

O desenho virou pop: o impacto dos filmes de animação na indústria cinematográfica

Karine RUY¹

Resumo

O artigo se propõem a refletir sobre o gênero animação na indústria cinematográfica contemporânea. Para isso, resgata alguns dos episódios mais relevantes do desenvolvimento da animação e traça algumas comparações com o perfil dos filmes do gênero de sucesso popular no atual mercado cinematográfico. A discussão é permeada pela teoria e conceitos da Economia do Cinema.

Palavras-chave: Cinema. Animação. Indústria cinematográfica.

Abstract

This article proposes to reflect about the film genre animation in the contemporary cinematographic industry. For this, rescues some of the most relevants episodes of the animation development and traces comparisons with the models of successful animated films in the present cinematographic market. The discussion is permeated by Film Economy' theory and concepts.

Keywords: Cinema. Animation. Cinematographic industry.

Introdução

O desenvolvimento do cinema, com suas técnicas e aperfeiçoamentos, é amplamente marcado pela experimentação. Em razão dessa característica, não deve causar estranhamento o tom pitoresco que permeia a história do que veio a ganhar a alcunha de sétima arte. Afinal, desde os primeiros registros de áurea documental

¹ Doutoranda em Comunicação Social pela Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul (PUCRS). E-mail: karineruy@gmail.com

protagonizados pelos irmãos Lumière, fica claro uma combinação de interesses artísticos e dotes próprios à esfera da ciência na busca por mecanismos capazes de capturar e reproduzir a imagem em movimento.

O mesmo tipo de relação se confere quando observamos especificamente a evolução da animação no cinema. A introdução de elementos externos ao processo tradicional de filmagem demonstra o interesse em encontrar formas de inovar o meio, mesmo tratando-se de uma trajetória relativamente curta se comparada a outras artes, como literatura e música. É a partir dessas influências – inovação, curiosidade, experimentação – que se formatam as condicionantes necessárias para o status atual da animação no cinema: deixa de ser um recurso para se constituir cada vez mais como um gênero, com suas características e especificidades próprias.

A curiosidade que move este artigo, contudo, não reside no resgate histórico da trajetória dos efeitos visuais e da animação no campo audiovisual, mas sim no seu impacto na indústria cinematográfica. O interesse, aqui, é procurar entender algumas questões fundamentais que permeiam a condição contemporânea da animação no cinema – e que podem ajudar a explicar por que produções sobre uma princesa que se transforma em ogro e vai vier no pântano, um rato francês exímio cozinheiro e animais da selva tentando sobreviver ao início da era glacial se tornaram uma aposta eficiente no mercado cinematográfico.

Uma indústria chamada cinema

A associação do termo indústria a uma forma de expressão artística costuma ser rodeada de um certo mal estar. Herança, provavelmente, da escola crítica e toda a teoria construída por Horkheimer e Theodor Adorno em torno da indústria cultural². Entretanto, quando o objeto de estudo é o cinema, falar em indústria não explicita, necessariamente, nenhuma tendência teórica ligada à tradição crítica marxista. Isso

² A expressão foi desenvolvida em um artigo assinado por ambos em 1947 referenciando as transformações que o capitalismo impôs ao sistema cultural. Numa sociedade moderna e das técnicas, as artes, observaram os autores, perderam seu valor *a priori* para serem geridas segundo mecanismos econômicos.

porque a lógica industrial é uma essência presente no desenvolvimento do cinema desde o seu surgimento. Como pontua Getino,

Houve inúmeras obras literárias antes do nascimento da indústria cultural, da mesma forma como existiu uma infinidade de obras musicais antes que pudessem ser replicadas em forma de disco. No entanto, o aparecimento da primeira obra cinematográfica teria sido impensável sem a existência prévia de uma indústria capaz de aproveitar os avanços da ciência, da tecnologia e das artes de seu tempo. Isso faz com que a atividade cinematográfica seja uma realidade muito mais condicionada por esse campo que outras manifestações da arte e da cultura. (2007, p. 18).

