



A websérie como narrativa hipermidiática e os estilos envolvidos em sua produção: o estado da questão¹

João Paulo Lopes de Meira HERGESEL²
Universidade de Sorocaba

RESUMO

Este artigo tem como objetivo apresentar o levantamento bibliográfico feito para consolidar o tema de um projeto de pesquisa sobre o relacionamento entre webséries e o público adolescente. O principal objetivo é estudar, partindo do ponto de vista estilístico, como os roteiros são desenvolvidos, para que se possam identificar os recursos expressivos mais utilizados na produção dos diálogos de uma narrativa audiovisual brasileira hipermidiática voltada ao público juvenil. Em cinco subitens, estão relacionados os principais autores que serviram como passo inicial para a elaboração da intenção de pesquisa. Estão compilados nestas páginas trabalhos de Vilém Flusser (2008), Guto Aeraphe (2013), Vicente Gosciola (2003), Doc Comparato (2005), Charles Bally (1909), Nilce Sant'Anna Martins (1989), José Lemos Monteiro (1991), entre outros.

PALAVRAS-CHAVE: webséries; narrativas; roteiros; comunicação e cultura juvenis; estilística.

INÍCIO

A licenciatura em Letras foi o início da jornada acadêmica da qual se derivou a seguinte situação: preparar um projeto de mestrado que se inserisse no programa de Comunicação e Cultura, com área de concentração em Mídia e linha de pesquisa em Análise de Processos e Produtos Midiáticos. Houve, então, uma reflexão, com a finalidade de encontrar o tema adequado para uma dissertação de mestrado que conectasse a formação inicial do pesquisador com os propósitos do curso de pós-graduação *stricto sensu*.

Durante a graduação, a Língua Portuguesa foi escolhida como foco para as pesquisas, especialmente no que diz respeito à estilística (ciência da expressão). Dessa forma, foram produzidos artigos acadêmicos a respeito do estilo na literatura brasileira contemporânea, imergindo em aspectos culturais, e foi desenvolvida uma monografia — posteriormente transformada em livro — focada no estilo de escrita na internet, envolvendo características da comunicação digital.

¹ Trabalho apresentado no DT 4 – Comunicação Audiovisual do XVIII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste, realizado de 3 a 5 de julho de 2013.

² Mestrando em Comunicação e Cultura e licenciado em Letras pela Universidade de Sorocaba, dedica-se à produção literária e à pesquisa na área da Estilística da Língua Portuguesa e de Produtos Midiáticos. Contato: j.hergesel@edu.uniso.br.



Considerou-se, portanto, as habilidades antecedentes do pesquisador, principalmente as experiências como revisor de livros infantis e juvenis (e, portanto, o conhecimento de inúmeros tipos de narrativas voltadas a jovens) e como docente no Ensino Fundamental II e no Ensino Médio (mantendo, assim, contato diário com pessoas de 12 a 18 anos). Além disso, a produção bibliográfica tanto no gênero infantojuvenil como no acadêmico foram ótimos antecedentes para tal.

Assim, sustentando como temática o estudo de processos e práticas de linguagem nas mídias (audiovisuais e hipermidiáticas) que enfatizam a produção de sentidos, os modos de organização e estruturação dos textos, das narrativas envolvidas na configuração de gêneros e formatos, surgiu a ideia de se elaborar uma pesquisa que unisse as seguintes áreas: escrita criativa, internet, comunicação entre jovens e entretenimento para adolescentes com foco midiático. Dessa forma, ficou estabelecida como principal questão norteadora a seguinte especulação: “Quais são os recursos estilísticos mais utilizados na produção de diálogos de webséries brasileiras juvenis, tornando a linguagem atrativa e sedutora para o jovem?”

É possível, portanto, elencar como objetivo geral o estudo dos aspectos linguísticos da websérie do ponto de vista estilístico, bem como é sensato enumerar como objetivos específicos a avaliação dos elementos da narrativa presentes nos roteiros de webséries, a localização de elementos que envolvam sedução e identificação com o público jovem e a observação quanto aos estilemas mais recorrentes.

Para que tal pesquisa pudesse ser feita, entretanto, viu-se necessário realizar um levantamento bibliográfico sobre os temas mais pertinentes relacionados a ela: webséries, narrativas, roteiros, comunicação e cultura juvenis e estilística — sendo esta a metodologia adotada para a análise de conteúdo. As informações coletadas para se chegar ao *estado da questão* são apresentadas nas páginas deste artigo.

