

## **Narrativas interativas no Cinema: repensando as estratégias de roteirização**

Nathan Nascimento CIRINO<sup>1</sup>

### **Resumo**

Desde Aristóteles, buscamos entender e descrever o modo como “contamos história”, propondo modelizações (paradigmas) que orientaram, também, a construção das narrativas midiáticas. Com base e teorias da narrativa, estudiosos do roteiro cinematográfico, como Syd Field e Doc Comparato, chegaram a propor estratégias canônicas de roteirização que, agora, começam a ser postas à prova pelas possibilidades técnico-expressivas abertas pela digitalização e convergência das mídias. Neste artigo, apontaremos como as características das mídias digitais estão demandando a elaboração de novas estratégias de roteirização capazes de sustentar a criação de filmes interativos.

**Palavras-chave:** Roteiro. Cinema. Filme interativo. Novas mídias.

### **Introdução**

A sétima arte, a partir de meados do século XX passou a ser uma das mídias mais utilizadas no setor comercial mundial no que diz respeito a narrativas ficcionais. O cinema movimenta não apenas milhões de dólares, mas também toda a cultura globalizada em que estamos inseridos. Como uma das principais mídias comerciais na arte de se contar histórias, uma linguagem foi sendo desenvolvida ao longo das primeiras décadas de seu surgimento até que chegássemos aos dias atuais, nos quais o cinema já possui uma linguagem própria bem estruturada.

No entanto a linguagem do cinema tem sofrido abalos diante das possibilidades das tecnologias do *ciberespaço* e da *cibercultura* como um todo. Lévy (2003, p. 17) define os termos dizendo que ciberespaço é o “universo oceânico de informações” abrigado pela infra-estrutura material da comunicação digital, enquanto cibercultura é o “conjunto de técnicas (materiais e intelectuais), de práticas, de atitudes, de modos de

---

<sup>1</sup> Mestrando do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da UFPE. nathan.cirino@ufpe.br

pensamento e de valores” que cercam toda uma cultura e sociedade ligadas ao ciberespaço.

Dentro da cibercultura diversas novas mídias têm surgido e merecem ser analisadas sobre suas adaptações às construções narrativas. Estas possibilidades vão desde a internet até celulares e, em sua maioria, podem ser classificadas como mídias de *hiperdocumentos* ou *hipertextos*. Com o desenvolvimento da internet e das novas tecnologias, o conceito de hipertexto foi ampliado para o de *hipermídia*. Um dos defensores do termo foi Theodor Nelson, que, de acordo com Santaella (2008, p. 93), afirma:

[...] *hipermídia [é o termo]* para descrever uma nova forma de mídia que utiliza o poder do computador para arquivar, recuperar e distribuir informação na forma de figuras gráficas, texto, animação, áudio, vídeo, e mesmo mundos virtuais dinâmicos.

Diante das possibilidades desta nova mídia e da livre orientação da história conforme a escolha do espectador, os paradigmas estruturais do roteiro de ficção cinematográfica estão se desatualizando e perdendo muito de sua eficiência. Alguns livros já têm sido escritos a respeito de roteiros genéricos para mídias interativas, mas poucos tangem a construção do texto para *filmes* interativos, tratando da construção da narrativa ficcional.

Desta forma, o roteiro cinematográfico de ficção para hiper mídias está no cerne de toda a discussão sobre o surgimento de uma nova linguagem para narrativas no cinema e na TV Digital, embora não esteja ainda bem estudado tanto no panorama acadêmico quanto no técnico-prático exigido pelas empresas produtoras de filmes. Para começar, no entanto, a rever as estratégias de roteirização canônicas é preciso, porém, compreender melhor o que entendemos hoje por “roteiro”.

### **O roteiro e os antigos paradigmas**

Quando falamos em roteiro cinematográfico, não estamos falando de um mero agrupamento de ordens técnicas, nem muito menos de apenas uma história transcrita no papel. O bom roteiro consegue caminhar entre estes dois campos sem perder o equilíbrio, levando a toda uma equipe cinematográfica não apenas orientações do que deve ser filmado, mas de tudo que acontecerá no filme (trama, personagens, lugares,

época da história etc.). Para Field (2001, p. 2) o roteiro é uma história contada em imagens. Ele também afirma que:

O roteiro é como um *substantivo* – é sobre uma *pessoa*, ou pessoas, num *lugar*, ou lugares, vivendo uma “*coisa*”. Todos os roteiros cumprem essa premissa básica. A pessoa é o personagem, e viver sua coisa é a ação.

