

AS NARRATIVAS FICCIONAIS DA TV NO CIBERESPAÇO¹

Adriana Pierre Coca²

Resumo

As Narrativas Ficcionais da TV no Ciberespaço discute o diálogo entre a televisão e a internet no atual cenário da convergência midiática, a partir da análise das produções da TV Globo *Capitu*³ e *Afinal, o que querem as mulheres?*⁴. Quando o universo ficcional extrapola os limites da TV temos um processo que Henry Jenkins (2009) chama de transmídiação, expansão que nunca foi tão acelerada, já que a televisão encontrou no ciberespaço um vasto campo de atuação. Esse movimento é batizado pelas pesquisadoras de ficção televisiva Elizabeth Bastos Duarte e Maria Lília Dias de Castro (2011) de aderência, mas outro caminho também é apontado pelas autoras quando a internet assume um papel fundamental na estrutura das narrativas ficcionais da TV, nesse caso temos um movimento de inerência. Nessa reflexão vamos buscar apontar em quais aspectos as obras audiovisuais estudadas dialogam com o ciberespaço e como esses movimentos se apresentam.

Palavras-chave: Convergência; Ficção Televisual; Ciberespaço.

Apontamentos Iniciais

Sabemos que os novos modos de produzir e consumir ficção televisiva vem se alterando vertiginosamente, sobretudo, com o diálogo que vem sendo estabelecido com o ciberespaço. Entendemos ciberespaço conforme definido por Lúcia Santaella: “os computadores e as redes que os ligam constituem o ciberespaço.” (2003, p. 90) De 2008 para cá temos um período significativo em que evidenciamos sinais claros dessa “conversa”, *Capitu* conquista um leão de ouro em Cannes na categoria novas mídias, em se tratando do formato telenovela, logo em seguida a experiência de *Passione* (2009) sinaliza

¹ Trabalho apresentado ao 8º Interprogramas de Mestrado da Fundação Cásper Líbero.

² Universidade Tuiuti do Paraná (UTP), Programa de Pós-graduação em Comunicação e Linguagens – Linha de Processos Mediáticos e Comunicacionais. Email: pierrecoca@hotmail.com

³ *Capitu* foi ao ar em 05 capítulos de 09 a 13 de dezembro de 2008 é uma recriação do romance *Dom Casmurro* de Machado de Assis.

⁴ *Afinal, o que querem as mulheres?* foi ao ar em 06 episódios, uma vez por semana, às quintas de 11 de novembro a 16 de dezembro de 2010.

novas possibilidades de relacionamento com o ciberespaço, mais adiante outros exemplos serão pontuados em um breve histórico desse casamento entre a televisão e a internet, antes, porém, vamos contextualizar por meio de dados recentes como está o cenário atual.

Informações divulgadas pelo IBOPE Nielsen Online dão conta que no Brasil já somos 83,4 milhões de internautas conectados nos mais variados ambientes, em casa, no trabalho, na escola, em trânsito, isso coloca o Brasil na 7ª posição no ranking dos países com mais usuários na rede da América Latina.⁵ Já a pesquisa inédita Social TV do mesmo instituto aponta que 43% desses internautas navegam na rede ao mesmo tempo em que assistem a tevê, o telespectador/internauta interage com conteúdos da tevê por meio de algum aparelho eletrônico móvel, como um tablet, smartphone ou notebook.⁶

Esses dados revelam o potencial de envolvimento dos brasileiros com a rede e indicam porque os pesquisadores de ficção televisiva estão atentos à relação das narrativas ficcionais da TV e a internet, pelo menos é o que observamos com publicações como o anuário do OBITEL – Observatório Ibero-americano da Ficção Televisiva (2012) que trouxe como tema a transnacionalização. Em discussão, os destaques da produção ficcional na tevê dos 11 países que fazem parte do âmbito OBITEL, o capítulo Brasil foi intitulado *Brasil: A “nova classe C” e as redes sociais potencializam a ficção televisiva*. Há menos de um ano (Novembro/2011) as equipes de pesquisadores que se debruçam sobre a ficção televisiva nacional lançavam em São Paulo durante as discussões do OBITEL Brasil o livro: *Ficção Televisiva Transmidiática no Brasil: plataformas, convergência, comunidades virtuais*, evidenciando o olhar da academia para essa relação.