WEBSÉRIES

Quando se fala em webséries, um importante documento que pode ser utilizado como consulta não é bem o que se espera no meio acadêmico: em vez de um artigo científico, ou de uma dissertação de mestrado, ou de uma tese de doutorado, ou de um livro técnico, a maior fonte de informações e curiosidades sobre o tema está na revista digital *Web Series Network Magazine*.

Editada pelo norte-americano Rick Mbariket, a revista é veiculada gratuitamente na internet, geralmente por sites de compartilhamento de arquivos midiáticos, como



Scribd ou Issuu, e tem periodicidade trimestral. A cada edição, há relatos de certo ponto de vista interessantes sobre produção e veiculação de webséries em meio internacional, bem como entrevistas e resenhas de produtos concluídos ou que estão em andamento.

Logo na primeira edição da respectiva revista, Mbariket (2011, p. 4) introduz o leitor ao tema ao explicar resumidamente que “uma websérie é uma apresentação em série criada pelo talento individual e distribuída na internet para que todos vejam”³. Além desse folheto digital, outra produção bibliográfica importante para o início de uma pesquisa envolvendo o gênero tratado é o levantamento feito por Diego Darío López Mera.

Em seu artigo *WEBSERIES: Nuevo fenómeno de experimentación audiovisual y entretenimiento*, o pesquisador colombiano faz um resgate da origem desse texto audiovisual, apresentando o surgimento e a propagação da ideia pela rede mundial de computadores. Como contribuição para a área de comunicação, López Mera (2010, p. 4) enfatiza que as webséries “permitem a experimentação que não somente se limita aos argumentos, mas também à maneira de apresentá-los com respeito à interface do usuário do website em que se encontram”.⁴

Em outras palavras, o comunicador afirma que, além de ser um gênero em ascensão, as webséries funcionam também como ferramenta essencial para fazer um experimento entre aquilo que é bem recebido e o que não o é, na relação interativa entre internet e webespectador — ou no ângulo comercial: produto e consumidor. Viana (2012), por sua vez, aponta que o público consumidor desse produto são os adolescentes.

Ainda que em artigo de veiculação no TechTudo, um site sobre inovações tecnológicas, a redatora Gabriela Viana faz, em *Webséries brasileiras fazem sucesso no YouTube*, uma leitura sobre a situação das webséries no Brasil, analisando brevemente a recepção por parte do público juvenil e pontua em tópicos os elementos necessários para se produzir uma websérie e qualidade.

Assim como o artigo mencionado, há outras matérias jornalísticas e demais informativos sobre o assunto em diversos websites — e é por meio dessa alternativa que torna-se possível compreender melhor como as webséries cumprem com o papel de narrativa hipermidiática, focando o estudo nas criações brasileiras, uma vez que ainda há um número bem baixo de conteúdo acadêmico sobre o tema.

³ Tradução livre do inglês.

⁴ Tradução livre do espanhol.



Um livro, porém, lançado em março de 2013, também será essencial para a produção da dissertação — *Webséries: criação e desenvolvimento*, de Guto Aeraphe (2013). Na obra, o autor, especialista em mídia eletrônica e com vasta experiência em produções audiovisuais hipermediáticas, aborda a conceituação de narrativa transmídia e discute aspectos de produção, recepção e distribuição.

NARRATIVAS

É notável que as webséries contêm os elementos básicos para a elaboração de uma história de ficção — o conjunto aqui denominado PENTE (personagens, enredo, narração [ou foco narrativo], tempo [ou ambientação] e espaço) —, configurando-se, assim, um exemplo de narrativa hipermediática. Para compreender melhor esse tema, tem-se em mãos pesquisadores experientes e consagrados.

Um deles é Walter Benjamin, com seu *O narrador*, presente no livro *Magia e técnica, arte e política: ensaios sobre literatura e história da cultura*. Nessa obra, embora o ensaísta alemão aborde questões sobre a obra de Nikolai Leskov, traz relevantes informações sobre a origem de uma narrativa, como, por exemplo, que a fonte a que todos os narradores recorrem é a experiência que passa de pessoa a pessoa. (BENJAMIN, 1994).

Complementando a ideia de construção narrativa, o livro *As estruturas narrativas*, do linguista búlgaro Tzvetan Todorov trabalha a questão da estética do texto, fornecendo dicas não apenas sintáticas como também de conteúdo. Esses apontamentos, denominados “leis da estética”, são ferramentas que zelam pela fluidez da narração. (TODOROV, 2006).

