

O mapa dos mitos: a vinheta e o design em *Game of Thrones*¹

Giovana MILANETTO²

Universidade Federal de São Carlos, São Carlos, SP

Resumo

Neste artigo, pretendeu-se estudar a vinheta de abertura do seriado televisivo *Game of Thrones* – partiu-se da ideia de que esta sequência audiovisual, que se altera conforme a série se desenvolve, além de funcionar enquanto abertura e caminho de inserção do público no mundo ficcional, também atua enquanto narrativa. Procurou-se entender como o design faz-se presente nessa construção narrativa através do conceito de identidade visual proveniente do design gráfico, bem como pontuar relações entre imagens recorrentes na vinheta e trechos do livro que originou a série. Se as mudanças dizem respeito ao desenvolvimento da narrativa, os pontos recorrentes referem-se aos aspectos da construção do plano de fundo da trama, traduzindo visualmente conflitos, histórias e rumores acerca de elementos característicos do universo de Westeros, o continente ficcional no qual a história acontece.

Palavras-chave

Palavras-chave: Ficção televisiva seriada; design; design de mundos; vinheta; *Game of Thrones*.

Introdução

Embora cada vez mais presente, a relação entre a produção audiovisual seriada e o design tem sido pouco estudada no âmbito acadêmico. Essa relação é explicitada em diversos momentos de uma ficção narrativa seriada, dentre os quais, o primeiro contato entre o público e a obra, e objeto de análise do presente artigo: a vinheta de abertura.

O seriado televisivo escolhido, *Game of Thrones* (EUA, 2011-presente), baseado nos livros *As Crônicas de Gelo e Fogo* (*A Song of Ice and Fire*, 1996 – presente), de George R. R. Martin, é produzido pelo canal por assinatura HBO – portanto, associado à noção de “TV de qualidade” – tornando seu estudo interessante por aliar uma narrativa complexa à oferta de uma visualidade também complexa – trata-se de um novo universo, composto de diversos mundos narrativos com características e evoluções específicas, dos

¹Trabalho apresentado no GP Ficção Seriada, XIV Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do XXXVII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

²Graduada em Design de Produto pela Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho (Unesp, campus Bauru). Mestranda do Programa de Pós-Graduação em Imagem e Som (PPGIS) da Universidade Federal de São Carlos (UFSCar). Membro do Grupo de Estudos sobre Narrativas Interativas em Imagem e Som (GEMInIS/UFSCar). Bolsista da CAPES (Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior). e-mail: gi.milanetto@gmail.com

quais o desenvolvimento da trama é extremamente dependente. A fim de localizar melhor os expectadores da série neste território fictício desconhecido, um mapa torna-se conveniente, e esta é a premissa da vinheta de abertura da série: através de uma câmera que simula a visão aérea de um corvo, mostra-se a topografia dos continentes Westeros e Pentos, regiões fictícias nas quais a narrativa se passa. Ao se aproximar das terras do universo, as construções importantes de cada região são exibidas emergindo do solo, compostas por engrenagens em funcionamento. O passeio pelas terras ficcionais é permeado ainda por visões de um astro semelhante ao sol, que é rodeado por anéis encravados com imagens de acontecimentos anteriores à série.

Conforme as localidades sofrem transformações, suas representações no mapa da vinheta também se alteram, tornando a sequência de abertura parte compositiva da narrativa do seriado televisivo. O design, entendido como algo que “significa aproximadamente aquele lugar em que arte e técnica (e, conseqüentemente, pensamentos, valorativo científico) caminham juntas, com pesos equivalentes, tornando possível uma nova forma de cultura” (FLUSSER, 2007, p. 184), é uma peça-chave na criação dos elementos específicos de cada mundo, bem como de suas alterações. Flusser expõe ainda que este design contemporâneo trata de “enganar a natureza por meio da técnica, substituir o natural pelo artificial e construir máquinas de onde surja um deus que somos nós mesmos.” (2007, p. 184). Uma obra audiovisual do gênero fantasia é um campo fértil para o desenvolvimento dessa artificialidade e atuação enquanto deuses, capazes de definir o que é sagrado. Segundo Couto (2004),

Se o gênero histórico procura recriar o passado e a ficção-científica procura prever o futuro, o gênero fantasia cria um mundo verdadeiramente artificial. Sem amarras históricas ou tecnológicas de tempos possíveis, o mundo da fantasia tem seu próprio tempo, sua própria história, sua própria tecnologia. Tudo é possível. A única limitação é a imaginação e a tecnologia disponível para realizá-la. (p. 03).

