

## **A resenha e o audiovisual na Web: o caso do *site* Omelete**

João Batista FIRMINO JÚNIOR<sup>1</sup>  
Olga TAVARES<sup>2</sup>

### **Resumo**

O artigo trata de como a resenha audiovisual adaptou-se ao *site* Omelete, através da seção “OmeleTV”. Aborda como o audiovisual vem se apresentando na web, sobretudo nesse caso específico, e, para tal, busca entender a natureza do vídeo e sua formação híbrida. Considerar-se-á, também, a natureza caleidoscópica do próprio ambiente em que esse tipo de vídeo é reproduzido, ou seja, um mundo de interações entre o público e a variedade de telas dentro de telas que lhe surgem através do monitor, diminuindo qualquer réstia de “aura” do audiovisual, tirando-o da condição de centro da atenção.

**Palavras-Chave:** Resenha. Audiovisual. Web. Omelete.

### **Abstract**

The article is about how the audiovisual review adapted to the website Omelete, through the session “OmeteTV”. It approaches the way the audiovisual has been presenting itself on the web, especially in this specific case, and, to this end, it attempts to understand the nature of the video and its hybrid formation. In addition, the kaleidoscopic nature of the very environment in which this kind of video is played, that is, a world of interaction between the audience and the variety of screens inside the screens that come to them through the monitor will be taken into consideration, reducing any shred of the audiovisual “aura”, taking it from the spotlight condition.

**Keywords:** Review. Audiovisual. Web. Omelete.

### **Introdução**

Neste trabalho, tentamos entender um pouco como o vídeo vem sendo adaptado ao dinamismo da web, coexistindo com todo um jogo de telas sobre telas, onde o

---

<sup>1</sup> Mestrando do Programa de Pós-Graduação em Comunicação (PPGC/UFPB). Pesquisador do Gmid. E-mail: firminojunior83@gmail.com..

<sup>2</sup> Professora do Programa de Pós-Graduação em Comunicação (PPGC/UFPB). Doutora em Comunicação e Semiótica (PUCSP). E-mail: olmasi@ig.com.br.



público transita tanto pelo audiovisual como por outras telas e mecanismos próprios que surgem no monitor de um computador, de um tablete, de um *laptop*, *netbook* ou celular. O que significa que aquela capacidade imersiva, aquele encantamento para com o universo do audiovisual, que já era diminuído no vídeo pré-web, torna-se ainda mais complexo pela inter-relação com texto escrito, *hiperlinks*, e a função de um “controle remoto” que está automaticamente embutido na relação entre teclado, mouse, *touchscreen* e os ícones de botões que aparecem na tela, num mundo onde, para alterar o que está na tela, o sujeito tem que agir com base em recursos que já estão dentro da tela.

Assim, tentamos entender isso com um pequeno estudo de caso, uma análise predominantemente descritiva e interpretativa, envolvendo a seção OmeleTV do *site* Omelete<sup>3</sup>, um endereço eletrônico escolhido por ser ligado a um provedor como o “Uol<sup>4</sup>” e por ser responsável pela rica veiculação de notícias, artigos e resenhas (que eles denominam “críticas”), bem como trailers e imagens, além de um sistema de comentários, aproximando-se tanto de uma função de webjornalismo de entretenimento como, também, de um aspecto de blog, informal, em contato com um público segmentado, ao invés de um público geral, que exerce seu poder de interação através de comentários tanto no *site* como em redes sociais interligadas ao Omelete. Essa análise servirá de ponto culminante para toda uma discussão que percorrerá o presente trabalho.

O caso específico do OmeleTV consiste no uso de *videocasts*, ou seja, a produção de vídeos para a internet, na realização de programas sobre lançamentos de filmes e séries de histórias em quadrinhos, por exemplo. O *site* cresce, em potencialidade, ao se utilizar de um audiovisual próprio, que transcende a natureza dos trailers – sendo esse um dos motivos por termos escolhido o Omelete.

