

A resenha cinematográfica na internet como espaço de produção de vínculos e discussão do espectador contemporâneo¹

Lúcio Flávio Teixeira de CARVALHO²

Maria Ângela MATTOS³

Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais – PUC Minas, Belo Horizonte, MG

Resumo

Por meio do sistema de comentários e das relações estabelecidas entre seus respectivos assuntos, o artigo aborda a resenha cinematográfica online como novo espaço de discussão democrática e de criação de vínculos entre diversos tipos de emissores e receptores ligados à produção cinematográfica. Como recorte, utilizou-se a resenha do filme *Django livre* no site Omelete. Acredita-se que a resenha cinematográfica na internet abre novos espaços e perspectivas de interação e formas de se expressar a opinião pública. Questões como as novas formas por meio das quais os contratos de leitura do audiovisual são firmados e os novos perfis de leitores modelo serão também abordados.

Palavras-chave

Resenha cinematográfica; contratos de leitura; leitor modelo; prosumidores audiovisuais; *Django livre*.

Introdução

O presente artigo aborda os processos de interação do espectador cinematográfico nas perspectivas que emergiram dentro de algumas das possibilidades contemporâneas advindas da midiatização. Para isso, utiliza-se da resenha cinematográfica na internet como objeto capaz de agregar opiniões diversas, de formatos variados, sobre um mesmo tema, em um “espaço” dedicado a ela. Questões como os contratos de leitura audiovisuais, o papel ativo do espectador e as novas formas de consumo dos meios surgem como fenômenos que não podem ser desprezados dentro desse panorama.

Para analisar essas novas formas de interação espectral contemporânea, foi contemplada a resenha crítica do filme *Django livre*, publicada no site de entretenimento informativo Omelete. A obra, dirigida por Quentin Tarantino, é uma aventura *western* que

¹ Trabalho apresentado no GP Conteúdos Digitais e Convergências Tecnológicas, XV Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do XXXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Mestrando do Curso de Comunicação Social da PUC Minas, email: lucio@luciocarvalho.com.

³ Orientadora do trabalho. Professora do curso de pós-graduação *stricto sensu* de Comunicação Social da PUC Minas, email: dede_mattos@hotmail.com.

narra a história de Django – um escravo liberto que torna-se um caçador de recompensas e tenta encontrar sua esposa Broomhilda, vendida para um poderoso fazendeiro. Apesar de ser a primeira experiência do cineasta com o gênero, algumas de suas características peculiares de direção, fotografia e roteiro estão presentes na obra e são debatidas pelos fãs de maneiras diversas, e com distintas perspectivas – ora sendo de forma positiva, ou ora sendo criticada negativamente.

A resenha cinematográfica é “basicamente, um formato do gênero opinativo do jornalismo, usado para a realização de críticas sobre os mais diversos produtos culturais” (FIRMINO JÚNIOR; COELHO, 2013, p. 4). Seu principal objetivo é fomentar o debate a respeito de um filme. No ambiente da internet, essa discussão ganha novas potencialidades e se configura na dinâmica da interação mediada entre pessoas:

Esse suporte (a resenha) começou em ambiente puramente impresso, mas terminou se incluindo na grande transformação promovida pela Web, que permite uma dinâmica e ambiência própria, e é capaz de nos fazer perceber que nosso objeto não é meramente o texto da resenha, mas seus “espaços entre”, seu dinamismo com outras possibilidades de interação e entretenimento que se tornam possíveis pela Web – além das trocas culturais promovidas que vão desde a narrativa de um filme, passando pela resenha, até sua reconfiguração nos usos feitos através dos comentários do público interagente. (FIRMINO JÚNIOR; COELHO, 2013, p. 8).

