



O Lugar do Cinema¹

Bernadette Lyra

Universidade Paulista (UNIP)

Resumo: Estamos vivendo tempos incríveis em que incríveis modificações ocorrem rapidamente no espaço cada vez mais mediatizado da cultura. Nesse cenário, os meios de comunicação tecnológicos vivem o paradoxo de um excesso de diversidade ao lado de uma compatibilização e uma flexibilização jamais vistas. Neste trabalho, tento pensar o drama do cinema, inserido nesse espetáculo que, entre tantos outros palcos, acontece também no palco acadêmico. Para isso, faço um levantamento das ambigüidades que cercam o cinema desde as suas origens até este momento, em que deixa de ser um *medium* isolado, para passar à condição de elemento subjacente no tecido audiovisual. Dentro dessa condição, é preciso não perder de vista as ligações que asseguram ao cinema um lugar no sistema sociocultural das comunicações.

Palavras-chave: **cinema, cultura contemporânea, meios audiovisuais**

O cinema é um híbrido polêmico. A começar pela divergência entre Louis e Auguste Lumière e Méliès, nos idos de 1895. Os primeiros tentando convencer que aquela sua invenção se esgotaria nos registros científicos da física, da mecânica e da medicina. O segundo apostando suas fichas na magia e na espetacularização que as imagens em movimento traziam a espectadores encantados com elas. Não se pode afirmar qual desses pioneiros teve razão. Em seus cento e poucos anos, o cinema se mostrou capaz de tudo isso e mais alguma coisa e, tanto os irmãos Lumière quanto Méliès deixaram herdeiros. Hoje, as magníficas coreografias dos filmes de John Woo, arrancadas da gênese do movimento com uma cientificidade de matar Marey de inveja¹, convivem tranqüilamente com a pirotecnia imagética de Steven Spielberg e George Lucas.

¹ Étienne-Jules Marey, o fisiologista obcecado pela reprodução mecânica do movimento. Em 1882 inventou um fuzil fotográfico com o qual obteve o registro de 12 imagens em uma placa circular, que depois aperfeiçoou para uso de película.

Mas, para além dessa duplicidade de concepções, que pode ser creditada à técnica cinematográfica, as características do cinema sempre foram um tanto nebulosas. A natureza instável do *medium*, a multiplicidade de abordagens que ele exige, dificultam a exatidão, pois, se de um lado é impossível desligar o cinema de sua condição industrial, de outro, é preciso respeitar sua característica de exercitar uma arte na forma própria de pensar e modelar o tempo, o espaço e o movimento. Em decorrência disso, as próprias teorias do cinema experimentam uma errância, da época do reinado dos grandes sistemas unificadores, aos fragmentos teóricos de agora².

Essas ambigüidades intrínsecas e extrínsecas costumam boiar nas águas frias do pensamento, quando se quer estabelecer o lugar do cinema no campo dos saberes. Ou seja, os estudos de cinema estariam no campo da arte ou da comunicação?

Sabe-se que o cinema era considerado, em seu princípio, uma mera diversão de operários e uma fonte de renda para os produtores. Multidões extasiadas pagavam para ver a reprodução pura e simples do movimentos de um bebê que almoçava ou um trem chegando a Ciotat. Creio que essa característica primeira, na qual estão envolvidas questões de investimento econômico, de produção técnica e de recepção em uma determinada época, poderia ter sido um ponto de partida aceitável para uma inserção do cinema, tempos depois, nos estudos que se desenvolveram em torno da idéia de comunicação social³.

Porém, desde o início, alguns apaixonados teóricos tentavam justificar um *status* artístico ao cinema, salvando-o de uma possível desconsideração da intelectualidade. Já em 1913, Ricciotto Canudo, “escritor italiano de cultura

² Christian Metz sonhou que um dia a semiologia poderia dominar de maneira global um saber sobre o cinema. Mas, logo, ele próprio se viu obrigado a renunciar ao delírio semiótico totalizante.

³ Os estudos da comunicação começaram a se delinear nos anos quarenta e cinquenta, sob os auspícios da sociologia. A forte componente social do cinema, para além de suas características puramente estéticas, eram um elemento capaz de garantir uma posição dos estudos cinematográficos entre as preocupações da jovem ciência.



