

CYN Produções: (Re) Descobrimo o Universo por meio do Audiovisual¹

Edielson SHINOHARA²

Valdecir SILVA JR³

Otacílio AMARAL FILHO⁴

Universidade Federal do Pará, UFPA

Resumo

Este trabalho tem como objetivo, descrever o processo de criação e desenvolvimento do coletivo de produção audiovisual CYN Produções, constituída por 13 estudantes, de Comunicação Social da Universidade Federal do Pará, entre fixos e colaboradores, foi implementada por meio da disciplina Estudos de Temas Amazônicos II. A proposta surgiu a partir do desejo dos integrantes em contribuir para a produção de cultura local, no âmbito do audiovisual, exercendo um papel extensionista, promovendo a troca de conhecimentos com a sociedade e contribuindo para a capacitação profissional de seus colaboradores. Usando teorias de midiaticização, identidades e cultura da Stasiak (2007), como também teorias cinematográficas de Renó (2006), Soares (2007), Eisenstein (2002) e teorias publicitárias como Sant'Anna (2009) e Barreto (2004) para construir e divulgar essas produções via mídias sociais.

Palavras-chave: Coletivo Audiovisual, Histórias, Comunicação.

Introdução

O coletivo de produção audiovisual CYN Produções, foi criada como atividade extensionista, paralela ao desenvolvimento de atividades da disciplina Estudos de Temas Amazônicos II, que é ministrada às habilitações de jornalismo e publicidade e propaganda do curso de Comunicação Social da Universidade Federal do Pará, ministrada pelo professor Drº Otacílio de Amaral Filho, durante o primeiro semestre letivo de 2016.

O projeto surgiu como um coletivo independente de produções audiovisuais, a

¹ Trabalho apresentado na Divisão Temática Comunicação Audiovisual, da Intercom Júnior – XIII Jornada de Iniciação Científica em Comunicação, evento componente do 40º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Estudante do 7º Semestre do Curso Comunicação Social, habilitação em Jornalismo. Email: shinowapp@gmail.com.

³ Estudante do 7º Semestre do Curso Comunicação Social, habilitação em Publicidade e propaganda. Email: neilyork16@gmail.com

⁴ Orientador do trabalho, Professor do curso de Comunicação Social da Universidade Federal do Pará. Email: otacilioamaralfilho@gmail.com.

partir da criação de sua primeira obra documental, o curta-metragem *Viva o Auto*⁵. A partir disto, o grupo, que integra estudantes dos cursos ligados à disciplina expandiu suas atividades, abrangendo outras produções na Faculdade de Comunicação da UFPA, como o vídeo *Vozes da Mudança*⁶, desenvolvido para a Semana do Calouro de 2016, aceito para participação no Festival Internacional *Plural+ Youth Video Festival*.

Este trabalho busca contextualizar os processos e práticas do coletivo de audiovisual, dividindo-se em três tópicos: A Cyn e Belém, onde busca-se fazer um apanhado geral sobre a sociedade belenense, mas também sobre a cultura do audiovisual em uma região considerada periférica do país; A produção Audiovisual, no qual trazemos um referencial teórico sobre o olhar da Cyn, mostrando como relacionamos todos os trabalhos com pesquisas acadêmicas e sociais; e Processo dos produtos, onde fazemos uma breve descrição do produto, do processo de criação do produto, e um apanhado das teorias utilizadas em sua construção.

Como referencial teórico para os processos de criação e desenvolvimento dos produtos, utilizaram-se conceitos estudados na matriz curricular dos cursos de jornalismo e publicidade e propaganda, como as reflexões sobre jornalismo digital, de Marcos Palacios e Beatriz Ribas (2007), e discussões sobre redação, criação e divulgação de campanhas publicitárias, de Armando Sant’Anna (2011), imprescindíveis para a construção dos canais oficiais e difusão do conteúdo produzido pelo coletivo. Assim como também buscamos embasamento em áreas correlatas como cinema e audiovisual como Sergei Eisenstein (2002), Roger Odin (2012) e Denis Renó (2006) para compreendermos melhor os processos audiovisuais como roteiro, captação e montagem das imagens.

A CYN e Belém

O principal intuito dos produtos do coletivo, desenvolvidos da união entre teoria e prática, é promover a valorização cultural local. Todas as peças produzidas e desenvolvidas buscam tratar de temas relevantes para a sociedade. Assim como o

⁵ Documentário sobre o Auto do Círio 2016, produzido como forma avaliativa para a disciplina Estudos de Temas Amazônicos II.