Na contemporaneidade, a midiaticização passa a se constituir, em parte, ligada à problemática trazida pela circulação comunicacional mediada por uma “constelação” de aparatos técnicos e de indivíduos-consumidores que passam a ocupar posições de produtores de mensagens (FERREIRA, 2012). No âmbito desses objetos técnicos, o nomadismo e a velocidade configuram a realidade da comunicação e são as bases de tendências futuras. Acredita-se que essa sociedade se constitui, hoje, através dessa cultura midiática e de suas formas de produção (BORELLI, 2010), criando novas formas de se “estar juntos” e de se vivenciar experiências diversas – do cotidiano ao experimental, dos estudos ao entretenimento. O receptor é “convidado” a participar, debater e expor seu ponto de vista, baseado em uma cultura de participação comunitária advinda dos primórdios da rede (CASTELLS, 2003). Dentro do cinema, especificamente, essas opiniões mostram-se valorosas ao representar o “retorno” dentro de um processo interacional e abrir perspectivas de segmentação - uma “resposta processual aos limites de eficiência da massificação”. (BRAGA, 2006, p. 10).

Os contratos de leitura no cinema

Em toda proposta comunicacional existem relações de complexidade entre enunciador, enunciatário e enunciado. Relações de participação, assimilação, compreensão ou, até mesmo, de negação. No cinema, a posição espectral é construída com base em um modelo de representação baseado na pintura (BRITO, 1998), responsável pela “criação” de um espectador *voyeur*, centrado, que ocupa a posição da câmera:

No texto cinematográfico, por exemplo, o que Gianfranco Bettetini define como o sujeito da enunciação fílmica corresponde, na verdade, a um aparato conceitual ausente construído tecnicamente (ângulos, movimentos de câmera, montagem, etc.). Segundo Bettetini, este aparato “vê” as coisas antes do espectador e pelo espectador, induzindo projetivamente um comportamento adequado de “leitura”. Constrói-se, desse modo, o próprio “olhar” do espectador para o texto no interior desse próprio texto, colocando-o simbolicamente no lugar deste ausente: o “ponto de vista” da câmera corresponde, em última instância, a própria noção do sujeito enunciatário de um filme. (BRITO, 1998, p. 2).

O espectador de cinema é previsto, dessa forma, como “um lugar de ausência para que o filme possa se dar-a-ver como se fosse uma história contada por ninguém” (BRITO, 1998, p. 5). O filme “ignora” ser visto pelo espectador, como se não soubesse de sua existência (salvo algumas exceções, geralmente de caráter conceitual). O que esse modelo narrativo busca é esconder as marcas do aparato técnico de mediação, auxiliando a projeção do espectador, como indivíduo, dentro da ficção. Para “guiar” o caminho desse espectador, ou seja, organizar a narrativa cinematográfica conforme determinados princípios de enredo e poéticas, recorre-se à montagem.

O cinema hollywoodiano, em específico, tende a propor obras com significados e narrativas sólidos, com pouco estímulo à participação interpretativa do espectador de forma mais ativa. Existem, porém, diretores que se destacam – tanto por subverter essa ordem, como por propor enredos inusitados ou experiências imagéticas pouco usuais no meio comercial. Nesse sentido, o cinema americano, de forma geral, destaca-se do europeu, ao desenvolver-se com feições mais democráticas “como resultado do convívio de imigrantes de várias origens e classes sociais” (MACHADO, 2009, p. 77). O produto dessa “hibridação” são filmes repletos de diversidades. E diretores que se diferenciam dos demais, como é o caso de Quentin Tarantino.

Os complexos diálogos (SOARES, 1999), a violência visual exacerbada marcada por trilhas sonoras *pop* (RIZZO, 2013) e a recorrente temática envolvendo o subgênero cinematográfico “crimes urbanos” (VEDIA, 2010) são alguns dos elementos característicos na obra do diretor. Fora isso, seus filmes trazem referências de outras obras dentro de sua própria filmografia, além de evocarem elementos da cultura *pop* norte-americana, filmes alternativos de baixo orçamento que o influenciaram em sua juventude, técnicas cinematográficas anacrônicas que passam a ganhar o status de *cult*, entre outros elementos – que exigem do cine espectador o domínio de amplo repertório referencial especializado, fato pouco comum no meio cinematográfico hollywoodiano. Esse conjunto de características, recorrentes em sua filmografia, é o responsável pela consolidação de todo um estilo fílmico coeso, definido pelo próprio Tarantino como uma espécie de “energia”:

Quero que daqui a 10 anos, daqui a 20 anos, daqui a 30 anos, algum garoto de 12 anos de idade descubra os meus filmes e pense que eu sou um cara legal. E quero que ele seja capaz de pegar *qualquer* um dos meus filmes, *qualquer* um, e que esse filme tenha a mesma energia de todos. (TARANTINO *apud* RIZZO, 2013, p. 15).