O nascimento do cinema esteve atrelado à disponibilidade dos aparatos técnicos necessários para a captação e reprodução da imagem em movimento. Essa dependência já é suficiente para revelar o caráter coletivo da arte cinematográfica, uma vez que todo o seu aprimoramento e conquistas – a inserção do som, das cores, a digitalização, a chegada dos efeitos especiais, para citar exemplos mais marcantes – em algum momento dependeu ou impulsionou a criação de soluções tecnológicas.

Um e outro entre os ancestrais do cinema é cientista, interessado em criar um novo instrumento de pesquisa científica, e há mesmo, entre os inspiradores mais remotos, de quando em vez, um artista, desejoso por ganhar dinheiro por meio de espetáculos de valor estético. Mas os técnicos e industriais levam a palma, fato inevitável que decorre da importância do elemento técnico e econômico na cinematografia. (ROSENFELD, 2009, p. 51).

Outras especificidades também são responsáveis para aproximar o cinema da condição de indústria. Trata-se de uma atividade que, via de regra, movimenta diversos espécies de profissionais³ e também momentos distintos. Uma série de condicionantes que vai fazer com que o cinema desenvolva uma economia própria. Um dos principais

³ Sobre esse assunto é interessante a colocação de Morin em *Cultura de Massas do Século XX*: “A grande arte móvel, arte industrial típica, o cinema instituiu uma divisão de trabalho rigorosa, análoga àquela que se passa numa fábrica, desde a entrada da matéria bruta até a saída do produto acabado; a matéria-prima do filme é o script ou romance que deve ser adaptado; a cadeia começa com os adaptadores, os cenaristas, os dialoguistas, às vezes até especialistas em *gag* ou em *human touch*, depois o realizador intervém, ao mesmo tempo que o decorador, o operador, o engenheiro de som, e, finalmente, o músico e o montador dão acabamento à obra coletiva. É verdade que o realizador aparece como autor do filme, mas este é o produto de uma criação concebida seguindo as normas especializadas de produção. (MORIN, 2000, p. 30)

pesquisadores da economia do cinema, Laurent Creton explica a importância do aspecto financeiro para o cinema.

Toda atividade artística e cultural tem fundamentos e implicações cuja influência é mais ou menos extensa. Para o cinema, a importância de recursos mobilizados faz fundamental o confronto do ato criador com uma práxis econômica. Comparado a outras artes, ele se caracteriza efetivamente por uma grande dependência por esta aqui. Apesar dos seus desejos de porte, a arte deve lidar com a economia. E reciprocamente. (CRETON, 1994, p. 11).

Para entender as dinâmicas da indústria cinematográfica precisamos reconhecer os principais eixos que a compõem: a produção, a distribuição e a exibição. São atividades com características e objetivos diferenciados que se complementam e exercem força uma sobre as outras, conforme especificado a seguir.

A produção

A produção engloba a fase de criação do filme, dando conta de todos os elementos necessários para a concretização de um projeto. Subdividida em pré-produção, produção e pós-produção, engloba elaboração do roteiro, formatação de elementos artísticos – como figurino, construção de cenário etc – e a finalização do filme, entre outras demandas. É a etapa responsável, sobretudo, por tornar a realização do filme financeiramente possível, condição que coloca a figura do produtor como “... autoridade máxima no processo de elaboração do produto”. (BARONE, p. 26). Outra possível definição da atividade é dada pela produtora brasileira Iafa Britz, que diz:

Um produtor de cinema está presente em todos os momentos da jornada de realização de um filme. É preciso, portanto, conhecer todos os estágios que envolvem essa jornada – desenvolvimento, produção, distribuição e exibição. Em resumo, criar, fazer e vender. Muitas vezes, o crédito que anuncia ‘Um filme de...’ não condiz com a verdadeira história de sua realização. (BRITZ, 2010, p. 7-8).