Portanto, faremos essa análise e pretendemos, com ela, abrir caminho para um olhar sobre o audiovisual produzido para a web, dividindo atenção com a escrita, os *links*, o controle na própria tela e imagens diversas, sendo que nosso foco estará no que consideramos ser uma “resenha audiovisual” inserida nesses vídeos – totalizando uma análise que gere uma conclusão ainda parcial.

<sup>3</sup> Acessível pelo link <http://omelete.uol.com.br/>.

<sup>4</sup> Acessível pelo link <http://www.uol.com.br/>.

## 1 Resenha e convergência de mídias na web

Uma rápida definição da resenha jornalística parte de José Marques de Melo (1994, p.125), assumindo que tal estrutura textual "... corresponde a uma apreciação das obras-de-arte ou dos produtos culturais, com a finalidade de orientar a ação dos fruidores ou consumidores".

Resenha é, basicamente, um formato do gênero opinativo do jornalismo, normalmente textual ou audiovisual, partindo de um autor que pode ser jornalista, crítico reconhecido ou amador (esse último, sobretudo, na web); utilizando-se da revista, do vídeo, da web ou do jornal como meio; assumindo uma ação analítica e judicatória, com o intuito de vender um produto ou a imagem de um produto; para um receptor ou consumidor específico.

Com o tempo, houve uma mudança de meio envolvido na produção desse que também é um produto por si só, possibilitando resenhas audiovisuais reunidas em um ambiente hipermidiático<sup>5</sup>, confluindo com diferentes mídias como texto e imagem, em um equipamento (computador, tablete, celular) que também reúne diferentes funções.

Isso no faz buscar uma noção do que é essa convergência, no que ela consiste e para onde ela vai, ou, acima de tudo, como ela interfere na própria concepção do que é uma resenha. Henry Jenkins (2009, p.29) se refere à convergência como um "... fluxo de conteúdos através de múltiplas plataformas de mídia", bem como a uma "... cooperação entre múltiplos mercados midiáticos" e "... ao comportamento migratório dos públicos dos meios de comunicação". Todavia, nosso foco aqui está no primeiro ponto, na multiplicidade de formatos midiáticos que se tornam acessíveis em um ambiente que as une, revelando a predominância da imagem.

Analisando o *site* Omelete, um endereço eletrônico criado em 2000 pelos editores Marcelo Forlani e Érico Borgo, voltado ao entretenimento, com a disposição de notícias, de resenhas (que eles preferem denominar "críticas", mas que cumprem a mesma função da resenha) e de artigos, temos uma profusão de temáticas e de

---

<sup>5</sup> Por "hipermídia", entendemos "todos os métodos de transmissão de informações baseadas em computadores, incluindo texto, imagens, vídeo, animação e som" (FERRARI, 2009, p.99).

ferramentas de abordagens dessas temáticas, por vezes mais adequadas a elas. Por exemplo: a criação da seção “OmeleTV” ou a disposição de trailers ao redor de textos críticos. Sobre o “OmeleTV”, falaremos mais adiante; por enquanto, observamos a presença de trailers não como entes exclusivos, mas como complementadores da informação, opinião e interpretação presentes no ambiente textual. O texto sem o trailer perde, nesse caso, sua completude; já o trailer sem o texto perde a orientação do que é comentado ou informado, o que tornaria o *site* um mero depósito de vídeos e não um meio contextualizador. Abaixo, vejamos um exemplo:

Quem mais lucrou com o filme foi, sem dúvida, **Shawn Levy**. O cineasta que antes tinha feito os dois Uma Noite no Museu mostrou que tem capacidade para ir além das comediazinhas família de Ben Stiller.

**Gigantes de Aço** é emocionante, envolvente e já rendeu a Levy inúmeros convites para direção e tantos outros boatos de envolvimento em projetos dos mais diversos tipos.

**PHILIPS**  
sense and simplicity

**Sylvester Stallone** prestou uma ótima homenagem a **Rocky Balboa** ao fazer o sexto filme da sua franquia de boxeador, mas o Rocky do século 21 não é de carne e osso, mas sim de lata e pixels.

- [Gigantes de Aço | Cinemas e horários](#)
- [Gigantes de Aço | Omelete Entrevista: Hugh Jackman](#)

Leia mais sobre [Gigantes de Aço](#)

Imprimir Email Compartilhar Tweet 100 Curtir 67 pessoas curtiram isso.