Este recurso, no entanto, não é privilégio apenas do cinema de ficção. Há também os roteiros de documentários, de tevê, de comerciais, entre outros. O primeiro roteiro da história, por exemplo, foi o de teatro, que recebeu estudos importantes de Aristóteles, os quais são utilizados até hoje não apenas nos palcos, mas também no cinema.

Field (2001, p. 2), com base na *Poética*, de 334 a.C., afirma que há uma estruturação interna em cada história: “Se o roteiro é uma história contada em imagens, então o que todas as histórias têm em comum? Um início, um meio e um fim, ainda que nem sempre nessa ordem”. No caso de Aristóteles, essas etapas foram classificadas como *ato I*, *ato II* e *ato III*. Atualmente praticamente todos os grandes teóricos e escritores de roteiro do mundo adotam os três atos aristotélicos.

Cada ato tem sua função dramática. O primeiro ato apresenta os personagens, expõe suas vidas e seus dilemas, assim como o seu grande conflito. O segundo ato consiste em complicações deste conflito, o que torna a vida do personagem um caos. O terceiro e último ato consiste no relaxamento, ou seja, a solução dos problemas. Field (2001:5) disserta a respeito da importância do conflito na trama, afirmando que “Todo drama é conflito. Sem conflito não há personagem; sem personagem, não há ação; sem ação, não há história; e sem história, não há roteiro”.

O estudo do conteúdo de uma boa história, no entanto, não se limita aos atos de Aristóteles. O roteiro dramático teve com esta definição apenas um dos primeiros passos para seu desenvolvimento.

Ao longo do tempo, esta modalidade de texto foi se moldando às novas possibilidades de se contar histórias, até que uma grande inovação possibilitou seu crescimento vertiginoso: o cinema. O roteiro cinematográfico, portanto, é tão antigo quanto os primeiros filmes. Os estudos de técnicas para roteirização específicas para o cinema começaram com os americanos, que nomearam de *screenplay* o texto com a

história a ser filmada. A palavra *screen* ou “tela”, em português, foi acrescentada ao termo *play*, que era o nome dado aos textos para teatro.

Com o crescimento da complexidade das histórias, da variação de cenários e planos, além da posterior chegada do som, fez-se necessário organizar o conteúdo do filme em um texto. Começaram a surgir regras de formatação e estudos de conteúdo sobre a criação de histórias. Portanto, o *Screenplay*, ou “roteiro de cinema”, nasceu da industrialização norte-americana da sétima arte, no início do século XX, quando o cinema passou a construir uma linguagem própria e desenvolver histórias mais complexas. Um ponto considerado como o início desta fase foi *O nascimento de uma nação*, de 1915, de David Griffith.

Atualmente muitos estudos, definições e regras já foram feitos a respeito da escrita de histórias destinadas ao cinema. O roteiro tem sido aperfeiçoado não apenas quanto à sua formatação, seus termos técnicos, sua linguagem própria, mas também tem recebido importantes contribuições quanto ao desenvolvimento de conteúdo, o que significa falarmos de usos convencionados e norteamentos para construção de tramas e personagens.

Com o desenvolvimento do cinema, Maciel (2003) postula que outros estudos foram sendo direcionados para a construção do que podemos chamar de “paradigmas”, ou modelos. Estes grandes esquemas de ordenação narrativa caminharam, desde seu início, sobre os três atos dramáticos criados por Aristóteles. É sobre este esquema que são desenvolvidas as teorias de Field (2001), alocando sobre os atos suas próprias intervenções para localização de clímax, aumento da tensão da trama, relaxamento, entre outros termos mais técnicos de construção narrativa.

Da mesma forma, Vogler (2006) também se baseia nos atos aristotélicos para construir o paradigma da “jornada do herói”. Foi com a referência inicial da *Poética* e os estudos sobre o personagem do herói em diversas mitologias do mundo, realizado por C.G. Jung e Joseph Campbell, que Vogler arquitetou o seu próprio paradigma (Maciel, 2003, p. 62-66), que veio esquematizar uma jornada para o personagem principal, consistindo basicamente em: o personagem sai de sua terra, enfrenta dificuldades, morre ou chega a uma experiência de quase morte, retorna com mais força e supera seus desafios e, por fim, volta à sua terra inicial com mais maturidade e transformado. Logicamente, o paradigma envolve muitas outras nuances e até mesmo o surgimento de personagens com funções específicas ao longo da trama, características

estas não abarcadas nesta breve menção ao esquema do autor. Este paradigma é muito comum em filmes de fantasia como *O Senhor dos Anéis*, *Matrix* ou desenhos animados dos mais diversos, indo desde *A bela adormecida* até *Toy story* ou *Wall-E*. Esta associação destes gêneros ao paradigma de Vogler acontece porque ele está intimamente ligado às construções do herói mítico, aquele que lida com o sobrenatural, a fantasia e a realidade modificada de forma extrema.