A categoria “contrato” é utilizada ao afirmar que os participantes do processo comunicativo aceitam certos princípios e regras que tornam possível a troca intertextual (IUVA, 2007). Esse conceito propõe que o texto cinematográfico seja um espaço imaginário onde vários percursos são propostos ao leitor (ROCHA; SIBILA, 2010), ora de forma livre, ora de forma “sinalizada”. A operação e a interpretação da linguagem são os dois extremos desse “jogo contratual”. O espectador permanece, a todo momento, “avaliando o que se disse e como se disse, de acordo com seus conhecimentos, e decide se aceita, se acredita, se ignora, etc., os valores daquele discurso. É nesse agenciamento que os sentidos se constroem, e são postos a circular” (IUVA, 2007, p.11). O receptor, dessa forma, constrói o sentido do discurso de acordo com sua crença, cultura e vivências, em um constante processo de negociação com o produtor (ROCHA; SIBILA, 2010). Dessas, considerações, resulta o que se entende como contrato de leitura:

São regras, estratégias e políticas de sentidos que organizam e que se formalizam nas práticas textuais como instâncias que constituem o ponto de vínculo entre produtores e usuários. Neste cenário, pode-se, resumidamente, interpelar Verón e Eco da seguinte maneira: Enquanto para Verón o leitor é trabalho, porque ler é fazer, é produzir sentido, para Eco, o leitor antes de trabalhar é pensado pelo lugar de produção de mensagens, ou seja, ele é idealizado por operações textuais, ficando restrito a este aspecto. (ROCHA; SIBILA, 2010, p. 5).

Os contratos de leituras são pactos firmados entre emissores e receptores, nos quais uma parte busca adesão e a outra decide se aceita ou não. É caracterizada pelas ofertas discursivas e/ou imagéticas. O grau de comprometimento desse contrato se revela de acordo com as estratégias do enunciador, que “ao escolher certos elementos em detrimento de outros, mostra que conhece seu cine-espectador, seu público potencial, fator chave para o firmamento do pacto de vidência” (IUVA, 2007, p. 12). Dentro do cinema comercial, tais estratégias marcam, dessa forma, a busca por um perfil específico de espectador, no qual as produtoras devem dirigir seus esforços publicitários, com “promessas” de um entretenimento satisfatório. Esse perfil específico de indivíduo, suscetível ao consumo e à interpretação textual e, conseqüentemente, ao firmamento do contrato de leitura – no qual aceita, não apenas consumir aquela informação, como também desempenhar um papel específico enquanto enunciatário, com a postura mais apropriada a fim de possibilitar sua imersão ficcional – é aquilo que mais próximo podemos designar como leitor modelo dentro do texto audiovisual.

A resenha cinematográfica como espaço de discussão

Conforme a perspectiva apontada por Fausto Neto (2002), toda comunicação humana é sempre aberta e, por esse motivo, “todo discurso é sempre susceptível de múltiplas leituras” (FAUSTO NETO, 2002, p. 202). O sistema de interação social sobre a mídia é “um sistema de comunicação diferida e difusa” (BRAGA, 2006). Por esses motivos, o receptor passa a ser cada vez mais imaginizado em termos de perfis perfis modelados/interpelados pela indústria cinematográfica. E isso tende a acabar com a ideia do receptor “genérico” ou do público passivo.