**Vídeos relacionados**

- Os Gigantes de Aço - Hugh Jackman e Evangeline Lilly
- Gigantes de Aço | Featurette com Sugar Ray Leonard
- Gigantes de Aço - Trailer 2 Legendado
- Real Steel - Trailer 1

FIGURA 1 – Página do *site* Omelete, com texto e vídeos relacionados.  
FONTE – <http://www.omelete.com.br>, acessado em 22 de outubro de 2011.

Essa função complementar não passa de uma óbvia fragmentação do produto original, sendo útil, sobretudo, em relação a textos-resenhas de produtos culturais audiovisuais como filmes, séries de TV, e jogos eletrônicos predominantemente narrativos. Também demonstra a supremacia do audiovisual como ente que melhor

destaca o que vem a ser uma convergência midiática, no nosso objeto de estudo. Pois, tecnicamente, a junção de diferentes formas midiáticas de ver o mundo, posicionadas em uma mesma plataforma, de certa forma já havia em jornais e revistas a partir do momento em que o texto passou a ser complementado por imagens e caricaturas; sendo o diferencial, aqui, a presença do audiovisual na mesma tela onde o público acessa textos e imagens, exigindo competências que desloquem a simples leitura de um texto para a imersão no audiovisual, seja como complemento ou como local mesmo do texto.

Todavia, é preciso explicar que o resultado dessa convergência midiática no *site* Omelete – ou seja, a imersão pelo audiovisual – vive em um meio que relativiza essa imersão, a partir do momento em que o público percebe, obviamente, a miríade textual e as possibilidades de reação através de comentários, em um meio de comunicação que não é mais apenas um “meio”, mas um “espaço de comunicação”. Quer dizer, não se tem acesso apenas a um texto ou a um vídeo, mas, antes deles, a um espaço mediador que permite ao público atingir as mídias que se apresentam dentro da web.

## **2 O audiovisual no ambiente *online*: algumas características**

Entendendo o audiovisual como uma linguagem, conceituamos tal linguagem propriamente audiovisual como “... os modos artificiais de organização da imagem e do som que utilizamos para transmitir ideias ou sensações, ajustando-nos à capacidade do ser humano para percebê-las e compreendê-las” (RODRÍGUEZ, 2006, p.27).

Temos, então, técnicas e produtos originados dessas técnicas, que levam a um público variado a imagem “objetiva”, que “... é a imagem que vem de fora (‘da natureza’)” (MACHADO, 1997, p.226), aparentemente intocada pelas distorções do caráter interior da subjetividade humana.

Mas é justamente na resenha que essa subjetividade entra em cena, seja tendo um trailer como ente complementar, mas sem anular manifestações como o cinema e a televisão. Faz sua fama apropriando-se de fragmentos (através dos trailers) de filmes, e séries de TV, para a ilustração de uma resenha e para a fruição gratuita de uma prévia do produto analisado.

Tudo isso ocorre como continuidade do contexto definido por Arlindo Machado (1997), que consiste na maneira como tem mudado a relação entre público e audiovisual, da seguinte forma: o público tem a noção mais forte de que está lidando com algo explicitamente artificial. “A visualização passa a ser agora um ato solitário” onde “... o filme pode ser interrompido a qualquer momento,...” (MACHADO, 1997, p.209), ou seja, há aquele aspecto que envolve a participação do usuário numa interação reativa, onde ele responde, a partir do momento em que decide assistir ao vídeo, a comandos na tela do computador que lembram o controle remoto de um aparelho de DVD, envolvendo interromper, avançar ou retroceder o vídeo.

Todavia, essa mesma possibilidade de interferir na veiculação individual e solitária de um trailer, a nosso ver, promove ainda mais imersão; pois, ao contrário de um controle remoto, só o fato de o usuário se ver frente à tela de um computador (ou de um tablete ou um celular), ele já está incorporado a um ambiente irreal. Tenhamos em mente a questão da “tela da tela”, e vemos que é justamente o ato de manejar o trailer que tira o usuário não do virtual, mas de um grau desse virtual, confirmando a imersão à primeira e maior tela: a do *site*, a da web. O usuário não sai do vídeo para um controle remoto real, mas tem uma versão desse controle em outra instância do virtual.