Além da academia, o mercado também está de olho no movimento convergente que une a televisão as outras mídias, sobretudo a internet, mostra disso é a criação do Departamento Transmídia pela TV Globo em 2010, responsável pelo diálogo da emissora com o ciberespaço, entre as suas responsabilidades está o monitoramento das redes sociais,

⁵ Fonte: Globo.com. Disponível em <http://g1.globo.com/tecnologia/noticia/2012/08/aceso-internet-no-brasil- chega-834-milhoes-de-pessoas-diz-pesquisa.html> . Acesso em 29/08/2012 às 20h28.

⁶ S/A. O novo jeito de ver tevê. Revista da TV. Jornal Gazeta do Povo, 29/07/2012.

dos sites oficiais e dos blogs das personagens ficcionais, cada produto tem um profissional no cargo de produtor transmídia tomando conta dele.⁷

Uma Relação que Promete ser Duradoura

Vamos arriscar traçar um breve e recente percurso das mudanças que vêm ocorrendo nas telenovelas da TV Globo, já que as telenovelas são o carro-chefe das narrativas ficcionais na TV. Segundo o pesquisador Mauro Alencar (2008), só a teledramaturgia movimenta cerca de US\$ 70 milhões por ano em todo o mundo e chega até 02 bilhões de pessoas, em 32 idiomas, dessas 145 milhões são brasileiras. Os números mostram o potencial dessas narrativas no Brasil.

De 2009 para cá, na TV Globo, principal produtora e transmissora de ficção televisiva do país houve transformações significativas nos modos de se transpor as narrativas ficcionais para outras plataformas e também nos modos de narrar e contar essas histórias, conseqüentemente houve mudanças na maneira da própria emissora lidar com esse ‘novo jeito de ver tevê’.

Silvio de Abreu, autor de *Passione* (2009), novela das nove da TV Globo, arriscava, no site da novela, a questionar os internautas/telespectadores sobre que destino dar as personagens, vídeos das personagens comentando suas vidas e enquadradas de frente para a câmera foram disponibilizados no site oficial de *Passione* e alguns antecipavam informações da trama. Em seu blog pessoal, Sílvio de Abreu também estabeleceu um diálogo com o internauta e discutiu o destino da narrativa. *Ti Ti Ti* (2010) tratou a internet como se fosse mais uma personagem da história. A disputa acirrada de dois estilistas rivais era o cerne da narrativa e as redes sociais movimentaram as brigas por meio dos perfis dos protagonistas, além dos blogs de personagens com notícias reais do mundo da moda, com publicações de entrevistas de Gloria Kalil e Joyce Pascovitch. *Morde e Assopra* (2011) substituiu *Ti Ti Ti* (2010) na faixa das sete da noite e, mais uma vez, experimentamos um site oficial com alguns jogos interativos, acompanhamos as aventuras da protagonista Júlia

⁷ Informações obtidas durante apresentação de Alex Medeiros, responsável pelo Departamento Transmídia da TV Globo durante III Encontro OBITEL Nacional de Pesquisadores de Ficção Televisiva nos dias 21 e 22 de novembro de 2011, em São Paulo.

(Adriana Esteves) pelo mundo da arqueologia em seu blog e podíamos acessar as orientações nutricionais do *Spa Preciosa*, um dos núcleos dramáticos da novela. Na faixa das 18 horas, uma grata surpresa, na trama de *Cordel Encantado* (2011) no site oficial, acesso às receitas da personagem Maria Cesária (Lucy Ramos), lá podemos ainda ouvir trechos da trilha sonora e realizar a compra do CD da novela, além de ser bombardeados pela publicidade de outros produtos também disponíveis no site, nos fazendo lembrar que a convergência dos meios não é só tecnológica, é também econômica como sinaliza Henry Jenkins (2009). Isso só para pontuar algumas iniciativas, antes da estreia de *Cheias de Charme*, em abril de 2012, que provocou reações inquietantes no ciberespaço. De maneira inovadora, a telenovela que ocupa a faixa das 19h (agosto, 2012) movimentou as redes sociais com o lançamento de um clip musical rodado na trama com as três empregadas domésticas protagonistas, antes de sua exibição na TV, algo inédito. Campanhas lançadas na novela ganharam o apoio de fãs na trama e nas redes sociais e estabeleceram um diálogo intertextual importante entre os dois dispositivos.⁸ As séries, mini e microseries da TV Globo também estabeleceram conexões intensas com o ciberespaço e os rumos dessa conversa serão alvo da nossa discussão mais adiante.