O próprio termo 'vinheta' tem origem em questões semelhantes às abordadas por Flusser: advindo do termo francês *vignette*, “pequena vinha”, a vinheta referencia a videira, elemento cujo simbolismo no Antigo Testamento da Bíblia remeteria ao sagrado. Segundo Jean Chevalier³, “por questão de adaptação, Israel considera a videira uma das árvores messiânicas (Miquéias, 4,4; Zacarias, 3,10). Não é impossível que antigas tradições tenham identificado a árvore da vida do paraíso como uma videira.”. Dada sua relevância no

³AZNAR apud CHEVALIER, J. e CHERBRANT, Alain, p.19

imaginário popular da época, as videiras eram utilizadas enquanto preenchimento das iluminuras.

“A Igreja Católica começou a utilizar a arte da iluminura no século IV, primeiramente em evangelhos, saltérios, livros de horas e Bíblias, com o fim de “adornar, ilustrar”. A iluminura (ilustração) tem um fim didascálico. Aquilo que os simples não pudessem entender através da escritura, deveria ser aprendido através das figuras (...), mas seria também o deleite dos incultos.” (AZNAR, 1997, p. 23)⁴

A grande diferença entre as iluminuras e as vinhetas, segundo Aznar (1997, p. 32), seria o fato de que “a vinheta exerce uma função decorativa, estando indiretamente ligada ao texto, ao passo que a ilustração está diretamente associada a ele. A iluminura seria a representação visual do texto, comportando, ilustração, vinheta e caligrafia”. Essa necessidade de tradução visual presente na iluminura veio a ser algo recorrente na área da comunicação: enquanto as ilustrações eram criadas como complementos de textos feitos de palavras, expressando fatos distintos, embora ainda vinculados, do material escrito, as iluminuras necessariamente diriam o mesmo que seu texto adornado, porém de modo exclusivamente imagético. A capacidade que as iluminuras já possuíam de informar e entreter qualquer usuário, contando uma história de maneira visual – mesmo que a informação seja acessada em níveis diferentes, por conta da experiência anterior variada destes usuários – pode ser considerada uma das atribuições englobadas pelo design.

A fim de adicionar conteúdo aos espaços vazios das iluminuras, escolhia-se as “pequenas vinhas” para adornar os textos e imagens bíblicos. Embora Aznar infira que “tudo leva a crer que os iluminuristas tinham horror a espaços vazios, numa espécie de “agorafobia espiritual”, resolvida através das vinhetas” (p. 33), é possível acreditar que não se tratava apenas de preenchimento visual de um espaço em branco, mas sim de incluir incansavelmente em qualquer vazio “não iluminado” – podendo este ser entendido enquanto algo “que não recebeu iluminuras”, os grafismos criados pelos iluminadores, ou “que não recebeu luz”, sendo esta um símbolo típico da fé religiosa – o elemento que se julgava representante de todo o sagrado bíblico: a videira.

As vinhetas de abertura de programas televisivos poderiam ser concebidas de forma análoga: a apresentação visual do que é sagrado no universo textual no qual se está sendo inserido. Num universo ficcional dotado de diversos mundos de histórias como o do seriado

⁴ Em seu livro “Vinheta: do pergaminho ao vídeo”, Aznar apresenta um rico estudo acerca das origens das vinhetas televisivas: desde seu surgimento, na Idade Média, adornando textos sacros, passando pelas artes gráficas após o surgimento da imprensa, pelo rádio, televisão e cinema, chegando também a abordar a vasta produção brasileira. Trata-se de uma referência de bastante relevância enquanto base para o entendimento da vinheta televisiva em seu contexto histórico e cultural.

Game of Thrones, o “sagrado” pode ser associado à ideia de “mythos”, destacado por Klastrup e Tosca⁵ (2004) como um dos elementos essenciais aos mundos transmidiáveis, juntamente ao “topos” e ao “ethos”. A definição de “mundos transmidiáveis”, cuja associação aos mundos do seriado televisivo estudado é notável, diz respeito à necessidade de se criar um sistema de conteúdos abstratos, do qual um repertório de histórias e personagens ficcionais pode ser atualizado ou derivado para diversas formas de mídias. A manutenção da caracterização particular de cada história, universo ou derivação de qualquer um desses mundos ocorre devido à ideia de “worldness”, que se refere à necessidade da imagem mental do universo ficcional que o público e os produtores possuem ser a mesma.

