



Reflexões sobre a Divulgação do Cinema Brasileiro na Internet¹

Rafael MUNDURUCA²

Kamila BEBBER³

Juliano PIRES⁴

Universidade Federal de Viçosa, Viçosa, MG

RESUMO

Diversas áreas de interesses culturais, entre elas o cinema brasileiro, na maioria das vezes encontraram espaço restrito nas mídias tradicionais. Com a internet, surge um espaço de interação sem barreiras físicas que contribui para o processo de busca, acesso e divulgação da informação. É neste cenário virtual, aberto, interativo e que permite construções coletivas, que o cinema nacional encontra amplas possibilidades de produção e divulgação.

PALAVRAS-CHAVE: Cinema brasileiro; Internet; Ciberjornalismo; Interatividade.

A forma como uma comunicação é feita está ligada diretamente a um processo de transformação social. A sociedade muda e os meios de produção, os conceitos de comunicação e as mídias predominantes se modificam. Nas duas últimas décadas, as inovações tecnológicas aceleraram abruptamente – tudo começou a se transformar rápido demais e a maneira de informar tinha que acompanhar um mundo que estava se tornando cada vez mais instantâneo. Os avanços ininterruptos da tecnologia se intensificavam e, no fim da década de 1990, começa a se popularizar, no Brasil, um novo tipo de interação tecnológica que iria causar um impacto irreversível no modo como concebíamos a comunicação: a internet.

A partir de então, todo o processo de busca, acesso e divulgação de informação se renova e se intensifica. Com a internet, surge um outro espaço de interação virtual, na qual tudo se vê ao alcance de todos.

¹ Trabalho apresentado na Sessão Cibercultura e tecnologias da comunicação, da Intercom Júnior – Jornada de Iniciação Científica em Comunicação, evento componente do XXXI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Estudante do 8º. Semestre do Curso de Comunicação Social - Jornalismo da UFV, email: rafaelmunduruca@gmail.com.

³ Estudante do 9º. Semestre do Curso de Comunicação Social - Jornalismo da UFV, email: kamila.bebber@gmail.com.

⁴ Orientador do trabalho. Professor do Curso de Comunicação Social - Jornalismo da UFV, email: ju_pires@yahoo.com.br.



O poder da internet está baseado na sua habilidade de superar as barreiras que limitavam o acesso de uma enorme massa de informações para os consumidores comuns. A internet é o prático caminho para o ciberespaço e, além disso, o *software* que vai pegar carona em todas as faixas da nova auto-estrada da informação eletrônica – sistema de telefone, TV a cabo, televisão aberta e canais de satélite. Os meios de comunicação de massa constituem apenas uma pequena parte de uma indústria da informação que é cada vez mais dependente das ferramentas de distribuição da internet para entregar seus produtos. (DIZARD, 2000: 25)

Esse novo espaço de interação virtual, no qual a informação não é irradiada por um ponto central – característico da comunicação de massa – permitiu que a internet se tornasse “a base tecnológica para a forma organizacional da Era da Informação: a rede” (CASTELLS, 2003: 7). A organização em forma de redes, com vários nós interconectados, sem uma hierarquia centralizada não é nova, contudo, a rede virtual possibilitou a produção e distribuição de informações de muitos para muitos em escala mundial. Nesse “sistema aberto” de compartilhamento, os conteúdos são diversos e passíveis de serem contestados, reforçados ou completados graças à possibilidade de interação que esse modelo oferece. A internet, então, proporciona um caminho interessante e disponível em direção a uma comunicação de compartilhamento, sendo uma alternativa a um processo unilateral de divulgação de informação.