Um Panorama Conceitual

Sobre a convergência dos meios, Henry Jenkins a define como “um fluxo de conteúdos através de múltiplas plataformas de mídia, à cooperação entre múltiplos mercados midiáticos e ao comportamento migratório dos públicos dos meios de comunicação.” (JENKINS, 2009, p.29) A transmidiação, de acordo com o autor é o processo de transposição de narrativas ficcionais além dos limites do suporte para o qual foi criada, dando novos contornos à relação do consumidor com o universo ficcional. Cada suporte deve ser capaz de articular a narrativa de maneira distinta, mas a ponto de complementar as demais plataformas, ou seja, as narrativas transmídias envolvem universos ficcionais que possam ser compartilhados em diferentes meios. O termo é uma associação ao inglês *transmedia storytelling*.

⁸ Fonte: Portal Globo.com. Disponível em <<http://globo.com/rede-globo>>. Acesso em: 15/08/2012.

A transmediação na teledramaturgia brasileira está levando os estudiosos das narrativas ficcionais televisivas dedicarem-se a uma releitura das teorias e metodologias adotadas para se pensar a produção na TV, sobre isso, a pesquisadora Maria Immacolata Vassalo de Lopes, coordenadora do Núcleo de Telenovelas da Universidade de São Paulo e também do OBITEL alerta que há “(...) necessidade de envolver o espectador por meio de conexões com as mais variadas mídias, numa tentativa de seduzí-lo à interação com a trama em múltiplas condições.” (LOPES et al., 2009, p.395)

Delineados os panoramas históricos e conceituais de base, vamos pontuar, segundo as autoras Elisabeth Bastos Duarte e Maria Lília Dias de Castro quais são as direções distintas para o caminho da convergência entre esses dispositivos. Para elas, um deles é de condensação e outro de expansão e essas interações têm repercussões diretas sobre as narrativas ficcionais a que estão vinculadas.

Dessa forma, a interação que se estabelece entre o texto televisual e as outras plataformas apresenta-se sob duas variantes: (1) a *inerência*, na qual está em jogo a condensação, isto é, a interiorização da articulação entre o produto televisual e a(s) plataforma(s) apropriada(s), ficando essa apropriação restrita aos limites do texto televisual; (2) a *aderência*, na qual está em jogo a expansão, ou seja, a exteriorização da articulação entre o produto televisual e a(s) plataforma(s) apropriada(s), ocupando essa expansão espaços para além dos limites do texto televisual, em direção aos seus desdobramentos em outras mídias. (DUARTE; CASTRO, 2011, 126)

Portanto, a relação por inerência acontece quando as outras mídias estão incorporadas no interior da narrativa, quando o discurso ficcional faz uso de expressões próprias da rede que interferem no discurso das personagens ou apenas como meras transposições de conteúdo, ou seja, está ligada a incorporação de outra mídia na história que está sendo contada. Já a aderência caminha em um sentido oposto, o da expansão daquele produto televisual em direção as ações de promoção e também de retroalimentação, ou seja, uma forma de manter o interesse do telespectador e de provocar o desdobramento daquele produto em outras plataformas.

Capitu e Afinal, o que querem as mulheres?

Segundo Lev Manovich,

as novas mídias são objetos culturais que usam a tecnologia computacional digital para distribuição e exposição. Portanto, a internet, os sites, a multimídia de computadores, os jogos de computadores, os CD-ROMs e o DVD, a realidade virtual e os efeitos especiais gerados por computador enquadram-se todos nas novas mídias. (MANOVICH, 2005, p. 27)

A relação de *Capitu* com as novas mídias começou antes mesmo de sua chegada à TV, a microssérie na sua campanha de divulgação lançou um site interativo que “convidava” o internauta para participar de uma leitura coletiva da obra de Machado de Assis dividida em mil partes, você entrava no site, escolhia um trecho de *Dom Casmurro*, gravava e compartilhava. A iniciativa ganhou o nome de Projeto Mil Casmurros e conquistou o Leão Relações Públicas no Festival Internacional de Publicidade em Cannes, na categoria novas mídias. A agência de criação contratada pela emissora deu vida ao Projeto Mil Casmurros, depois de receber a incumbência de atrair para a TV um público de jovens internautas, que cultivam o hábito de “baixar” séries na internet e não costumam ver televisão.