INTERCOM – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação
 XXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Salvador/BA – 1 a 5 Set 2002

francesa”, fundava uma revista, *Montjoie* e, nela, se interrogava sobre a especificidade e a vocação do cinema, que ele foi o primeiro a chamar de *sétima arte*.

Nesse sentido, é conhecida a censura de Benjamin dirigida àqueles que tentavam conferir ao cinema essa “dignidade artística”, como se a questão fosse apenas saber se os meios tecnológicos nascentes eram ou não uma arte, sem que se colocasse, ao menos, a questão prévia: saber se a invenção da fotografia e do cinema não havia alterado a própria natureza da arte⁴.

Na verdade, a “boa vontade” de elitizar o cinema terminou por acentuar o fosso entre as características da sua função mediática⁵, fortalecendo o oportunismo dos que viam nele um objeto ao alcance de qualquer teoria.

Assim, enquanto outros media mais jovens, como a televisão, se constituíram dentro de um campo claramente massivo da comunicação, os rumos tomados pelos estudos do cinema quase apagaram sua autonomia como um meio de massas.

De certa forma, o cinema deve à duplicidade nebulosa de sua natureza e ao excesso de zelo de seus “salvadores” uma esquizofrênica teórica que fez dele presa fácil para disciplinas como a psicanálise, a semiótica, a semiologia, a lingüística, etc. No Brasil, além da tradicional confusão teórica, observa-se a confusão institucional: o currículo de alguns cursos de graduação em Comunicação Social incluem o cinema como uma de suas formações específicas, ao lado de publicidade e propaganda, marketing, jornalismo etc. Mas, na tabela de áreas do CNPq, o cinema aparece como uma sub-área de Artes.

Acrescente-se que as relações entre a comunicação e a chamada “expressão artística” sempre foi e continua sendo um domínio de estudos conflitante. Esse

⁴ Cf. Walter Benjamin. *A obra de arte na era de sua reprodutibilidade técnica* (primeira versão). São Paulo, Brasiliense, 1987, pp.165-193.

⁵ A função mediática, por sua vez, está implícita na dupla consideração de um *medium*: como um canal, uma prótese orgânica, ou como um elemento de um processo simbólico de produção de sentido.



INTERCOM – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação
 XXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Salvador/BA – 1 a 5 Set 2002

conflito repercute na cultura acadêmica, em especial no momento em que domínios variados como arte, expressão, informação etc estão sendo substituídos e incorporados por um único título: as ciências da comunicação - decorrência do cruzamento do pensamento contemporâneo sobre a comunicação com o rápido surgimento e o embaralhamento dos mídia e suas conseqüências culturais.

As ciências da comunicação exercitam uma espécie de vampirismo fascinante. Absorvem os *media* mais diversificados e, ao mesmo tempo, provocam todo tipo de questionamento teórico sobre eles. Meios tais como a televisão, a telemática, a informática, que são de extração digital e dependem de hardware ligado a equipamentos de redes: cabo coaxial, fibra ótica, emissão por satélite etc, coexistem sob o mesmo teto de meios que fazem uso de um material foto-químico, sendo francamente analógicos, como a fotografia e o cinema.

É evidente que esse caráter contemporâneo e globalizado das ciências da comunicação se fundamenta em territórios menos individualistas que aqueles dos *media* em si.

Pois é justamente desse ponto que partem os mais cruciais problemas. Aí incluída uma luta surda que vem acontecendo entre os estudiosos do cinema puro e duro e os teóricos do audiovisual.

O humor dos teóricos varia e as reações são contraditórias e, por vezes, bizarras⁶. Especialmente, no que diz respeito ao nivelamento do cinema com a televisão⁷.

Mas, não pretendo me deter sobre a imensa gama de temas e a multiplicidade de abordagens que defesas, ataques e contra ataques tornaram possíveis. Meu objetivo, afinal, é apenas levantar alguns pontos que sirvam para rediscutir o lugar

⁶ Na década de 70, Jean Mitry dizia que, desconfiando do Cinema, as pessoas *sérias* preferiam falar em Audiovisual. Cf. Mitry, J. "Cinéma et audiovisuel", em *Le cinéma en savoir, cahier spécial de la Revue des sciences humaines*, Lille III, 1975, n. 3.



