

WEBSÉRIE *SEIS*: CONVERGÊNCIA MIDIÁTICA E CONSUMO DE AUDIOVISUAL NA INTERNET¹

Erick Vieira de JESUS²

James ZORTEA³

Gabriela ALMEIDA⁴

Universidade Luterana do Brasil, Canoas, RS

RESUMO

O trabalho apresenta um relato do processo de produção do episódio piloto da websérie de *Seis*, à luz de discussões teóricas sobre as questões que motivaram a realização da websérie. São algumas delas: quais as diferenças entre os hábitos de consumo de audiovisual na televisão e na internet?; e qual a influência da convergência midiática e da multiplataforma sobre a narrativa, a estética e a linguagem das obras audiovisuais idealizadas para veiculação na web? Com cinco minutos de duração, o piloto da websérie de suspense *Seis* inspira-se livremente no seriado de televisão norte-americano *Fringe*, e apresenta um universo de ilusionismo que coloca dúvidas sobre o que é “real” e o que é ficção.

Palavras-chave: cultura de convergência; narrativas transmídia; websérie; *Seis*.

1. INTRODUÇÃO

Os espectadores da televisão estão acostumados a lidar, desde sempre, com a ideia de uma grade fixa de programação caracterizada pela veiculação de conteúdos de diferentes naturezas em horários alternados, compondo um grande conjunto de materiais audiovisuais exibidos em fluxo. No início da década de 90, com a popularização da internet, esse panorama passa gradualmente por mudanças significativas. A banda larga (maior velocidade de internet disponível para uma grande quantidade de usuários), possibilitou a fixação de novos formatos de mídia, e assim surgiram também novas formas de entretenimento.

As pessoas foram descobrindo outras utilidades para sites como o *YouTube*, que na sua origem era utilizado apenas como espaço para publicação de vídeos particulares, sem interferências de grupos de comunicação ou censura de expressão. O *webcasting*

¹ Trabalho submetido ao XXI Prêmio Expocom 2014, na Categoria Rádio, TV e Internet, modalidade Produção Audiovisual para mídias digitais (avulso ou seriado).

² Recém-graduado no Curso Superior de Tecnologia em Produção Audiovisual (2013.1), email: erickvieirajesus@hotmail.com.

³ Orientador do trabalho. Professor do Curso de Tecnologia em Produção Audiovisual, email: james.zortea@gmail.com.

⁴ Co-orientadora do trabalho. Professora do Curso de Comunicação Social com Habilitação em Jornalismo e do Curso de Tecnologia em Produção Audiovisual, email: gabriela.mralmeida@gmail.com.

estabeleceu-se definitivamente através de grupos ou indivíduos que passaram a produzir e tornar disponível na internet conteúdos que antes eram possíveis somente em plataformas televisivas. Daí surgiram diversos formatos, entre eles a websérie, que tornou-se popular tanto do ponto de vista da produção quanto do consumo devido à vários fatores.

A popularização de sites como o próprio *YouTube*, o barateamento das câmeras, computadores e *softwares* de edição, facilitaram e incentivaram as produções de baixo orçamento. Como formato narrativo buscando seu espaço, as webséries multiplicaram-se, e em muitos casos o custo de produção é inversamente proporcional ao número de visualizações. A partir desse ponto surge a necessidade de discutir questões como a produção de conteúdo seriado para televisão e internet; migração de produtos; possibilidades de interatividade e formatos narrativos entre as multiplataformas.

A digitalização do processo audiovisual modificou mecanismos de produção e distribuição. A internet democratizou as ferramentas de distribuição, surgiram novos formatos, vídeos feitos especificamente para a internet, possuindo características específicas como a duração e estética de fotografia e enquadramentos.

O público passa a ver na internet uma possibilidade de interação e um domínio maior da produção e distribuição do conteúdo audiovisual. A posição passiva do espectador atribuída à televisão dá lugar a um novo público: ativo, um "porta-voz do produto, participando do processo, atuando como produtor de conteúdo e gerando novas demandas." (MASSAROLO e ALVARENGA, 2009).

A forma de consumo até então dominante (programas de televisão com hora marcada) está ficando em segundo plano, pois a rotina das pessoas no mundo contemporâneo tem dificultado que o espectador seja fiel a determinado programa ou série nos horários determinados pela grade de programação de um canal.