⁶ Vídeo produzido para a Semana do Calouro de Comunicação Social da UFPA - Aceito para concorrer no Festival Internacional *Plural+ Youth Video Festival* 2016.

explicado por Kotler (2013, p. 76) “os mercados de massa são constituídos por muitos nichos. O problema de mirar mercados de massa é atrair caçadores de nicho, mais capazes de alvejar grupos específicos de clientes”, e entender como esses nichos, cultural, artístico, religioso e social são precarizados quando pensamos em difusão de conteúdo e formas de promover o que se está sendo feito nesse cenário.

Os processos comunicacionais se afirmam nas mais variadas formas, compreender as demandas sociais é de suma importância na construção de um projeto, buscando sempre entender a sociedade na qual estamos inseridos, os processos e as formas de relações que nela ocorrem.

Criar espaços para promover e divulgar essas histórias que buscamos contar, visibilizar e iniciar discussões sobre temas pertinentes para a cidade de Belém, o estado do Pará, para a região amazônica e para a sociedade brasileira como um todo. Compreender as relações de troca dentro do cenário urbano belenense se fez de suma importância na projeção de produtos. Sempre procurando compreender as reais demandas sociais da região metropolitana.

O cenário audiovisual independente da região amazônica se encontra em processo de crescimento e desenvolvimento de conteúdos, podemos observar uma melhora na forma na qual estes são organizados e produzidos, percebe-se na região metropolitana de Belém um avanço nas produções e nas difusões tanto por meio de programas de incentivo e produtoras profissionais de audiovisual quanto por meio de festivais, profissionais ou universitários, que na última década têm acrescido o número de obras participantes.

Pode-se observar, também, a reorganização do sistema de produção de conteúdo, a partir das mídias sociais, um público mais ativo e opinativo que busca conteúdo diversificado e mais focado em suas áreas de interesse, que ajuda a promover e difundir essas produções independentes que ganham força e visibilidade como corrobora Stasiak:

Desse modo a mídia deixa de ser um instrumento e passa à qualidade de produtora de sentidos sociais, capazes de transformar os modos de socializar e influir na constituição das representações e formação da identidade do sujeito caracterizando, assim, a sociedade midiaticizada. Nesse contexto, consideramos a internet como mídia que melhor ilustra as possibilidades de

comunicação contemporânea. (Stasiak, 2007).

Observa-se então uma mídia em crescimento, um formato que gera o interesse da população como uma das formas de leitura de histórias e informação, principalmente nas plataformas digitais, as quais são o principal meio de divulgação de projetos independentes, como o desenvolvido pelos coletivos independentes e profissionais da região, assim como o discutido por Renó (2006) “o que percebe-se, de fato, é que ele se sente ambientado com essa fragmentação de informações, num grande hipertexto e seus links. (...) E essa leitura é pertinente também para o audiovisual.”

Podemos ver como a principal forma de divulgação de diversos coletivo produtores de audiovisual na região utiliza as mídias sociais para promover suas produções e sua equipe enquanto coletivo.

A criação de páginas e canais no Youtube são as melhores formas de conquistarem alguma visibilidade.

Assim como o explicado por José de Souza (2016) “esse processo reflete em uma maior liberdade para os espectadores/usuários presencie ambientes mais interativos, e que os utilize a partir de seu próprio modo de escolha (individualmente ou coletivamente)”. Com o crescimento do número de usuários em rede e como pode-se ver o novo formato de produção de conteúdo, buscamos, no coletivo, trabalhar nas melhores formas de criar conteúdos para essas plataformas e que eles possam comunicar de forma efetiva aos interessados.

O principal objetivo da CYN Produções é a difusão desses conteúdos, os quais entendemos como relevantes para a sociedade: cultura, arte, entretenimento, lazer, informação, e tem como cerne promover o pensamento reflexivo de forma leve e em linguagem acessível.

Seu nome CYN Produções surge a partir dos significados encontrados e relacionados aos movimentos desejados e estimulados pelo grupo. Cyn representa a facilidade, a rapidez, a fluidez com a qual produzimos e dirigimos nossa existência, sempre buscando a melhoria para apresentar os projetos em sua melhor possibilidade.

Tendo como objeto de trabalho o contar dessas histórias, nos seus mais diversos aspectos, contribuindo para a produção audiovisual universitária belenense, e também

para a difusão de movimentos artísticos, políticos e sociais, assim como qualquer acontecimento relevante para a preservação de movimentos religiosos ou culturais, de interesse público ou institucional.