INTERCOM – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação
XXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Salvador/BA – 1 a 5 Set 2002

do cinema, buscando inseri-lo no panorama contemporâneo da comunicação social, com algumas implicações acadêmicas⁸.

A esse respeito, considero que nenhum pesquisador pode se fazer de surdo ou cego, em nome de posições teóricas sólidas (ou pretensamente sólidas), diante das mutações que estão acontecendo no campo da cultura.

É bastante claro que os instrumentos de investigação na área da comunicação tendem também a mudanças. Os meios técnicos de hoje ultrapassam o estatuto dos meios mecânicos e modificam as categorias instrumentais até então vigentes. A cultura massiva impregna a sociedade interlocutora dos *media*. A partir daí ocorre um curto-circuito e os meios se fundem nas inúmeras propostas de flexibilização devidas, sobretudo, aos avanços das ciências computacionais.

Dentro desse panorama, creio que o maior desafio teórico está em não se perder de vista o social que constitui o princípio básico dos estudos da comunicação.

Assim, para tentar mapear o lugar do cinema na cultura contemporânea, vou começar lembrando o óbvio: os meios de comunicação estão vivendo um paradoxo. Ao lado de uma diversificação jamais vista, acontece uma compatibilização também jamais vista.

Quem estuda os *media* sabe bem que, graças aos rápidos avanços da tecnologia, ampliaram-se rapidamente as técnicas, tanto de produção quanto de difusão e consumo. Mas, ao mesmo tempo, pelos mesmos motivos tecnológicos, essas técnicas estão hoje indissolivelmente conectadas.

Dessa forma, podemos considerar o cinema não como um meio isolado e em fase de extinção, porém como um meio que se potencializa entre os meios.

⁷ Alguns críticos e teóricos admitem a televisão apenas como meio de difusão do cinema, deixando bem claro que a autonomia criativa deste último deve ser preservada.

⁸ Meu papel atual como professora está sendo trabalhar o Cinema nas disciplinas do Mestrado em Comunicação da Unip, dentro de uma área de concentração voltada para a cultura mediática.



INTERCOM – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação
 XXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Salvador/BA – 1 a 5 Set 2002

É indiscutível que a tecnologia digital invadiu o cinema. Mesmo os filmes produzidos de modo analógico são facilmente transmutados por processos como a telecinagem que os colocam em condições de circular em meios digitais. Assim, é verdade que o cinema possui um local de difusão específico, ou seja, as salas de projeção, mas os filmes cinematográficos estão por toda a parte: na televisão aberta, nos canais pagos, nos videocassetes, em CDROM, na Internet e, mais recentemente, em DVD, não sendo improvável o aparecimento de outros suportes no futuro.

Em contrapartida, enquanto não chega a tecnologia apropriada, as salas atuais acolhem os filmes produzidos por processos digitais que são kinescopados.⁹

Desse ponto de vista, é possível dizer que atualmente o cinema atravessa e é atravessado por todo o tecido audiovisual mediático.

Assim, indagar se o cinema ainda é cinema, se será engolido pela televisão, se vai ou não resistir aos avanços digitais etc são questões que ficam enfraquecidas. A meu ver, trata-se, antes, de uma busca das marcas que possam distinguir o cinema entre os elementos audiovisuais componentes do sistema sociocultural das comunicações.

Nesse sentido, quero apontar alguns itens:

Em primeiro lugar, é interessante partir do modo industrial, em que tanto a produção quanto a difusão do cinema sempre estiveram envolvidas. A indústria do cinema se justifica pelas máquinas e artefatos de que se utiliza, e por sua dependência do elemento econômico.

⁹ A kinescopagem existe a partir da necessidade de impressão em película de material que aparecia originalmente em um tubo de televisão. O kinoscópio foi a aparelhagem originalmente empregada para gravar programas de televisão e para dilatar a transmissão dos mesmos, até que o aparecimento do videotape substituiu tal função. Na kinescopagem, a imagem de televisão, ao vivo ou em videotape, é exibida aumentada em um monitor no qual ela é fotografada. A imagem colorida que aparece no monitor é separada nas cores Res, Blue e Green (RBG), e através de aparelhos dicróticos ou de prismas é recombinada no filme. Os 30 frames por segundo são convertidos a 24 frames por segundo na película, separando por saltos de impressão os frames excedentes. O som é geralmente gravado de modo simultâneo com a imagem, em um tape em separado. Atualmente, a kinescopagem se sofisticou, graças ao uso computadorizado.