Outra ação com desdobramento na internet foi o “*DVDCrossing*”, a distribuição de cerca de dois mil DVDs com um clipe com imagens inéditas de *Capitu*, esse material foi deixado em locais públicos de cinco capitais brasileiras (São Paulo, Rio de Janeiro, Belo Horizonte, Recife e Brasília), quem encontrasse tinha orientação para assistir e dizer o que achou no site www.passeadiantecapitu.com.br e depois repassar o material formando assim uma espécie de corrente cultural.

Em *Capitu*, outras possibilidades oferecidas na internet foram estabelecidas no site oficial da microssérie, por exemplo, podemos escrever com um giz/mouse como os protagonistas adolescentes fazem em cena, comprar o DVD da microssérie ou o livro do romance *Dom Casmurro*, além das informações de bastidores, perfis das personagens, fotos, vídeos e visualizar os créditos.

O trabalho realizado em *Capitu* em diálogo com o ciberespaço mostra um movimento claro de aderência, como sinaliza Castro e Duarte (2011).

Capitu surge como uma homenagem ao centenário de nascimento do autor Machado de Assis, essa produção e *A pedra do reino*⁹ de 2008 que é uma homenagem aos 80 anos de Ariano Suassuna fazem parte do Projeto Quadrante proposto por Luiz Fernando Carvalho à TV Globo, que tem como objetivo traduzir ou talvez seja mais adequado dizer, recriar obras da literatura brasileira, com elenco e mão de obra dos lugares onde as produções são gravadas. Luiz Fernando Carvalho assina os roteiros finais e a direção de *Capitu* e também de *Afinal, o que querem as mulheres?*. O diretor sempre esteve à frente de projetos pouco convencionais na TV como o também surpreendente *Hoje é dia de Maria*¹⁰ de 2005 em duas jornadas, uma mistura de folclore e teatro com muitos elementos simbólicos. (COCA, 2012)

Em *Afinal, o que querem as mulheres?* Carvalho também ousou, a série foi pensada desde sua concepção para dialogar com a internet, ele explica: “Procuramos nos aproximar da linguagem das redes sociais, das mídias modernas, do diálogo curto (...)” (CARVALHO, 2010)¹¹

Afinal, o que querem as mulheres? é a história de André Newmann um psicólogo em busca de responder em sua tese de doutorado o questionamento do pai da psicanálise Sigmund Freud que dá nome a série. A proposta desde o início foi que a produção extrapolasse os limites da TV, cerca de um mês antes da sua estreia no site oficial do programa já havia o primeiro *post* do blog do protagonista André se apresentando. A série marcou presença nas redes sociais (Twitter, Facebook) e em comunidades virtuais de fãs, mas nosso recorte é no site oficial da série que traz informações sobre os bastidores, episódios, frases do Freud, vídeos e créditos, além de enquetes e o blog do protagonista. Na época da exibição uma forma de interação com o internauta/espectador foi à enquete:

⁹ *A pedra do reino* é baseada no livro *O Romance d’A Pedra do Reino e o Príncipe do Sangue do Vai-e-Volta*, é uma coprodução da TV Globo com a produtora independente Academia de Filmes e foi rodada em 16 mm, só depois finalizada em alta definição. As filmagens aconteceram em Taperoá, na Paraíba.

¹⁰ *Hoje é dia de Maria* primeira jornada foi ao ar pela TV Globo de 11 a 21 de janeiro de 2005 e a segunda jornada de 11 a 15 de outubro de 2005. A minissérie misturou a linguagem do teatro de bonecos à linguagem do vídeo e também fez uso de animação, todas as cenas foram gravadas em um Domus, uma espécie de cúpula que abrigou um cenário em 360° chamado de ciclorama, em seu interior as imagens foram pintadas à mão. Cenário e figurino foram produzidos a partir de material reciclado.

¹¹ Disponível em <http://especial.afinaloquequeremasmulheres.globo.com/> Acessado em 01/07/2012 às 13h01.