Seja no modelo hollywoodiano de Syd Field ou nos moldes “Disney” de Vogler, os paradigmas de construção do roteiro para mídias tradicionais são, de forma unânime, orientados por uma organização seqüencial e linear da ação (narrativa).

A narrativa ficcional, no entanto, tem caminhado por novas possibilidades na era da informação, seguindo sua característica de se adequar às mais diversas mídias e não apenas à linguagem cinematográfica, ao teatro ou aos jogos. Cada vez mais a tecnologia tem trazido rumos diferentes, o que gera mídias novas e métodos inovadores para se contar uma história.

### **A convergência e a criação de histórias**

A evolução da tecnologia nos trouxe a chamada era da informação, na qual o mundo se integra cada vez mais, diminuindo suas distâncias e aumentando o fluxo de informações através do meio virtual. A respeito desta revolução, Santaella (2008, p. 59), diz:

Como se não bastassem as instabilidades, interstícios, deslizamentos e reorganizações constantes dos cenários culturais midiáticos pós-modernos, desde meados dos anos 90, esses cenários começaram a conviver com uma revolução da informação e da comunicação cada vez mais onipresente que vem sendo chamada de revolução digital. No cerne dessa revolução está a possibilidade aberta pelo computador de converter toda informação – texto, som, imagem, vídeo – em uma mesma linguagem universal.

O computador, portanto, utilizando-se da transformação das informações visual, sonora e até mecânica – através da robótica – em códigos binários é o grande responsável pelo surgimento de uma nova realidade social em todo o planeta. Atualmente, não apenas ele, mas outras diversas formas de mídia digital têm assumido sua posição de destaque na sociedade pós-moderna, assim como a tevê digital e as tecnologias dos telefones celulares.

Santaella (2008, p. 70-71), afirma que o modo de vida online, que cada vez mais se estende para áreas diversas do cotidiano, tem criado novos paradigmas na sociedade do século XXI. Vivemos, portanto, a era da cibercultura e do ciberespaço, conforme definidos por Lévy (2003, p. 17):

O ciberespaço [...] é o novo meio de comunicação que surge da interconexão mundial de computadores. O termo significa não apenas a infra-estrutura material da comunicação digital, mas também o universo oceânico de informações que ele abriga, assim como os seres humanos que navegam e alimentam esse universo. Quanto ao neologismo “cibercultura”, especifica aqui o conjunto de técnicas (materiais e intelectuais), de práticas, de atitudes, de modos de pensamento e de valores que se desenvolvem juntamente com o crescimento do ciberespaço.

Atualmente, de acordo com Santaella (2008, p. 181-207), vivemos o alvorecer da era do *pós-humano*, onde homem e máquina estão, juntos, ultrapassando o limite biológico. Isto se aplica não apenas às interações entre corpo e máquina, mas ao próprio fluxo de informações entre estes dois pólos. A manifestação artística do pós-humano, ou ciberarte, tem gerado da mesma forma uma dependência das máquinas e do ciberespaço.

Não só o teatro e cinema, mas todas as outras vertentes da arte – das artes plásticas à música – têm encontrado no ciberespaço uma nova fonte de criação e possibilidades. Domingues (2002, p. 112) diz:

Entre as principais características da interatividade na rede, os artistas estão explorando a possibilidade de acessar informações a distância em caminhos não-lineares de hipertextos e ambientes hipermídia, a possibilidade de telepresença e de ação em espaços remotos, o uso de ambientes inteligentes com sistemas de agentes, a interação em ambientes que simulam vida e se auto-organizam, bem como a possibilidade de pertencer a comunidades virtuais em MUD's e MOO's [*MUD Object Oriented*] com interação e, no segundo caso, por imersão em ambientes virtuais de múltiplos usuários.

Desta forma, a ciberarte tem se nutrido do ciberespaço e tem feito da *interatividade* e da *não-linearidade* pontos-chaves para seu desenvolvimento. Isto é fato não apenas na internet, como também na própria tevê digital, nos jogos dos consoles mais novos (a exemplo do PlayStation 3, Xbox 360 – com o Projeto Natal – e Nintendo Wii), além das incontáveis vídeoinstalações, artes plásticas, peças de teatro, espetáculos de dança e demais manifestações artísticas que se utilizam de recursos

como sensores de movimento, videoconferência, câmeras, *touch screens*, transmissões on-line etc.