INTERCOM – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação
 XXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Salvador/BA – 1 a 5 Set 2002

O destino pragmático do cinema esbate-se, assim, numa série medonha e longa de impossibilidades materiais, de barreiras burocráticas, financeiras e, no pior dos casos, políticas, de fatores que lhes são exteriores e, quantas vezes, adversos (Grilo, 1997, p. 18).

Evitando cair no antigo elitismo teórico que via na indústria cultural a terra de todos os males¹⁰, podemos afirmar que o cruzamento da indústria de filmes (*movie industry*) com o cinema em sua forma ontológica configurou o *medium*.

A produção industrial do cinema passou por momentos diversos e conheceu modos de organização diversos, de acordo com países ou regiões. Em sua consciência, ninguém negaria o poder do parque cinematográfico americano e nem a trajetória precária das produtoras brasileiras que constitui um desfile de empreendimentos falhados ou transitórios, passando pelo delírio hollywoodiano da Vera Cruz, pela PAM de Mazzaroppi, pelas chanchadas da Atlântida e por outras tentativas de companhias médias e pequenas, como a Maristela e a Belair, ou produções independentes da Boca do Lixo em São Paulo.

Quanto à difusão e exibição, é fácil constatar a proliferação das lojas de aluguel e venda de fitas de videocassetes, que hoje, rapidamente, vêm sendo substituídas pelas lojas de aluguel e venda de discos DVD.

Contudo, se as salas de cinema não mantiveram o auge verificado na década de cinquenta, sendo gradativamente fechadas, delineia-se, agora, uma tendência à estabilidade com base em dois fatores: a) a necessidade comercial de lançamento de um produto que pareça único e diferenciado antes da exibição escancaradamente massiva da televisão, seguida pelo videocassetes, DVD e Internet; b) a exploração comercial qualitativa, que incentiva o investimento em salas múltiplas, concentradas

¹⁰ O tom condenatório dos apocalípticos se deve à época em que se situam as questões teóricas levantadas por eles, marcada por acontecimentos como a II Guerra Mundial, o nazismo, a guerra fria e a caça às bruxas nos Estados Unidos. Esse tom foi ganhando novos e diferentes contornos e o debate sobre a cultura de massa

em lugares como shoppings centers e incrementadas por inovações em termos de ambiente, tela, projeção de imagem e aparelhagem de som.

Assim, a tendência atual da produção e da difusão de filmes vai mais para uma industrialização de que para uma indústria, isto é, para uma ação generalizada que acompanha a escalada massiva dos meios¹¹.

Porém, principalmente, é nas fissuras socioeconômicas desse novo modelo que podemos detectar as atuais estratégias de produção e captação de recursos, as quais apresentam um caráter ainda impreciso e introduzem uma outra discursividade¹².

Em seu livro *Le drôle de drame du cinéma mondial*, Charles-Albert Michelet cita três modelos de produção em curso que podem responder por essa situação teórica: o cinema neó-hollywoodiano, o cinema –mundo e o modelo multimédia (Michelet, 1987).

Para pensar tal modelização e aplicá-la ao campo da comunicação social, nada melhor que examinar de que maneira o cinema néo-hollywoodiano vem apresentando os temas e as características do pensamento contemporâneo. Em recente artigo, Walter Salles aponta o caráter pesadamente propagandista do cinema de ordem bélica, produzido na Hollywood pós 11 de setembro. Não é de estranhar que entre os concorrentes ao Oscar 2002, o maior prêmio americano de cinema, estivesse *Falcão Negro em Perigo* (2002, Ridley Scott), que trata de uma ação militar americana na Somália.

pode, enfim, entrar no terreno de busca, identificação, codificação e análise das mensagens embutidas nos meios.

¹¹ Essa transformação não se faz sem algumas dificuldades, mesmo em países com um desenvolvimento tecnológico mais avançado. Jean-Luc Godard causou comoção ao anunciar que faria uma *História do Cinema* com recursos do canal televisivo Plus, na França. E Peter Greenaway, que jamais deu mostras de purismos, recebeu algumas críticas ao fazer *M for Music* com produção da BBC.