O que antes era massivo, passa pela fase do vídeo; e o que antes era vídeo tradicional, transpõe-se para um vídeo na web, onde “sair” dele envolve confirmar a permanência em um ambiente anterior que é a web.

Se o primeiro ponto que caracteriza o audiovisual na web é a convergência de mídias, o segundo seria esse “falso escapismo” que só confirma a permanência no virtual. Uma terceira característica é a compartimentalização desses vídeos, que vão se acumulando com o passar do tempo em *links* específicos, constituindo um banco de dados. Mas, o que se tem, em geral, é um conjunto de “janelas” (os vídeos) que nos leva ao direcionamento do audiovisual em prol de um adensamento da atenção quanto ao universo global de uma página da web. Vemos, assim, um contexto em que se valoriza a ação temática de um filme ou de um trecho narrativo de um jogo eletrônico (o universo global), a partir do fragmento (o trailer).

### 3 A construção de uma resenha audiovisual na web

A exposição de análises e opiniões que exerçam efeito de resenha jornalística na web vem sendo estruturada através de elementos de compactação e troca de informações, tornando-se, como sabemos, disponível a um público maior e, ao mesmo tempo, mais ativo em relação ao conteúdo dessas informações (é por meio disso que reconhecemos o valor do conjunto “computador, internet e web”). Mas, a mídia que vem sendo utilizada para a exposição dessas opiniões e análises não deve ser só entendida como “audiovisual”, genericamente falando, mas um tipo de audiovisual calcada no vídeo, um formato híbrido por natureza.

Mas, como o vídeo pode conter uma resenha? Através da liberdade dada em uma linguagem que permita a junção de elementos do cinema, da televisão e, no nosso caso estudado, até mesmo dos quadrinhos (no que concerne a passagem de quadros seguindo essa estética).

Há uma ampla possibilidade combinatória, híbrida, servidora da computação gráfica, que compensa o caráter distraidor do restante da tela (ou do mundo exterior, no caso de exibição do vídeo em um celular ou em um tablete). Temos uma condensação das informações, baseada em uma linearização de um enredo ou de uma experiência contada através da sobreposição de imagens de estúdio, cartazes do produto cultural, trailers, possibilidade de aparecimento de imagens diversas e cenografia (temática ou não), em um ritmo que permite mais que um “comentário”, mas uma análise, um julgamento com prós e contras determinado produto cultural, com exemplos que aparecem no momento exato em que se fala.

Um caso adequado, como exemplo, está na seção “OmeleTV” do *site* Omelete. Esse endereço eletrônico surgiu em 2000, comandado por Érico Borgo e Marcelo Forlani, e é especializado em promover filmes, jogos eletrônicos, séries de histórias em quadrinhos, músicas e séries de TV, com notícias, artigos e resenhas textuais (que eles denominam “críticas”), em um formato de portal, que, de acordo com Pollyana Ferrari (2009), consiste num *site* possuidor de uma tela inicial com conteúdos díspares. Entendemos, assim, que se trata de um formato que nos serve como porta de entrada a diversos caminhos, envolvendo ferramentas de busca e subdivisões diversas das



temáticas do Omelete e dos gêneros (como notícia, artigo e resenha) em que tais temas aparecem, além de interligações com redes sociais.

### 3.1 O caso do OmeleTV

O OmeleTV é um espaço dedicado a *videocasts*, realizados com os dois editores principais e outros jornalistas, contendo matérias dos próprios profissionais do Omelete. Nele, além da exposição de um determinado produto cultural, há comentários e análises que lembram o que seria uma “resenha audiovisual”. Mas, é preciso deixar claro que tudo é dividido em blocos, que podem ser assistidos separadamente ou não. Há, também, a confluência de uma determinada edição do OmeleTV com um texto inicial ou final.

As edições desses vídeos são sempre pautadas no bom humor, quase sempre com uma cenografia temática e uma caracterização dos jornalistas que vão abordando filmes, jogos eletrônicos, e temas que se envolvem com os produtos analisados.