Seu portfólio é composto por documentários, curta-metragens de ficção e conteúdos audiovisuais produzidos para a web. Suas obras, são criadas com a função de reverberar vozes, de maneira a concretizar o papel social da comunicação em promover reflexões sobre a garantia de direitos democráticos, dando visibilidade às histórias singulares, por meio da difusão de seu conteúdo em diversas mídias.

A produção audiovisual

A Nova Mídia tem a capacidade de concentrar em um mesmo ambiente diversos formatos de apresentação de informações. Texto, áudio, vídeo, fotografias, animações, simulações podem fazer parte da narrativa webjornalística de maneira complementar, constituindo uma estrutura plural que explora os diferentes sentidos da percepção humana. (Palacio e Ribas, 2007. p. 44)

Desenvolver produtos no formato audiovisual demanda tempo e planejamento. Pensar nessas produções para mídias sociais requer um novo olhar e uma adaptação. A necessidade do trabalho coletivo dentro de um coletivo como a CYN Produções é de suma importância, pois como agência experimental promove o aperfeiçoamento profissional corroborando para o fomento e promoção dos projetos sociais e históricos da região, sempre priorizando as histórias e os processos sociais.

Os métodos utilizados variam com a necessidades de cada produto. Sempre passando por diversas etapas, análise de projetos, desenvolvimento de roteiro, produção, captação de imagens e som e pós-produção: finalização de artes, montagem cinematográfica.

As técnicas utilizadas são fundamentadas técnicas publicitárias de criação e produção baseadas nos livro de Armando Sant’Anna (2008), Tiago Barreto (2004) e Zeca Martins (2003) que nos auxiliaram nas plataformas de redes sociais e na produção e escrita em diversos setores dentro do coletivo.

Entender a importância da relação publicitária dos produtos desenvolvidos auxilia na árdua tarefa de comunicar. Nossas produções passam por diversas etapas em seu desenvolvimento, uma das mais importantes é a divulgação feita via mídias sociais,

com artes textos e página oficial no Facebook, e divulgação via portais de imprensa e jornais impressos por meio de assessoria.

O objetivo global do planejamento [publicitário] é proporcionar soluções práticas, baseadas nos fatos, para problemas específicos de marketing e propaganda [...]. O planejamento deve ser o pivô que centraliza, coordena e integra todos os fatores necessários à realização dos objetivos mercadológicos e de propaganda. [...]. (SANT'ANNA, 2011. p. 98)

Todo o planejamento publicitário de divulgação é feito a partir do preceitos das relações publicitárias com o mercado, buscando sempre enfatizar o desenvolvimento de conteúdo social e humanizado feito pelo coletivo, estudar as melhores formas de promover o filme é uma das principais etapas. Esse processo diverge de acordo com as necessidades de cada produto.

Uma maneira de divulgação dos produtos, e que ainda está em fase teste do coletivo, são exposições feitas em escolas públicas e centros comunitários, como um forma de levar esse conteúdo para um público que não necessariamente iria encontrar no meio digital, ou mesmo promover as discussões sobre os temas nesses locais, buscando auxiliar no desenvolvimento social e educacional local.

Nos segmento cinematográfico utilizamos métodos descritos e desenvolvidos no livro *Documentário e Roteiro de Cinema* (2007) dos autores Sérgio Soares e José Puccini, que descrevem os processos cinematográficos da pré-produção, passando pela pesquisa de campo, argumentos, tratamento, filmagens até a pós produção, Soares comenta como muitas vezes a produção de documentários subestimada quando na realidade ela traz consigo as mesmas cargas e necessidades de um filme de ficção.

{..} não obstante as evidentes diferenças nas formas de planejamento entre os gêneros ficção e o documentário, foi por muito tempo no modelo de produção do filme de ficção (apoiado em roteiro) que parte significativa da tradição documentária se guiou (...) Esse equívoco na concepção do processo de construção do filme documentário, sustentado pela falsa idéia de que o gênero exige menos preparação ou menos da intervenção criativa do cineasta, vem sendo constantemente refutado por documentaristas e teóricos verdadeiramente envolvidos com a prática. Documentário é também resultado de um processo criativo do cineasta marcado por várias etapas de seleção, comandadas por escolhas subjetivas desse realizador. (SOARES, 2007. p.18, 20).