Quando mencionamos os atuais processos de miditização, nos referimos a toda uma ordem de mediações socialmente realizadas, que modificam e são modificadas na relação entre as demandas sociais e os modos de se fazer e agir no meio tecnológico. São criadas novas formas de produção, recepção, circulação e consumo de informações (FIRMINO JÚNIOR; COELHO, 2013). Deve-se frisar que, desde as primeiras interações midiáticas, a sociedade age e produz, de maneiras diversas, sobre os produtos comunicacionais. E que a sociedade midiática “responde”, muitas vezes, por meio da própria mídia:

Superada uma visão dualista entre a mídia e a sociedade, percebendo-se que a sociedade midiática age via mídia (e não apenas sofre a mídia), não haveria

nenhuma razão para que os processos de fala e reação (interação social) sobre a mídia se acantonassem em espaços extramidiáticos. (BRAGA, 2006, p. 40).

Hoje, mais do que nunca, compartilhamos novas formas de se “estar juntos” de maneira mediada (BORELLI, 2010). Vivenciamos, em nosso cotidiano, interações sociais “[...] muito mais diversas do que apenas os momentos de defrontação direta com as interfaces tecnológicas que nos expõem seus produtos” (BRAGA, 2010, p. 74, 75). O foco, portanto, deixa muitas vezes de estar nos produtos comunicacionais para privilegiar as relações e experiências em si. A experiência estética passa a ser a experiência estética compartilhada (BRAGA, 2010), com alternativas diversas ampliadas por meio da rede:

[...] com as atuais possibilidades da rede informatizada, um grande número de participantes sociais pode “contar suas experiências”: os que melhor sintonizarem a escuta terão maior probabilidade de continuar contando e de ser ouvidos. Os processos de seleção dos vetores mais prováveis passa a ser feito não só por “críticos especializados”. (BRAGA, 2010, p. 80).

Apesar de não se caracterizar como um fenômeno novo, percebe-se que a inter-relação entre público e obra ganha, então, novas potencialidades a partir do momento em que o foco no compartilhamento e nas relações de produção comunicacional pública se sobressai. Nesse contexto, uma nova problemática passa a fazer parte da midiatização, relacionada à circulação inter-midiática, ou seja, “[...] a circulação realizada no âmbito da constelação de dispositivos midiáticos, entre produtores que ocupam posição de consumidores [...], e de indivíduos-consumidores que passam a ocupar [...] posições de produtores (FERREIRA, 2012, p. 252).

Nesse ambiente, a resenha cinematográfica, assim como diversos outros tipos de produção textual ou imagética ligadas ao audiovisual, ganham novas possibilidades relacionais, de circulação e produção. O gênero surge dentro do ambiente jornalístico (FIRMINO JÚNIOR; COELHO, 2013) como ferramenta opinativa no intuito de fomentar o debate e oferecer informações de caráter crítico ao público que desejava um conhecimento prévio, que o pudesse “guiar” em alguns aspectos, antes de assistir a determinada obra fílmica. No ambiente das redes, pautado pela Cultura Comunitária Virtual (CASTELLS, 2003), esse mesmo público encontrou nos sistemas de comentários uma ferramenta capaz de “expandir” o texto da resenha, com informações e discussões específicas sobre o tema abordado. A resenha cinematográfica passa a ser dotada de novas configurações relacionadas ao dinamismo, interconexões e narrativas plurais:

Os comentários continuam onde a resenha para, tornando-se dinâmicos por tempo indeterminado. Além disso, não sabemos, em meio a tantas repercussões sobre um filme, onde a ficção começa e onde acaba. A inteligibilidade da história conta-se agora também pela resenha, principalmente aquela presente na Web, que surge como complementação desse universo. Ainda que o esmiúce, que o desconstrua para poder analisá-lo, as interconexões presentes na convergência digital não possibilitam ao público leitor o entendimento de uma única narrativa. (FIRMINO JÚNIOR; COELHO, 2013, p. 12).

