
Webseries em tempos de pandemia: ‘Se eu estivesse aí’¹

Larissa Rodrigues NATALINO²
Pedro Henrique Ventura Rodrigues de ALMEIDA³
Carlos PERNISA JÚNIOR⁴
Universidade Federal de Juiz de Fora, UFJF.

RESUMO

Discute-se a partir da websérie do Gshow, *Se eu estivesse aí*, como a pandemia causada pelo coronavírus influenciou em mudanças nos modos de produção audiovisual. A websérie utiliza de áudio 3D, a partir de Janet Murray (2003), debate-se como essa tecnologia proporciona uma narrativa imersiva aos espectadores e estimula a participação significativa (JENKINS *et al.*, 2015). Além de analisar a websérie específica, mapea-se também webséries da plataforma da Rede Globo, Globoplay, que foram produzidas no contexto de isolamento social e quarentena de forma a buscar compreender como esse novo modo de produção tem se desenvolvido. Por fim, ainda se discute sobre a utilização do *Instagram* como uma plataforma de *streaming* por meio do IGTV e o aproveitamento de seu potencial como uma rede social que facilita a divulgação e viralização de conteúdo.

PALAVRAS-CHAVE: websérie; Instagram; pandemia; áudio 3D; imersão.

Introdução

O contexto de pandemia causado pelo vírus popularmente conhecido como coronavírus, alterou diversos processos sociais e culturais na sociedade no ano de 2020. Entre esses processos, pode-se destacar, as produções culturais. A maior rede de televisão do Brasil, Rede Globo, por exemplo, em um feito histórico, parou de produzir seu produto cultural de maior sucesso, as novelas. Mas, em meio a paralizações de produções, pode-se perceber também um outro tipo de movimentação: o surgimento de produções culturais

¹ Trabalho apresentado no GP Conteúdos Digitais e Convergência Tecnológicas, XX Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 43º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Mestranda do curso de Comunicação da Universidade Federal de Juiz de Fora (UFJF), bolsista CAPES, integrante do Grupo de Pesquisa Laboratório de Mídia Digital. E-mail: larissa.rodriguesnatalino@gmail.com.

³ Mestrando no Programa de Pós-Graduação em Ciência da Computação da Universidade Federal de Juiz de Fora (UFJF), bolsista FAPEMIG, integrante do Laboratório de Aplicações e Inovação em Computação (LAPIC) e Grupo de Pesquisa Laboratório de Mídia Digital. E-mail: pedro.venturara@ice.ufjf.br

⁴ Orientador do trabalho. Professor titular do programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Juiz de Fora (UFJF), líder do Grupo de Pesquisa Laboratório de Mídia Digital. E-mail: carlos.fernisa@ufjf.edu.br

independentes, artesanais, que otimizaram o uso de recursos em frente a dificuldade de realizar grandes produções que envolvem muitas pessoas.

Nesse sentido, apresentaremos algumas webséries produzidas na pandemia, comparando-as, em busca de padrões que possam sugerir algum tipo de nova movimentação audiovisual a partir do contexto pandêmico. Discute-se também o próprio conceito de websérie como um modelo de realização cultural que tem como meio de produção, divulgação e vinculação, o ambiente digital e traz consigo algumas características próprias que o diferencia de demais produções em outros meios tradicionais de comunicação.

Nesse contexto, tomaremos como ponto principal de análise deste trabalho a websérie, *Se eu estivesse aí*. A produção do *Gshow*, portal de entretenimento da Rede Globo de televisão, foi desenvolvida pelo casal de atores Débora Falabella e Gustavo Vaz, que, além de terem sido os criadores, escritores e diretores, também atuaram na própria websérie. Apesar dos aspectos que a caracterizam como uma obra artesanal, própria das produções caseiras, o casal utilizou de um dispositivo inovador para a construção da série: o uso do microfone binaural. A aplicação de tal tecnologia que emula um áudio 3D proporciona aos ouvintes uma experiência imersiva à série. Outro ponto de destaque e diferenciação para a produção do *Gshow*, encontra-se na utilização da plataforma IGTV do *Instagram* para disponibilizar todos os capítulos da websérie. Nesse sentido, discute-se como a rede social foi utilizada pela websérie, e como a construção da sua narrativa proporcionou participação significativa (JENKINS *et al.*, 2015) aos consumidores.