Utilizamos também para configuração teórica dos procedimentos do coletivo as técnicas e teorias de montagem cinematográfica baseadas nos livros de Sergei

Eisenstein “Os Sentidos do Filme” (2002) para sustentar nossas produções trazendo sentido para a construção narrativa.

Isto é ainda mais necessário a partir do momento em que nossos filmes enfrentam a missão de apresentar não apenas uma narrativa *logicamente coesa*, mas uma narrativa que contenham *o máximo de emoção e de vigor estimulante*. A montagem é uma poderosa ajuda na solução desta tarefa. (EISENSTEIN.1947. p.14)

É relevante destacar que seus membros são responsáveis pelo fortalecimento do respeito aos códigos de ética, contribuindo com a CYN Produções no sentido de cumprir seu objetivo de reconhecimento enquanto a responsável pelo ato de comunicar, informar e orientar a sociedade na qual está inserida,

a característica comum a todas as ciências sociais é não se ocupar de conduta individual do homem, por ser seu único e exclusivo fim os resultados derivados da reunião da sociedade de uma massa de indivíduos [...]. O fato de sermos livres não impede que cada um se deixe arrastar pela corrente e que, em um determinado número de indivíduos, certa porcentagem a siga fixamente. [...]. Particularmente é sempre importante buscar entender o perfil do público estudado a partir de revisão histórica de comportamento e de suas interpretações mais isoladas, utilizando-se a psicologia social. (SANT'ANNA, 2011. p. 67)

As leis publicitárias estão relacionadas ao âmbito social, compreender as formações sociais e os conjuntos simbólicos nela inseridos são os fatores determinantes para entender os processos da ética publicitária, supervisionada pelo Conselho Nacional de Autorregulamentação Publicitária (CONAR), a atividade publicitária segue algumas regras de veiculação as quais a Agência CYN Produções segue as diretrizes, assim como também estamos em conformidade com o art. 3º do capítulo II do Código de Ética dos Jornalistas Brasileiros: “o exercício da profissão de jornalista é uma atividade de natureza social, estando sempre subordinado ao presente Código de Ética.”.

Possuímos diversos cuidados em relação ao direitos autorais de nossas obras, seguindo as leis dos direitos intelectuais brasileiros, sempre com a documentação necessária de autorização de uso de imagem e som, de todos os personagens.

Produtos e Processos

O coletivo CYN Produções realiza suas atividades de forma integrada, reunindo as habilidades de cada um para execução de um trabalho, sempre unindo

forças entre as duas habilitações, publicidade e jornalismo, para a produção dos trabalhos.

As funções dispostas na agência percorrem ambas as habilitações, como roteiro, produção, fotografia, direção, pós-produção assim como áreas específicas como assessoria, promoção, social media, divulgação.

O modo de organização se dá a partir da chegada do briefing no qual identificamos quais as habilidades e habilitações necessárias para a realização de determinados produtos. Após a escolha e montagem da equipe, se iniciam os processos de roteiro, produção, direção, atuação, captação, montagem, finalização e divulgação.

5.1. O conceito

A academia foi concebida como um local de aprendizado no qual devemos buscar sempre a melhoria e compreensão dos processos não só publicitários e jornalísticos, como de uma maneira geral: comunicacionais. A criação da marca da CYN Produções surge da projeção de uma estrela, seu formato e cores quentes remetem aos conceitos dos anos 1970 e a Pop Art assim como faz uma breve menção às cores da estrela mais próxima.

O conceito estrela parte da ideia de produzir conteúdo (luz) para que ele se espalhe no universo (mundo, internet). O slogan (re)descobrimo o universo através do audiovisual é uma breve insinuação ao fato de conhecermos o universo, mas estamos dando um novo olhar através das lentes das câmeras, reproduzindo o nosso ponto de vista e o divulgando.

5.2. Produtos

5.2.1. *Viva o Auto*⁷

O documentário *Viva o Auto*, desenvolvido para a disciplina de Estudos de Temas Amazônicos II e que deu início a agência, foi criado na perspectiva de mostrar a relação simbólica e sentimental com o Auto do Círio⁸. A partir do olhar e das

⁷ Documentário *Viva o Auto* hospedado no Youtube. Disponível em: <<https://youtu.be/OV8eSGfoiT8>>. Acesso em: 08 de jul de 2017.