Lévy (2003, p. 77-83) divide a interatividade quanto a sua relação com a mensagem e quanto ao dispositivo de comunicação. No entanto, de acordo com Raymond Williams, citado em Machado (1990), ao definirmos uma tecnologia *interativa* devemos atentar para não a confundirmos com uma tecnologia meramente *reativa*. Para Williams, a tecnologia interativa, portanto, deve conferir total autonomia ao espectador e não apenas apresentar possibilidades de escolha predeterminadas. Segundo este outro ângulo, os conceitos de Lévy para interatividade em mídias de difusão unilateral estariam equivocados, pois estes seriam meios meramente reativos.

Diante deste impasse de teóricos sobre os graus de interatividade, toma-se neste projeto a definição de Domingues (2002, p. 41), que afirma:

Em todas as situações, a interatividade ocorre por situações compartilhadas do corpo com a linguagem abstrata de *softwares* e seus cálculos com funções que transformam e devolvem sinais enviados do ecossistema (corpo e ambiente) para o tecnossistema (*hardware, software* e interfaces). Isto se verifica pelo acoplamento do corpo com o sistema artificial com o qual interage, provocando, em tempo real, uma ação compartilhada, em que algo acontece pelas conexões humano/máquina.

O conceito de Domingues para interatividade, como vemos, é orientado por sua preocupação com mediação homem/máquina, o que deixa de fora muitas outras acepções possíveis para definição do termo. No entanto, para o percurso argumentativo aqui proposto, é suficiente, por ora, entendermos, como Domingues, que a tecnologia interativa é aquela que apresenta possibilidades não-lineares ao usuário, deixando-o livre para navegar dentro do luxo informacional (estruturado como campo de possibilidades).

Se trouxermos, no entanto, esta nova realidade para o estudo do cinema, vemos que o pós-humano também tem gerado modificações significantes para a sétima arte nos dias atuais. Um exemplo é a chegada da tecnologia do cinema 3D, que já começa a conferir à imagem um tom de realidade virtual, fazendo com que os elementos proporcionem uma sensação de imersão ao espectador: um reflexo forte da era do pós-humano, também muito atrelada a imersões virtuais desta grandeza.

Além do realismo e da realidade virtual, o cinema também foi afetado pela necessidade de interação com o público, tão presente na ciberarte. Uma das primeiras

formas desta interação requerida pela nova realidade tecnológica e cultural proporcionadas pelas mídias digitais permeia o que se definiu como convergência dos meios. Para Jenkins (2009), convergência é o “fluxo de conteúdos através de múltiplas plataformas de mídia”. Desta forma este termo, segundo ele, se refere às transformações tecnológicas, mercadológicas, culturais e sociais proporcionadas pela a construção contemporânea de transmissão de informação, embasadas nas possibilidades do ciberespaço.

A convergência é enxergada não como uma substituição das mídias antigas, mas como uma releitura delas. Os meios de comunicação tidos como antigos estão passando a interagir de formas mais complexas com as novas mídias, ao invés de serem por elas substituídas. Um exemplo claro desta interação de mídias da cultura da convergência é o programa da Rede Globo de Televisão, Big Brother Brasil, onde a apresentação do programa na TV é apenas uma pequena parte do que o conteúdo *online* e via *pay-per-view* propõem. Intitulado como “o programa que não acaba quando termina”, por seu apresentador Pedro Bial, o BBB utiliza-se da convergência para se distribuir em múltiplas plataformas e proporcionar a imersão em seu conteúdo de maneira que o público é apresentado a vários graus de interação com o programa.

É dentro da convergência que as narrativas têm encontrado uma nova realidade, distribuindo-se em meios distintos e construindo não mais uma trama linear única, mas um universo no qual os personagens se inserem em diversas possibilidades narrativas, fazendo uso da transmediação: são as *transmedia storytelling*, ou narrativas transmídia. Fechine e Figueirôa (2009, p. 3) afirmam que

As narrativas transmídias envolvem a criação de universos ficcionais compartilhados pelos diferentes meios, cabendo a cada um deles desenvolver programas narrativos próprios, mas de modo articulado e complementar com os demais.