Webséries em tempos de pandemia

Períodos de crise historicamente acabam por influenciar em inovações em diversos movimentos culturais. No Cinema, é possível destacar o caso do Expressionismo Alemão, altamente influenciado pela Primeira Guerra Mundial (1914-1918) e do Neorealismo Italiano que retratava o período após a Segunda Guerra Mundial (1939-1945). No contexto da pandemia causada pelo coronavírus, ainda é muito cedo para determinar o surgimento de um novo gênero audiovisual, entretanto, é possível notar um movimento em que diversas produções foram inspiradas pela situação mundial que

acabou por alterar as dinâmicas sociais. Além disso, a impossibilidade de reuniões com muitas pessoas dificultou que fossem realizadas grandes produções, alterando a maneira de se fazer filmes, séries e programas de televisão. No caso do cinema, até mesmo um festival de curtas-metragens foi criado, o *Corona Short Film Festival* na Alemanha.

Na televisão, a maior Rede de Televisão do Brasil, a TV Globo, experimentou diversas mudanças em sua programação usual, como a ausência de plateia em programas de auditórios, criação de novos programas de cunho jornalístico, e a mais expressiva delas foi a decisão de paralisar as filmagens de diversas produções, inclusive as telenovelas. Entretanto, na própria emissora surgiram novas produções marcadas por este novo modelo de produção audiovisual, algumas delas, webséries.

A partir do artigo do pesquisador sobre webséries João Paulo Hergesel (2016) “15 Anos de Pesquisa sobre Websérie: Levantamento Bibliográfico”, em que ele apresenta um mapeamento acerca das diversas conceitualizações de websérie nos últimos anos, entende-se que o tema em si apresenta significados diversos e conceitos em disputa. O autor apresenta em seu trabalho que não existe apenas uma definição do que constitui uma websérie. De acordo com ele deve-se “entendê-la como produto maleável, capaz de se construir com diferentes plataformas e propostas de intersecção” (2016, p.11). Apesar de afirmar que não existem regras exatas que devam ser seguidas para que uma produção deva ser considerada uma websérie, Hergesel (2016, p.11) destaca algumas características expressivas ligadas ao formato. São elas: “(...) a linguagem preferencialmente audiovisual, a serialização, a curta duração dos episódios, os enquadramentos fechados, a disponibilidade on-line, o investimento limitado, o público incerto”.

Essas características sintetizadas pelo autor, foram encaradas como marcadores para o que consideraremos a seguir como webséries que foram produzidas no período que se instalou a pandemia causada pelo coronavírus. Construiu-se uma tabela com essas produções da Rede Globo de Televisão que estão presentes em sua plataforma de *streaming*, a Globoplay, a fim de buscar compreender quais são as características mais marcantes das webséries produzidas no contexto pandêmico, que instituiu diversas mudanças para as produções audiovisuais.

Tabela 1 – Webséries Globoplay

TÍTULO	DESCRIÇÃO	ELENCO	ESTREIA GLOBOPLAY	EQUIPE ENVOLVIDA
Sinta-se em Casa	“Quarentenado e entediado, Marcelo Adnet revira suas gavetas e personagens para compartilhar uma crônica diária, de cara limpa, direto de casa (GLOBOPLAY, 2020)”	1 PESSOA	13/04/2020	Equipe formada por apenas 1 pessoa
Sterblitch não tem um Talk Show: O Talk Show	“Talk show digital em que Eduardo Sterblitch se joga com seus convidados no universo da internet, conduzindo entrevistas, games e dinâmicas divertidas com a linguagem da web (GLOBOPLAY, 2020).”	1 PESSOA	05/06/2020	Equipe atuou de forma remota
Diário de um Confinado	“Você vai se identificar com a hilária rotina de Murilo, um quarentão em isolamento social. Primeira série feita 100% a distância. Videochamadas, todos em casa e um elenco de peso (GLOBOPLAY, 2020)”	17 PESSOAS	26/06/2020	Equipe atuou de forma remota
Cada Um no Seu Quadrado	“A melhor mesa de bar do mundo. Juntos, mas Cada Um no Seu Quadrado, Fernando Caruso e Paulo Vieira recebem convidados para jogos e um papo, à distância, intimista e divertido. (GLOBOPLAY, 2020)”	2 PESSOAS	03/07/2020	Equipe atuou de forma remota
Amor e Sorte	“‘Amor e Sorte’ é uma série em quatro episódios independentes, que reúne histórias sobre relacionamentos e transformação em tempos de isolamento social (GLOBOPLAY, 2020).”	2 PESSOAS POR EPISÓDIO (8 NO TOTAL)	08/09/2020	Equipe atuou de forma remota

Fonte: Autores, 2020.