O *YouTube*, espaço tomado pelos usuários, se tornou ferramenta importante onde cidadãos comuns passaram a ter espaço. Sua lógica de comunidade e comercial induziu uma aproximação entre as culturas profissionais e amadoras. A possibilidade de publicação aberta abriu espaço a amadores e independentes, e a capacidade de distribuição em massa fez com que vídeos amadores acabassem muitas vezes sendo mais visualizados do que conteúdos audiovisuais distribuídos tradicionalmente e produzidos em contextos considerados profissionais.

Conquistando cada vez mais usuários pelo mundo, gerando novas possibilidades, a rede se aproxima da hegemonia televisiva. Os canais mais tradicionais de televisão estão

desenvolvendo o que podemos classificar como “crossmídia”:

O mercado criado pela internet envolve a necessidade da criação de um mundo em que não somente os produtores oficiais produzem conteúdo, mas também os consumidores ativos podem vir a desdobrar os produtos que se desenvolvem nesse universo, de forma a explorar os limites que a obra produzida não ousou ou não quis explicitar. (MASSAROLO e ALVARENGA, 2009).

Este trabalho se propõe a discutir as mudanças nos hábitos de consumo de produtos audiovisuais a partir da produção de conteúdo voltado especificamente para a internet. A questão foi o pano de fundo que motivou a realização do episódio piloto da websérie *Seis*, cujo processo de produção será descrito neste artigo.

2. OBJETIVO

O presente trabalho apresenta uma reflexão sobre o processo de produção do episódio piloto da websérie de suspense *Seis*, idealizada para veiculação no *YouTube*⁵. O objetivo é problematizar a convergência midiática e a sua influência sobre os gêneros e formatos típicos da ficção seriada televisiva. Motivaram este estudo e a realização do piloto questões como: de que forma as janelas de exibição de conteúdo de vídeo na internet (o computador e os suportes móveis, como celulares e *tablets*) influenciam as narrativas e a estética das obras produzidas para a web? Como pensar esteticamente a ficção seriada produzida para a internet, do ponto de vista da linguagem audiovisual (planos, enquadramentos, movimentos de câmera, uso do som, figurinos, direção de arte, etc.)? Existem diferenças de linguagem entre o conteúdo produzido para veiculação na TV e na internet? E, por fim, há uma linguagem audiovisual própria à ficção seriada produzida para a web?

3. JUSTIFICATIVA

O campo da comunicação mudou radicalmente nos últimos anos, com o cruzamento entre antigas e novas mídias através de múltiplas plataformas. Podemos denominar este fenômeno de “convergência”, que pode definir transformações midiáticas, tecnológicas, culturais e sociais. Segundo Jenkins (2008, p. 30), “convergência não ocorre por meio de

⁵ Além do arquivo de vídeo que foi submetido na inscrição do Expocom, o material também pode ser assistido no *YouTube*, no link <https://www.youtube.com/watch?v=8RTt4-7IFEo&feature=youtu.be>.

aparelhos, por mais sofisticados que venham a ser. A convergência ocorre dentro dos cérebros de consumidores individuais e em suas intenções sociais com os outros."

A convergência não é apenas um fluxo de conteúdo através de diferentes suportes, mas uma transformação cultural, participativa, onde produtores e consumidores podem interagir em todo o processo de criação (MEILI, 2011). O público ganhou mais espaço com as novas tecnologias, e inevitavelmente se inicia uma era em que, para Jenkins (2008, p. 41), "a convergência altera a relação entre as tecnologias existentes, a indústria, o mercados, gêneros e público":

A convergência dos meios de comunicação impactou o modo como consumimos esses meios. Um adolescente fazendo a lição de casa pode trabalhar ao mesmo tempo em quatro ou cinco janelas no computador, navegar na internet, ouvir e baixar arquivos mp3 (...) alternando rapidamente as tarefas. E fãs de um popular seriado de televisão capturar amostras de diálogos do vídeo, resumir episódios, discutir sobre roteiros, criar *fan fiction* (ficção de fã), gravar suas próprias trilhas sonoras, fazer seus próprios filmes e distribuir tudo isso ao mundo inteiro pela internet. (JENKINS, 2008, p. 44).

As produções audiovisuais consideradas amadoras ou independentes foram impulsionadas pela base criada pela internet e pelo aumento da demanda e da oferta de equipamentos técnicos (câmeras, luz, etc), o que logicamente baixou os preços e formou uma nova geração de produtores/realizadores, uma nova mídia para veiculação de conteúdo e, conseqüentemente, novos tipos de conteúdos.