Ao observar a resenha do filme *Django livre* no site Omelete, constatamos esse dinamismo e a atividade do público, interferindo diretamente na obra. O site, um dos maiores do Brasil dedicados à cultura pop midiática em suas várias instâncias (como cinema, jogos, música, séries televisivas e histórias em quadrinhos), publicou uma resenha assinada por Marcelo Hassel em 07 de janeiro de 2013, onze dias antes de sua estreia oficial nos cinemas nacionais. No texto, além de fazer uma sinopse de *Django livre*, Hassel comenta cenas específicas, fala sobre o estilo “tarantinesco” e o relaciona com outras obras do diretor. Os comentários, em sua pluralidade de abordagens e opiniões, começaram a surgir, de forma espontânea, apenas alguns minutos após o texto ser publicado e se prolongaram, de forma efetiva, até cerca de um mês depois⁴.

O conteúdo postado nesses comentários, por sua vez, configura uma interessante rede de relações. Existem comentários criticando o estilo de redação do autor, pessoas ansiosas para assistir ao filme, pontos de vista que relatam as características próprias do diretor que são esperadas na obra, metacomentários (comentários de comentários, discordando ou dando apoio a determinadas posições colocadas), entre outros. Existem também pessoas que utilizam o sistema de comentários para promover um *hiperlink*, que direcione os internautas à um conteúdo relacionado com a temática, porém em outro *website*, como por exemplo, um vídeo no YouTube onde esteja vinculada uma crítica ao filme com uma dinâmica diferente daquela apresentada textualmente no site. Além disso, pelo período de tempo no qual os comentários foram escritos, percebe-se uma série de diferentes experiências sobre a obra filmica: desde pessoas que ainda aguardavam o lançamento até aqueles que o assistiram fora do Brasil, antes de sua estreia oficial em território nacional, ou o baixaram ilegalmente via tecnologia *torrent*.

O que se percebe, via geral, é uma pluralidade de aparelhos tecnológicos, com diferentes potencialidades e características, sendo utilizados por prosumidores (consumidores que produzem conteúdo) ativos da informação, para dialogar, produzir,

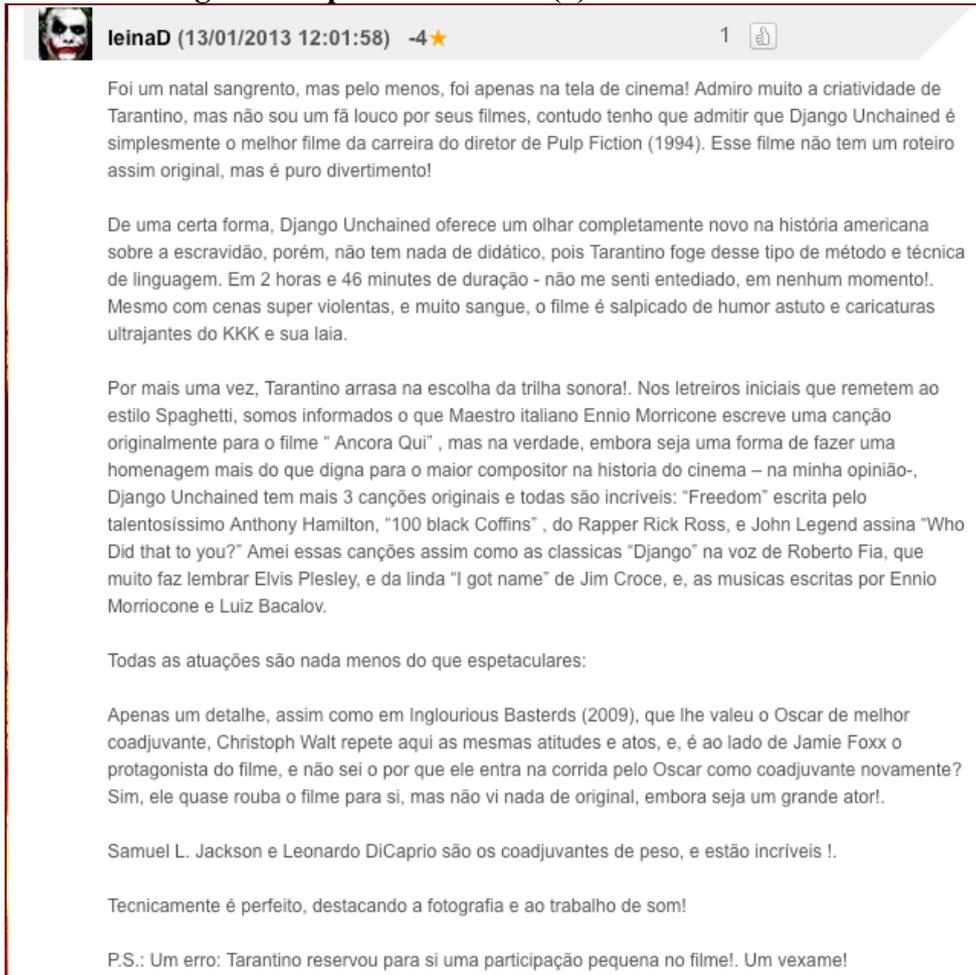
⁴Dados coletados em 20/06/2015.