A aproximação entre as características que geram “worldness”, e a definição de “identidade visual” advinda do design gráfico é perceptível. A identidade visual, na interpretação comum, é algo que nos faz capazes de reconhecer imediatamente algo através de sua imagem, podendo afirmar a singularidade do elemento em questão. Já no campo do design, considera-se como identidade visual “aquele componente de singularização visual que é formado por um sistema expressamente enunciado, realizado voluntariamente, planejado e integrado por elementos visuais de aplicação coordenada.” (PEÓN, 2001, p. 11-12). O design surge, em ambas definições, como agente de projeto de elementos capazes de tornar quaisquer materiais reconhecíveis e imediatamente associáveis à um universo maior.

Vinheta: do grafismo à animação

Após 1450, com o advento da imprensa, “vinheta” passou a ser um termo amplamente utilizado, com os mais diversos significados. Devido ao uso amplo, o conceito acabou tornando-se abrangente demais e, com isso, disperso, sendo confundido a emblemas, brasões, escudos, letrinas, entre outros. Alguns teóricos chegam a associá-las ao Kitsch – arabescos sem função em diversos materiais gráficos, como documentos de compra e venda, diplomas e letrinas e que, se deslocados de seu contexto, não trariam possibilidade alguma de interpretação. Aznar (1997), no entanto, entende que as vinhetas surgiram desde o princípio buscando decorar elementos pré-definidos, não sendo possível inferir que teriam sido tiradas de um contexto diferente e justapostas aos elementos prontos com finalidade unicamente decorativa. Segundo o autor, as vinhetas de cinema, rádio e televisão seguiriam a mesma lógica:

⁵ Klastrup é uma autora que relaciona design, estética e sociabilidade aos mundos de games online em suas publicações, e Tosca estuda jogos de computador e comunicação online. Ambas são professoras associadas à IT University of Copenhagen, e são referência na questão do design na criação de mundos ficcionais transmidiáveis.

“Como termo adaptado, a vinheta teve sua aparição personalizada no cinema norte-americano durante os anos 50. A fim de quebrar a monotonia das apresentações dos créditos, cineastas contrataram artistas gráficos para desenharem a vinheta de abertura de seus filmes.” (1997, p.48)

As criações destes primeiros artistas gráficos, tratados atualmente como precursores do *motion graphic design*, que diz respeito à criação de peças de design gráfico em formato audiovisual, é notável – destaca-se, a título de exemplo, a extensa produção de Saul Bass.



Ilustração 1: Imagens da vinheta de abertura do filme *Anatomia de um Assassinato*, por Saul Bass.

Na vinheta do filme *Anatomia de um Assassinato* (*Anatomy of a Murder*, Estados Unidos, 1959), são empregados recortes de papéis como representações das partes de um corpo desconectado, apresentando cada membro da produção do filme junto de um recorte do corpo, iniciando a sequência com a imagem completa acompanhada pelo nome do diretor, Otto Preminger. Essa vinheta ainda é citada graficamente por vários títulos atuais, e um de seus principais legados é justamente a habilidade de Bass em criar uma identidade visual forte, que remete imediatamente à obra, sem utilizar as imagens do filme propriamente dito, conforme o que Aznar propõe:

“É importante lembrarmos que a vinheta é acrescentada ao filme, não se utilizando de suas cenas; é um ornamento criado fora do filme, para ser a este acrescentado,

funcionando como uma moldura nobre. A vinheta é a embalagem do filme, que além de decorativa tem a função de ser suporte dos créditos.” (1997, p.49)

O mapa e o mythos

“Vinhetas de abertura também tem a função técnica de comunicar, visual e auditivamente, que determinado programa vai começar. Servem também como aviso das características do programa a ser exibido, fornecendo uma síntese de sua forma e conteúdo.” (AZNAR, 1997, p.88)

A abertura da série *Game of Thrones*, além de “emoldurar e ser a embalagem” de seu seriado televisiva, informa rapidamente que se trata de uma série do gênero fantasia, devido à materialidade escolhida para as peças do mapa: metal, madeira e um aspecto construtivo propositalmente artesanal, apesar da tecnologia digital envolvida em sua produção.