Este trabalho se justifica como contribuição ao estudo da Comunicação em nível de graduação em dois âmbitos: 1) o da reflexão sobre a produção de conteúdo audiovisual de ficção seriada voltado exclusivamente à veiculação na internet e seus desdobramentos estéticos e narrativos e 2) o da realização audiovisual no contexto dos cursos universitários, normalmente marcada pelo teor de experimentação no que respeita à linguagem, aos gêneros e formatos.

4. A MULTIPLATAFORMA E AS WEBSÉRIES

O acesso a diferentes ferramentas tecnológicas, à internet como meio que possibilita a qualquer indivíduo ou grupo produzir um conteúdo audiovisual, gera maior diversidade de produtos para o espectador. Quem está produzindo consegue ter um maior controle e facilidade em saber exatamente quem é o seu público-alvo (o que acessa com maior

frequência, estilo, horário)⁶. Tudo isso faz com que a distância existente entre o realizador e espectador se torne mais tênue. Como afirma Angela Maria Meili:

Uma ferramenta importante é o monitoramento de comportamento dos usuários, medindo estatísticas de visita, avaliações, compartilhamento, que se reverte, em contrapartida, na própria apresentação dos vídeos no *browser*, ou seja, na sua navegabilidade, o que permite que o *site* promova determinados vídeos de acordo com a sua performance; um mecanismo que consegue traçar um panorama de audiência dos conteúdos, privilegiando-os de forma inteligente. (2011).

O planejamento de uma produção audiovisual deve levar em conta as diversas possibilidades em termos de multiplataformas, e é possível citar produções bem sucedidas que desenvolveram esse conceito: *Matrix* (EUA), de Andy Wachowski e Larry Wachoski, e o mais recente *Harry Potter* (EUA/Inglaterra). O conceito de "franquia" não está restrito apenas a filmes, mas se aplica também a séries; o projeto audiovisual não se restringe apenas a um produto único (filme ou episódio de uma série de tv): é tudo muito mais amplo e concebido com a visão da multiplataforma⁷.

A facilidade de produzir conteúdo audiovisual possibilita a criação de universos narrativos expandidos, produzidos e distribuídos em plataformas diversas, e neste sentido as webséries chegam com uma estratégia narrativa que foi consolidada pela televisão durante um longo tempo, mas incorpora recursos que só podemos obter com o uso da internet como meio de distribuição⁸.

A participação ativa do público gerando conteúdo, seja através de *blogs*, *websites*, quadrinhos ou “filmes de fãs” é algo fundamental para consolidar esse novo universo de série ficcional para a internet:

Web series renew narrative strategies that have been already consolidated for some time on television. But they incorporate on-line resources like active participation from the audience in the story's progress and the ease which this interactive medium allows for the generation of virtual communities - something which is key to consolidate the series fictional universe. (ROMERO; CENTELLAS, 2002)

⁶ Estes dados podem ser mensurados, por exemplo, com o uso da ferramenta Insight, que permite extrair informações como de que forma as pessoas chegaram ao vídeo, o tempo dedicado a assistir o conteúdo, faixa etária, localização etc.

⁷ A narrativa transmidiática tem sido experimentada em diversos produtos. Nacionalmente, temos algumas experiências televisivas, como a série *Alice*, produzida pela HBO, em 2008, e a telenovela *Passione*, desenvolvida na Rede Globo, em 2010. Ambas faziam uso de redes sociais em diferentes níveis para extensão narrativa.

⁸ Uma matéria publicada pela revista Época em 2012 aborda o sucesso das webséries brasileiras e a consolidação do formato nos Estados Unidos. Algumas das mais populares webséries nacionais chegam a receber 850 mil acessos, segundo a reportagem: <http://revistaepoca.globo.com/Mente-aberta/noticia/2012/06/series-que-so-passam-na-web.html>.

5. DESCRIÇÃO DO PRODUTO OU PROCESSO

A websérie *Seis* é uma obra audiovisual roteirizada e dirigida por Erick Vieira de Jesus, e apresentada no primeiro semestre de 2013 como trabalho de conclusão do Curso Superior de Tecnologia em Produção Audiovisual da Universidade Luterana do Brasil (ULBRA), campus Canoas. Livremente inspirada na estrutura estética e narrativa da série televisiva norte-americana *Fringe* (J.J Abrams, 2008), *Seis* insere-se no gênero de suspense e apresenta um universo de ilusionismo e questionamentos sobre o real, numa ruptura com lógica e realidade. O tempo é linear, mas se torna distorcido com as transformações da personagem principal, Júlia, que vivencia experiências sobrenaturais ou fantásticas. A proposta é confundir as fronteiras entre ficção e realidade, mas buscando imprimir veracidade e coerência narrativa aos eventos sobrenaturais.

