

A PRODUÇÃO DE ROTEIROS DE TELENÓVELA¹

Roberta Camilo Wendt²

Joanise Levy³

78

Resumo

O presente artigo é parte do Trabalho de Conclusão de Curso de graduação em Comunicação Social-Audiovisual da UEG, ora em desenvolvimento, cujo tema é “Produção de Roteiro de Telenovela”. A pesquisa tem por objetivo investigar o trabalho do roteirista no contexto da produção de telenovelas, analisando em particular a figura do colaborador.

Palavras-chave: Roteiro. Autor. Roteirista. Telenovela

Introdução

A produção de telenovelas no Brasil funciona como uma grande indústria, demandando diversos “operários” para suprir variadas funções. O produto telenovela, por sua vez, é um dos programas de maior audiência no país, o que justifica os altos investimentos financeiros e o presumível lucro. Não é incorreto dizer que o roteiro é o ponto de partida do processo de produção de uma telenovela.

Uma das principais executivas de Hollywood, Nancy Josephson, afirma que o modelo de negócio da televisão depende de ficções seriadas e acrescenta que o “Brasil possui grandes diretores, mas a TV é um negócio baseado na figura do autor” (JOSEPHSON *apud* CALDEIRA, *Valor Econômico*, 19/03/2013). Tal afirmação confirma que o roteirista é peça fundamental na indústria audiovisual. Para Comparato (2009), o

1 Trabalho apresentado no GT3 – Estudos interdisciplinares em Audiovisual – SAU, realizada de 23 a 27 de setembro de 2003.

2 Graduanda no curso de Comunicação Social, com habilitação em Audiovisual da Universidade Estadual de Goiás. robertacamiloexp@gmail.com

3 Orientadora da pesquisa, mestre em Educação pela Universidade Federal de Goiás, Graduada em Comunicação Social -Jornalismo pela Universidade Federal de Goiás. Professora de Roteiro no curso de Comunicação Social , com habilitação em Audiovisual, da Universidade Estadual de Goiás. jolevy.ueg@gmail.com

roteirista é um contador de histórias eletrônicas e cinematográficas, é um narrador, cujo ofício é escrever.

1 “Só a Globo salva”

A TV aberta tem sido o espaço privilegiado para o trabalho de roteiristas profissionais. Com a Lei 12.485, o segmento de TV por assinatura também desponta como um campo de trabalho para roteiristas brasileiros.

Por causa desta lei, também chamada de Lei da TV Paga, que obriga as TVs por assinatura a exibirem programas nacionais na proporção de um terço de sua programação total, verifica-se uma demanda real por novos programas de TV. De acordo com dados apontados pelo jornal *Valor Econômico* (27 jun. 2013) o mercado de TV por assinatura no Brasil tem um público de 52 milhões de espectadores. A nova legislação que entra em pleno vigor a partir de setembro de 2013, exige que a produção nacional passe a ocupar 3h30min por semana nos canais.

Nos cálculos da Agência Nacional do Cinema (Ancine), o aumento significa que a produção audiovisual no Brasil precisará passar das atuais 400 horas por ano para mais de 2 mil. Pelo que diz seu presidente, a Ancine não permitirá que o cumprimento da lei se dê na base do vale-a-pena-ver-de-novo-e-de-novo. 'Não admitiremos que haja reprises excessivas', afirmou Manoel Rangel, diretor-presidente da agência (SPOTORNO, *Valor Econômico*, 27/06/2013).

A mudança na legislação da TV por assinatura parece, portanto, acenar com um futuro promissor para roteiristas, entretanto, as condições de trabalho no mercado independente (ou seja, fora das emissoras de televisão) não são muito favoráveis aos roteiristas. O presidente da Associação dos Roteiristas, Newton Cannito, observa que os roteiristas não são valorizados no mercado independente, e comenta:

Para roteirista, só a Globo salva. Hoje é a única empresa que valoriza a carreira de roteirista. Eles chamam inclusive de autor-roteirista, enfatizando o autor. Passei 10 anos apostando em séries e produção independente. Apanhei muito e percebi que o certo mesmo era atuar na Globo. Lá, estou começando de novo, mas já vejo várias novas perspectivas. Estou atuando em colaboração em novelas e tentando emplacar seriados(CANNITO *apud* CARNEIRO, *Revista de Cinema*, 11 set. 2013)

Para compreender porque só “a Globo salva”, como afirma Cannito, é importante dimensionar o investimento que a emissora historicamente tem feito no segmento de teledramaturgia.