Observamos, numa visão geral, que há uma estética que lembra um programa de televisão, onde a câmera alterna de apresentador para apresentador, rapidamente, mas sem a mesma formalidade de um programa de televisão.

O vídeo completo, e os vídeos de cada bloco, seguem após um texto explicativo, sobre do que se trata a edição da semana, numa configuração geral que converge texto escrito e audiovisual.



Mais : Entrevistas | Trailer | Videodicas do Omelete

Home - OmeleTV

## Videocast - OmeleTV #140 - A macacada reunida

Damos nossas opiniões finais sobre o filme do Lanterna Verde e falamos também de O Planeta dos Macacos - A Origem

A Cozinha  
26 de Agosto de 2011

132 72 1  
Comentários Tweet Curtir +1

Agora que os bravos e destemidos já foram aos [cinemas](#) ver com seus próprios olhos como ficou o filme do Lanterna Verde, os Cozinheiros se reúnem pela última vez para discutir o longa. Mas nem só de lamentações é feito este episódio. Nós separamos um espaço para falar do ótimo *Planeta dos Macacos - A Origem* e depois listar os símios mais importantes da história da cultura pop! Será que Andy Serkis vai ser indicado ao Oscar desta vez? No último bloco falamos do trailer do *Motoqueiro Fantasma*, da volta de Ridley Scott ao universo de *Blade Runner* e encerramos com as questões sentimentais no quadro #borgomeajuda.



FIGURA 2 – Página de *videocast* do *site* Omelete, uma parte da seção “OmeleTV”, com texto e vídeo completo relacionado.

FONTE – <http://www.omelete.com.br>, acessado em 28 de novembro de 2011.

O transcorrer de um vídeo no OmeleTV, se formos considerar a edição 140, mantem-se fiel à filosofia do *site*, com uma informalidade, uma proximidade com o segmento do público jovem, como se tudo fosse apresentado no quarto adolescente de um deles. Mas, nem por isso, despreza um formato linear, só abalado pela possibilidade de o público começar a assistir por blocos diferentes.

Há uma coesão baseada na apresentação de um mesmo formato de computação gráfica, contendo vinheta e símbolo próprio, como algo feito para televisão, um programa de variedades, cuja dinâmica alterna-se entre as discussões entre os apresentadores, a fala com o público, e a fala acompanhando uma imagem ou trailer do produto apreciado. Sendo que a base de tudo é a criatividade.

Um exemplo dessa criatividade, retirado de um vídeo da edição 140 (que é a mesma apresentada na figura anterior), demonstra a forma como os quadros chegam a ser organizados, com informações que se desenrolam simultaneamente, mas sempre seguindo o vetor da voz dos jornalistas.

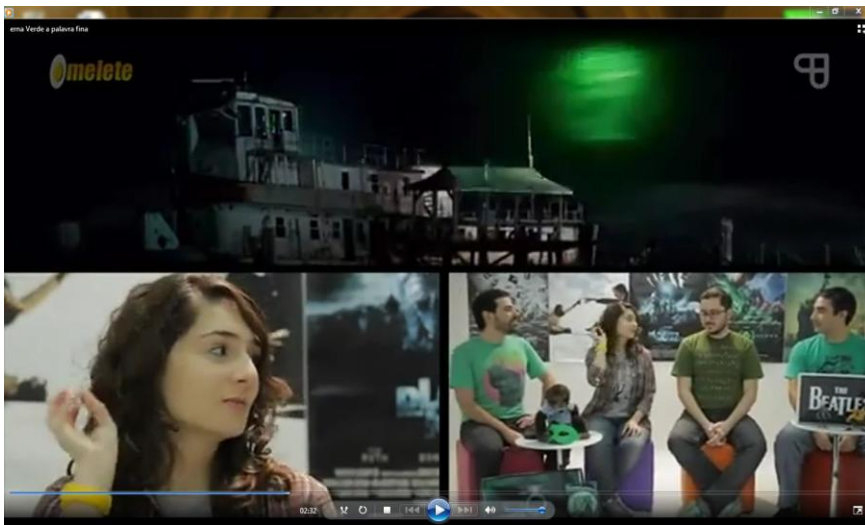


FIGURA 3 – Cena do *videocast* 140 do site Omelete, da seção “OmeleTV”, onde vemos um uso de quadros que lembram a narrativa de uma história em quadrinhos.

