



SOB AS LENTES ESTUDANTIS: A CIDADE E SEUS SIGNIFICADOS A PARTIR DA PERSPECTIVA FOLKCOMUNICACIONAL

Aline Wendpap Nunes de Siqueira¹
Lúcia Helena Vendrúsculo Possari²

Resumo

Este artigo traz reflexões acerca do um processo de identificação da produção audiovisual do curso de Comunicação Social, habilitação Radialismo, no que se refere à sua contaminação pela cultura popular urbana da cidade de Cuiabá e de como ocorre este processo antropofágico que tantos resultados produz. Interessa-nos compreender de que maneira essas produções audiovisuais se tornam relevantes na perspectiva dos saberes outros, dessa comunicação não massiva, ou o que Luiz Beltrão define como Folkcomunicação. Enfim, este trabalho busca explicitar, por meio da descrição fílmica, como a cultura popular urbana é apresentada no vídeo escolhido e de que maneira a inserção do mesmo no ciberespaço e na cibercultura propiciam o que Deleuze e Gattari chamam de ato de resistência à subjetividade capitalística.

PALAVRAS-CHAVE: Audiovisual; Folkcomunicação; Cibercultura; Atos de Resistência.

Introdução

Este artigo é um recorte do estudo que objetiva desvelar a produção audiovisual de alunos de Radialismo da UFMT, refletir sobre a configuração das formas de veiculação desses conteúdos, para, enfim, compreender qual a contribuição dessas produções para o processo de construção de sentidos. Assim, dentre tantos outros já catalogados pela pesquisa o vídeo “Passa na Semana que vem” foi escolhido para compor o presente artigo. Tal opção aconteceu, devido ao fato de poder-se verificar na referida obra, alguns pontos de diálogos entre ele e a teoria da Folkcomunicação.

Pensando a partir da proposição de como o folclore se comunica e de que maneira ele se transmuta, ou melhor, se hibridiza com a cultura popular urbana, este artigo busca compreender sob a luz da Folkcomunicação de LUIZ BELTRÃO (1980), revisitada por

¹ Doutoranda do Programa de Estudos de Cultura Contemporânea da UFMT, email: alinewendpap@gmail.com

² Orientadora do trabalho. Professora do Programa de Estudos de Cultura Contemporânea da UFMT; luciahvp@hotmail.com



ROBERTO BENJAMIM (2011), de que modo isso ocorre em produções audiovisuais de acadêmicos da Universidade Federal de Mato Grosso.

Antes de mais nada é preciso compreender que, para LUIZ BELTRÃO, Folkcomunicação é o conjunto de procedimentos de intercâmbio de informações, ideias, opiniões e atitudes dos públicos marginalizados urbanos e rurais, através de agentes e meios direta ou indiretamente ligados ao folclore (BELTRÃO, 1980, p.24). O autor concebe ainda Folkcomunicação como um processo artesanal e horizontal, que abrange três grandes grupos de audiência: os grupos rurais marginalizados, caracterizados sobretudo por seu isolamento geográfico, sua penúria econômica e baixo nível intelectual; os grupos urbanos marginalizados, compostos de indivíduos situados nos escalões inferiores da sociedade constituindo as classes subalternas, desassistidas, subformadas e com mínimas condições de acesso e os grupos culturalmente marginalizados, urbanos ou rurais, que representam contingentes de contestação aos princípios, à moral ou à estrutura social vigente. (BELTRÃO, 1980, p.40)

E aqui inicia-se o diálogo entre a Folkcomunicação e o vídeo “Passa na semana que vem” objeto deste artigo, pois o fortalecimento das culturas locais tem se tornado cada vez mais, algo essencial no combate à implantação de uma identidade planetária, ou nas palavras de Felix Gattari: da subjetividade capitalística. Subjetividade esta, que já vem pronta e bem embalada, forjada pelo processo de globalização como sendo inclusiva, mas que na realidade mostra-se "desequilibrada e com traços perversos como não poderia deixar de ser, porque foi arquitetada pelas empresas e governos dos países desenvolvidos em busca de novos consumidores, já que seus mercados internos estavam saturados" (SENNA, 2011, p. 11). Seus objetivos econômicos só podem ser alcançados pela via cultural (a persuasão audiovisual), isso pode causar degeneração de culturas locais e de identidades nacionais sob bombardeio de uma cultura hegemônica. Entretanto, esta mesma via pode ser usada pelas culturas locais como fonte de resistência, como é o caso do vídeo aqui estudado. Sob esta perspectiva, a proposta é pensar em como o curso de Comunicação Social – Habilitação Radialismo, que possui uma vasta produção de caráter regional, pode constituir um espaço de resistência inserido na contemporaneidade e no contexto da Ciberultura.