A distribuição

A distribuição é o canal através do qual o filme, após concluído, será disponibilizado para consumo do público. Segundo Gatti:

A importância do enfoque na distribuição comercial cinematográfica se deve, fundamentalmente, ao seu papel estratégico e ideológico. Afinal, o exercício da circulação efetiva da mercadoria do cinema é o fator que provoca as verdadeiras transformações no seio da indústria e na sua difusão no meio social. (GATTI, 2007, p. 112).

Trata-se do campo de atuação no qual aparecem mais nitidamente os aspectos comerciais da indústria cinematográfica: aproximadamente o equivalente a 30% do orçamento total da produção são destinados à comercialização do filme. Os recursos da distribuição do filme abrangem a confecção de cópias da obra, investimentos no lançamento do título e em campanhas midiáticas para atrair o interesse do maior número possível de espectadores. Assim, o montante de recursos alocados para a distribuição irá variar de acordo com o orçamento das produções e o potencial econômico dos agentes envolvidos nesse canal.

A exibição

O objetivo da negociação dos distribuidores é inserir os filmes na cadeia de exibição, que concentra os meios físicos e técnicos para que a obra cinematográfica seja colocada, finalmente, à disposição dos espectadores. Esse ponto da tríade encerra o ciclo da atividade cinematográfica, ao mesmo tempo em que oferece importantes indicativos sobre o comportamento do filme diante da apreciação do público e também o retorno financeiro aos agentes envolvidos com sua produção e distribuição.

O exibidor cinematográfico é o proprietário das salas, tornando-se, assim, o elo entre o espectador e o produtor do filme. É ele quem faz o filme chegar ao público. Em termos econômicos, podemos comparar o sistema do *theatrical* com o da comercialização dos produtos industrializados. [...] Em termos comuns, poderíamos afirmar que o circuito exibidor equivale aos supermercados ou lojas, onde o consumidor adquire o direito de assistir ao produto-filme. (DE LUCA, 2010, p. 133)

Produção, distribuição e exibição cinematográfica contemplam uma série de outras especificidades e relações complexas que não cabem serem aprofundadas aqui. É imprescindível, contudo, que tomemos conhecimento desse cenário para entender os dois temas centrais neste artigo: Hollywood e o cinema de animação. Foi a capacidade de reunir as competências próprias a essas três áreas que tornou os Estados Unidos a principal indústria cinematográfica do mundo⁴ e, mais recentemente, protagonista da emergência de um novo fenômeno cultural: os filmes de animação da era digital.

2 Filme de animação, o gênero certo de Hollywood?

O surgimento do filme de animação no cinema está ligado à experimentação estética no meio, a busca por novas formas de utilizar o aparato tecnológico do audiovisual em torno de narrativas baseadas em imagens. O primeiro longa-metragem do gênero que se tem conhecimento é *As aventuras do príncipe Achmed* (1926), realizado pelo animador de teatro de sombras alemão Lotte Reiniger. A partir daí, encontramos no percurso da animação criações que se tornam emblemáticas para o gênero. A principal delas, pode-se dizer, é Mickey Mouse, personagem criado em 1928 por Walt Disney. Nesse período, as animações ganhavam, em sua maioria, o formato de curta-metragem, ideal para exibição nas salas de cinema antes dos filmes principais.

A inversão nesse percurso surge em 1937 com o lançamento de *Branca de Neve e os sete anões*, até hoje o mais renomado filme de animação da Disney e indiscutivelmente o clássico do gênero. Com cores, som e quadros pintados a mão, com detalhes minuciosos de cenários e personagens complexos, o filme abriu portas para animação na ala nobre da indústria cinematográfica.