O principal conglomerado multimídia do país, a Rede Globo, produz conteúdos de diversos gêneros e formatos veiculados em 98,44% dos municípios brasileiros para um público nacional de cerca de 183 milhões de pessoas⁴. A grande audiência, o volume da produção de conteúdo, a infraestrutura e os recursos humanos de que dispõe, bem como

4 Fonte: Site da Rede Globo. Disponível em: <http://redeglobo.globo.com/TVG/0,,9648,00.html>
Acesso em 15.09.2013

o montante financeiro que movimenta faz da Rede Globo uma das maiores emissoras de televisão do mundo.

Desde que foi inaugurada em 1965, a Rede Globo investe em teledramaturgia. Até 2008 a emissora havia exibido 309 novelas, minisséries e seriados⁵. Em setembro de 2013 registra-se seis telenovelas no ar, numa média de seis horas de programação diária. Uma novela de sucesso atinge 45 pontos de audiência, o que corresponde a 32 milhões de telespectadores.

Em 1995, a Rede Globo inaugurou o PROJAC (Projeto Jacarepaguá, bairro do Rio de Janeiro), um centro de produções com capacidade para a gravação simultânea de novelas, séries e outros programas, o que favorece o aumento e a rapidez na produção. Lopes (2003) oferece alguns dados sobre a produção de telenovelas, por exemplo, para um capítulo de 45 minutos são demandadas 20 horas de gravação e 27 horas de edição. As gravações em estúdio correspondem de 60 a 70%, o restante são locações ou gravações externas. Um capítulo tem em média 34 cenas, ou seja, algo como meio filme de cinema. Em 2003, ainda segundo Lopes (2003), uma novela de aproximadamente 180 capítulos custava em média 15 milhões de dólares, ou 80 mil dólares por capítulo. Apesar do alto custo, as telenovelas constituem-se um produto bastante rentável para a emissora. Isso se explica pela seguinte lógica de produção:

O processo de produção de uma telenovela pode ser compreendido pela equação baixo custo de produção e alto grau de rentabilidade quando se articulam os valores gastos na produção (que, paradoxalmente, são altíssimos) ao retorno obtido com verbas publicitárias e de *merchandising*. Essa relação transformou a telenovela, e também o Jornal Nacional, nos produtos mais rentáveis da história da televisão brasileira (BORELLI, 2005, p. 189).

Dados de 2012 mostram que a média gasta por capítulo quase triplicou em uma década, saltando para 197 mil dólares ou cerca de R\$450 mil reais. Um infográfico produzido pela revista eletrônica *Exame.com* (16 ago. 2013) mostra que o custo total de *Avenida Brasil*, telenovela exibida em 2012, foi de R\$80,5 milhões de reais. Em contrapartida, o valor de um anúncio de 30 segundos para veiculação nacional custava mais de R\$500 mil. Em 1 hora e 15 minutos de transmissão, vão ao ar 18 minutos de propaganda. Isso representa um lucro de cerca de R\$20 milhões de reais por capítulo. No caso específico de *Avenida Brasil*, com 179 capítulos, foram R\$3,4 bilhões de reais de faturamento.

5 Fonte: Site da Rede Globo. Disponível em: <http://redeglobo.globo.com/TVG/0,,9648,00.html>
Acesso em 15.09.2013



Figura 1: Infográfico com os números da novela *Avenida Brasil*

Fonte: *Exame.com*

2 O autor-roteirista

É denominado autor aquele que criou algo, que produziu uma obra, seja ela literária, científica ou artística.

O autor é aquele que, em todos os campos, 'pro-move', toma uma iniciativa que o faz ser o primeiro a produzir alguma atividade e o garantidor ou responsável pelo produzido ou pela obra. O autor é, pois, causa ou princípio de ser de alguma coisa, origem do fazer-ser alguma coisa, da obra. Por isso ele, e somente ele, pode responder por ela e julgá-la perfeita ou imperfeita. (CHAUÍ *apud* NOGUEIRA, 2003, p.27).