¹² Discursividade, aqui, tem a ver com aquilo que Foucault designa por formações discursivas: um determinado conjunto de relações ou de concentrações enunciativas. É no seio das formações discursivas que é possível descortinar um sistema de regras de formação do discurso que asseguram a coerência, a



INTERCOM – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação
 XXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Salvador/BA – 1 a 5 Set 2002

O saldo aparece nos créditos finais de Falcão Negro em perigo: 19 soldados americanos mortos (pelo bem), contra mil somalis abatidos. O fato de que esses últimos são chamados no decorrer do filme de magrinhos (skinnies) ajuda a tornar as intenções ainda mais claras. O inimigo, o outro, não tem voz nem vez. É apenas o alvo (Salles, 2002,p.10).

Foi-se o tempo em que o cinema desenvolvia um discurso irônico sobre a militarização do país mais poderoso do mundo, quando, por exemplo, Stanley Kubric desconstruía as questões de honra militar, em *Glória Feita de Sangue* (1957) ou satirizava a corrida armamentista, em *Dr Strangelover* (1964).

Por sua vez, o segundo modelo, o cinema-mundo, utiliza cada vez mais, as matrizes das novas tecnologias de fabricação na produção dos filmes. Efeitos especiais, imagens digitalizadas, intervenção do marketing na concepção e venda de produtos derivados se multiplicam pelo mundo, atingindo um público jovem e sem fronteiras, formatando uma cultura eclética. No entanto, uma ressalva se impõe: esse modelo parece de difícil aproveitamento na produção de países periféricos, como os da América Latina, ou de países em que persiste a forte tradição do cinema autoral, como os da Europa. É de se esperar, então, que esse tipo de cinema-mundo recaia essencialmente sobre o cinema americano de entretenimento, como os filmes de Steven Spielberg e George Lucas. Vale lembrar o enorme sucesso mundial de *Matrix* (1999, Andi e Larry Wachowski) que já se encontra em sua terceira sucessão.

O terceiro modelo, multimedia, diz respeito à integração do cinema no audiovisual e sua efetiva entrada na indústria das comunicações. Como os outros

regularidade e a solidariedade (eficácia política) dos enunciados no interior de um certo campo (Foucault, 1969, p 53)



INTERCOM – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação
XXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Salvador/BA – 1 a 5 Set 2002

dois anteriores, este apresenta os mesmos pontos para debates, por se encontrar fortemente ligado à política cultural e econômica dos países.

No Brasil, é recente o caso da Ancine que, criada para substituir a extinta Embrafilmes como organismo de renovação do cinema nacional, enfrenta dificuldades para legitimar certos dispositivos de captação de recursos, produção e exibição junto a redes televisivas.¹³

Nesse reposicionamento teórico que tento apontar, outros importantes fatores devem ser levados em conta. Por exemplo, o implemento futuro das salas de projeção digital que será uma necessidade frente à grande quantidade de filmes feitos em câmeras digitais. A incompatibilidade dessas salas com os modos tradicionais de projeção de um filme deverá apresentar transformações básicas. O que substituirá o tradicional feixe de luz que corta a escuridão dos cinemas de hoje? Que mudança de hábitos e gostos o cinema digital trará aos espectadores?

Indo um pouco além, podemos comparar, inclusive, a inevitável reviravolta, que o cinema digital vai introduzir na recepção em sociedades tecnologicamente mais bem aquinhoadas, com aquela atitude receptora que, certamente, irá persistir ainda por muito tempo em regiões mais pobres, herdeiras, talvez, dos projetores analógicos atuais.

¹³ Ancine (Agência Nacional de Cinema) foi criada pela Medida Provisória 2.228/01, a partir de documento produzido pelo III Congresso Brasileiro de Cinema.



INTERCOM – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação
 XXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Salvador/BA – 1 a 5 Set 2002

Impossível ignorar, ainda, as mudanças ocasionadas pelo desenvolvimento e popularização dos computadores pessoais, o que permite a qualquer um produzir, editar e exibir o seu próprio filme a partir de redes virtuais. Novos equipamentos para se fazer cinema na rede aparecem a cada momento. As empresas de informática divulgam suas intenções de investir em tecnologia para cinema na internet, e os processos de kinescopagem e telecinagem de filmes se tornam facilmente acessíveis em sites espalhados pelo mundo.