⁴ O sucesso de Hollywood está relacionado também as duas guerras mundiais, que acabaram tirando do mercado, então, a indústria cinematográfica européia. “As produções americanas exibiam imagens novas, ausentes da produção francesa pré-1914. Estes novos filmes já não se limitavam a *sketchs* humorísticos ou filmagens de trens em movimento, mães aleitando crianças ou casais dançando. Hollywood instaurou um novo estilo de contar histórias, com o uso de técnicas de corte e truques para manter a continuidade narrativa, o que a tornou imbatível na atração que seus filmes exerciam sobre as audiências. Quando a Primeira Guerra acabou, Hollywood havia se tornado uma potência exportadora. (ÁLVAREZ, 2008, p. 89)

Diziam que as pessoas não conseguiriam ficar uma hora sentadas para assistir a uma animação, e que o colorido incomodaria a visão do público. Contudo, aquilo que, para muitos, não passaria de um simples desenho, emocionou platéias em todo o mundo. Assim, *Branca de Neve e os sete anões* criou um padrão, através do qual os filmes de animação ainda são julgados (KIMBALL, apud FOSSATI, 2010). .

Como é próprio nos processos de introdução de novos formatos de produção cultural, aquilo que representava uma ousadia e até risco econômico à época do lançamento de *Branca de Neve* se consolidou como um gênero de sucesso comercial na indústria cinematográfica contemporânea. As características da sua produção, claro, passaram por profundas transformações, resultado do desenvolvimento do cinema digital. No lugar de um engenhoso trabalho artesanal envolvido no desenho de cada cena de um filme de animação, novos aparatos tecnológicos permitem a criação de filmes do gênero no computador, ampliando, a partir daí, os recursos de imagem e som atrelados a esse universo – a introdução do 3D a partir de *Toy Story* (1999) se populariza na última década. Realizado por John Lasseter com produção da Pixar e financiamento e distribuição da Disney, *Toy Story* bateu recordes de bilheteria ao somar 191 milhões de dólares na semana de lançamento nos Estados Unidos.

A disponibilidade de recursos tecnológicos dá um novo impulso aos filmes de animação no século 21. Os longas-metragens do gênero conquistam, em 2002, uma categoria própria na premiação do Oscar⁵ – antes reservada somente aos curtas-metragens –, reflexo da aceitação da crítica e do mercado cinematográfico. Observando as produções lançadas a partir de então, como *Monstros S.A.*, *Shrek*, *Os Incríveis*, *Toy Story 2* e *3*, entre outros títulos, vemos que o gênero passa por uma sensível transformação que abrange a forma como essa imagem é criada e apresentada ao espectador e também o conteúdo a ela relacionado – duas esferas conectadas.

Com a computação gráfica temos a sensação que os filmes de animação ganham mais “vida” e cores. Os recursos digitais permitem que um modelo de imagem

⁵ Filmes premiados na categoria: *Shrek* (2002), *A Viagem de Chihiro* (2003), *Procurando Nemo* (2004), *Os Incríveis* (2005), *Wallace & Gromit em A Batalha dos Vegetais* (2006), *Happy Feet* (2007), *Ratatouille* (2008), *Wall-E* (2009), *Up- Altas Aventuras* (2010), *Toy Story 3* (2011) e *Rango* (2012).

cinematográfica antes dependente de um processo artesanal amplie suas possibilidades estéticas e sensoriais. As imperfeições do traço e os limites imposto por esse na exploração de um personagem ou de uma cena deixam de ser uma barreira para a construção das narrativas desejadas. Se no cinema “tradicional” os efeitos especiais permitem levar à tela grandes explosões e colocar a atriz “nas mãos” do King Kong, na animação a presença do arsenal tecnológico se revela de forma mais sutil: na expressão facial dos personagens, na forma como criaturas que pertencem exclusivamente à esfera do imaginário cinematográfico conseguem expressar a complexidade dos sentimentos humanos e interagir entre si e com os cenários de forma natural.

O outro ponto – e sobre o qual nos debruçaremos por mais tempos – diz respeito aos conteúdos dos filmes de animação contemporâneos. A história das produções da Disney reforçada pela tradição televisiva associava facilmente essas produções ao universo infantil. Entretanto, as animações que nascem em Hollywood nesse novo contexto de produção claramente não são pensadas mais exclusivamente para crianças.