O profissional que denominamos como autor hoje, muito se difere do autor do final da Idade Média, onde o trabalho era manuscrito e a produção era coletiva. A primeira noção veio com o Renascimento e o surgimento dos estudos ligados à razão. De acordo com Nogueira (2003), a experiência individual do homem, o estímulo à razão e o surgimento de aparatos tecnológicos, em especial o surgimento da imprensa, fizeram com que a noção de autoria se modificasse.

Nogueira (2003) observa ainda que a definição de autoria no cinema passou por diversas crises, afim de assegurar um debate sobre a afinidade do filme com a narrativa literária. No cinema, o escritor que escreve as histórias que serão filmadas, ou seja os roteiristas, não são considerados autores da obra, mas sim os diretores. Essa concepção ganhou projeção com a chamada “política dos autores” proposta por François Truffaut, Jean-Luc Godard, Eric Rohmer e outros jovens críticos da revista francesa *Cahiers du Cinéma*, nos anos de 1950. Tal política compreende que o autor de cinema “escreve” com a câmera. Ainda hoje no processo de produção cinematográfico, o diretor é considerado a figura mais proeminente. Na televisão brasileira, porém, assim como na americana, o autor é de fato o roteirista.

Uma telenovela é conhecida a partir do nome do autor e seu universo ficcional, por exemplo, ao anunciar na televisão: “uma novela de João Emanuel Carneiro” o espectador já tem antecipadamente uma ideia do que esperar do novo trabalho, uma vez que o autor costuma trazer marcas estilísticas e temáticas distintivas em sua obra.

Cannito considera que o conteúdo audiovisual tem sido tratado como uma “commodity”, ou seja, algo produzido em larga escala, mas cada filme ou programa de televisão é único, daí a necessidade de se investir num “modelo de criação” que seja eficiente.

Quando falo do modelo de criação falo de como organizar a equipe criativa e como distribuir o poder dentro dela. É um debate sobre gestão de grupos criativos, muito realizado na indústria de software (Domenico di Masi é um dos autores que debate isso), mas ainda pouco executado na indústria audiovisual. A Rede Globo se firmou com uma das maiores produtoras audiovisuais do mundo por ter criado um modelo de criação que gerou uma fábrica de audiovisual criativo. Em seus primórdios esse modelo partiu de duas coisas: o modelo de negócios novos implantado por Walter Clark e um modelo de criação criado por Boni e Daniel Filho. Esse modelo é baseado numa grande valorização dos roteiristas de televisão, que ficam sob contrato e tem imenso poder criativo. Dentro da Globo o roteirista é autor, artista e produtor criativo. (CANITTO, Associação de Roteiristas, 2013)

Vale destacar que as afirmações de Cannito sobre o modelo de criação dentro Rede Globo, nem sempre levou em conta o trabalho do roteirista, inclusive foi este o contexto que fez surgir a AR - Associação dos Roteiristas, entidade presidida atualmente por Cannito. A AR surgiu da necessidade de resguardar o direito de autor. Segundo o site da AR, a associação foi criada no início dos anos 2000 a partir de protestos contra a falta de créditos de roteirista num programa humorístico da Rede Globo. A situação tornou-se ainda mais crítica quando um diretor tencionava dar a si próprio o crédito de autor-roteirista numa novela que estava dirigindo, apesar de não ter escrito o roteiro⁶.

O direito de autor ou direito autoral tem uma natureza pessoal e outra patrimonial. No âmbito pessoal, também chamado direito moral, o direito recai sobre a pessoa, o autor. O direito autoral patrimonial, por sua vez, diz respeito ao direito de reprodução ou comercialização da obra. Comparato (2009) observa que do ponto de vista do direito moral ninguém pode vender ou transferir a assinatura de sua obra. “Pode usar um pseudônimo, mas jamais renegar o direito de ser o autor” (COMPARATO, 2009, p.297).

6 Cf. Site da AR. Disponível em: <<http://www.artv.art.br/index.php/sobre-a-ar/historia>> Acesso em 15.09.2013.

A reivindicação do direito de autor, no âmbito da televisão brasileira é recente, haja vista o contexto de surgimento da Associação dos Roteiristas. No Brasil, é possível notar a incipiência dos dispositivos jurídicos que regulam as relações de trabalho dos autores com os grandes conglomerados multimídia, como a Rede Globo.

