: *Armação ilimitada* e *TV Pirata*. No entanto, todos esses produtos eram considerados de exceção e estavam isolados da estrutura principal.
4. Arlindo Machado questiona a associação da expressão “qualidade” à televisão. Para o autor, essa associação produz uma discriminação que pode ser nociva à própria ideia que se quer defender. Para Machado: “(...) talvez se deva buscar, em televisão, um conceito de *qualidade* a tal ponto elástico e complexo que permita valorizar trabalhos nos quais os constrangimentos industriais (velocidade e estandardização da produção) não sejam esmagadoramente conflitantes com a inovação e a criação de alternativas diferenciadas, nos quais a liberdade de expressão dos criadores não seja totalmente avessa às demandas da audiência, nos quais ainda as necessidades de diversificação e segmentação não sejam inteiramente refratárias às grandes questões nacionais e universais” (MACHADO, 2005, p. 25).
5. Em um primeiro momento, a Globo Filmes seria produtora e distribuidora de conteúdo.
6. Dados: OCA, Ancine e Filme B.