As produções destacadas acima se dividem em três produções ficcionais – uma produção humorística e duas séries –; e dois programas de entrevista. Percebe-se que

apesar das séries *Diário de um Confinado* e *Amor e Sorte* contarem com um enredo que aborda o confinamento e isolamento social próprio do contexto social em que foram produzidas, o elenco é formado por muitas pessoas. A equipe que atuou de forma remota em cada uma dessas séries orientou os atores quanto ao posicionamento de câmera, de microfone, entre outros aspectos técnicos. Essa produção remota reflete em um visual profissional para as séries que além de estarem disponíveis no *Globoplay*, também foram ao ar na programação da televisão. A websérie *Diário de um Confinado* foi a primeira delas a passar por este modelo de produção remota, que depois foi empregado em *Amor e Sorte*, como é possível perceber nos vídeos de *making of* disponíveis no Gshow (2020). Em *Diário de um Confinado*, nota-se o caráter artesanal na polivalência das pessoas envolvidas, o casal Bruno Mazzeo e Joana Jabace que idealizaram a websérie, atuaram respectivamente como diretora artística e personagem protagonista na produção. Jabace explicou sobre a produção remota da websérie nos seguintes termos:

Para ser colocado em prática em dias de isolamento, foi necessário planejar para que ‘Diário de um Confinado’ fosse feito remotamente, de acordo com o protocolo de segurança elaborado pela emissora, com uma série de cuidados para evitar a exposição dos profissionais. Para a produção, foi montada uma equipe multidisciplinar que conceituou e pré-produziu a série, com um importante diferencial: tudo deveria ser feito à distância. “Assistente de direção, produção de arte, montador, pós-produção, figurino, efeito especial. Todos os departamentos foram participando cada um de sua casa. Entramos de cabeça nesse desafio imbuídos de fazer dar certo e nos reinventarmos”, explica Joana. (IMPrensa GLOBO, 2020).

Já na websérie de comédia *Sinta-se em Casa*, idealizada, roteirizada e produzida por Marcelo Adnet, o humorista destaca que a produção foi feita de maneira simples sem apoio de demais equipes: “Assim, inicio essa jornada de vídeos simples, feitos de casa, artesanalmente, apenas com o que tenho nas gavetas. A humanidade se reinventa e se adapta nas mais diversas áreas” (IMPrensa GLOBO, 2020).

Percebe-se que, que nas webséries citadas, procurou-se manter a qualidade das produções audiovisuais da TV Globo mesmo com a produção realizada à distância, de forma remota. As webséries de entrevista, *Sterblitch não tem um Talk Show: O Talk Show* e *Cada Um no Seu Quadrado*, que possuem um tom informal, e a humorística *Sinta-se em Casa*, seguem um modelo mais artesanal e amador enquanto as séries *Amor e Sorte* e *Diário de um Confinado*, mantem o mesmo padrão profissional. Já no roteiro, percebe-se

que todas as obras sem exceção abordaram a temática acerca da pandemia, de quarentena e isolamento social.

Transparência, imersão e tecnologia

Em *Hamlet no Holodeck*, Murray (2003, p. 40) aborda a necessidade da transparência de uma obra para sua imersão: “toda tecnologia bem-sucedida para contar histórias torna-se ‘transparente’: deixamos de ter consciência do meio e não enxergamos mais a impressão ou o filme, mas apenas todo o poder da própria história”. Segundo a autora, a transparência é alcançada quando o espectador/interator imerge na história a ponto de compreender que a obra se trata de sua nova realidade, e que os mecanismos de exibição/interação não o façam voltar constantemente a realidade anterior, com a quebra da imersão.