3 O papel do colaborador

As especificidades do produto telenovela, as características do seu processo de produção e a relação direta que mantém com seu público consumidor, norteiam e definem o trabalho dos autores. Isso significa que a criação das tramas deverá seguir o ritmo da indústria, a despeito das singularidades do processo de criação de cada autor.

A indústria da televisão opera como uma fomalha de boca aberta, a exigir para alimento diário centenas de páginas de roteiro, com data e hora para irem ao ar. Como atrasos são um tormento para todos, produtores de tv costumam estimular a formação de equipes, constituída de um roteirista titular e colaboradores seus – em torno de quatro (CAMPOS, 2007, p.368).

O trabalho de colaborador em telenovela é relativamente recente. Até os anos 1970, o roteiro era escrito por apenas uma pessoa. Janete Clair (1925-1983) e Ivani Ribeiro (1916-1995), roteiristas de grandes sucessos na televisão brasileira, tais como *Selva de Pedra* (1972) e *Mulheres de Areia* (1993) respectivamente, são autoras que costumavam escrever sozinhas. No entanto, a sofisticação, modernização e industrialização trouxeram consigo uma demanda de trabalho maior para o autor. Segundo Nogueira (2002) a audiência e a importância econômica da telenovela a torna um produto diferenciado na indústria cultural brasileira. Comparato (2009) confirma que a complexidade das tramas provocam um aumento considerável no volume de trabalho do roteirista.

Antigamente, poucos anos atrás, as equipes eram pequenas. Atualmente elas se agigantaram tanto pelo volume de trabalho quanto pela complexidade e multiplicidade das tramas. [O colaborador é] o roteirista responsável por alguma trilha, execução de cena ou até mesmo pela escrita de parte de um capítulo. Um trabalho difícil, quase sem horários, pouco reconhecido. E na maioria dos casos mal pago. (COMPARATO, 2009, p. 304)

De acordo com Campos (2007), o trabalho de um roteirista de telenovela e seus colaboradores funciona como uma “linha de produção”. O roteirista titular se reúne com seus colaboradores e discutem ideias para os próximos capítulos, entrega as escaletas⁷ e os capítulos escritos passam nas mãos de cada colaborador que lê e insere entre colchetes e com a inicial do seu nome, as observações. Feito isso, o último colaborador envia ao roteirista titular que escolhe o que for pertinente e envia à produção da novela.

7 “Escaleta é a descrição resumida das cenas de um roteiro, na sua sequência “ (CAMPOS, 2007, p. 305)

Ou seja, todos os dias a emissora recebe os capítulos lidos e revisados por toda a equipe de roteiro.

Montar um grupo de colaboradores implica encontrar roteiristas que ao mesmo tempo, se diferenciem, se complementem e sejam capazes de conviver uns com os outros. Roteiristas com novela no ar costumam ter mais contato uns com os outros do que com os membros da sua família. (CAMPOS, 2007, P.370.)

78

Para investigar a relação entre autores e colaboradores de novela, a jornalista Mariana Trigo (*Terra*, 20 jan. 2011) conversou com vários autores da Rede Globo, de onde é possível identificar que cada um adota um tipo de sistema de trabalho. O autor Gilberto Braga (*Insensato Coração*, 2011) explica que as histórias são feitas em grupo. "Fui o primeiro autor a trabalhar com colaboradores. Eles mantêm a unidade do trabalho". No caso de Agnaldo Silva (*Fina Estampa*, 2011), o trabalho com seus colaboradores segue outra metodologia. "De repente, troco tudo. Dou aqueles personagens para outros colaboradores, misturo. Eles ficam surpresos, mas esta é uma forma de saber se todos estão alertas a tudo o que acontece na novela", explica o autor.

Outros autores preferem trabalhar sozinhos, como Glória Perez (*Salve Jorge*, 2012). "Prefiro escrever sozinha porque o trabalho fica com mais unidade. A novela fica com a cara do autor". Benedito Ruy Barbosa (*Paraíso*, 2009) também acredita que cinco ou seis pessoas não funcionam criando uma mesma história. No caso de Manoel Carlos (*Viver a Vida*, 2009), o autor prefere escrever os 20 primeiros capítulos e os últimos dez. "Os colaboradores me dão ideias para personagens, mas sou eu que insiro o universo de cada um e faço o desfecho deles do meu jeito".