Criada sob direção de Angus Wall, a sequência foi encomendada pela HBO ao grupo Paper Rock Scissors. Segundo o diretor, “normalmente, com as vinhetas, há uma, e é isso. Ela é exibida perpetuamente. Esta é algo de fato orgânico, evolutivo, sempre em mudança, o que é uma das coisas que a torna de fato única.”⁶

O script original previsto por Dan Weiss e Dave Benioff, produtores da série, previa uma sequência na qual um corvo voaria de Porto do Rei à Winterfell, porém, diante das primeiras produções da ideia, notou-se uma dificuldade na localização do público naquele novo universo. Sugeriu-se então a criação de pequenos pedaços de mapa, facilitando na orientação dentro do continente fictício. Analisando-se os roteiros dos dez primeiros episódios, constatou-se que os territórios teriam relevância variada de acordo com a narrativa, sendo portanto interessante alterar a vinheta, tornando-a coerente com o arco dramático do episódio aberto por ela.

⁶AXELROD, J. How the Innovative Game of Thrones opening credits were built. 2013. Disponível em: <<http://www.forbes.com/sites/johnaxelrod/2013/03/30/how-the-innovative-game-of-thrones-opening-credits-springto-life-in-season-3/>>. Acessado em 23/09/2013.



Ilustração 2: Concept art do mapa da vinheta de Game of Thrones.

A fim de tornar possível a movimentação de câmera pelo mapa, criou-se um mundo sobre a superfície de uma esfera, e a fim de garantir a coerência da iluminação, inseriu-se uma estrela, semelhante ao sol. Além das questões técnicas referentes à luz nos objetos da vinheta, atribuiu-se a este astro a função de trazer aos expectadores da série alguns pontos do “mythos” dos mundos transmidiáveis.

O “mythos”, segundo Klastrup e Tosca (2004), busca o estabelecimento de conflitos e batalhas do mundo, bem como a apresentação dos personagens típicos. Neste item também estão inclusas lendas acerca de objetos e criaturas características apenas daquele universo – pode-se dizer que o “mythos” é a história por trás de todas as histórias, um conhecimento necessário para que se consiga interagir com ou interpretar os acontecimentos posteriores.

O caráter repetitivo da vinheta auxilia, neste caso, tanto os produtores quanto os expectadores da série: como se trata de uma sequência que será assistida diversas vezes, é possível inferir que as informações contidas, mesmo que numerosas e complexas, podem ser compreendidas progressivamente pelo público.

O primeiro elemento visual que remete ao “mythos” aparece logo no início da vinheta, conforme a figura a seguir:



Ilustração 3: a Condenação de Valíria, representada na vinheta de abertura de Game of Thrones.

“Valíria. Estava escrito que no dia da Destruição todos os montes ao longo de quinhentas milhas se tinham despedaçado para encher o ar com cinzas, fumo e fogo, incêndios tão quentes e famintos que mesmo os dragões no céu foram envolvidos e consumidos. Grandes rasgões tinham-se aberto na terra, engolindo palácios, templos, cidades inteiras. Lagos ferveram e transformaram-se em ácido, montanhas rebentaram, fontes de fogo cuspiram rocha fundida até uma altura de trezentos metros, de nuvens vermelhas choveu vidro de dragão e o sangue negro dos demónios, e a norte o terreno fraturou-se, ruiu e caiu para dentro de si próprio, e um mar furioso jorrou para onde ele estivera. A mais orgulhosa cidade do mundo inteiro desapareceu num instante, o seu fabuloso império sumiu-se num dia, as Terras do Longo Verão foram queimadas, afogadas e arrasadas.”⁷

Este evento, anterior ao início da série, foi o responsável pela devastação de toda a população dos continentes, exceto os habitantes de Pedra do Dragão: a família Targaryen, que viria a governar os Sete Reinos posteriormente. Esta família, cujo brasão ostenta um dragão de três cabeças, contava com os animais mitológicos lutando consigo, representados no anel da abertura batalhando pela proteção de sua Casa, presente na gravura através dos bonecos humanos atrás da criatura, contra o mar de chamas imposto àqueles continentes.

A câmera volta a focar nos anéis após uma passagem detalhada sobre cada território de relevância no episódio, e a gravura mostrada então representa a Rebelião de Robert, evento ocorrido alguns anos antes dos eventos apresentados na série, sendo bastante citado tanto nos livros quanto nos episódios, já que o Rei Robert, da família Baratheon, foi o responsável por derrubar o governo dos Targaryen.

⁷ MARTIN, G. R. R. A Dança dos Dragões. Tradução: Jorge Candeias. Lisboa:Saída de Emergência. 2011. Capítulo 33 – Tyrion.