O tipo de comunicação que prospera na internet está relacionado à livre expressão em todas as suas formas, mais ou menos desejável segundo o gosto de cada pessoa. É transmissão de fonte aberta, a livre divulgação, a transmissão descentralizada, a interação fortuita, a comunicação propositada e a criação compartilhada que encontram sua expressão na internet. (CASTELLS, 2003: 165)

O ambiente sem barreiras físicas da internet contribui com a exploração de diversas áreas de interesses culturais que tinham espaço restrito nas mídias tradicionais. Isso permitiu que a gastronomia, a dança, as artes cênicas, as artes plásticas, e uma série de outras manifestações artísticas tivessem seus espaços de discussão facilmente acessíveis. Com o cinema não foi diferente – ganhou um novo lugar para respirar e ser divulgado. A internet possibilitou o surgimento de vários espaços virtuais que abordavam não só filmes em cartaz, mas que também promoviam o resgate sobre a discussão de clássicos referenciais e obras de grande valor artístico que foram esquecidas pela falta de acessibilidade. E ainda abriu espaço para a discussão de questões diversas ligadas ao universo do cinema que não se encontrava nas mídias



comerciais. Os próprios periódicos em banca, especializados na sétima arte, muitas vezes se resumem a um conteúdo sinopse-crítica e, esses veículos, em sua grande maioria, tratam de lançamentos cinematográficos e suas respectivas cotações (*ruim, bom, excelente*). Tais tópicos são de fato importantes de serem noticiados, mas ao se limitarem a esse padrão, as revistas/cadernos de cinema por vezes se apresentam como panfletos promocionais, marginalizando a importância da divulgação e da discussão do cinema como arte e forma de expressão, principalmente no que se refere às produções nacionais. Como salienta Piza, “as publicações se concentram mais e mais em repercutir o provável sucesso de massa de um lançamento e deixaram para o canto as tentativas de resistência.” (PIZA, 2004 : 31).

O cinema não abandonou a mídia tradicional, estando ainda presente nas publicações de banca e nos cadernos culturais, mas descobriu na internet uma rede de comunicação na qual não encontra barreiras editoriais e a necessidade primária de conter informação vendável – o espaço é livre e acessível a qualquer um que estiver conectado à rede cibernética. Nesse quadro de considerações, a internet tornou-se um prolífico meio de divulgação e promoção de uma área que ficou um tempo considerável na geladeira das pautas culturais: a produção cinematográfica nacional.

O cinema teve um caminho árduo no Brasil. A chegada da imagem em movimento no país é brevemente descrita pelo crítico Paulo Emílio Salles Gomes, a seguir:

O aparecimento do cinema na Europa Ocidental e na América do Norte na segunda década dos anos 90 (século XIX) foi o sinal de que a Primeira Revolução Industrial estava na véspera de se estender ao campo do entretenimento. Esse fruto da aceleração do progresso técnico e científico encontrou o Brasil estagnado no subdesenvolvimento, arrastando-se sob a herança penosa de um sistema econômico escravocrata e um regime político monárquico que só haviam sido abolidos respectivamente em 1888 e 1889. O atraso incrível do Brasil, durante os últimos cinquenta anos do século passado e outro tanto deste, é um pano de fundo sem o qual se torna incompreensível qualquer manifestação da vida nacional, incluindo sua mais fina literatura e com mais razão o tosco cinema. (apud RAMOS, 1987: 12)

A estrutura técnica precária inicial (e que persistiu até muitas décadas depois) não foi o único empecilho no caminho do cinema nacional, pois este teve seus tempos de bela época, grande público, produção intensa (ainda que tecnologicamente precária), muitos filmes de qualidade que dialogavam com o cotidiano do brasileiro de então. Um dos grandes problemas de se produzir cinema no Brasil é que, por muito tempo sua



potencialidade cultural foi considerada como secundária, e enfrentou dificuldades na captação de recursos que possibilitassem sua realização. Além disso, para ter chance na briga por espaço com o cinema americano, a produção nacional precisou e continua precisando de leis de intervenção estatal que garantam reservas de salas para filmes brasileiros. Essa reserva era necessária, pois a dificuldade na captação de recursos financeiros impossibilitava uma produção, divulgação e distribuição que batesse de frente com as produções hollywoodianas – apesar de essa “solução” não resolver muita coisa, como enfatiza o pesquisador Afrânio Mendes Catani:

Ao cinema nacional até hoje sobraram apenas migalhas, pois o filme estrangeiro chega aqui com o seu custo já amortizado. Mantendo-se a reserva de mercado (que foi e é apenas um paliativo), o estímulo ao cinema nacional acaba por se tornar estagnado depois de certo tempo, pois os exibidores irão cumprir a legislação apenas no mínimo possível. (apud RAMOS, 1987: 285)

Apesar de Catani considerar uma realidade do ano de 1987, esse cenário persiste, ainda que em menor grau. Para dificultar ainda mais a vida desse cinema nacional, com o passar dos anos, a televisão se consolidou como principal meio de entretenimento e informação. Talvez, ainda, o grande fantasma da produção cinematográfica nacional, que assombra várias décadas de cinema, sejam as precárias divulgação e distribuição dos filmes. A dificuldade de captação de recursos e a produção laboriosa não podem se isentar desse processo. Isso ficou claro quando o presidente Collor, em 1990, extinguiu a EMBRAFILME⁵, desestruturando todo o processo de produção, divulgação e distribuição do cinema nacional. Só três anos mais tarde é que teve início a chamada “retomada” do cinema brasileiro. Depois de anos sem um cinema de longa-metragem produtivo, o Brasil volta a fazer filmes. Mas muitos deles nem sequer chegam às salas de cinema, poucos são lançados em *homevideo* e de outros quase não se tem notícia. Com a introdução do DVD e da internet esse cenário começou a se alterar.

Com a intensificação da internet como meio de comunicação interativo, o cinema nacional ganhou um fôlego renovado em um ambiente virtual que possibilita

⁵ **Embrafilme** foi uma empresa estatal brasileira produtora e distribuidora de filmes cinematográficos. Foi criada através do decreto-lei N° 862, de 12 de setembro de 1969, como Empresa Brasileira de Filmes Sociedade Anônima. Sua função foi fomentar a produção e distribuição de filmes brasileiros. Foi extinta em 16 de março de 1990, pelo Programa Nacional de Desestatização (PND) do governo de Fernando Collor de Mello. (<http://pt.wikipedia.org/wiki/Embrafilme>)



um compartilhamento de informações diversas, além de um espaço potencialmente amplo de divulgação e interação.

Os novos programas e as constantes atualizações na forma de mandar e receber conteúdo que existem na internet abrem espaço também para a exploração e descoberta de novos formatos no que se refere ao “fazer cinema (e divulgá-lo) no Brasil”. Algumas iniciativas do cinema brasileiro na internet surpreendem pelo caráter experimental, como o filme *Cafuné* (cafuneofilme.com.br), que disponibilizou seus arquivos em estado bruto para que o internauta pudesse reeditar o filme à sua vontade. A *Intel* (empresa multinacional de pesquisa e tecnologia) produziu em São Paulo um vídeo de webcinema (<http://www.maisdemim.com.br/> - que, infelizmente, não está mais no ar), propondo um nível de interatividade inexistente até então, permitindo que o espectador defina caminhos para a personagem e descubra informações escondidas nos cenários desse pequeno vídeo virtual. É de um brasileiro – José Eduardo Ferrão – a *Rain*, empresa de vanguarda que distribui cinema digital via internet para salas equipadas com maquinários de última geração. E diversos brasileiros criam, freqüentemente, filmetes para postar no *site* de hospedagem de vídeos *YouTube* (www.youtube.com). A tecnologia da internet possibilitou não só o acesso à informação referente ao cinema nacional, como também o acesso à realização cinematográfica amadora – e também à profissional, que teriam poucas chances de divulgação na imprensa tradicional – e a um campo aberto à experimentação. E esse amplo espaço virtual de potencialidades conta com a interação que o sistema de redes proporciona. A internet, de certa forma, abriu um outro espectro de existência e revitalização para a produção cinematográfica nacional.