O filme de animação hollywoodiano incorpora a áurea do pós-moderno na medida em que dá uma roupagem nova a uma herança tradicional da cultura audiovisual direcionada ao consumidor infanto-juvenil – o desenho animado –, mas pervertendo sua lógica original. Tomemos como exemplo os filmes que trazem entre seus personagens principais princesas. Ora, as histórias de princesas encantadas remetem a uma tradição oral própria do universo infantil e que foram adaptadas com sucesso ao cinema na sua roupagem tradicional. Nas produções de animação do século 21, a lógica original do melodrama inserido nesse campo temático – princesa vítima da maldade e inveja de uma madrasta sofre até ser libertada pelo amor de um belo príncipe encantado – se atualiza, conectado ao novo panorama cultural em que os filmes estão inseridos.

Pode ilustrar essa mudança de paradigma no gênero animação *Shrek* (2001), longa dirigido por Andrew Adamson e Vicky Jenson. No filme, Fiona é a princesa raptada por um dragão que precisa ser salva pelo príncipe encantado para se livrar do feitiço que a transforma em ogro. Mas quem a resgata é Shrek, um antisocial ogro por quem Fiona se apaixona e por quem abre mão de retornar a sua vida de princesa.

Uma característica dos filmes de animação contemporâneos é a capacidade dessas produções se comunicarem com o público infantil, mas também com o espectador adulto. Não se trata, obviamente, de um resultado inesperado. A marca do

cinema hollywoodiano é a exploração comercial dos seus filmes, que devem ser voltados para o maior público possível e em escala global – essência do modelo blockbuster.

O filme blockbuster tem sido tipicamente composto de vários elementos – grande orçamento, valores de produção melhorados, presença de estrelas, grande escala de material para história e destaque para o virtuosismo técnico – que não podem estar presentes em qualquer outro exemplo de filme. Indiscutivelmente o melhor, ou pelo menos o mais espetacular que Hollywood pode criar, o filme blockbuster tem oferecido uma plataforma ideal para exibir novos conhecimentos técnicos e artísticos. (ALLEN, 2003, p. 101).

O que diferencia o blockbuster de animação do século 21 é, então, a sua capacidade de dialogar com dois tipos de públicos que guardas características e imaginários distintos – crianças e adultos – através da exploração de um duplo código de sentidos. É como se o filme de animação contemporâneo, ao menos aqueles realizados segundo os moldes da indústria hollywoodiana, apresentasse várias camadas. As primeiras apreenderiam o aspecto mais original da animação, dando conta da fantasia de um universo surreal ocupado, na maioria das vezes, por animais falantes e seres inexistentes do lado de cá da tela.

As outras camadas são desveladas nos meandros da narrativa e estão ali para atender o espectador adulto. Nelas encontramos manifestações sutis da malícia, do erótico, da violência, dando conta, assim, de estabelecer uma conexão entre a aparente ingenuidade do filme com os signos comuns da cultura midiática. A trilha sonora, por exemplo, costuma destacar músicas pop antigas (*Sombody to love* em *Happy Feet*, *Kung Fu Fighting* em *Kung Fu Panda*, *On My Way*, em *Irmão Urso*, *Sweet Home Alabama*, em *Meu Malvado favorito*) ou hits atuais (*All Stars* em *Shreck*), criando uma diferenciação substancial em relação ao perfil musical das animações clássicas.

Para entender como as animações conseguem atrair um público tão diferente do seu espectador original é preciso levar em consideração o cenário no qual emerge essa tendência cultural. Afinal, as expressões artísticas, em suas diversas formas, mantêm uma relação íntima com o contexto social no qual são fomentadas. No caso do blockbuster de animação, o horizonte a ser observado é o da crise da passagem da infância à vida adulta. Segundo o sociólogo inglês Frank Furedi, autor do livro *A*

Síndrome dos Kidults, a cultura contemporânea tem entre suas marcas a crescente infantilização.