Contudo, “gerar imersão” é mais complexo do que desenvolver tecnologias que propiciem a imersão. Por mais que existam grandes avanços com dispositivos capazes de simular experiências e aspectos reais aos sensores humanos, a criação de narrativas imersivas se mostram um grande desafio, uma vez que necessita de uma aplicação específica ao contexto, e o interator deverá cercar-se de elementos que provoquem sensações para que a imersão ocorra de fato.

Murray destaca (2003, p. 41-72) como tecnologias surgem, amadurecem, e trata ainda sobre o potencial das narrativas em adaptarem-se aos novos meios, adjunto a aceitação dessas novas obras pelas pessoas. Contudo, a autora questiona o quanto de interação e verossimilhança à realidade e ao homem é necessário para cada meio de expressão gerar uma interação humano-computador “realmente imersiva” (p.73-97). A janela de tempo que existe entre o livro *Hamlet no Holodeck*, de Jannet Murray (2003) até a produção deste artigo (2020) propicia fazer acréscimos à discussão apresentada pela autora acerca da evolução e aceitação de tecnologias empregadas para narrativas imersivas e sobre o desuso de algumas tecnologias por quebra de imersão.

A websérie *Se eu estivesse aí* abordada neste artigo, utilizou-se da tecnologia de sonorização tridimensional – som 3D. Tal tecnologia, conforme descrito por Varela Junior e Forte (2014), é amplamente utilizada em filmes e jogos há várias décadas para aumento da imersão, mas, graças ao seu amadurecimento e barateamento, torna-se cada

vez mais acessível a criadores independentes de conteúdo. Atualmente, microfones condensadores e bidirecionais são dispositivos com acesso facilitado ao consumidor comum, e um grande sucesso na Internet, principalmente em plataformas audiovisuais como o *Youtube*, com vídeos de criadores de *Autonomous sensory meridian response* (ASMR) (POERIO *et al.*, 2018).

Além da aceitação humana da tecnologia, a autora (2003, p. 127-129) enfatiza que um ambiente de imersão bem sucedido necessita de atenções e estímulos específicos capazes de trazer resultados tangíveis, chamado por ela de “agência”, para uma boa interação humano-máquina. Para ela, pequenos detalhes são suficientes para a quebra da imersão, como a roupa em que ela vestia em uma sala de simulação, que a trazia de volta a realidade. Fato hoje similar aos óculos de realidade virtual, onde a ausência de um nariz em certos tipos de jogos ocasiona enjoo ao jogador (LOPES, 2015).

A websérie *Se eu estivesse aí*, tenta propiciar a ideia de posição com o som 3D com as falas e sons ambiente específicos. Contudo, durante a narrativa é apresentado que o som que escutamos vem de um alto-falante do celular por áudio de WhatsApp, e já o som 3D que escutamos nem sempre é referente ao fato de escutar o dispositivo – em alto-falante –, mas sim como se o outro personagem estivesse falando diretamente com o interator – imaginação do personagem. A mudança de “forma de escuta” acontece com uma “piscada” sinalizada por um “som” descontextualizado ao ato humano de piscar. A quebra desse contexto com a realidade dificulta na imersão proposta de “ser o personagem”. Inclusive, sem a sonorização completa de movimentação ambiente, pode ocasionar sustos, por não esperarmos de onde vêm as vozes.

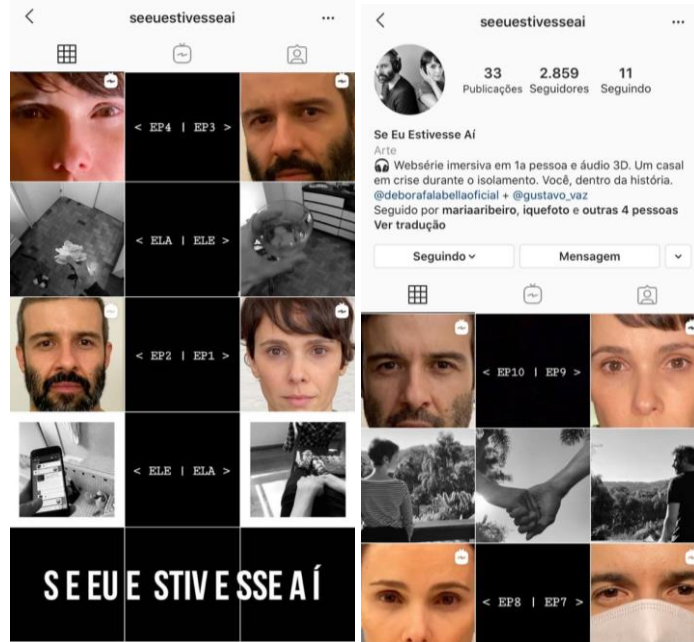
Sendo assim, apesar da websérie não ser um grande exemplo de imersão com uso de sensores e ferramentas de edição mais acessíveis, em um dispositivo de reprodução comum, *smartphones*, trata-se de um primeiro vislumbre do que já é possível criar com ferramentas de Internet das Coisas (IoT) comuns, que possam propiciar agência. Com isso, vale questionar se pesquisas relacionadas à modelagem e criação de narrativas imersivas, podem se beneficiar com este e outros tipos de projetos pioneiros que explorem ainda mais as possibilidades desses tipos de tecnologias na criação de novas narrativas.