Segundo GATTARI e ROLNICK (2008), a Subjetividade Capitalística seria uma maneira de perceber o mundo de forma etnocêntrica e intelectocêntrica (ou logocêntrica), já que a cultura capitalística separa os universos semióticos das produções subjetivas. Soma-se a esta perspectiva o que encontramos em DELEUZE, mais especificamente na palestra “O Ato de Criação” (1987), na qual ele fala sobre a imortalidade da arte, ou melhor, de que modo ela atua como um ato de resistência às Subjetividades Capitalísticas. É fundamental esclarecer que para estes autores, assim como para Foucault a subjetividade é fabricada a partir das grandes máquinas sociais, midiáticas, linguísticas dentre outras.

Partindo da questão da afirmação e construção dos sentidos do curso de Radialismo, pelas lentes de seus alunos, utiliza-se como aporte para a categorização as teorias do cinema e vídeo contemporâneos, as semióticas de Peirce e da Cultura e a teoria da Cibercultura desenvolvida por Pierre Lévy. Como grande parte da produção audiovisual dos últimos anos circula prioritariamente a partir de um rizoma, que é o ciberespaço, torna-se relevante contextualizarmos sua acepção. Deste modo, recorremos à Zaramella (2009), que costura as falas de Lévy e Lemos, afim de conceber uma noção de ciberespaço, ela explica então que

O ciberespaço é definido como o “espaço de comunicação aberto pela interconexão mundial dos computadores e das memórias dos computadores” (LÉVY, 1999, p. 92), um “espaço não físico ou territorial composto por um conjunto de redes de computadores através das quais todas as informações (sob as suas mais diversas formas) circulam” (LEMO, 2007, p. 127). Como o provável é que todas as informações sejam eventualmente digitalizadas, isso tornaria o ciberespaço o principal canal de comunicação no próximo século (LÉVY, 1999, p. 93). Ele é um espaço sem dimensões, um universo de informações navegável de forma instantânea e reversível, em um processo de desmaterialização do espaço e da instantaneidade temporal contemporâneos (LEMO, 2007, p. 128). Lévy acredita que a emergência do ciberespaço já tem hoje “um efeito tão radical sobre a pragmática das comunicações quanto teve, em seu tempo, a invenção da escrita” (LÉVY, 1999, p. 114).

Seguindo nesta linha, a opção por este viés teórico fica mais do que evidente, ainda mais se houver a compreensão de que

o crescimento do ciberespaço resulta de um movimento internacional de jovens ávidos para experimentar, coletivamente, formas de comunicação diferentes daquelas que as mídias clássicas nos propõem. Em segundo lugar, que estamos vivendo a abertura de um novo espaço de comunicação,



e cabe apenas a nós explorar as potencialidades mais positivas deste espaço nos planos econômico, político, cultural e humano. (LÉVY, 1999, p.11)

É, portanto, o ciberespaço, o lugar onde se pretende o “show” das produções, oferecendo-se um olhar semiodiscursivo sobre as obras, e, ainda, possibilitando espaço para o leitor/espectador se colocar, portanto, para além da interação – produção de sentidos – podendo também inserir-se como co-produtor das análises e interferidor nos vídeos, ou seja, um espaço interativo, que o ciberespaço possibilita com mais eficácia. Uma vez que, como afirma Possari (2002)

Para além do texto impresso, as mídias propiciam o bidirecional, a interação e a interatividade. As mídias não se constituem, na verdade, na relação direta com o receptor ou com os grupos de receptores. Outros fatores de mediações que contribuem para os efeitos de sentidos. Para isso, concebe-se recepção como interação: o receptor não mais pode ser considerado passivo; a interação tem que ser mediada e não necessariamente se dá no momento do ato comunicativo.