Ilustração 4: a Rebelião de Robert representada na vinheta de abertura de Game of Thrones.

O relevo mostra o dragão de três cabeças sendo abatido pelos animais representantes de três das Casas Nobres: o lobo dos Stark, o leão dos Lannister e o veado dos Baratheon. Cada uma das Casas apresenta motivações próprias para ingressar na Guerra do Usurpador, como também é tratado este evento tanto nos livros quanto nas séries. É interessante citar, com relação ao entendimento do “mythos” em torno da Rebelião de Robert, uma série de pequenos vídeos animados, disponíveis nas edições de Blu-ray das temporadas, conhecidos como “Histoires & Lore”, nos quais são explicados diversos eventos apenas citados na série, visando fornecer mais conteúdo aos expectadores que não leram os livros, de uma forma capaz de expandir o universo fictício, mas mantendo a identidade deste em todas as derivações dos mundos transmidiáveis de *Game of Thrones*. Nestas animações, narrações acompanham as imagens dos acontecimentos presentes no “mythos” da série, a partir do ponto de vista de determinados personagens, de forma semelhante ao que ocorre nos livros – os capítulos levam o nome do personagem cujo ponto de vista será descrito, tornando a narrativa não-linear.

É possível também exemplificar o “worldness” da série utilizando este evento – através do design, constrói-se uma imagem mental dos elementos constituintes do mundo ficcional, tornando-o reproduzível para os produtores dos materiais transmidiáveis e reconhecível para os consumidores destes – tanto o ator Mark Eddy caracterizado como Rei Robert, quanto o personagem ilustrado no vídeo “Histoires & Lore” e o veado presente no anel orbitante remetem à mesma Casa Nobre descrita nos livros.



Ilustração 5: Robert Baratheon (acima, esquerda), Rhaegar Targaryen (acima, direita) e a derrota do Dragão na Rebelião de Robert.

O foco derradeiro da câmera nas gravações dos anéis da vinheta de abertura revela, por fim, os animais representantes das Casas Nobres reconhecem seu novo Rei, na figura do veado dos Baratheon.



Ilustração 6: os animais símbolo das casas curvam-se diante do novo rei na vinheta de abertura de Game of Thrones.

Uma interpretação diferente destes anéis que orbitam em torno do sol dos mundos de *Game of Thrones* foi discutida por Szalay (2014), segundo o qual os elementos dourados da abertura do seriado remeteriam à marca⁸ da Time Warner, a segunda maior empresa provedora de serviços à cabo dos Estados Unidos⁹ – detentora inclusive do canal HBO – atualmente em processo de fusão com a Comcast, a primeira maior empresa do ramo no país. A iconografia das engrenagens mecanizadas, do ouro e a sensação de computação gráfica são recorrentes em várias obras do conglomerado: o *Time-Turner* presente em Harry Potter e o Prisioneiro de Azkaban (*Harry Potter and the Prisoner of Askaban*, USA, 2004), o *Alethiometer* de A Bússola de Ouro (*The Golden Compass*, USA, 2007), e principalmente o olho de Sauron da trilogia O Senhor dos Anéis (*The Lord of the Rings*, Nova Zelândia/EUA, 2001/2002/2003). É possível inferir que, antes mesmo do expectador ser inserido na narrativa de fato, através desta vinheta de abertura, testemunha-se o forjar da marca do mundo ficcional no qual se está prestes a adentrar juntamente à marca da “Time Warner” que, enquanto detentora do canal HBO, assegura características de TV de qualidade às séries que assina.

Conclusão

A vinheta é um elemento presente nas produções visuais desde a antiguidade, e seu significado vem se desdobrando até os dias atuais. Devido ao seu caráter exclusivamente visual, de adorno ao texto escrito, é inevitável que sua concepção passe por aspectos de interesse do design gráfico, e em sua versão em movimento – tanto para a televisão quanto para o cinema – acaba se tornando um ponto de encontro entre o design e a produção audiovisual, possibilitando uma variedade de discussões e análises. Este artigo, apropriando-se da associação entre a videira, origem do termo “vinheta”, e a representação do sagrado, segundo o Antigo Testamento da Bíblia, e de sua ampla utilização no preenchimento das iluminuras da Idade Média, procurou encontrar, dentro do universo fictício dos mundos transmidiáveis da série televisiva *Game of Thrones*, quais seriam os elementos “sagrados” – constituintes de seu “mythos” – que adornariam a vinheta de