interferir, discordar, dentro do próprio site, ou estabelecer ligações externas com outras plataformas midiáticas na *web* capazes de oferecer as ferramentas necessárias para sua mensagem, resposta, crítica ou questionamento, moldadas conforme a sua vontade textual, sonora, imagética ou audiovisual. De acordo com Jost (2011, p. 98), se os “modelos estéticos vindos da internet podem invadir o telefone celular ou os computadores, é porque inventam formatos que se ajustam em suas telas”, ou seja, as potencialidades dos meios são apropriadas, usufruídas, reinventadas. E os meios ditos “tradicionais”, apesar de não terem sofrido uma “debandada” como se acreditava há algum tempo atrás, sofreram, sim, modificações. Do mesmo modo, a internet também é influenciada pelos meios de comunicação de massa.

Por um lado, por exemplo, “podemos dizer que os jovens não jogam mais o jogo da televisão, que é o de respeitar o calendário da programação, fundamento da fidelização do telespectador por meio de seu retorno no dia e horário fixos” (JOST, 2011, p. 96). Por outro, ao se presenciar um grande evento televisionado, por exemplo, percebe-se a reverberação pública nas redes sociais da internet. Nesse sentido, pode-se dizer que “as redes sociais contribuem a elaborar essas comunidades imaginárias às quais a televisão nos tinha habituado e que estavam em vias de desaparecer” (JOST, 2011, p. 102).

No cinema, não ocorre de forma diferente. Apesar de seu ambiente supremo ser a sala escura, com a grande tela e a poltrona aconchegante na qual o telespectador se senta e usufrui de sua experiência fílmica, não se pode desprezar as telas de celulares, *tablets* ou televisões domésticas onde o filme pode também ser consumido. E, além disso, deve-se também considerar a transmidialidade da experiência compartilhada: seja ela disposta na forma de uma resenha cinematográfica de um conhecido site de entretenimento informativo ou em um canal opinativo do YouTube com poucas visualizações. Ambos são meios opinativos que fomentam uma participação ativa e espontânea do público, com manifestações que vão desde pequenas ofensas pessoais entre internautas até textos críticos com uma visão interpretativa própria e uma análise elaborada da obra fílmica, como exemplificado na Figura 1:

Figura 1: Opinião crítica do(a) internauta leinaD



The image shows a screenshot of a forum post. At the top left is a small profile picture of a person with a white mask. To the right of the picture is the text 'leinaD (13/01/2013 12:01:58) -4★'. Further right is the number '1' and a small icon of a speech bubble. The main body of the post contains several paragraphs of text in Portuguese, discussing the movie 'Django Unchained' and its director, Quentin Tarantino. The text is enclosed in a thin red border.

Fonte: Resenha de Marcelo Hassel no site Omelete

O que se observa, independente da aprovação ou reprovação do conteúdo, é a manifestação de um ponto de vista. São contemplados o roteiro, o enredo, a duração, a experiência da recepção fílmica, as atuações, a trilha sonora, entre outros elementos. Se os contratos de leitura são importantes elementos, construídos através de operações discursivas por meio das quais as mídias contatam seus leitores (BORELLI, 2010), tem-se, também o sentido inverso do movimento. O público responde a esses “pedidos de atenção”, por meio do compartilhamento de experiências e expectativas, de modo informal e espontâneo.