A infantilização da sociedade contemporânea é movida por paixões que são específicas de nosso tempo. O desejo compreensível de não ter aparência de velho(a) cedeu espaço à busca consciente da imaturidade. No passado, as pessoas queriam parecer jovens e atraentes, mas não necessariamente comportar-se como crianças. A obsessão atual por coisas infantis pode parecer um detalhe trivial, mas a saudade onipresente da infância entre os adultos jovens é sintomática de uma insegurança profunda em relação ao futuro. A hesitação em aderir à condição adulta reflete uma aspiração reduzida à independência, ao compromisso e à experimentação. (FUREDI, 2004, p.6)

O reflexo do fenômeno kidult aparece nas bilheterias do cinema: *Madagascar 3* registrou bilheteria mundial de R\$ 963 milhões, *A Era do Gelo 4* somou R\$ 779 milhões e *Toy Story 3* chegou a liderança do ranking somando US\$ 1,063 bilhão nas salas de cinema de todo o mundo – números que dificilmente seriam sustentados se as obras fossem pensadas exclusivamente para o espectador infantil.

Considerações finais

Na indústria cinematográfica, a relação com as exigências do mercado mostra seus reflexos já na etapa da produção. Da acolhida de um roteiro à escolha dos atores, um filme tende a ser pensado para ‘dar certo’. O objetivo é diminuir os riscos e percorrer estratégias já testadas no intuito de conquistar, na sala escura, a aceitação do público e garantir um bom desempenho do filme nas demais janelas de exibição – DVDs, televisão. Edgar Morin destaca nesse tipo de condicionamento uma fórmula de anti-risco típica da cultura de massa.

O filme deve, cada vez mais, encontrar o seu público, e, acima de tudo, deve tentar, cada vez, uma síntese difícil do padrão e do original: o padrão se beneficia do sucesso passado e o original é a garantia do novo sucesso, mas o já conhecido corre o risco de fatigar enquanto o novo corre o risco de desagradar. É por isso que o cinema procura a vedete que une o arquétipo ao individual: a partir daí, compreende-se que a vedete seja o melhor anti-risco da cultura de massa, e principalmente, do cinema. (MORIN, 2000, p. 28).

O gênero de animação mostra ser um formato adequado aos parâmetros das indústrias culturais uma vez que permite que o filme seja explorado comercialmente de diversas formas. A seqüência reforça esse pressuposto. Retomando Morin, o desdobramento de um título em outros subseqüentes é uma forma de manter o padrão, o que já é conhecido e foi atestado pela audiência. Como citado anteriormente, *Shrek* e *Toy Story* são casos bem sucedidos de animações que tiveram seqüências lançadas nos cinemas. Em *Shrek* encontramos ainda outra situação interessante e amarrada à discussão em torno das indústrias culturais: o gato de botas, personagem secundário na trama original, ganhou um filme próprio em 2011 (*Gato de Botas*).

Mas graças ao seu repertório estético narrativo diferenciado, no cinema de animação o lançamento de um filme possibilita o surgimento de um leque mais amplo de produtos a ele relacionados. Tal dinâmica se aproxima do conceito de cultura da convergência de Henry Jenkins – o filme não se encerra nele mesmo, sendo apenas o ponto inicial para que a imagem apresentada primeiramente na forma cinematográfica ocupe outros espaços, ganhe outras formas e origine novos usos.

Por convergência, refiro-me ao fluxo de conteúdos através de múltiplas plataformas de mídia, à cooperação entre múltiplos mercados midiáticos e ao comportamento migratório dos públicos dos meios de comunicação, que vão a quase qualquer parte em busca das experiências de entretenimento que desejam. Convergência é uma palavra que consegue definir as transformações tecnológicas, mercadológicas, culturais e sociais, dependendo de quem está falando e do que imaginam estar falando. (JENKINS, 2008, p. 29).