FONTE – <http://www.omelete.com.br>, acessado em 28 de novembro de 2011.

Os sistemas visuais desses vídeos mantem-se no texto escrito (nomes que aparecem no cenário, nas roupas ou na condição de identificadores do *site*), na imagem diretamente captada pela câmera (plano que contem o cenário principal e os apresentadores) e ilustrações (que também servem para identificar o *site*).

A sincronia, sempre com informações que complementam ou ilustram o que é dito, segue com quadros que se iniciam com a apresentação do grupo e do cenário, e o jogo entre a fala de cada um deles e a apresentação de trailers, numa dinâmica entre a apreciação crítica da obra e o fragmento narrativo dessa obra. Mesmo assim, essa sincronia não impede que haja unidades temáticas internas, sob a forma de blocos, que nos surgem como se fossem atos do teatro.

O olhar é dirigido para todos os pontos identificadores do conteúdo do vídeo, mas se focando nos apresentadores, cujas vozes também servem para dirigir o olhar no momento em que a tela é preenchida por trailers. Esses apresentadores são mostrados



através de um Plano Médio ou de Conjunto, que, segundo Ismael Xavier (2008, p.27), é usado “... para situações em que, principalmente em interiores (uma sala, por exemplo), a câmera mostra o conjunto de elementos envolvidos na ação (figuras humanas e cenário)”, abrangendo um campo menor de visão que o Plano Geral. Já a progressão geral desse *videocast* é amarrada pelo controle da fala por esses apresentadores, que comandam início, progressão e término do programa.

A iluminação é técnica e as cores, de acordo com o espírito do *site*, são bem variadas – ainda que elas possam assumir uma homogeneidade de acordo com a temática principal explorada (por exemplo: a predominância do verde no caso de uma edição que aborde o filme *Lanterna Verde*).

Além disso, é preciso considerar o contexto, onde “... uma mensagem é transmitida de uma comunidade de produtores ou emissores a uma comunidade de consumidores ou receptores” (MACHADO: 1997, p.193), ou seja, temos todo um conjunto de *videocasts* que primam pela informalidade, de tal forma como um produto de uma equipe pequena para grupos segmentados que seguem o *site*. A lógica é de uma produção quase caseira para um público igualmente simples, como parte de uma troca de informações, cujo retorno se dará no sistema de comentários para o público. Há um senso não hierárquico, não apenas na forma como o conteúdo dos programas são organizados (com aquela disposição que lembra uma conversa), mas pelo caráter aparentemente só para fãs específicos, de vídeos que não seguem a lógica massificante de uma televisão – e que não se prende apenas ao *site*, devido ao seu caráter reprodutível no *Youtube*. É como algo avulso, que explora a aparência de ser feito de fãs para fãs.

Em geral, temos um ambiente onde se processa uma confluência de telas que levam a telas, sempre amarradas pela fala dos apresentadores, cuja essência é a natureza do vídeo e o ato de exercer mais amplamente o que é potencial em um vídeo: uma certa simetria, ou a aparência de uma certa simetria, entre um público segmentado, mais localizável e uma equipe não muito diferente desse tipo de público. Em meio ao conteúdo é que surge o espaço possível para o desenvolvimento da análise de um produto cultural, configurando-se como uma forma de resenha audiovisual presente na web.

## Considerações finais

É uma questão fundamental saber que

A convergência televisão e internet torna-se um fator inquestionável na lógica do mercado digital. Mas há muitas questões a serem respondidas, principalmente, relacionadas ao tipo de conteúdo que essa fusão exigirá. É nessa convergência midiática que surge a necessidade de produção de conteúdos específicos para o suporte. Esses conteúdos serão sincréticos, pois, integram e dinamizam o diálogo entre vários códigos e linguagens (AFFINI, 2009<sup>6</sup>).