Com o objetivo de obter algumas informações sobre o trabalho de colaboração, entrevistamos dois colaboradores de telenovelas da Rede Globo. Alessandro Marson, que trabalha como roteirista em TV desde 1998, tendo atuado como colaborador dos autores Duca Rachid e Thelma Guedes em *O Profeta* (2007), *Cama de Gato* (2009), *Cordel Encantado* (2011) e *Jóia Rara* (2013); de Walther Negrão em *Desejo Proibido* (2008), *Araguaia* (2010) e *Flor do Caribe* (2013) e de João Emanuel Carneiro em *Avenida Brasil* (2012). O roteirista Vitor Oliveira trabalhou como colaborador em *O Astro* (2011), de Alcides Nogueira e Geraldo Carneiro.

Oliveira explica que as tarefas que precisa realizar como colaborar variam conforme a solicitação do autor.

Isso varia de autor para autor, mas geralmente o colaborador recebe a escaleta do capítulo, que é o esqueleto, o resumo do capítulo, com a descrição das cenas sem os diálogos. Geralmente, o trabalho principal do colaborador é colocar os diálogos nessas cenas, mas também participamos das reuniões de criação e, dependendo do autor, temos liberdade para sugerir tramas e discutir o rumo da história junto com os autores (OLIVEIRA, entrevista concedida em 22 ago. 2013).

Marson comenta que escrever diálogos é uma das atividades que mais desenvolve como colaborador. "Fiz isso em todas as novelas das quais participei. Além disso, em algumas equipes, somos solicitados para outras atividades, desde participar de reunião

de produção com a direção da novela, até desenvolver tramas paralelas” (MARSON, entrevista concedida em 22 de ago. 2013).

Sobre a remuneração de um colaborador, os entrevistados afirmam que esta é uma questão relativa, uma vez que o valor da remuneração varia de acordo com a experiência, o currículo e a experiência dele no mercado.

A Associação dos Roteiristas atualizou em 2012 a tabela de valores mínimos sugeridos para remuneração de roteiristas, segundo determinadas tarefas ou serviços para televisão.

SERVIÇOS PARA TELEVISÃO	15'	30'	60'
Argumento/Sinopse	2.000,00	3.500,00	5.550,00
Roteiro Dramaturgia	3.460,00	5.550,00	10.400,00
Roteiro de Documentário com Pesquisa	3.000,00	4.200,00	6.900,00
Roteiro de Documentário sem Pesquisa	2.000,00	2.700,00	4.800,00
Roteiro de Programa de Variedades	2.770,00	3.500,00	5.550,00
Roteiro de Institucional ou Treinamento sem Dramaturgia	1.700,00	2.770,00	4.200,00
Roteiro de Institucional ou Treinamento com Dramaturgia	2.000,00	4.170,00	6.930,00
Roteiro de Programa Educativo com Dramaturgia	2.770,00	4.170,00	6.930,00
Roteiro de Programa Educativo sem Dramaturgia	2.080,00	2.770,00	4.850,00
Sinopse para telenovela, minissérie e seriado			15.000,00
Roteiro de Programa Corporativo (mínimo de 4 pág. por mês)		1.040,00 por programa	

Tabela 1: Valores mínimos para remuneração de roteiristas de TV

Fonte: Associação dos Roteiristas

O processo de produção de roteiros de telenovelas, para além do trabalho de autores e colaboradores, tem demandado também a colaboração de “autores anônimos”. Pessoas que contribuem na criação de cenas e diálogos, mas que, apesar de serem remuneradas, não tem seus nomes creditados na obra. Negociam o anonimato de hoje como um investimento no reconhecimento de amanhã. Na esteira de produção de roteiros de telenovelas na Rede Globo, autores anônimos almejam sair do anonimato e quem sabe se tornar colaboradores, e estes, por sua vez, aspiram à condição de roteiristas titulares. Como avalia Oliveira, “acredito que seja a evolução natural da profissão”.

Considerações Finais

Diferente do cinema, onde quem responde pela autoria do filme é o diretor, na televisão é o roteirista quem assina a obra. A presença de colaboradores no processo de produção de roteiros de telenovelas indica que este é um trabalho que tem se tornado cada vez mais complexo. A escrita colaborativa, por força das demandas da produção, tais como quantidade, rapidez e qualidade, estabelece um modelo de criação que muito se assemelha à produção industrial. Entretanto, apesar de estar submetida à lógica da serialização, uma obra ficcional é “única”.