O objetivo foi produzir um episódio piloto que fosse exclusivamente para web e o roteiro foi trabalhado para ter em média cinco minutos de duração, tomando como referência o tempo de um videoclipe. Foram utilizados prioritariamente planos fechados, pois os principais dispositivos de visualização são telas pequenas, como monitores de computador, *tablets* ou mesmo celulares, e os possíveis canais de divulgação são os sites de compartilhamento *YouTube* e *Vimeo*.

Seis conta com três personagens, sendo que a protagonista é interpretada por duas atrizes (uma criança de até 6 anos e uma mulher de até 20 anos), e os demais personagens são um homem entre 18 e 20 anos e um outro homem de 60 anos ou mais. Os personagens são interpretados pelos atores Girley Paes, Rayane Fraga, Lucas Cunha e Isabella Velasques.

Um importante recurso narrativo presente em *Fringe* e também em *Seis* é o gancho, aquela deixa que “encerra o capítulo das narrativas seriadas e prepara já o próximo encontro, quando a história será retomada exatamente no momento da sua ruptura, a partir da cena de corte.” (COSTA, 2000). Em *Fringe*, os ganchos são usados como um recurso a fim de gerar expectativa, devido à trama fechada dos episódios. O episódio piloto de *Seis* se utiliza deste recurso, com o interesse explícito de despertar a curiosidade e a atenção do espectador. A renovação da websérie a cada episódio é um elemento contido na estrutura narrativa de *Seis*, buscando antecipar certos fatos e situações que podem parecer o presente e pertencer a realidade, ou podem ser apenas uma ilusão da protagonista Júlia.

5.1. SINOPSE DO EPISÓDIO PILOTO

A personagem Júlia tem um sonho que se repete durante um longo tempo, até que ela recebe fotos de seu sonho. Júlia procura um amigo de infância, Lucas, pois ele é a única pessoa que poderia acreditar no que estava acontecendo. Júlia e Lucas procuram por repostas e descobrem que o que ocorreu é apenas um pedaço de uma verdade maior e mais chocante.

6. MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS

O processo de realização do episódio piloto da websérie *Seis* estendeu-se por cerca de sete meses. A produção de baixo orçamento dependeu de fatores como disponibilidade de atores e equipe, e ao todo foram utilizadas seis diárias. Além do diretor, ao todo 13 pessoas participaram da realização de *Seis*, dividindo-se em funções como produção, fotografia, operação de câmera, captação de som direto, montagem e finalização, mixagem e masterização de som e fotografia de still. Alguns professores do curso de Produção Audiovisual auxiliaram na produção, direção de arte e montagem. Os equipamentos básicos utilizados foram uma câmera Cannon t3i com lente 50mm e microfone Sennheiser para gravação do som direto.

As gravações foram feitas em três locações: um laboratório, um sebo e um apartamento. O laboratório utilizado foi o do curso de Química da ULBRA Canoas. O apartamento utilizado foi o da atriz. Como não houve muito tempo para ensaios, decidiu-se utilizar o apartamento da atriz, para que ela ficasse mais natural em cena e tivesse uma identificação com o local. Para a escolha da locação do sebo foram feitas visitas em vários locais, até chegarmos ao que foi utilizado na gravação (o que mais se aproximava da concepção original do roteiro).

A escolha da atriz protagonista, que interpreta a personagem Júlia, se deu em função de parcerias anteriores para realização de outros curtas produzidos também durante o curso. A escolha da criança foi feita levando em consideração a semelhança física, e os dois atores homens adultos foram escolhidos da mesma forma que a protagonista: o grupo envolvido na produção de *Seis* já havia trabalhado com eles em outros curtas, e foram feitos testes para ver se tinham o perfil buscado.

A fotografia teve como referência o seriado *Fringe*, e por isso foram utilizados planos fechados onde há bastante sombra. Buscou-se utilizar uma referência de cor para caracterizar cada local: uma fotografia com cores neutras e branco estourado para o laboratório; o apartamento com cores mais vivas e um pouco de sombra, principalmente nos diálogos; e pouca iluminação, algo mais sombrio e misterioso no sebo. Durante o processo de montagem, o episódio piloto de *Seis* ganhou diferentes versões e passou por algumas modificações significativas. O vídeo inscrito no Expocom é o corte final, a versão definitiva da obra.