Com relação às narrativas audiovisuais, os pesquisadores Luiz Enrique Cazani Junior e Letícia Passos Affini, inspirados por McLuhan, explicam-na como um “produto da descrição de ações que se desenrolam dentro de um espaço sob pressuposição lógica, utilizando-se de uma linguagem sincrética, composta por recursos audíveis e visuais” (2010, p. 9818) e versam sobre o assunto em seus artigos *Narrativa audiovisual complexa e modular* e *Narrativas audiovisuais no ciberespaço*.

Contudo, as relações narrativas não ficam apenas no papel como tampouco estão presentes apenas no meio audiovisual; elas estão presentes no dia a dia. Uma explicação mais aprofundada sobre o assunto encontra-se em artigos e recortes acadêmicos presentes no livro *Na mídia, na rua: narrativas do cotidiano*, organizada pelos comunicadores Vera França e César Guimarães.



ROTEIROS

Todas as narrativas — e isso inclui as webséries — surgem devido a uma forma de expressão (levemos em consideração que expressão é a transferência feita individualmente de pensamentos e emoções para fora do corpo, seja em forma de pinturas, gestos, movimentos corporais, sinais particulares ou palavras). Para as narrativas audiovisuais, é necessário que, antes da influência sonora e visual, o texto passe por um processo verbal escrito, mais comumente denominado roteiro.

Sendo a “forma escrita de qualquer projeto audiovisual” (COMPARATO, 1995, p.19), o principal objetivo de um roteiro é “combinar códigos” para que, durante a montagem de um produto audiovisual, possam comunicar a mensagem de forma alternada ou simultânea, diferenciando-se assim dos outros tipos de escrita. Essas e outras explicações, bem como o passo a passo para a elaboração de um roteiro, estão presentes no dossiê *Da criação ao roteiro*, com conselhos fornecidos pelo roteirista Doc Comparato.

Para fortalecer as dicas de Comparato, há o *Manual do roteiro: os fundamentos do texto cinematográfico*, escrito por Syd Field. Tomando por base a experiência na área de cinema, o roteirista estadunidense dá as devidas orientações a iniciantes e entusiastas — e inclusive, profissionais da área — sobre como consolidar um personagem, estabelecer as sequências, fundamentar as cenas e criar inícios e finais. (FIELD, 2001).

Por fim, o professor de escrita criativa e consultor de filmes Robert McKee reúne, na obra *Story: Substância, Estrutura, Estilo e os Princípios da Escrita de Roteiros*, informações essenciais para a produção de textos para o teatro e para o audiovisual. Além disso, esmiúça os detalhes mais impactantes de cada recurso, como, por exemplo, ao afirmar que “diálogos roteirizados devem dizer o máximo no mínimo possível de palavras” (1998, p. 502).

Outras dicas importantíssimas para o estudo da produção de uma narrativa audiovisual em espaço cibernético são encontradas na obra *Roteiro para as novas mídias: do cinema às mídias interativas*, de Vicente Gosciola, que trata, acima de tudo, da criação roteirizada de ferramentas comunicacionais hipermediáticas, levando em consideração que “hipermídia é o conjunto de meios que permite o acesso simultâneo a textos, imagens e sons de modo interativo e não linear, possibilitando fazer links entre elementos de mídia.” (GOSCIOLA, 2003, p. 33).

COMUNICAÇÃO E CULTURA JUVENIS

Falar em comunicação é sempre muito complicado, já que é uma ciência interdisciplinar e que permite as mais diversas interpretações. Esta pesquisa de estado da questão tem como foco a definição do filósofo tcheco Vilém Flusser em seu livro *O mundo codificado*, na qual afirma que “a comunicação humana é um processo artificial” (2008, p. 89) e defende sua tese na fundamentação de que o homem inventou a comunicação com a intenção de disfarçar a única certeza de que temos: a morte.

Se a comunicação é uma artificialidade que faz “esquecer a brutal falta de sentido de uma ida condenada à morte” (FLUSSER, 2008, p. 90), essa declaração remete à definição de cultura que Terry Eagleton aborda em seu livro *A ideia de cultura: o oposto de natureza; ou melhor, uma derivação dela*. Para ele, “embora esteja atualmente em moda considerar a natureza como um derivado da cultura, o conceito de cultura, etimologicamente falando, é um conceito derivado de natureza”. (EAGLETON, 2005, p. 9).