Ou seja, temos esses vídeos presentes na seção “OmeleTV” como exemplos dessa convergência, sobretudo da televisão, do audiovisual híbrido em formato de vídeo, e sua coexistência com a web.

A resenha audiovisual presente na web, considerando o caso analisado, desdobra sua potencialidade crítica numa conversa simples entre seus apresentadores e o público. Trata-se de uma oralização e de uma audivisualização do que normalmente é feito na forma de texto escrito, onde se tem a oportunidade de apresentar, no mesmo ambiente, tanto a resenha como fragmentos da narrativa analisada.

Passamos por um processo que começa no teatro, parte para o cinema, atualiza-se na televisão, realiza-se no vídeo e transborda-se para o tipo de vídeo produzido para a web. Um tipo que precisa se adequar à atenção parcial contínua do público, geradora de stress para as gerações mais velhas. Já para as gerações mais jovens, as quais o *site* se dedica, temos um ambiente onde elas aglutinam, num só processo, atos como andar, falar, realizar alguma outra atividade (no caso do celular e dos tablets); sempre fazendo com que a atenção se divida entre diferentes funcionalidades e ícones presentes na mesma tela que se apresenta através do monitor.

Chegamos ao ponto essencial do vídeo feito para a web, materializado em resenhas audiovisuais: um produto feito para que o público possa interagir diretamente com a relatividade do poder imersivo desse tipo de audiovisual, onde as narrativas são secundárias ou ilustrativas, internas ao formato geral coordenado pelos apresentadores.

---

<sup>6</sup> Trata-se de trecho do artigo **Era digital: o texto audiovisual na web**, de autoria de Letícia Passos Affini, publicado nos anais do XXXII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, em 2009.

Temos, assim, um “público-usuário”, não mais tão passivo, ainda que, diante de uma resenha audiovisual na web, sua interação seja reativa, dando-se em relação a escolhas predeterminadas (assistir ou não assistir ao vídeo enquanto lê a página, assistir apenas a blocos específicos; avançar, parar, retroceder; copiar o vídeo achado também no *Youtube*; abrir outras telas enquanto assiste ao vídeo; ver o vídeo enquanto escreve no espaço dedicado aos comentários, etc.).

Porém, mesmo que a imersão não seja mais como na televisão, nem, muito menos, como no cinema de outros tempos, entendemos os vídeos do “OmeleTV” essencialmente como recursos complementares, que, junto a outros recursos reunidos via convergência de mídias ou através do contato público-com-público, preenchem a análise de um filme, série de história em quadrinho, ou qualquer outro produto cultural. Mesmo assim, são recursos complementares de uma autoria própria, com uma composição própria e parte de um contato, uma interação específica com um público segmentado, transcendendo o utilitarismo dos trailers que já vêm prontos dos produtores dos filmes, jogos, quadrinhos etc., puramente promocionais ao invés de serem capazes de um julgamento de prós e, também, contras.

## Referências

AFFINI, Letícia Passos. **Era digital: o texto audiovisual na web**. In: XXXII CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO - INTERCOM, 32, 2009, Curitiba. São Paulo: Editora Intercom, 2009. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2009/resumos/R4-2734-1.pdf>. Acesso em: 29/11/2011.

FERRARI, Pollyana. **Jornalismo digital**. 3 ed. São Paulo: Contexto, 2009.

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

MACHADO, Arlindo. **Pré-cinemas & pós-cinemas**. Campinas, SP: Papyrus, 1997.

MARQUES DE MELO, José. **A opinião no jornalismo brasileiro**. 2 ed. Petrópolis: Vozes, 1994.

\_\_\_\_\_; ASSIS, Francisco de (orgs.). **Gêneros jornalísticos no Brasil**. São Bernardo do Campo: Universidade Metodista de São Paulo, 2010.

OMELETE. Disponível em: <<http://www.omelete.com.br/>>. Acesso em: Novembro e início de Dezembro de 2011.

RODRÍGES, Ángel. **A dimensão sonora da linguagem audiovisual**. São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2006.

XAVIER, Ismail. **O discurso cinematográfico: a opacidade e a transparência**. 4 ed. São Paulo: Paz e Terra, 2008.