No Brasil, tanto para TVs pagas quanto para novas mídias, é crescente a demanda por produção de conteúdo o que, por extensão, implica na necessidade de roteiristas. Ocorre que como categoria profissional, os roteiristas brasileiros não dispõem de muita força para garantir melhores condições de trabalho. Neste cenário, o modelo de criação da Rede Globo ainda é o que melhor oferece condições de trabalho. Estima-se que um autor titular de uma novela das nove horas receba um salário mensal entre R\$400 mil e R\$500 mil (SEGADILHA, 19 ago. 2011), fora a participação que obtém proveniente do *merchandising*. É, de fato, um patamar de remuneração considerável.

Com a tendência do processo de criação ser cada vez mais colaborativo, ainda que o filtro para trabalhar numa emissora deste porte seja muito rigoroso e difícil, é de se esperar que mais pessoas possam ter acesso. Por hora, a figura do autor-roteirista prevalece sobre os demais participantes do processo, alguns dos quais seguirão no mais completo anonimato.

Referências

AYRES, Marcela. Como Avenida Brasil injeta dinheiro na Globo”. **Exame.com**. 19 out. de 2012. Disponível em: <<http://exame.abril.com.br/negocios/noticias/como-avenida-brasil-injeta-dinheiro-na-globo>> Acesso em: 16 .ago.2013.

BORELLI, Sílvia. Padrão de produção e matrizes populares, in: V. C. Brittos e C. R. S. Bolaño (orgs.). **Rede Globo: 40 anos de poder e hegemonia**. São Paulo: Paulus, 2005.

CALDEIRA, João Bernardo. TV depende de minisséries e figura do autor, diz executiva. **Valor Econômico**, 19 de mar. 2013. Disponível em: <<http://www.valor.com.br/cultura/3050078/tv-depende-de-minisseries-e-figura-do-autor-diz-executiva#ixzz2fHDbfH5q>> . Acesso em 15 set. 2013.

CAMPOS, Flavio. **Roteiro de Cinema e Televisão**: a arte e técnica de imaginar, perceber e narrar uma história. Rio de Janeiro: Zahar, 2007.

CANNITO, Newton. Do modelo de negócios ao modelo de criação. Site AR (Associação dos Roteiristas). s/d Disponível em: <<http://www.artv.art.br/index.php/cinema/157-do-modelo-de-negocios-ao-modelo-de-criacao>> Acesso em 20 de ago. de 2013.

CARNEIRO, Gabriel. Reportagem especial sobre a falada crise na criação. **Revista de Cinema**. 11 set. 2013. Disponível em:
<<http://revistadecinema.uol.com.br/index.php/2013/09/reportagem-especial-sobre-a-falada-crise-na-criacao/>>

COMPARATO, Doc. **Da criação ao roteiro**. São Paulo: Summus, 2009.

INSTITUCIONAL. **Rede Globo**. Disponível em:
<<http://redeglobo.globo.com/TVG/0,,9648,00.html>> Acesso em 15.09.2013

LOPES, Maria Immacolata Vassalo. Telenovela brasileira: uma narrativa sobre a nação. **Comunicação & Educação**. N. 34, p. 17 a 34 São Paulo: Salesiana, jan./abr. 2013

NOGUEIRA, Lisandro. **O autor de televisão**. Goiânia: UFG; São Paulo: Edusp, 2002.

SEGADILHA, BRUNO. A nova safra de autores. **Época Digital**. 19 ago. 2013. Disponível em: <<http://epoca.globo.com/Revista/Epoca/0,,EMI258840-15220,00-A+NOVA+SAFRA+DE+AUTORES.html>>

SPOTORNO, Karla. Cresce a demanda por novos roteiristas. **Valor Econômico**, 27 jun. 2013. Disponível em: <<http://www.valor.com.br/carreira/3175960/cresce-demanda-por-novos-roteristas#ixzz2fH4qUnjr>>

TRIGO, Mariana. Equipe de colaboradores ajuda os autores a escrever novelas. **Portal Terra**, 20 de jan. de 2011. Disponível em:<<http://diversao.terra.com.br/tv/equipe-de-colaboradores-ajuda-os-autores-a-escrever-novelas.6249c63c8b15a310VgnCLD200000bbcceb0aRCRD.html>> Acesso em 09 de ago. 2013.