Compartilhando a mesma visão de Eagleton, tem-se a visão de Lúcia Santaella, livre-docente em semiótica, que apresenta uma definição muito útil e direta sobre o conceito de cultura, defendendo que essa denominação diz respeito à “parte do ambiente feita pelo homem” (SANTAELLA, 2003, p. 31). Santaella, por sua vez, divide a cultura em seis grandes áreas: “oral, escrita, impressa, de massa, das mídias e digital” (SANTAELLA, 2003, p. 78), teoria aqui adotada.

Ainda no livro *Culturas e artes do pós-humano*, de Santaella, há um subcapítulo que muito interessa ao tema aqui abordado, *Da cultura das mídias à cibercultura*, no qual a autora aborda três tipos de cultura midiática: a primeira é o *narrowcasting*, caracterizado pelas tevês por assinatura e pelos videocassetes (hoje, DVDs ou blu-rays), e a segunda é o âmbito digital, envolvendo computadores, filmadoras, câmeras caseiras e outros aparelhos eletrônicos caracterizados pelo recurso digital.

A terceira divisão para a cultura das mídias — espaço em que uma pesquisa sobre webséries certamente se insere — é descrita da seguinte forma:

Mudanças profundas foram provocadas pela extensão e desenvolvimento das hiper-redes multimídia de comunicação interpessoal. Cada um pode tornar-se produtor, criador, compositor, montador, apresentador, difusor de seus próprios produtos. Com isso, uma sociedade de distribuição piramidal começou a sofrer a concorrência de uma sociedade reticular de integração em tempo real.



Isso significa que estamos entrando numa terceira era midiática, a cibercultura. (SANTAELLA, 2003, p. 82).

Quando se pensa em cibercultura ou cultura hipermidiática, a mente remete logo ao público para o qual ela é dirigida, e constata-se que os adolescentes são o alvo principal. No artigo *O imaginário da juventude, a televisão e as tecnologias digitais*, o doutor em comunicação Sérgio Mattos explica que “a juventude brasileira corresponde a cerca de 35 milhões de jovens na faixa entre os 15 e 24 anos de idade” e continua sua exposição, afirmando que “a mídia tem concentrado crescente atenção dirigida aos jovens nos últimos anos, oferecendo-lhes produtos com conteúdos específicos e cada vez mais segmentados, levando em conta a heterogeneidade desse grupo”. (MATTOS, 2010, p. 135).

Pessoas abaixo dos 18 anos, no entanto, são legalmente consideradas menores de idade, conforme o artigo 2.º do Título I, *Das Disposições Preliminares*, do Estatuto da Criança e do Adolescente (2001, p. 9): “Considera-se criança, para os efeitos desta Lei, a pessoa até doze anos de idade incompletos, e adolescente aquela entre doze e dezoito anos de idade”.

Além disso, o artigo 76 do Capítulo II, *Da Prevenção Especial*, do mesmo estatuto defende que “as emissoras de rádio e televisão somente exibirão, no horário recomendado para o público infantojuvenil, programas com finalidades educativas, artísticas, culturais e informativas” (2001, p. 25). E deixa como conclusão o seguinte parágrafo único: “Nenhum espetáculo será apresentado ou anunciado sem aviso de sua classificação, antes de sua transmissão, apresentação ou exibição.” (2001, p. 25). Em vista disso, portanto, há um novo questionamento: se essa lei se aplica no contexto cibernético e se as webséries, devido à sua liberdade de diálogos e temas, podem contrastar com o referido artigo.

No momento, contudo, a preocupação maior não é com relação à legalização das webséries, e sim quanto ao seu conteúdo e os recursos necessários para se escrever algo (exclusivamente audiovisual) que prenda a atenção do jovem espectador (no caso, webespectador). O apoio é dado, portanto, nos livros sobre produção de literatura infantojuvenil, tendo como base a teórica literária Lúcia Pimentel Góes e sua *Introdução à literatura infantil e juvenil* (1984).

ESTILÍSTICA



Enfim, chega-se ao ponto do artigo em que são coletados dados sobre a disciplina responsável pela parte metodológica do projeto: a Estilística. A opção por essa área deu-se ao fato de que não é aconselhável recorrer à gramática para análise de diálogos pré-elaborados, visto que há desvios que a referida ciência não justifica. Também não é recomendável que se use da sociolinguística somente, dado que ela localiza os traços com base no contexto, mas não esclarece a questão do envolvimento na comunicação, já que os recursos linguísticos utilizados nas webséries são, prioritariamente, propositais.