Desta maneira, o roteiro cinematográfico aplicado às narrativas transmídia torna-se um grande aglomerado de possibilidades que podem ou não girar em torno de um eixo narrativo principal. Entretanto, um fato levantado por Jenkins (2009) que se torna bastante relevante para a construção de roteiros é o fato de que os personagens introduzidos no universo narrativo por mídias paralelas têm sua apresentação dispensada em outra mídia qualquer, uma vez que já foram apresentados por outros meios. Isso significa dizer que o primeiro ato aristotélico para construção de uma

narrativa já não está mais obrigatoriamente funcionando para a apresentação dos personagens, o que acaba por redefinir sua função dramática.

As possibilidades de transmediação e de interatividade presentes nesta nova conjuntura midiática acaba, portanto, redefinindo a posição do público. O cinéfilo tem começado a se tornar também um “usuário” de cinema e não apenas um receptor. Chegamos aqui aos *filmes interativos*. Estes têm se tornado comum em mídias digitais que possibilitam o voto do público, como é o caso da internet e a tevê digital.

O que vimos na criação de roteiros e cinematografia mostra o passo a passo da construção narrativa para uma mídia única que será exibida para diversas pessoas, mas nada referente a uma mídia que pode ser lida ou re-construída a cada novo usuário. Sobre este novo momento histórico Gosciola (2003, p. 17) escreve:

As novas tecnologias de comunicação e de informação, ou as novas mídias, abriram-se também para as possibilidades de contar histórias. Assim como no caso do cinema, no período inicial do contar histórias através das novas mídias, as histórias eram simples. Porém, agora, elas são contadas de maneira complexa, isto é, graças aos recursos das novas mídias, podem ser apresentadas por diversos pontos de vista, com histórias paralelas, com possibilidades de interferência na narrativa, com opções de continuidade ou descontinuidade da narrativa e muito mais.

É desta forma que a não-linearidade tem se tornado um recurso importante na era do pós-humano, pois permite a leitura de uma narrativa sem que esta seja necessariamente em uma ordem cronológica. Esta possibilidade já foi muito utilizada em filmes com variações de pontos de vista.

O grande desafio do roteiro para hipermídias é conseguir gerar histórias passíveis de interrupções e reorientações do fluxo dramático, sendo cada uma das possibilidades um caminho conciso na trama. O que está acontecendo na criação de histórias para estas novas mídias, sejam vídeos interativos da tevê digital, jogos com linguagem cinematográfica ou até o próprio cinema, é um alargamento do universo da trama e de sua complexidade. Pela primeira vez na história da construção narrativa cinematográfica, a “lei” aristotélica dos três atos dramáticos não deve mais ser aplicada a uma trama como um todo, mas a cada parte isolada do filme. A apresentação dos personagens pode ser vista em um terceiro momento, a conclusão poderá ser a primeira parte assistida. Com as possibilidades dos hiperdocumentos e sua não-linearidade, a arte de contar histórias tem se lançado desafios até então desconhecidos.

Este é um momento histórico onde, pela primeira vez, a “lei” aristotélica dos três atos dramáticos não deve mais ser aplicada a uma trama como um todo, mas a cada parte do filme. A apresentação pode ser vista em um terceiro momento, a conclusão poderá ser a primeira parte assistida. Com as possibilidades dos hiperdocumentos e sua não-linearidade, a arte de contar histórias tem se lançado desafios até então desconhecidos.

Toda história ainda deve ser completa – embora fragmentada – e concisa, apesar de sua flexibilidade.

No entanto, não é apenas a complexidade que caracteriza esta nova geração de roteiros. Gosciola (2003, p. 79-84) afirma que um dos principais recursos que a hipermídia veio acrescentar à criação de histórias é o *link*. Gosciola (2003, p. 194) diz que “o link é um componente fundamental do desenvolvimento de um roteiro que necessita de um sistema de ligação entre as diversas cenas e que trabalha simultaneamente com várias linguagens”.

Para objetivar a função de um roteiro diante das novas mídias, o autor afirma que cabe à roteirização: definir a ordem dos conteúdos; determinar os comportamentos dos links; e visar obstinadamente o processo comunicacional (2003, p. 241). Portanto, a função do roteiro de hipermídia passa a ser não mais apenas a de contar uma história, mas também a de definir as possibilidades de interação do usuário, demarcando que caminhos serão apresentados, o que será mostrado em cada um deles, em que momento, em que ordem e de que forma.

## **Conclusão**

A criação para uma arte interativa e não-linear pode ser considerada um emaranhado de tramas e não mais uma trama apenas. As possibilidades de *multiplot* e todos os vieses inerentes à ciberarte conferem ao trabalho do roteirista do século XXI uma complexidade até então não exigida.