O método é a análise dos produtos audiovisuais (vídeos) dos acadêmicos de Radialismo, e embora não exista uma metodologia universalmente aceita para se proceder a análise de um filme (AUMONT, 1999) é comum aceitar que analisar implica duas etapas importantes: em primeiro lugar decompor, ou seja, descrever e, em seguida, estabelecer e compreender as relações entre esses elementos decompostos, ou seja, interpretar (VANOYE E GOLIOT-LÉTÉ, 1994). A decomposição recorre pois a conceitos relativos à imagem (fazer uma descrição plástica dos planos no que diz respeito ao enquadramento, composição, ângulo, etc.), ao som (por exemplo, off e in) e à estrutura do filme (planos, cenas, sequencias, etc.). O objetivo da Análise é, então, o de explicar/esclarecer o funcionamento de um determinado filme e propor-lhe uma interpretação. Trata-se, acima de tudo, de uma atividade que separa, ou melhor, que desune elementos.

Justamente por conter uma relação simbiótica entre os aspectos da produção audiovisual e a cultura da cidade na qual se passa foi que elegeu-se o vídeo “Passa na semana que vem”, isso se torna mais interessante a medida que o mesmo inclui-se no terceiro tópico de estudos elencados por ROBERTO BENJAMIM, quanto as áreas de estudos e pesquisas folkcomunicacionais (2011, p. 284), como apresentado na tabela abaixo “A apropriação de



tecnologias da comunicação de massa e o uso dos canais massivos por portadores da cultura folk.”

Tópicos	Área de estudos
1. A comunicação - interpessoal e grupal - ocorrente na cultura folk	produção mensagem
2. A mediação dos canais folk para a recepção da comunicação de massa.	recepção
3. A apropriação de tecnologias da comunicação de massa e o uso dos canais massivos por portadores da cultura folk.	produção
4. A presença de traços da cultura de massa absorvidos pela cultura folk.	recepção efeitos
5. A apropriação de elementos da cultura folk pela cultura de massa e pela cultura erudita (projeção do folclore)	produção efeitos da mensagem
6. A recepção na cultura folk de elementos de sua própria cultura reprocessados pela cultura de massa.	recepção efeitos

Roberto Benjamin (2011, p. 284)

Para o desenrolar do artigo serão seguidas as indicações de VANOYE e GOLLOT-LÉTÉ (1994), pois pretende-se a partir de um olhar técnico, artístico e interpretativo, para posteriormente buscar aprofundamento em outras áreas de abrangência dos vídeos. Somando-se a isso buscar-se-á dialogar com a perspectiva da Folkcomunicação. Então, apresentamos abaixo a descrição e esboço de análise técnica do vídeo “Passa na semana que vem”.

DESCRIÇÃO DO VÍDEO PASSA NA SEMANA QUE VEM

O vídeo considerado média metragem, pois tem duração de 32 minutos, sob o título “Passa na Semana que Vem” acontece no ritmo da cidade, na qual se passa (Cuiabá), às vezes acelerado, às vezes lento. Gerando o que VANOYE e GOLLOT-LÉTÉ (1994) chamam de simetria invertida, ainda que em alguns momentos a simetria convencional também ocorra.

A narrativa, assim como a montagem é linear e conta a história de um recém formado que sai em busca de emprego como profissional de Radialismo e recebe sempre como resposta a frase: “Passa na Semana que Vem”, que dá título ao vídeo. A história começa a mudar quando o protagonista reconhece a voz de seu amigo Chico Capone (locutor de



prestígio na cidade) e decide ir até lá para pedir uma oportunidade. Entretanto, quando chega ao estúdio da rádio, um namorado abandonado e desesperado o confunde com o locutor e assim, em meio a ameaças e sob o cano de uma arma, ele tem a oportunidade de mostrar seu potencial como radialista.