⁸ Embora o foco deste artigo não seja associar à série questões referentes ao marketing, entende-se a importância dos conceitos de tal área na construção da identidade da série. É relevante para o entendimento da definição de uma marca bem-sucedida, apontar que, segundo Semprini (2006), elas estão associadas à criação de “mundos possíveis” que proponham ao indivíduo construções de sentido organizadas, pertinentes e atraentes. Com isso, são sugeridos sistemas simbólicos capazes de auxiliá-lo na organização de um pensamento próprio acerca do fragmentado e múltiplo mundo pós-moderno. Compreende-se que esta mesma oferta de mundos possíveis é feita ao expectador de narrativas televisivas seriadas como *Game of Thrones*.

⁹ Cf. <http://broadbandnow.com/Time-Warner-Cable>

abertura do seriado de forma exclusivamente visual, tal como as videiras adornavam o espaço vazio das páginas bíblicas iluminadas. Os mundos transmidiáveis da série em questão são mais extensos que a própria narrativa, e são regidos por eventos próprios caracterizados pelo “topos”, “ethos” e “mythos” definidos por Klastrop e Tosca (2004), nos quais a aplicação de uma abordagem associada à identidade visual, conceito proveniente do design gráfico é interessante:

“Uma das funções dos sistemas de identidade visual é a de agregar à imagem corporativa determinados conceitos que a valorizem junto ao seu público-alvo. Estes conceitos, por sua vez, são *construções* do imaginário dos sujeitos daquele universo. São conceitos subjetivos, simbólicos, que muitas vezes só fazem sentido *naquele universo* próprio.” (PEÓN, 2001, p. 64)

Observa-se que a “construção do imaginário” é comum aos sistemas de identidade visual do design e à concepção de mundos transmidiáveis, através da ideia de “worldness”. A vinheta de abertura da série em questão é tomada como exemplo de aplicação destas ideias, tornando possível que elementos concebidos para mídias diferentes – seja o seriado, o livro ou as animações em vídeo – sejam inclusos num mesmo “mundo”, utilizando-se da aplicação de conceitos de design na produção audiovisual.

Referências bibliográficas

AZNAR, Sidney Carlos. **Vinheta: do Pergaminho ao Vídeo**. São Paulo:Arte & Ciência. Marília,SP: UNIMAR – Universidade de Marília. 1997.

AXELROD, J. **How the Innovative Game of Thrones opening credits were built**. 2013. Disponível em: <<http://www.forbes.com/sites/johnaxelrod/2013/03/30/how-the-innovative-game-of-thrones-opening-credits-spring-to-life-in-season-3/>>. Acesso em: 23 set. 2013.

COUTO, Cláudia Stancioli Costa. **Design do Filme**. 2004. 138 f. Dissertação. Escola de Belas Artes – Universidade Federal de Minas Gerais, Minas Gerais. 2004.

FLUSSER, Vilém. **O mundo codificado: Por uma filosofia do design e da comunicação** (trad. Raquel Abi-Sâmara). São Paulo: Cosac Naify, 2007.

KLASTRUP, Lisbeth; TOSCA, Susana. **Transmedial Worlds – Rethinking Cyberworld Design**. 2004. IEEE Computer Society, Los Alamitos, California. Disponível em: <www.itu.dk/people/klastrup/klastruptosca_transworlds.pdf>. Acesso em: 25 ago. 2013.

KLASTRUP, Lisbeth. **The Worldness of EverQuest: Exploring a 21st Century Fiction**. 2009. Disponível em: <<http://gamestudies.org/0901/articles/klastrup>>. Acesso em: 07 out. 2013.

PEÓN, Maria Luisa. **Sistemas de identidade visual**. 2 ed. Rio de Janeiro: 2AB, 2001.

PERKINS, Will. **Art of the Title – Game of Thrones**. 2011. Disponível em: <<http://www.artofthetitle.com/title/game-of-thrones/>>. Acesso em: 07 out. 2013.

SEMPRINI, Andrea. **A Marca Pós-Moderna: Poder e Fragilidade da Marca na Sociedade Contemporânea**. Tradução: Elisabeth Leone. São Paulo: Estação das Letras, 2006.

SZALAY, Michael. **HBO's Flexible Gold**. In: *Representations* Vol. 126, No. 1, Special Issue: Financialization and the Culture Industry (Spring 2014), pp. 112-134.