Nesse grande contexto apresentado dentro da realidade virtual, divulgar informações não é mais um processo unilateral. O jornalismo teve que se apresentar ao mundo cibernético de uma maneira que atendesse a esse novo estado de ser, da troca de informações. Para esse outro modo de se divulgar (e agora compartilhar) a informação criou-se uma nova denominação: Ciberjornalismo. Era necessário um novo nome, pois se trata de um modo diferente de se fazer jornalismo:

Se trata de una nueva modalidad profesional del periodismo en general porque modifica los tres procesos básicos en los que se basa esta profesión: la investigación, la producción y la difusión. El empleo por parte de los periodistas de las redes interactivas y de sus fondos documentales digitalizados ha supuesto una revolución en los métodos de investigación y acceso a las fuentes. En segundo lugar, los procesos y formas de producción



de los contenidos periodísticos también han experimentado profundos cambios gracias a las herramientas digitales. Por último, en lo que se refiere a la difusión, la especificidad de ciberperiodismo se ve avalada por la aparición de nuevos medios que emplean las plataformas digitales, y muy especialmente internet, para publicar sus contenidos aprovechando las nuevas posibilidades hipertextuales, interactivas y multimedia. (SALAVERRÍA, 2005: 15-16)

Assim, a internet proporciona o surgimento de um jornalismo mais interativo, que se conecta com várias acessibilidades e tem múltiplos canais de fontes, uma mudança necessária para que o jornalismo sobrevivesse no novo meio de compartilhamento de informações que o mundo digital trouxe – um jornalismo *multimídia*.

A data consensual que marca o debute da produção cinematográfica é o ano de 1895. Tomado inicialmente como uma forma de entretenimento, o cinema logo se mostrou um meio comunicativo de possibilidades expressivas, no qual a imagem se movia, o espaço e o tempo se reformulavam e havia a potencialidade de se transcender a linearidade narrativa. O cinema foi um dos expositores das novas tecnologias que surgiam aceleradamente no século XIX, sendo até considerado a nova forma de arte do século XX. Mas essa tecnologia que se acelerava mais intensamente a cada década, também modificou o modo de se conceber a imagem em movimento nos últimos anos:

O cinema surgiu no apagar das luzes do século 19 e se espalhou pelo planeta com relativa rapidez. Em vários países, se afirmou como uma das formas hegemônicas de arte e de entretenimento, a ponto de se dizer que o século 20 foi o “século do cinema”. Ao longo dos anos, porém, novas tecnologias geraram outras formas de captação e reprodução do real. Com a televisão, o *videotape* e, mais adiante a possibilidade de transmissão ao vivo, a cultura da imagem em movimento tomou proporções muito mais amplas, de tal forma que o tradicional filme projetado na sala escura se tornou apenas um dos formatos possíveis dentro do universo audiovisual. (BUTCHER, 2005: 8-9)

Com a quebra da hegemonia do cinema sobre a imagem em movimento e com a consolidação do aparelho televisor, a sétima arte teve que começar a dividir atenção com outras formas de mídias e adaptar sua linguagem estética aos novos tempos, nos quais imagens se movendo em torno de uma narrativa já não era novidade há um tempo. Com a chegada do videocassete, o ato de “assistir a um filme” já não estava obrigatoriamente ligado ao ritual de ir aos cines-teatro:



Do ponto de vista industrial e comercial, o cinema passou a conviver e competir com a televisão, o *homevideo* e o *videogame*. Do ponto de vista artístico, o ato de filmar perdeu seu caráter quase sagrado com o surgimento de câmeras digitais portáteis, que facilitaram e multiplicaram as possibilidades de se fazer filmes. Na sociedade contemporânea, portanto, a imagem não é mais distante e inacessível, mas algo que faz parte do cotidiano de nossas vidas, apesar de ‘o’ cinema em seu formato tradicional ainda atrair multidões no mundo todo. (BUTCHER, 2005: 9)