Enfatizamos que, para que seja possível compreender o motivo de o autor ter escolhido tais fenômenos da linguagem e por que esses fenômenos expressivos atingem o público-alvo, é necessário fazer uso da *ciência da expressão*. Como a própria perífrase revela, ela permite a compreensão de diferentes estilos (coletivos e individuais) e o envolvimento por meio da expressividade (emoção, sentimentalismo, simpatia).

Utilizamos, portanto, uma metáfora criada recentemente para sintetizar o conceito de Estilística:

Se é total e exclusivamente aplicada na língua, torna-se Gramática; se na fala, torna-se Sociolinguística. Se focada na produção, torna-se Linguística Textual; se na compreensão, torna-se Linguística Cognitiva. Se empreendida no dia a dia, torna-se Pragmática; se aplicada no aprofundamento do cotidiano, torna-se Semiótica. Se utilizada nos argumentos, torna-se Retórica; se nos detalhes, torna-se Estética.

Comparamos, portanto, a Estilística com a linha tênue que faz a ligação entre esses ramos, em especial nos dois primeiros mencionados. Podemos inclusive nos basear na trilogia de Dante Alighieri e, em tom de Divina Comédia, dizer que: a Gramática, como condena qualquer enunciado que foge à regra, seria o Inferno; a Sociolinguística, como salva tudo o que foge às regras gramaticais, seria o Paraíso; e a Estilística, que admite certos desvios, mas questiona determinadas construções, seria o Purgatório. (HERGESEL, 2013, p. 43).

Ao imergir nos estudos mais consagrados a respeito dessa área, que transita entre Letras, Filosofia e Comunicação, é provável esbarrar-se com as palavras de Charles Bally, linguista seguidor dos estudos de Saussure e considerado o *pai da estilística*, que afirma, em seu *Tratado de estilística francesa*, que essa ciência “estuda os fatos expressivos da linguagem organizada de acordo com seu conteúdo emocional, quer



dizer, a expressão dos fatos da sensibilidade por meio da linguagem e a ação dos fatos da linguagem sobre a sensibilidade”.⁵ (BALLY, 1909, p. 16).

Um de seus seguidores, o também francês Pierre Guiraud, declara em sua obra *A estilística*: “Estilística é um meio de expressar o pensamento por intermédio da linguagem. [...] Cabe perguntar: trata-se de exprimir *o* pensamento, *seu* pensamento ou *um* pensamento?” (GUIRAUD, 1970, p. 11-12). Já a brasileira Nilce Sant’Anna Martins, no entanto, prefere justificar em sua *Introdução à estilística* que a estilística estuda “os meios que ela oferece aos que falam ou escrevem para manifestarem estados emotivos e julgamentos de valor, de modo a despertarem em quem ouve ou lê uma reação também de ordem afetiva” (2008, p. 41).

Para o linguista José Lemos Monteiro (1991, *quarta capa*), “a estilística deve, pois, descobrir e interpretar esses traços que aparecem em todos os níveis da linguagem”. E ainda acrescenta que “o enfoque estilístico não pode se deter no simples inventário das possibilidades de escolha ou na sistematização de fórmulas”.

Dessa forma, há o endosso de que a estilística é a ciência indicada para analisar e interpretar a presença de recursos expressivos não apenas em roteiros de webséries como em qualquer tipo de produção textual. Além disso, o livro *As figuras de estilo*, de Henri Suhamy (s/d), pode servir como suporte para compreensão do posicionamento de determinados aspectos estilísticos.

NOTA FINAL

Com este breve levantamento bibliográfico, entende-se que o conceito e o histórico de websérie ainda estão sendo construídos (e a escassez de fontes é ainda maior no Brasil), bem como existem poucas referências sobre a mediação do jovem como alvo da narrativa hipermediática e absolutamente nenhum estudo sobre a questão da estilística como método para a produção de roteiros com o intuito de dialogar de forma mais agradável com o adolescente. Por fim, crê-se que o propósito desta pesquisa tende a contribuir significativamente com a área de Comunicação e Cultura.

REFERÊNCIAS

AERAPHE, Guto. **Webséries**: criação e desenvolvimento. Belo Horizonte: [edição do autor], 2013.

⁵ Tradução livre do francês.