⁸ O Auto do Círio é um projeto de extensão da Universidade Federal do Pará, tombado como patrimônio histórico e imaterial ligado ao Círio de Nazaré. Conta com apresentações teatrais, musicais e performáticas em um cortejo pelas ruas do bairro da Cidade Velha, em Belém.

experiências do público participante ativo, que está diretamente envolvido na produção e criação do espetáculo.

O produto possui grande relevância e a importância para a sociedade local, e também nacional. O documentário ganhou como maior nota na categoria Cinema e Audiovisual, modalidade Filme de não ficção/documentário/docudrama (avulso), no FestCom, etapa local dos prêmios Expocom promovido pela Intercom., recebeu elogios de seus avaliadores que pontuaram tal relevância para tanto para o mercado quanto para sociedade acadêmica e no geral.

A captação de material imagético durante mais um dos autos realizados rendeu extenso conteúdo, que possibilitou a produção de duas versões⁹ do documentário, uma de maior duração, a qual ficou dedicada a disciplina e uma versão modificada e menor dando origem a um novo produto que inscrito no festival Osga de vídeos universitários ganhou a categoria de melhor minidocumentário. A versão curta-metragem também foi aceita na na Mostra Sesc de Cinema (edital 2016/2017), e será exibido por dois anos nas instalações do Sesc Pará e em escolas e instituições parceiras.

5.2.2. *Eu Tô Bem*¹⁰

O curta-metragem de ficção *Eu tô bem*, foi desenvolvido por uma necessidade de expandir conhecimentos para além dos formatos documental e vídeos para plataformas digitais. Iniciando os processos de criação e produção de um produto ficcional, embora segundo Odin (2012) o filme ficcional, de certo modo, também possua maneiras de se documentar, compreendemos então a importância de contar histórias de diversas maneiras, tendo em produtos tidos como ficcionais um pedaço da realidade das histórias das quais nos inspiramos para escrever tais roteiros.

O filme conta a história de uma jovem que passa pela angústia de um término de relacionamento e que se vê presa em lembranças até o momento em que ela descobre que tudo ficará bem. Inscrito no festival Osga de Vídeos Universitários recebeu o prêmio de melhor fotografia. O curta também foi um dos filmes aceitos na Mostra Sesc

⁹ Documentário Viva o Auto (versão curta) e ganhadora do Prêmio de Melhor Minidocumentário de Festival Osga de Vídeos Universitários, organizado pela Universidade da Amazônia, hospedado no Youtube. Disponível em: <https://youtu.be/5_j3-YncZ9E>. Acesso em: 08 de jul de 2017.

¹⁰ Curta-metragem Eu Tô Bem, hospedado no Youtube. Disponível em: <https://youtu.be/Y1Y_zBIJBk>. Acesso em: 08 de jul de 2017.

de Cinema (edital 2016/2017), e será exibido por dois anos nas instalações do Sesc Pará e em escolas e instituições parceiras do Sesc.

5.2.3. *Vozes da Mudança*¹¹

O vídeo *Vozes da mudança* para plataformas digitais, foi desenvolvido para a Semana do Calouro de Comunicação Social da UFPA 2016. O vídeo parte do papel do comunicólogo e da importância desse profissional na sociedade contemporânea. O vídeo convida calouros para falar sobre questões sociais como racismo, feminismo e inclusão de pessoas com deficiência e como eles veem possibilidades de modificar essas realidades a partir da comunicação e o papel deles enquanto comunicólogos. O vídeo foi selecionado para o festival internacional *Plural+ Youth video festival 2016*, realizado na cidade de Nova Iorque, nos Estados Unidos com o nome *How Can Communication change the World*.

5.3.4. *Plié*¹²

O documentário *Plié* narra a construção do espetáculo homônimo, da Companhia Moderna de Dança. O média-metragem mostra o processo de desenvolvimento dos personagens e finalização da peça desenvolvida a partir do conceito de dança imanente, e a relação dos bailarinos com o processo direto na construção do espetáculo.

O documentário também mostra as mudanças percebidas por seus artistas a partir da mudança da companhia de seu antigo prédio -ligado a uma escola local-, e agora passa a ser independente, e como o novo formato que já vinha sendo pensado pode ter sido posto em prática.

5.3.5. *Outro Dia*¹³

O documentário *Outro dia* foi desenvolvido para a disciplina de Documentários em Telejornalismo. O curta fala sobre a realidade de moradores da

¹¹ Vídeo de abertura da Semana do Calouro de Comunicação Social 2016, hospedado o Youtube. Disponível em: <<https://youtu.be/0utsNnMbIa0>>. Acesso em: 08 de jul de 2017.