Com a concorrência de outras mídias, o cinema como forma de comunicação e arte precisou buscar outros meios de expressão e divulgação. A internet, um dos maiores filhotes da revolução tecnológica do último século, tinha potenciais a princípio incertos em relação ao cinema (talvez mais uma mídia que fizesse concorrência a ele). Aos poucos, com o surgimento diário de *sites*, *blogs* e comunidades relacionadas com a sétima arte, a grande rede mostrou-se um ambiente rico para se divulgar, promover e pesquisar sobre o cinema e seus temas variantes: “A rede mundial de computadores traz boas promessas: ser uma *jukebox* de filmes com repertório infinito, quase nenhum custo de remessa e públicos inimagináveis em toda a história dessa forma de arte.” (BERGAN, 2007: 86).

A internet vem se mostrando como um espaço amplo e diversificado, não só para assistir a filmes e se informar sobre produções cinematográficas, mas também para propor uma experimentação interativa da imagem em movimento, como os filmes que permitem a interferência do internauta, bem como a promoção de produções específicas para serem vistas em computador. Tanto os grandes estúdios de cinema como os independentes estão tendo que se adaptar a essa nova realidade interativa e conectada que a rede virtual abriu:

A introdução dos filmes sonoros, nos anos 20, forçou a indústria a dar uma guinada em poucos meses. A internet vai requerer esforço semelhante. Todos os estúdios estão examinando formas de explorar os recursos da internet para promover seus filmes e, talvez um dia, apresenta-los diretamente em telas domésticas. (DIZARD, 2000: 217)

Nesse amplo contexto onde cinema e internet se encontram, tem-se um campo em particular que também descobriu na rede virtual um espaço interessante: a produção cinematográfica brasileira. É importante considerar os momentos que a imagem em movimento atravessou no Brasil, pois eles estão ligados aos que o próprio país passou e que fazem parte da formação de uma identidade nacional. Apesar de que:



Para François Truffaut, crítico e cineasta francês que ajudou a revolucionar o pensamento cinematográfico no fim dos anos 50, cinematografias nacionais não existem, com poucas exceções. Uma delas seria o cinema norte-americano, inegavelmente uma das mais ricas (e também impositivas) formas de expressão cultural do mundo. Algumas produções locais de épocas específicas, como o cinema russo do período pós-revolucionário (anos 20-30), ou o neo-realismo italiano do período pós-Segunda Guerra (anos 40-50), teriam sido capazes, por circunstâncias específicas, de representar uma nação. (BUTCHER, 2005: 9-10)

Seria difícil negar que o cinema nacional e suas fases são reflexos dos momentos que o país atravessava. Mas também não se pode deixar de considerar que “cinema nacional” é um termo que por vezes acaba por se transformar em produto para exportação e que tem a sua cota de valores inventados.

De qualquer forma, o cinema brasileiro passou por algumas fases, transitando por anos de grande popularidade e por anos de certo ostracismo. Entre os extremos dessas eras, houve um considerável desenvolvimento da produção nacional:

Há momentos na história em que a conjunção de fatores antes dispersos cristaliza potencialidades. Surgem então manifestações artísticas especialmente vigorosas. Para o cinema brasileiro a década de 1960 parece ter sido um destes momentos privilegiados. O binômio nacionalismo-modernidade (acrescido às vezes do ingrediente social), que produz durante o século XX as manifestações artísticas mais vigorosas da cultura nacional, encontra nessa década condições particulares para se expandir no campo cinematográfico. (RAMOS, 1987: 301)

Mas então novos acontecimentos surgiram, e o cinema brasileiro encarna um outro modo de se mostrar:

Dissolvidos os criativos movimentos artístico-culturais que vitalizaram a década de 1960, um quadro com outras cores começa rapidamente a ganhar forma. Surge uma conjugação de elementos que alteram o campo cultural, ocasionando mudanças também no cinema brasileiro. É sob a vigência do AI-5 e da violência do governo de Garrastazu Médici, vivenciando ainda os impactos estéticos do Cinema Novo, Cinema Marginal, teatros de Arena e Oficina e do Tropicalismo, que o país adentrará numa aguda modernização. E é nessa realidade de contornos ainda obscuros para os criadores da época, com transformações nas formas de produção da arte e nos comportamentos cotidianos, que veremos o cinema acertar contas com seu passado (RAMOS, 1987: 301)

Com a extinção da EMBRAFILME por Collor, o cinema entra em colapso no Brasil e nenhuma produção é realizada de 1990 a 1992. Com a saída de Collor, a partir de 1993 os filmes brasileiros voltam a ser realizados. Mas nesse limbo de dois anos



sem lançamento algum, o cinema nacional fora esquecido e a TV e os filmes estrangeiros se estabeleceram como opção. A “Retomada”, como ficou conhecida o retorno às filmagens no Brasil, teve o desafio de provar que o cinema nacional ainda tinha forças para trazer o público às salas de cinema. “Na retomada, portanto, passou a ser uma espécie de questão de honra para o cinema recuperar a capacidade de se comunicar com seu público. Uma capacidade que, agora, estava nas mãos da TV e tornava necessário o diálogo com ela.” (BUTCHER, 2005: 70)

Para realizar uma divulgação e uma produção de informações em um espaço virtual onde transitam textos, imagens, sons e vídeos (por vezes concomitantemente), é necessário um modo de noticiar que considere o diversificado universo em rede que é a internet – e que, a informação nesse meio virtual se relaciona de maneira diferente que os meios de comunicação tradicionais. É preciso um jornalismo integrado a um ambiente de rede e que esteja preparado para a interatividade, um ciberjornalismo, inserido em um mundo digital onde a informação não é só lida, mas ouvida, assistida e contra-argumentada:

En primer lugar, podríamos decir que la tecnología digital ha hecho evolucionar la escritura – no solo la periodística, sino todo tipo de escritura – afectando a las tres fases iniciales de la *inventio*, la *dispositio* y la *elocutio* de los discursos periodísticos (López García, 2003b: 397-400). Ha afectado en primer lugar a la *inventio*, al acto intelectual de crear el texto, porque el ciberespacio ofrece una nueva fuente de información con la que idear los escritos, así como modelos que imitar. Influye también en la *dispositio*, o sea, en la manera de disponer las partes del discurso, pues la estructura hipertextual en el ciberespacio facilita la presentación multiforme – lineal y no lineal – de los discursos. Condiciona a sí mismo la *elocutio* – es decir, los modos específicos de comunicar-se –, por cuanto el ciberespacio posibilita formas de diálogo entre el escritor e el lector mucho más próximas que las que permite la comunicación en soporte impreso. Más aún, incluso las fases retóricas finales de la *memoria* y la *actio* o *pronuntiatio* se ven afectadas. En el caso de la *memoria*, los cambios proceden de las nuevas posibilidades documentales que ofrece el hipertexto y que permiten, mediante los enlaces, que cualquier palabra del texto pueda ser punto de partida para una ampliación documental por parte del lector. En el caso de la *actio* o *pronuntiatio*, los cambios para la escritura se relacionan con el hecho de que la expresión deja de ser exclusivamente textual o textual-icónica. En su lugar, el lenguaje ciberperiodístico pasa a ser una amalgama de textos, imágenes y sonidos; es decir, es un lenguaje multimedia. (SALAVERRÍA, 2005: 22)

O ciberjornalismo encontra na internet uma frequência diferente de apresentação de notícias, com possibilidades de interação inexistentes na mídia convencional e com um ambiente aberto e disposto a receber pautas que são



desconsideradas no jornalismo fora do ambiente virtual. Esse modo diferente de se divulgar informações abre novas potencialidades para o jornalismo cultural e para a própria divulgação das expressões artísticas na rede – notadamente o cinema (nacional), área cultural de interesse deste projeto:

A internet, tem servido como caminho alternativo para o jornalismo cultural. Embora as tentativas de revistas culturais com alguma inteligência e sofisticação tenham fracassado ou apenas ‘empatado’, esbarrando em questões de escala e financiamento, além de prescindirem do prazer tátil e prático que existe nas edições em papel, a demanda por esses assuntos é inequívoca. Incontestáveis *sites* se dedicam a livros, artes e idéias, formando fóruns e prestando serviços de uma forma que a imprensa escrita não pode, por falta de interatividade e espaço. (PIZA, 2004: 31)

Há de se considerar também o futuro de intensa interação que a internet reserva para seus usuários. Um futuro que já é real, e que tem sido denominado como *Web 2.0* – um novo paradigma de socialização e interação entre usuários na utilização e criação de *web sites* mais participativos, onde a colaboração ganha força suficiente para concorrer com os meios tradicionais de geração de conteúdo.

É nesse meio que o cinema brasileiro encontra uma nova forma, atrativa e eficiente, de ser divulgado, discutido e descoberto.

A internet mostra-se como um espaço quase infinito – dada a sua virtualidade – para se apresentar e divulgar conteúdos das mais diversas perspectivas. Esse espaço virtual transcende a comunicação unilateral, seu caráter de rede permite um compartilhamento de informações que se distribuem entre os seus vários pontos de conexão. Essa comunicação em rede e as tecnologias que o meio digital permite abrem caminho para uma interatividade com os conteúdos inexistente antes da consolidação da internet. As potencialidades de um espaço aberto à expressão, sem a necessidade de um meio material, com conteúdos livres e diversos no mundo virtual, é algo que está configurando o nosso modo de encarar informação e conteúdo. A mídia tradicional não é mais a grande hierarquizadora de temas importantes. Ela ainda tem grande força, mas houve um desvio de atenção considerável por parte do público destes meios desde a chegada da internet.

O meio virtual, então, oferece um nicho de potencialidades para a apresentação e retorno acerca de conteúdos e suas diversas abordagens – contando, inclusive, com a versatilidade de linguagens que o meio digital permite, como áudio, vídeo, hipertexto e animações interativas.



REFERÊNCIAS

- BERGAN, Ronald. *Guia Ilustrado Zahar – Cinema*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2007.
- BUTCHER, Pedro. *Cinema Brasileiro Hoje* (Folha Explica). São Paulo. Publifolha: 2005.
- CAETANO, Maria do Rosário. (org). *ABD 30 anos: mais que uma entidade, um estado de espírito*. São Paulo: Instituto Cinema em Transe: 2005.
- CASTELLS, Manuel. *A Galáxia da Internet – reflexões sobre a internet, os negócios e a sociedade*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2003.
- COELHO, Marcelo. *Crítica Cultural: Teoria e Prática*. São Paulo, Publifolha 2006.
- DIZARD JR., Wilson. *A Nova Mídia: A comunicação de massa na era da informação*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2000.
- PIZA, Daniel. *Jornalismo Cultural*. Editora Contexto. Segunda ed. São Paulo: 2004.
- RAMOS, Fernão (org). *História do Cinema Brasileiro*. Art Editora. São Paulo. 1987.
- SALAVERRÍA, Ramón. *Redacción Periodística en Internet*. Ediciones Univercidad de Navarra, S.A. 2005.
- SPYER, Juliano. *Conectado: O que a internet fez com você e o que você pode fazer com ela*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed. 2007.
- STERNRHEIM, Alfredo. *Cinema da Boca: dicionário de diretores*. (Coleção Aplauso). São Paulo: Imprensa Oficial do Estado de São Paulo: Cultura – Fundação Padre Anchieta. 2005. 264 pg.