A trilha sonora é parte fundamental do vídeo, uma vez que a maior parte da história se passa no estúdio de uma rádio. Ela é composta basicamente por músicas brasileiras já consagradas variando do rock nacional a música brega. Sendo que ocorrem repetições nas cenas de entrevistas de emprego, nas quais o protagonista ouve repetidamente a frase: “Passa na Semana que vem”.

As gradações referem-se à própria estrutura narrativa que vai num crescente, culminando com a ameaça de explosão de uma bomba pelo “antagonista”, caso as pessoas que estão na rádio não o deixem entrar no ar, para pedir desculpas à sua namorada.

A cidade e as suas manifestações culturais efervescentes aparecem em vários momentos da obra, desde a cena inicial, que se passa em um ponto de ônibus, passando pela cena em que o personagem principal toma a garapa, até as intervenções das ouvintes da emissora que através de seus figurinos, cenários e modos de expressão dão a ver a cidade e sua cultura popular urbana.

Assim, a cidade é representada por seus tipos populares, mas também pelos vieses da modernização, tudo confluindo conjuntamente para a formação da cidade contemporânea. O vídeo escolhido se intitula “Passa na Semana que Vem” e conta a história de Felisberto Arruda, um recém formado em Comunicação Social com habilitação em Radialismo, pela Universidade Federal de Mato Grosso, que ao procurar emprego em uma rádio se envolve em uma grande confusão. O jovem é morador de Cuiabá, mas vindo de outro lugar, uma vez que, podemos identificar pela fala e gestualidade que o mesmo é um “pau rodado”³. Por conta de sua situação de recém formado resolve procurar emprego em rádios e emissoras de TVs. Ao longo desta jornada vai comentando, com suas várias interlocutoras – secretárias das empresas nas quais deixa seu currículo – sobre as atribuições pertinentes a um profissional Radialista. Porém, reiteradas vezes recebe como resposta a frase: “Passa na semana que vem!”, muitas vezes a frase é dita com desdém e outras tantas até de maneira ríspida, caracterizando assim um certo menosprezo pela profissão, pelo jovem profissional

³ Pessoa nascida em outros lugares, que agora vive em Cuiabá.



inexperiente e talvez até pela instituição onde ele se formou. Em uma das sequências, o protagonista toma uma “garapa”⁴ bebida muito popular em Cuiabá, para se refazer do calor quase insuportável que assola a cidade cotidianamente, na mesma cena há um aparelho de rádio em cima da mesa em que lhe é servido o caldo de cana.



Cena do vídeo *Passa na semana que vem* (2003) de Evandro Birello

Neste momento ele reconhece a voz o locutor “Chico Capone”, seu colega durante à faculdade e resolve ir até o estúdio para tentar sua tão almejada chance no mercado de trabalho. Chegando lá, o conflito da história tem início e Felisberto é envolvido por acaso. Após conversar com Chico Capone e no momento em que ia ouvir novamente a frase “Passa na Semana que vem”, Felisberto e Chico já na saída do estúdio da rádio são surpreendidos por um homem aflito e armado com uma bomba, que tenta a todo custo entrar no ar para reatar seu namoro há pouco desfeito. Assim, para responder aos questionamentos do antagonista que aponta a arma incessantemente para os dois, o locutor Chico Capone – um covarde – aponta para Felisberto como sendo o locutor principal da rádio e desta forma torta, ele tem sua primeira chance profissional. Tudo isso para mostrar como os meios de Comunicação de Massa da capital mato-grossense se organizam e funcionam, ainda segundo a Lei do Q.I. (Quem Indica) e contrata seus locutores pela voz e simpatia ao se relacionar com o público. Pode-se inclusive traçar um paralelo dessa questão, com o que diz BELTRÃO a respeito dos agentes-comunicadores, que devido a um certo “carisma” fazem

⁴ Ou caldo de cana: bebida muito popular em Cuiabá, principalmente devido a vasta área plantada com cana de açúcar em toda a baixada cuiabana, assim era possível ter uma bebida barata, de fácil preparo e refrescante. Até a década de 90 a facilidade em se encontrar uma “garapa” era muito grande, entretanto nos últimos anos isso tem se restringido aos espaços de feiras livres, onde encontramos “garapas” nas barracas de pastéis (nem todas) e em algumas pastelarias da cidade. Contudo, a “garapa” ainda persiste no imaginário popular, como sendo algo tradicional, tanto que quando da vinda do candidato a Presidente Aécio Neves em Cuiabá, na campanha de 2014, ele, juntamente com o candidato eleito Pedro Taques posaram para as câmeras tomando caldo de cana.