Podemos dizer que estamos diante da era da pluralidade narrativa, onde a história não é contada em apenas uma ordem, nem muito menos por uma só mídia. Para Jenkins (2009), a *transmedia storytelling* é outro viés da construção narrativa da era convergência, sendo, portanto mais uma exigência de construção de roteiros desvinculados dos três atos dramáticos aristotélicos. Cada vez mais as tramas se assemelham a quebra-cabeças e exigem a participação do espectador e não apenas sua

interpretação passiva. Podemos dizer, desta forma, que a roteirização está se desvinculando dos atuais paradigmas para construção de roteiros, no que diz respeito às suas subdivisões e pontos-chaves da trama.

Diante da interatividade das novas mídias, o roteiro passa a ser constituído por uma teia de possibilidades não apenas quanto ao deslocamento dos momentos mais importantes da construção narrativa – a exemplo da apresentação do conflito e do clímax – mas também quanto à construção de personagens, que passa a não apresentar mais um arco definido de desenvolvimento, mas sim um emaranhado de caminhos para construção de suas personalidades e atuações.

Podemos remeter o momento atual ao *primeiro cinema*, mencionado por Costa (2007, p. 17):

[...] quando [*o cinema*] apareceu, por volta de 1895, não possuía um código próprio e estava misturado a outras formas culturais, como os espetáculos de lanterna mágica, o teatro popular, os cartuns, as revistas ilustradas e os cartões-postais.

Os paradigmas estruturados até então não abrangem as possibilidades de construção não-linear, o que nos faz transitar entre modelos existentes, adaptando-os à nova realidade, assim como Costa (2007) comenta que aconteceu no início do cinema, quando não havia uma linguagem própria estabelecida. Devemos enxergar o momento atual para nos lançarmos em novas maneiras de enxergar a construção narrativa para o audiovisual interativo, considerando que uma nova linguagem está sendo criada e que, mesmo permeando mídias tradicionais, se constitui nova.

A roteirização para novas mídias já tem sido estudada, embora a ênfase narrativa para tal abordagem não seja até então satisfatória. Gosciola (2003) trata a construção de roteiro para mídias interativas como uma análise da mídia em si e de suas possibilidades, a exemplo de Manovich (2001), que estuda as novas mídias e a desconstrói para uma melhor compreensão das plataformas. A carência, no entanto, de uma análise de conteúdo na elaboração de histórias adaptadas às novas possibilidades tecnológicas deixa um vazio no estudo do tema além de retardar a produção de obras passíveis de interesse do público e aplicáveis às TVs digitais, internet e até mesmo salas de cinema.

## Referências

- COSTA, Flávia Cesarino. Primeiro cinema. In: MASCARELLO, Fernando (Org.). **História mundial do cinema**. Campinas: Papirus, 2006.
- DOMINGUES, Diana. **Criação e interatividade na ciberarte**. São Paulo: Experimento, 2002.
- FIELD, Syd. **Manual do Roteiro**. Trad. Alvaro Ramos. Rio de Janeiro: Objetiva, 2001.
- FECHINE, Yvana; FIGUEIRÔA, Alexandre. Produção ficcional brasileira no ambiente de convergência: experiências sinalizadoras a partir do Núcleo Guel Arraes. In: **Ficção televisiva no Brasil: temas e perspectivas**, Maria Immacolata Vassalo de Lopes (org.), São Paulo: Globo, 2009, p. 353-394.
- GOSCIOLA, Vicente. **Roteiro para as novas mídias**. 2. ed. São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2003.
- JENKINS, Henry. **Cultura da convergência**. Trad. Susana Alexandria. 2. ed. São Paulo: Aleph, 2009.
- LÉVY, Pierre. **Cibercultura**. Trad. Carlos Irineu da Costa. São Paulo: Ed. 34, 2003.
- MACIEL, Luiz Carlos. **O poder do clímax**. Rio de Janeiro: Record, 2003.
- MACHADO, Arlindo. **A arte do vídeo**. 2. ed. São Paulo: Brasiliense, 1990.
- MANOVICH, Lev. **The language of new media**. Cambridge: The MIT Press, 2001.
- SANTAELLA, Lúcia. **Culturas e artes do pós-humano**. 3. ed. São Paulo: Paulus, 2008.
- VOGLER, Christopher. **A jornada do escritor**. 2. ed. Trad. Ana Maria Machado. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2006.