- BALLY, Charles. **Traité de stylistique française**: premier volume. Paris: Librairie C. Klinksieck, 1909.
- BENJAMIN, Walter. O narrador: considerações sobre a obra de Nikolai Leskov. In: **Magia e técnica, arte e política**: ensaios sobre literatura e história da cultura. São Paulo: Brasiliense, 1994, p. 197-221.
- CAZANI JUNIOR, Luis Enrique; AFFINI, Letícia Passos. Narrativa audiovisual complexa e modular. **Caderno do XXII Congresso de Iniciação Científica**: um mergulho nas Ciências do Mar: desafios e perspectivas na pesquisa. São Paulo: Unesp, 2010, p. 9818-9821. Disponível em:
<http://prope.unesp.br/xxii_cic/ver_resumo.php?area=100044&subarea=12561&congresso=30&CPF=36452384848>. Acesso em: 27 out. 2012.
- CAZANI JUNIOR, Luis Enrique; AFFINI, Letícia Passos. **LECOMCIENCIA**: II Seminário Lecotec de Comunicação e Ciência. Bauru: UNESP, 2009, p. 331-347.
- COMPARATO, Doc. **Da criação ao roteiro**: edição revista e atualizada, com exercícios práticos. Rio de Janeiro: Rocco, 1995.
- EAGLETON, Terry. **A ideia de cultura**. São Paulo: Editora UNESP, 2005.
- ESTATUTO DA CRIANÇA E DO ADOLESCENTE: Lei n. 8.069, de 13 de julho de 1990, Lei n. 8.242, de 12 de outubro de 1991. 3. ed. Brasília: Câmara dos Deputados, Coordenação de Publicações, 2001.
- FIELD, Syd. **Manual do roteiro**: os fundamentos do texto cinematográfico. 13. ed. Rio de Janeiro: Objetiva, 2001.
- FLUSSER, Vilém. O que é comunicação. In: **O mundo codificado**. São Paulo: Cosac Naify, 2008.
- FRANÇA, Vera; GUIMARÃES, César. **Na mídia, na rua**: narrativas do cotidiano. Belo Horizonte: Autêntica, 2006.
- GÓES, Lúcia Pimentel. **Introdução à literatura infantil e juvenil**. São Paulo: Pioneira, 1984.
- GOSCIOLA, Vicente. **Roteiro para as novas mídias**: do cinema às mídias interativas. São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2003.
- GUIRAUD, Pierre. **A estilística**. São Paulo: Mestre Jou, 1970.
- HERGESEL, João Paulo. **Estilística cibernética**. Guaratinguetá: Penalux, 2013.
- LÓPEZ MERA, Diego Darío. **WEBSERIES**: Nuevo fenómeno de experimentación audiovisual y entretenimento. 2010. Disponível em: <<http://issuu.com/diegodario/docs/webseries>>. Acesso em: 23 jun. 2012.
- MARCONDES FILHO, Ciro. **Televisão**: a vida pelo vídeo. São Paulo: Moderna, 1988.
- MARTINS, Nilce Sant'Anna. **Introdução à estilística**: a expressividade na língua portuguesa. 4. ed. São Paulo: Edusp, 2008.
- MATTOS, Sérgio. O imaginário da juventude, a televisão e as tecnologias digitais. In: **Comunicação, Cultura e Juventude**. São Paulo: INTERCOM, 2010, p. 135-156.



MBARIKET, Rick. Publisher's note: the first issue. **Web Series Magazine**, v. 1, p. 4, abr./jun. 2011. Disponível em: <<http://pt.scribd.com/doc/52127266/Web-Series-Magazine-1st-Issue-New-Advertising-Rates-For-2nd-Issue-Inside>>. Acesso em: 27 out. 2012.

MCKEE, Robert. **Story: Substance, Structure, Style, and the Principles of Screenwriting**. Disponível em: <http://ebookey.org/Story-Substance-Structure-Style-and-The-Principles-of-Screenwriting-Robert-Mckee_1144746.html>. Acesso em 27 out. 2012.

MONTEIRO, José Lemos. **A estilística**. São Paulo: Ática, 1991.

SANTAELLA, L. **Cultura e artes do pós-humano**. São Paulo: Paulus, 2003.

SUHAMY, Henri. **As figuras de estilo**. Porto: Rés Editora, s/d.

TODOROV, Tzvetan. **As estruturas narrativas**. São Paulo: Perspectiva, 2006.

VIANA, Gabriela. Webséries brasileiras fazem sucesso no YouTube. **TechTudo**, jun. 2012. Disponível em: <<http://www.techtudo.com.br/artigos/noticia/2012/06/webseries-brasileiras-fazem-sucesso-no-youtube.html>>. Acesso em: 27 out. 2012.