¹² Documentário *Plié*, da Companhia Moderna de Dança (Belém-Pa), hospedado no Youtube. Disponível em: <<https://youtu.be/DEuJu5-F7II>>. Acesso em: 11 de jul de 2017.

¹³ Documentário *Outro Dia*, hospedado no Youtube. Disponível em: <<https://youtu.be/7T1u7W26vAo>>. Acesso: 08 de jul de 2017.

periferia de Belém e como as suas vidas serão modificadas com a aprovação da Proposta de Emenda à Constituição 287, a que propõe a reforma da Previdência. Fazendo um paralelo entre mãe e filho, ela na regra de transição e ele no início da vida de trabalho, mostra como suas vidas serão transformadas e seus sonhos de um dia poder descansar após anos de trabalho podem nunca acontecer.

Considerações

Os trabalhos desenvolvidos pelo coletivo audiovisual CYN Produções possibilitam o elo entre a teoria e prática, que são funções complementares e auxiliam no processo profissional e acadêmico, objetivando equipará-las. Essa forma de trabalho desenvolve o profissionalismo dos indivíduos, não somente no âmbito profissional, mas também no social enquanto cidadãos, pois os temas trabalhados e discutidos em nossos produtos são relevantes para a sociedade, contribuindo para a divulgação social e cultural da região norte.

Os formatos de pesquisa, criação e desenvolvimento dos produtos proporciona ao estudantes envolvidos no projeto, a realização de análises comunicacionais, sociais e profissionais, promovendo a prática dos conteúdos aprendidos em ambas as habilitações, sempre trabalhando em conjunto para um melhor aproveitamento dos processos.

O enfoque do coletivo é a experimentação de linguagens publicitárias, jornalísticas e cinematográficas, assim como o desenvolvimento das habilidades dos estudantes que compõem a agência. Outra relevante característica é o formato de produtos, sempre promovendo a discussão e o diálogo entre sociedade e academia. Compreendemos os formatos desenvolvidos pelo coletivo e sabemos de sua importância social e gostaríamos de manter esse forma produtiva de aliar teoria e prática em nossas produções garantindo assim informação, cultura e entretenimento de qualidade.

Referências

ASSOCIAÇÃO Brasileira de Imprensa. **Código de Ética dos Jornalistas Brasileiros**. Disponível em: <<http://www.abi.org.br/institucional/legislacao/codigo-de-etica-dos-jornalistas-brasileiros/>>. Acesso em: 02 de abr de 2017.

BARRETO, Tiago. *Vende-se em 30 segundos: manual do roteiro para filme publicitário*. São Paulo: Editora Senac, 2004.

CYN Produções. **Coletivo de Audiovisual**. Disponível em:
<<http://cynproducoes.wixsite.com/cynproducoes>>
<<https://www.facebook.com/cynproducoes/>>. Acesso em: 08 de jul de 2017.

EISENSTEIN, Sergei, 1898-1948. **O sentido do filme**. apresentação, nota-se revisão técnica, José Carlos Avelar; tradução, Teresa Ottoni. - Rio de Janeiro: Jorge Zahar ed., 2002.

MARTINS, Zeca. *Redação Publicitária – a prática na prática*. São Paulo:Atlas, 2003.

ODIN, Roger. **Filme documentário, leitura documentarizante**. Significação - revista de cultura audiovisual, nº 37, 2012, p. 10-30.

RENÓ, Denis Porto. **Ciberdocumentarismo: tópicos para uma nova produção audiovisual**. Ciências e Cognição 2006; Vol 07: 128-124

SANT'ANNA, Armando. ROCHA JUNIOR, Ismael. GARCIA, Luiz Fernando Dabul. **Propaganda : teoria e prática** - 8ª ed. revista e ampliada - São Paulo : Cengage Learning 2009.

SOARES, Sérgio José Puccini. **Documentário e Roteiro de Cinema; da pré-produção à pós-produção** / Sérgio José Puccini Soares. – Campinas, SP: [s.n.], 2007.

STASIAK, Daiana. **Midiatização, identidades e cultura na contemporaneidade**. Revista Contemporânea nº9. 2007.

SOUZA, José Jullian Gomes de. CAJAZEIRA, Paulo Eduardo Silva Lins. **Webdocumentário: a composição narrativa em bases de dados e a interatividade entre o produto audiovisual**. XXI Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste – Salto - SP. 2016.