7. CONSIDERAÇÕES FINAIS

A proposta desse trabalho foi refletir sobre a linguagem e a estética dos produtos audiovisuais idealizados para veiculação na web, a partir de conceitos como convergência de mídia e multiplataforma. A convergência corresponde a um processo vivido por todos nós, está em nosso dia-a-dia, e as constantes inovações tecnológicas permitem cada vez mais que o público participe do processo de comunicação.

As webséries surgiram como um formato novo de obra audiovisual que dialoga com o cinema e a televisão, mas possui uma estrutura própria. A facilidade de produção proporcionada pelo vídeo digital oferece formas de explorar a criatividade e também trazer renovação aos conteúdos audiovisuais. Os web-episódios diferem, em formato e linguagem, dos episódios de seriados produzidos para televisão. Uma das principais diferenças está no tempo de duração: em média um web-episódio possui entre 3 e 10 minutos, enquanto um episódio de televisão dura cerca de 50 minutos. Logo, também do ponto de vista da narrativa, algumas adaptações são feitas para que seja possível contar uma história num tempo muito mais curto.

Entre os motivos para esta diferença estão os custos de produção (é muito mais caro viabilizar um episódio longo, e a maior parte das webséries são produzidas de forma independente) e também um respeito aos próprios hábitos de consumo de audiovisual de ficção na internet: curiosamente, embora seja comum os *downloads* de filmes na íntegra para assistir no computador, no caso de vídeos postados em sites de compartilhamento, os usuários não costumam assistir materiais longos. O tempo médio dos vídeos mais assistidos

é de 5 a 6 minutos, conforme revelam estudos divulgados pela empresa de análise de métricas e pesquisa em comportamento dos usuários de internet *comScore*⁹.

Outro ponto importante é diz respeito aos enquadramentos, já que o uso de planos fechados acabou se tornando um padrão estético para as webséries em função das janelas de visualização. Em termos narrativos, as webséries se aproximam do estilo de um filme curta-metragem, em não há tempo para desenvolver personagens e as histórias são curtas e vão direto ao ponto.

A televisão está mudando para tentar se adaptar aos novos hábitos de consumo de audiovisual proporcionados pela internet e pelos sites de compartilhamento de vídeos. Ainda que a linguagem das webséries seja herdada da TV, ela tem características próprias e as emissoras estão buscando constituir os seus espaços na rede e estabelecer alguma interatividade com o espectador para não perder espaço para as novas mídias.

8. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

COSTA, Maria Cristina. O Gancho - da mídia impressa às mídias eletrônicas. **Novos Olhares**, n. 6, 2000. Disponível em <http://www.revistas.univerciencia.org/index.php/novosolhares/article/viewFile/8441/7775>. (Acesso em 15/11/12).

JENKINS, Henri. **Cultura da Convergência**. São Paulo: Aleph, 2008.

MASSAROLO, João, ALVARENGA, Marcus. A Indústria Audiovisual e Os Novos Arranjos da Economia Digital. **Anais do XXXII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação** (Intercom), 2009. Disponível em <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2009/resumos/R4-2363-1.pdf>. (Acesso em 15/03/13)

MEILI, Angela Maria. O audiovisual na era Youtube: pro-amadores e o mercado. **Sessões do Imaginário**, ano XV, n. 25, 2011. Disponível em <http://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/famecos/article/viewFile/9258/7133>. (Acesso em 22/11/12).

ROMERO, Nuria, CENTELLAS, Fernando. New stages, new narrative forms: The Web 2.0 and audiovisual language. **Hipertext.net**, n. 6, 2008. Disponível em <http://www.upf.edu/hipertextnet/en/numero-6/lenguaje-audiovisual.html>. Acesso em (Acesso em 25/11/12).

⁹ Algumas delas podem ser consultadas nos links: <http://tecnologia.uol.com.br/ultimas-noticias/redacao/2011/05/03/brasileiro-gasta-em-media-8-horas-por-mes-assistindo-a-videos-online-indica-pesquisa.jhtm> e também http://www.comscore.com/por/Insights/Press_Releases/2013/2/A_Audiencia_de_Videos_Online_no_Brasil_Alcanca_43_Milhoes_de_Espectadores_Unicos (esta última compila dados de consumo de vídeos na internet relativos ao mês de dezembro de 2012).