a ponte entre os meios de comunicação e a comunidade. BELTRÃO diz que os “líderes-agentes-comunicadores de folk, nem sempre são “autoridades” reconhecidas, mas possuem uma espécie de carisma, atraindo ouvintes, leitores, admiradores e seguidores e, em geral, alcançando a posição de conselheiros ou orientadores da audiência sem uma consciência integral do papel que desempenham. (BELTRÃO,1980, p.35). A cidade volta a aparecer, principalmente através de personagens secundários que ligam para rádio, a fim de interagir com o antagonista e com os radialistas, dando opiniões, ensinando mandingas e simpatias ou mesmo paquerando com aquele homem desesperado para ter de volta sua namorada. Dentre estes personagens que ligam para a rádio estão a dona Sebastiana, uma senhora cuiabana, das mais tradicionais que ensina várias simpatias para que o namorado abandonado traga de volta a sua amada. E com ela entra em cena um casarão antigo repleto de objetos carregados de memória, dentre as que se destacam a cadeira de balanço⁵, objeto muito comum nas casas cuiabanais resistente até o início dos anos 90.

Essa produção reuniu um grande número de alunos e professores na equipe de produção. Portanto, esta discussão girará em torno da compreensão da relevância da cultura popular urbana para algumas produções audiovisuais selecionadas para este trabalho. Buscando elucidar o caminho percorrido pela cidade, neste processo antropofágico, no qual ela é inserida, até conseguir se desvelar aos olhos do mundo mediados pelas telas do ciberespaço.

Por fim, torna-se relevante pensar nas maneiras pelas quais estas produções (antes restritas ao âmbito da comunidade acadêmica local), se espriam pelo mundo, por meio do ciberespaço, contribuindo para o que teóricos, como LÉVY e LEMOS vão chamar de Cibercultura. Como esses vídeos provêm do terceiro grupo de audiência da folkcomunicação, composto pelos culturalmente marginalizados, urbanos ou rurais, aqueles com “contingentes de contestação aos princípios ou a estrutura social vigente”. (BELTRÃO, 1980, p.84) essas produções dificilmente poderão em algum momento serem consideradas hegemônicas. Pois como afirma BELTRÃO eles convivem com a dialética tradição/tradução, atualizando, reinterpretando e readaptando constantemente seus modos de sentir, pensar e agir em relação aos fatos da sociedade e aos dados culturais. Assim, o Curso

⁵ Ainda é possível encontrar cadeiras de balanço em algumas casas, mas agora como objeto “vintage”.



de Comunicação Social, Habilitação Radialismo, da Universidade Federal de Mato Grosso, através de seus produtos, principalmente o Vídeo: “Passa semana que vem” traz o culturalmente marginalizado.

ALGUMAS CONSIDERAÇÕES

Apesar de a realidade local apresentar esta configuração, é curioso observar como a internet e a TV, antes vistas como concorrentes, hoje são tidas como parceiras (CADÉ; 2012). Segundo o articulista Charles Cadé o espaço da Internet foi visto inicialmente como espaço para circulação não autorizada de material protegido com direito autoral. No entanto, contemporaneamente as TVs estão mais atentas à conversação que ocorre nas redes telemáticas, acompanhando ou mesmo fomentando a interação sobre seus produtos. O que HENRY JENKINS define como os conteúdos transmídias, ao discorrer sobre a cultura da convergência.

Esse contexto remete à necessidade do desenvolvimento de um arquivo físico e/ou virtual com o objetivo de promover a melhoria da circulação/difusão e divulgação dos produtos audiovisuais dos acadêmicos. Para que assim haja, ao menos, um avanço desta comunidade no sentido de se situar na contemporaneidade, que ANDRÉ LEMOS (2005), descreve como sendo “o surgimento de uma nova fase da sociedade da informação”. Para ele trata-se de transformações nas práticas sociais, na vivência do espaço urbano e na forma de produzir e consumir informação. A Cibercultura (LEMOS, 2002) solta as amarras e desenvolve-se de forma onipresente, fazendo com que não seja mais o usuário que se desloque até a rede, mas a rede que passa a envolver os usuários e os objetos numa conexão generalizada.