Afinal, o que querem as mulheres? e Afinal, o que os homens pensam que as mulheres querem?. Também observamos no site a publicidade da coleção de pequenos livros com os roteiros da série sendo “vendidos”, na verdade um link nos oferece o *download* do roteiro do primeiro episódio e avisa que em breve os livros com os roteiros estarão disponíveis nas livrarias, informação ainda exposta no site, mas desatualizada já que há meses o *box* /a caixa com seis livros, cada um com o roteiro de um episódio já está a venda nas livrarias. O destaque fica para o blog do protagonista, uma das experiências mais instigantes na observação da produção e sua expansão no ciberespaço, ele funciona como um diário *on-line* como outro qualquer, os *posts* feitos por André que na maior parte das vezes são referências as suas falas na série. O que mais nos chama a atenção nessa forma de transmidiação da narrativa ficcional é a resposta do internauta/espectador. Muitos travam um diálogo com a personagem. Outros parecem não saber como lidar com as fronteiras entre o real e o ficcional.

18 dezembro, 2010 as 1:26

Olá Michel/André!

Figura 01 – Disponível em <http://especial.afinaloquequeremasmulheres.globo.com/>

Esse *post* revela o quanto é delicada a relação entre esses dois universos, Michel Melamed é o ator que dá vida a personagem ficcional André Newmann e o internauta não sabe exatamente a quem recorrer quando acessa o blog. E há ainda os que buscam via blog marcar uma consulta real com a personagem ficcional.

51

Ana Paula:

14 dezembro, 2010 as 18:16

Dr. Newmann, preciso marcar uma consulta com você.

Dizem, por aí, que estou com mania de perseguição.

Figura 02 – Disponível em <http://especial.afinaloquequeremasmulheres.globo.com/>

É pertinente levantarmos nesse aspecto o conceito de imersão. Para Janet Murray (2003) a imersão no ciberespaço pode ser comparada com a experiência física de mergulhar em um ambiente estranho ao seu e hoje o mundo digital nos convida a submergir em seu “mundo encantado” que o computador em si já nos oferece, mas alerta que a viagem em um ambiente imersivo deve ser “estruturada e restringida”. De forma paradoxal, precisamos

manter esses dois universos “em perfeito equilíbrio no liminar do encantamento, sem deixar que ele desmorone para um lado ou para o outro.” (MURRAY, 2003, p.103) Para Murray (2003), isto feito a grande vantagem do prazer proporcionado pela imersão no ciberespaço quando em contato com narrativas ficcionais é que ao suspender nossa faculdade crítica exercemos mais nossa faculdade criativa e a autora acredita que ainda estamos em um momento de aprendizado em como lidar com essas novas experiências de representação, ela nos diz que: “Pouco a pouco estamos descobrindo as convenções de participação que se constituirão na quarta parede desse teatro virtual, os gestos expressivos que irão aprofundar e preservar o encantamento da imersão.” (MURRAY, 2003, p.125)

Podemos comparar essas manifestações entre os dois mundos, real e ficcional, ao que acontecia (e ainda acontece em proporção menor) na relação do telespectador e os atores em situações públicas, quantas vezes não ouvimos notícias de atores que interpretam vilões serem ofendidos publicamente, como contou o ator curitibano Alexandre Nero em outubro do ano passado no programa *Domingão do Faustão* da TV Globo, na época ele fazia o papel de Baltazar, um homem que batia na esposa na telenovela global *Fina Estampa*, a diferença é que agora essas manifestações de repúdio ou paixão tem outro lugar para existir, o ciberespaço. (COCA, 2012) Mais uma vez, em *Afinal, o que querem as mulheres?* temos um movimento de aderência.

Apontamentos Finais

Sabemos que “Na realidade, a convergência sempre foi essencial à evolução e ao processo midiático.”¹² (FIDLER, 1998, p. 63) Roger Fidler chama de midiamorfose o processo de transformação natural de um meio, quando um novo nasce e ambos se influenciam, o meio antigo passa a evoluir de outra forma para não morrer. Mas também sabemos que a velocidade com que isso vem acontecendo nas relações entre a televisão e as outras telas (computador, celular) é cada vez mais veloz e acentuada. Nesse processo, observamos que as narrativas ficcionais televisuais já coexistem no ciberespaço e que esse casamento com da televisão com a rede é o caminho mais concreto a ser seguido como

¹² Livre tradução da autora do espanhol.

sinaliza Janet Murray: “Uma das mais claras tendências a determinar o futuro imediato da narrativa digital é o casamento entre o aparelho de televisão e o computador.” (MURRAY, 2003, p.236).