CONCLUSÃO

Os códigos e estruturas lógicas do digital estão, também, subordinados às convenções e normas sociais. Dessa forma, não se pode dizer que a participação ativa do público ou que a própria transmidialidade e convergência midiática sejam fenômenos

novos. No entanto, ao mesmo tempo, não se pode negar as potencialidades e transformações advindas com a popularização da rede. De acordo com Ferreira (2012), isso conecta, potencialmente, as pessoas em uma nova base de condições de produção, consumo e circulação de mensagens e possibilidades diversas de comunicação em rede.

Dentro desse contexto, os processos de midiatização devem ser pensados de forma mais ampla. A midiatização não deve ser caracterizada apenas como formas de produzir, organizar e transmitir mensagens, mas sim no “modo através do qual a sociedade se constrói” (ALVARENGA; LOMBARDI, 2012, p. 273). E os novos fenômenos comunicacionais são apenas uma parte disso. A sociedade é construída, em sua realidade social, através de processos interacionais por meio dos quais grupos, setores e indivíduos se relacionam (BRAGA, 2006). E, em termos de circulação comunicacional, o que se percebe são as relações entre sub-universos especializados.

No intuito de “chamar a atenção” desses sub-universos especializados para a sua produção, a indústria cinematográfica recorre aos contratos de leitura. São características filmicas aguardadas pelos possíveis espectadores sobre determinada experiência de recepção audiovisual, como pequenas “promessas”. São os modos de se dizer algo, “estratégias e políticas de sentidos que organizam os modos de vinculação entre as ofertas e recepção dos discursos midiáticos” (FAUSTO NETO, 2007, p. 3). São vínculos entre produtores e consumidores, ainda que essa diferenciação seja cada vez mais tênue. Nesse panorama, assim como enfatizado por Braga (2010), maior é a aceitação da obra quanto maior for o contato do público com a expectativa gerada e, no momento do consumo, essa concretizar-se de forma fidedigna.

Ainda que nenhum desses fenômenos sejam novos ou inéditos no campo da comunicação, percebe-se novas potencialidades advindas com a internet. A cultura da participação ativa, cativada em espaços para a discussão de tópicos específicos, chamada de cultura comunitária virtual (CASTELLS, 2003), configura-se como uma resposta rápida e espontânea do público. Em termos de transmidialidade, o filme no cinema é discutido em várias instâncias, que vão desde a expectativa de seu lançamento até a experiência filmica tardia. A resenha é apenas o começo, desenrolando-se, de forma orgânica, por comentários textuais de conteúdos diversos, ligações (*links*) para vídeos, artes de fãs, *blogs* e outros espaços de produção. As bases de toda essa comunicação são relacionais e, em certa perspectiva, democráticas. São respostas e novas discussões, com perspectivas pessoais diversas, de um público segmentado, que abrem novos questionamentos tanto para os

contratos de leitura como para as noções de leitor-modelo. É o sistema de resposta social de várias instâncias reverberando em uma esfera específica, mas, ao mesmo tempo, plural.

REFERÊNCIAS

ALVARENGA, Clarisse carto; LOMBARDI, Kátia Hallak. Miatização e mediação: seus limites e potencialidades na fotografia e no cinema. In: JACKS, Nilda; JUNIOR, Jeder Janotti; MATTOS, Maria Ângela (Org.) **Mediação e Miatização**. Salvador: Editora da Universidade Federal da Bahia – EDUFBA, 2012.

BORELLI, Viviane. **Miatização, dispositivo e os novos contratos de leitura geram uma outra religião**. 2010. Disponível em <http://www.bocc.ubi.pt/_esp/escola.php?codinst=100>, acesso em 10 set. 2014

BRAGA, José Luiz. **A sociedade enfrenta sua mídia**: dispositivos sociais de crítica midiática. São Paulo: Paulus, 2006.