Nosso objetivo básico é mostrar às pessoas que qualquer um pode, sem gastar muito, ter a sua disposição os instrumentos necessários para criar filmes de ótima qualidade técnica --diz Bart Cheever, um dos criadores do concorrido *Low Res Digital Film and Video Festival*.

Sem dúvida, a vertente tecnológica, em sua espessura, é também capaz de identificar histórica e socialmente o produto cinematográfico. De modo paralelo à tecnologia, o cinema continuará a oferecer uma espécie de unicidade rentável, com base no talento individual que garante seu *status*. Ou seja, em qualquer suporte, a *aura*¹⁴ de certos filmes e realizadores vai permanecer, mantida pelo vínculo social e cultural.

Todas essas questões acima demonstram que os pesquisadores de cinema, hoje, encontram motivos e temas suficientes nas brechas que o sistema das comunicações deixa aparecer quando confrontado com sua verdadeira vocação social. Assim, a preocupação com os *conteúdos*, que aparece nas chamadas análises fílmicas e se vincula a estudos semióticos, estéticos, e antropológicos, só tem razão

¹⁴ É claro que não se trata da aura propriamente dita, *figura singular, composta de elementos espaciais e temporais: aparição única de uma coisa distante, por mais perto que ela esteja* (Cf. Benjamin, W. op. cit., p. 170). A aura do produto audiovisual reproduzível é, por assim dizer, uma aura em segundo grau.



INTERCOM – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação
 XXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Salvador/BA – 1 a 5 Set 2002

de ser quando posta em estreita relação com a sociedade contemporânea em seus paradoxos massivos. As análises lingüísticas e semióticas que se desenvolveram nos últimos anos não conseguiram se inserir nos estudos do processo da comunicação social, ainda que se possa lhes dar um crédito, pois essa impossibilidade, uma vez comprovada, abriu perspectivas para novas investigações dentro do próprio campo comunicacional.

Uma dessas novas perspectivas, bastante coerente, aponta para um enfoque completo do sistema de comunicação e relevância da mensagem, embora levando em consideração que o poder de decisão da comunicação social se situa nas camadas interiores da distribuição da mensagem.

Acredito que, ao trabalhar os meios como parte integrante das mensagens, e partir das fontes implantadas nos sistemas social, político e econômico que rondam o território audiovisual na cultura contemporânea, esse modelo investigativo poderá recolocar o cinema em seu justo e importante lugar nos estudos da comunicação social.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BENJAMIN, Walter. *Obras escolhidas; magia e técnica, arte e política*. São Paulo, Brasiliense, 1987.

FOUCAULT, Michel. *L'Archeologie du savoir*. Paris, Gallimard, 1969.

GRILO, João Mário. *A ordem no cinema*. Lisboa, Relógio d'Água, 1997.

MICHELET, Charles-Albert. *Le drôle de drame du cinéma mondial*. Paris, La Decouverte, 1987

MITRY, Jean. "Cinéma et audiovisuel", em *Le cinéma en savoir, cahier spécial de la Revue des sciences humaines*, Lille III, n.º 3, 1975.

SALLES, Walter. "A militarização do cinema norte-americano". *Folha de São Paulo*, Ilustrada, 30 mar 2002, p 10.



INTERCOM – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação
XXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Salvador/BA – 1 a 5 Set 2002

BIBLIOGRAFIA DE APOIO

AGEL, Henri. *Le cinéma; ses diverses méthodes d'enseignement*. Fribourg, Suisse, Editions Universitaires, 1978.

ARISTARCO, Guido & Teresa. *O novo mundo das imagens electronicas*. Rio de Janeiro, Ed. 70, 1990.

CHARNEY, Leo & SCHWARTZ, Vanessa R. *O cinema e a invenção da vida moderna*. São Paulo, Cosac & Naify, 2001

KERMABON, Jacques et al. *Les théories du cinéma aujourd'hui*. *CinémAction*, 47. Paris, Cerf-Corlet, 1998.

MACHADO, Arlindo. *Pré-cinema e pós-cinema*. Campinas, Papirus, 1997.

MICHELET, Charles-Albert. *Le drôle de drame du cinéma mondial*. Paris, La Decouverte, 1987

XAVIER, Ismail (Org.). *O cinema no século*. Rio de Janeiro, Imago, 1996.