Arlindo Machado afirma o quanto nesse imbricamento dos meios, “muitas vezes, tornar-se impossível classificar um trabalho em categorias como cinema, vídeo, televisão, computação gráfica, ou seja lá o que for. Talvez seja melhor falar simplesmente de cinema, no sentido expandido de *kínema-éματος+gráphein*, ou seja, a “arte do movimento”. (MACHADO, 2011, p.196) Quando Machado (2006) fala “no sentido expandido” está resgatando um conceito cunhado pela primeira vez em 1970 no livro de Gene Youngblood “Expanded Cinema”, que para o autor é talvez um dos primeiros a pensar a convergência dos meios, ele acredita que a cinematografia e acreditamos que a televisão sem dúvida também, vive uma nova ruptura da sua história para se transformar efetivamente no cinema expandido ou simplesmente audiovisual, porque segundo Youngblood a “escritura do movimento” na etimologia da palavra cinema inclui todas as formas de expressão baseadas no movimento, dessa forma a televisão também é cinema e o vídeo e a multimídia também.

REFERÊNCIAS

ALENCAR, Mauro. **A Hollywood Brasileira – Panorama da Telenovela no Brasil**. Rio de Janeiro: Senac, 2008.

BALOGH, Anna Maria. **O discurso ficcional na TV: sedução e sonho em doses homeopáticas**. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 2002.

CASTRO, Maria Lília Dias de; DUARTE, Elizabeth Bastos. **Ficção seriada gaúcha: sobre os movimentos de convergência**. In: Ficção televisiva transmidiática no Brasil: plataformas, convergência, comunidades virtuais. Porto Alegre: Sulina, 2011.

COCA, Adriana Pierre. **Capitu: uma nova maneira de se relacionar com a televisão**. Artigo apresentado no GP Ficção Seriada do XII Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do XXXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação realizado de 03 a 07 de setembro de 2012.

COCA, Adriana Pierre. **Afinal, o que querem as mulheres?: uma experiência transmídia**. Artigo apresentado no Eixo 5 – Entretenimento Digital do VI Simpósio Nacional da Associação Brasileira de Pesquisadores em Cibercultura realizado de 06 a 08 de novembro de 2012.

COCA, Adriana Pierre; SANTINI, André Luís. **Cheias de Charme: uma nova maneira de se consumir a telenovela.** Artigo apresentado no II Congresso Internacional de Comunicação e Consumo da Escola Superior de Propaganda e Marketing (ESPM) realizado de 15 a 16 de outubro de 2012.

FIDLER, Roger. **Mediamorfosis.** Barcelona: Granica, 1997.

JENKINS, Henry. **Cultura da Convergência.** Trad. Susan Alexandria. 2ª ed. São Paulo: Aleph, 2009.

LOPES, Maria Immacolata Vassalo de; MUNGIOLI, Maria Cristina Palma **Brasil: “A Nova Classe Média” e as Redes Sociais potencializam a Ficção Televisiva.** In: Transnacionalização da ficção televisiva nos países ibero-americanos: anuário OBITEL 2012. GOMES, Guilherme Orozco; LOPES, Maria Immacolata Vassalo de (orgs). Porto Alegre: Sulina, 2012.

LOPES, Maria Immacolata Vassalo de et al. **Transmediação, plataformas múltiplas, colaboratividade e criatividade na ficção televisiva brasileira.** In: LOPES, LOPES, Maria Immacolata Vassalo de (org). Ficção televisiva no Brasil: temas e perspectivas. São Paulo: Globo, 2009.

MACHADO, Arlindo. **Convergencia y divergencia de los medios.** In revista Miradas, EICTV, La Habana, 2006 in http://historiaiuna.com.ar/?page_id=11 Acesso 30/05/2012 às 15h23.

MACHADO, Arlindo. **Pré-cinemas & pós-cinemas.** 6ª ed. Campinas, SP: Papyrus, 2011.

MANOVICH, Lev. Novas mídias como tecnologia e ideia: dez definições. In: **O chip e o caleidoscópio – reflexões sobre as novas mídias.** São Paulo: Senac, 2005.

MURRAY, Janet H. **Hamlet no Holodeck – o futuro da narrativa no ciberespaço.** Trad. Elissa Khoury Daher e Marcelo Fernandez Cuzziol. São Paulo: Itaú Cultural: Unesp, 2003.

SANTAELLA, Lúcia. **Cultura e artes do pós-humano: da cultura das mídias à cibercultura.** São Paulo: Paullus, 2003.