_____. Experiência estética & miatização. In: LEAL, Bruno Souza; GUIMARÃES, César; MENDONÇA, Carlos (Orgs.). **Entre o sensível e o comunicacional**. Belo Horizonte: Autêntica, 2010.

_____. **Sobre “miatização” como processo interacional de referência**. GT Comunicação e Sociabilidade, 15 Encontro Anual da Compós, Bauru: junho de 2006.

BRITO, Yvana Carla Fechine de. Cinema, televisão e vídeo: uma proposta de abordagem semiótica da recepção. In: CONGRESSO DA ASSOCIAÇÃO LATINOAMERICANA DE PESQUISADORES EM COMUNICAÇÃO, 4., 1998, Recife. **Anais...** Recife: ALAIC, 1998.

CASTELLS, Manuel. **A galáxia da internet**: reflexões sobre a internet, os negócios e a sociedade. Trad. Maria Luiza X. de A. Borges. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2003.

FAUSTO NETO, Antônio. A deflagração do sentido: estratégias de produção e de captura da recepção. In: **Sujeito**: o lado oculto do receptor. São Paulo: Brasiliense, 2002

FAUSTO NETO, Antonio. Contratos de Leituras entre regulações e deslocamentos. In: **Diálogos Possíveis**, Ano 6, n.2. Salvador: FSBA, 2007. Disponível em <<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2007/resumos/R1528-2.pdf>>, acesso em 14 set. 2014.

FERREIRA, Jairo. A comunicação como questão no âmbito das hipóteses sobre a miatização. **Ghrebh**, São Paulo, n. 18, p. 248-267, out. 2012.

_____. Miatização: dispositivos, processos sociais e de comunicação. In: **Revista e-Compós**, Brasília, n. 10, dez. 2007.

FIRMINO JÚNIOR, João Batista; COELHO, Maria das Graças. Mídiação e convergência na resenha cinematográfica: estudo de caso. **Cultura Midiática**, n. 11, jul/dez. 2013. Disponível em <<http://periodicos.ufpb.br/ojs/index.php/cm/article/view/17553>>, acesso em 07 set. 2014.

HESSEL, Marcelo. **Django Livre**: crítica. Disponível em <<http://omelete.uol.com.br/django-unchained/cinema/django-livre-critica/#.VAzlZGK9KK1>>, acesso em 14 set. 2014.

IUVA, Patrícia de Oliveira. A convergência da publicidade e do cinema na estratégia contratual do trailer cinematográfico. In: XXX CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO. **Anais...** Santos: 2007. Disponível em <<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2007/resumos/R1453-1.pdf>>, acesso em 19 jul. 2014.

JOST, François. Novos comportamentos para antigas mídias ou antigos comportamentos para novas mídias? **MATRIZES**, São Paulo: ECA-USP/Paulus, ano 4, no2. janeiro/junho 2011. p. 93-109.

MACHADO, Mariângela. A formação do espectador de cinema e a indústria cinematográfica norte-americana. **Revista Sessões do Imaginário**, Faculdade de Comunicação Social da PUCRS, Porto Alegre, v.1, n.22, dez. 2009. Disponível em: <<http://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/famecos/article/viewFile/6475/4705>>, acesso em 23 jul. 2014.

RIZZO, Sérgio. O advento de Tarantino: o impacto de um talento singular. In: KURTINAITIS, Marcos (Org.) **Mundo Tarantino**. São Paulo: Pró-reitoria de Cultura e Extensão Universitária – USP, 2013.

ROCHA, Sibila; GHISLENI, Taís Steffenello. Contratos de leitura: os vínculos entre emissor/receptor na passagem da sociedade midiaticizada. 2010. Disponível em <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/bocc-rocha-jornalismo.pdf>>, acesso em 15 jul. 2014.

SOARES, Sérgio José Puccini. **Cães de Aluguel**: análise de um roteiro de Quentin Tarantino. 1999. Dissertação (Multimeios) - Universidade Estadual de Campinas

VEDIA, Mauro Baptista. **O cinema de Quentin Tarantino**. Campinas: Papyrus Editora, 2010.