A análise está em consonância com o fato de que o capitalismo contemporâneo, tanto no que se refere ao sistema de produção, quanto à distribuição internacional, eliminou qualquer tipo de isolamento local. Praticamente todos os Estados, raças e culturas de nosso mundo tornaram-se inter-relacionadas, ainda que em diferentes graus e formas e não é porque o curso de Comunicação esteja situado em um estado do interior do Brasil, que esta situação seria diferente. O curso, assim como outros extratos da sociedade está inserido numa dinâmica global, no interior do que é considerado por alguns autores como sistema mundial.



Ainda que o ciberespaço seja efetivamente desterritorializante, essa dinâmica não existe sem novas reterritorializações, como afirma LEMOS (2007).

Frente a essa situação já exposta anteriormente, a pesquisa propõe fundamentalmente identificar as características e a dinâmica do atual processo de circulação de produtos audiovisuais produzidos por estudantes do curso de Comunicação Social da UFMT, considerando que a economia, a política, a cultura e a comunicação encontram-se íntima e indissociavelmente vinculadas. Em outros termos, objetiva-se refletir sobre a configuração das formas de veiculação dos conteúdos produzidos por estudantes oriundos do curso de Comunicação Social da UFMT.

Acreditamos que o vídeo contenha a potência do ato de resistência, porém só funcionam de tal maneira quando o público também está capacitado a compreender o que está sendo proposto no vídeo. Mas pensando-se a partir da perspectiva deleuziana, os vídeos podem proporcionar a criação de singularidades, tanto para quem produz, quanto para quem vê e toma contato com os vídeos. Uma observação que se faz pertinente é o fato de o vídeo tentar burlar o sistema, agindo similarmente a ele, pois para os padrões do curso de Comunicação Social esta foi uma super produção, principalmente para a época: 2003, contando com: produção, direção, direção de arte, direção de elenco, atores profissionais, editor, CD com trilha sonora, making off. No caso de “Passa na Semana que Vem” o público é incitado a não ficar parado esperando uma oportunidade cair do céu e sim enfrentar as barreiras e ir à luta, como fizeram seus idealizadores, que acreditaram na ideia e fizeram o vídeo acontecer, tanto que ele arrebanhou três prêmios em festivais regionais e persiste na memória e imaginário da comunidade formada por estudantes, professores e profissionais de Comunicação Social de Mato Grosso. E a cidade dar-se a ver não apenas através dos personagens, cenários e figurinos, mas também pela expressividade dos elementos audiovisuais, como a luz e as sonoridades que se fazem presentes na obra. Deste modo pode-se dizer que ao assistir este vídeo (re)conhecemos uma Cuiabá de 12 anos atrás, mas que ainda nos diz dela e de sua cultura popular urbana.

Referências bibliográficas

AUMONT, Jacques; Marie, Michel (1999). **A análise de Filmes**. 2a Ed., 1988.



BELTRÃO, Luiz. **Folkcomunicação: a comunicação dos marginalizados**. São Paulo: Cortez, 1980.

BENJAMIM, Roberto. **Folkcomunicação: da proposta de Luiz Beltrão à contemporaneidade**. 2011. In.: <<http://www.eca.usp.br/associa/alaic/revista/r8-9/ccientifica_06.pdf>> acessado em 13 de maio de 2015.

BYSTRINA, Ivan. *Semiótica da Cultura*. no print, 2000.

CADÉ, Charles. **Novas formas de produção, debate e circulação**. Disponível em: http://www.observatoriodaimprensa.com.br/news/view/_ed702_novas_formas_de_producao_debate_e_circulacao

CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede, a era da informação**: Economia, sociedade e cultura. São Paulo: Paz e Terra, 2002. v. 1.