Os filmes, então, podem ser apreendidos como uma espécie de matriz para games, brinquedos, desenhos de televisão, espetáculos musicais entre tantos outros produtos ofertados no mercado. Mantém-se, claro, a identidade originada na imagem-cinema. Seguindo essa perspectiva, podemos ver na exploração de conteúdos relacionados aos filmes de animação direcionados ao sucesso comercial uma nova abordagem do *star system*, modelo que produz lucratividade explorando os bastidores dos negócios culturais. Entretanto, ao invés de atores e atrizes com status de celebridades, a engrenagem da indústria do entretenimento conectada aos blockbusters de animação são personagens fomentados no universo digital.

No campo da cultura e do entretenimento, apostar no sucesso de uma obra ou produto é sempre arriscado. Como argumenta Douglas Kellner em sua crítica a Guy Debord, “as políticas do espetáculo são imprevisíveis e os espetáculos nem sempre conseguem manipular o público e podem falhar” (KELLNER, 2003, p. 138). Contudo, percebe-se no padrão de filmes de animação que constituiu o objeto deste artigo a existência de uma profunda conexão com o contexto sócio-cultural no qual estão inseridos – com destaque para o fenômeno kidult e a valorização da imagem digital –, facilitando a comunicação com uma ampla gama de espectadores e, conseqüentemente, a circulação e consumo da pluralidade de produtos e ele estrategicamente relacionados.

Referências

ALLEN, Michael. **Talking about a revolution: the blockbuster as industrial advertising.** In: STRINGER, Julian (Org.). *Movie Blockbuster.* Estados Unidos e Canadá: Routledge, 2003.

ÁLVAREZ, Vera Cíntia. **Diversidade cultural e livre comércio: antagonismo ou oportunidade?.** Brasília: UNESCO, IRBr, 2008.

BARONE, João Guilherme. **Comunicação e Indústria Audiovisual: Cenários Tecnológicos e institucionais do cinema brasileiro na década de 90.** Porto Alegre: Editora Sulina, 2009.

BRITZ, Iafa; BRAGA, Rodrigo Saturnino; DE LUCA, Luiz Gonzaga. **Film Business: O Negócio do Cinema.** Rio de Janeiro: Elsevier, 2010.

CRETON, Laurent. **Economie du cinéma et de l'audiovisuel.** Paris: Armand Colin, 1994.

DE LUCA, Luiz Gonzaga Assis. **Cinema digital: um novo cinema?** São Paulo: Imprensa Oficial – Fundação Padre Anchieta, 2004.

FOSSATTI, Carolina Lanner. **Categorias de narratividade no cinema de animação: Atualização dos valores éticos de Aristóteles segundo Edgar Morin.** 2010. Tese (Doutorado em Comunicação Social) – Faculdade de Comunicação Social, Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2010.

FUREDI, Frank. **Não quero ser grande.** Folha de S. Paulo, Caderno Mais 25/7/2004: 4-7.

GATTI, André. **O Mercado cinematográfico brasileiro: uma situação global?** In: MELEIRO, Alessandra (org.). *Cinema no Mundo – Indústria, política e mercado na América Latina.* São Paulo: Escrituras Editora, 2007.

GETINO, Octavio. **Introdução.** In: MELEIRO, Alessandra (org.). Cinema no Mundo – Indústria, política e mercado na América Latina. São Paulo: Escrituras Editora, 2007.

JENKINS, Henry. **Cultura da convergência.** São Paulo: Aleph, 2006.

KELLER, Douglas. Cultura da mídia e triunfo do espetáculo. In: MORAES, Dênis de. (Org.). **Por uma outra comunicação:** mídia, mundialização cultural e poder. Rio de Janeiro: Record, 2003.

MORIN, Edgar. **A cultura de massas no século XX:** o espírito do tempo. Rio de Janeiro: Forense, 2000.

ROSENFELD, Anatol. **Cinema:** Arte & Indústria. São Paulo: Perspectiva, 2009.