DELEUZE, Gilles. **O Ato de Criação**. Palestra de 1987. Edição brasileira: Folha de São Paulo, 27/06/1999. Tradução José Marcos Macedo.

DELEUZE, Gilles. GATTARI, Félix. **Mil Platôs: capitalismo e esquizofrenia**. Tradução de Aurélio Guerra e Célia Pinto Costa. Rio de Janeiro. Ed. 34, 1995 96p. (Coleção TRANS)

GUATTARI, Félix & ROLNIK, Suely. **Micropolítica: Cartografias do desejo**. Petrópolis: Vozes, 2008.

FIGUEIREDO, Lucienne Zaramella. **A CONSTRUÇÃO DE SENTIDOS EM BLOGS**. Dissertação de mestrado. Disponível em: http://cpd1.ufmt.br/ecco/site/docs/dissertacoes/lucienne_zaramella_figueiredo.pdf

FILHO, José Camilo dos Santos. & Outros. **Pesquisa Educacional: Quantidade-qualidade**. Editora Cortez. 2002

GUSHIKEN, Yuji. **Estudos em comunicação e a formação do mundo do contemporâneo**. Disponível em: <<http://www.espm.br/ConhecaAESPM/Mestrado/Documents/COLOQUIO%20BXM/S1/yuji%20gushiken.pdf>>> II Colóquio Brasil-México de Ciências da Comunicação, 2009, ESPM (Escola Superior de Propaganda e Marketing), São Paulo.



JENKINS, Henry. **Cultura da convergência**. Trad. Suzana Alexandria. 2. ed. São Paulo : Aleph, 2009.

LEMO, André. **Cibercultura e Mobilidade. A Era da Conexão**. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2005/resumos/r1465-1.pdf>

LÉVY, Pierre. **Cibercultura**. Trad. Carlos Irineu da Costa. São Paulo: Editora 34, 1999. 260 p.

LINS, Consuelo. **O documentário de Eduardo Coutinho**: televisão, cinema e vídeo. 2ª. Ed. Rio: Jorge Zahar Ed. 2007.

MACHADO. Arlindo. **Pré-cinema e pós-cinemas**. Campinas, : Papyrus, 1997

MELEIRO, Alessandra. **Dinâmica e Circulação de Produtos Audiovisuais em Países do Mercosul**. Disponível em.: <http://www.puro.uff.br/almanaque/artigos/mercosul.pdf> .

MIRANDA, Fabiana Mões. **FANDOM** Um novo sistema literário digital. Revista digital HipertextusN. 3, 2009. Disponível em <http://www.hipertextus.net.vollume3/Fabiana-Mões-Miranda.pdf> Acesso em 01.03.2014.

ORLANDI. Eni. **Introdução à Análise de Discurso**. Campinas: Pontes, 2006.

PEIRCE. C.S. **Semiótica**. São Paulo: Perspectiva, 1996.

POSSARI. Lucia Helena Vandrúsculo. **Educação a Distância**: sua concepção como um processo sêmiotico-discursivo. In.: http://200.129.241.72/UAB/turma1/docs/Mod_IV_Unid_II_LCompl_Possari

SANTAELLA. Lucia. **Navegar no ciberespaço**. São Paulo: Paulus, 2011.

SENNA, Orlando. **JOGOS SIMBÓLICOS: globalização, regionalização e audiovisual**. In.



Revista Universitária do Audiovisual : regionalização e globalização no campo do cinema e audiovisual / Organizadores: Samuel Paiva, Pedro Dolosic. -- São Carlos : DAC/UFSCar, 2011. 36 p.

SZYMANSKI, Heloisa. (Org.) ALMEIDA, Laurinda Ramalho de. PRANDINI, Regina Célia Almeida Rego. Brasília. Plano Editora. 2002. (Série Pesquisa em Educação, 4)

VANOYE, Francis; GOLLIOT-LÉTÉ, A. (1994). **Ensaio sobre a Análise Fílmica**. Campinas, Papyrus.

<<<http://estudosgeohistoricos.blogspot.com.br/2012/09/memoria-historica.html>>>

<< <https://www.youtube.com/watch?v=RX3sxAnj0FU>>>