A websérie *Se eu estivesse aí*: Instagram como plataforma de *streaming*?

Como a websérie *Se eu estivesse aí* é uma produção do Gshow foi publicada no seu site. Entretanto, também foi criado um perfil da websérie no Instagram, em que é possível assistir por meio da plataforma IGTV, todos os episódios na íntegra. Fato que se diferencia às outras webséries produzidas pelo Gshow e pela Globoplay. Diante desse uso inovador da rede social como uma plataforma de *streaming* para uma websérie do grupo da Rede Globo de televisão, questiona-se se os atributos próprios do Instagram foram considerados a partir da postagem dessa websérie no IGTV.

O IGTV foi criado em 2018, primeiramente como um aplicativo independente ao Instagram, que se propunha a competir diretamente com plataformas de *streaming* que proporcionam a qualquer pessoa postar vídeos de produção independente, como o Youtube (G1, 2018). Entretanto, apesar de ainda existir como um aplicativo independente, a partir das experiências dos usuários, o IGTV acabou sendo utilizado mais como uma parte do próprio aplicativo Instagram para postagem de vídeos que ultrapassem um minuto. Uma das particularidades da plataforma, de acordo com Kevin Systrom (G1, 2018), presidente-executivo do Instagram na época de lançamento do IGTV, se encontra na produção de conteúdo na orientação em vertical, uma vez que é dessa forma que os usuários utilizam os *smartphones*. Entretanto, muitas produções não pensadas exclusivamente para o Instagram, são feitas na orientação horizontal e postadas na plataforma dessa forma – caso da websérie analisada

Além do IGTV, outro elemento muito explorado por diversos perfis profissionais e pessoais no Instagram é o *feed*. O *feed* no Instagram refere-se à organização das postagens de um perfil que acontece em agrupamento de três em três elementos. Essa organização feita em múltiplos de três permite aos usuários criarem conteúdos que extrapolem a visualização de um *post* no formato quadrado tradicional. O *feed* é ainda considerando como uma vitrine de apresentação para qualquer perfil nessa rede social. No caso da websérie estudada, percebe-se que se explorou este elemento de divisão em três nas primeiras postagens no perfil, que apresentam um *banner* na horizontal com o título da websérie *Se eu estivesse aí* (figura 1). Além disso, as postagens semanais dos dois episódios, um a partir da perspectiva da personagem feminina e o outro a partir da masculina, distribui-se também de três em três *posts* (Figuras 1 e 2).



Figuras 1 e 2: Reprodução do perfil do *Instagram* ‘*Se eu estivesse aí*’
Fonte: Autores, 2020.

É interessante ressaltar, que um dos elementos principais do Instagram, a fotografia, também é utilizada de forma a acrescentar ao enredo da série. Os dois episódios semanais foram duas complementados por fotos apresentando cenas que representam o que ocorre entre um episódio e outro em três ocasiões, mantendo as perspectivas das personagens feminina e masculina. Nesses *posts* fotográficos, conteúdo que não consta no Gshow, ou seja, exclusivo para o Instagram, as legendas adicionam informações ao roteiro.

Esta websérie chama atenção em um primeiro momento pela promessa de ser uma “Websérie imersiva em 1ª pessoa e áudio 3D”, como consta na descrição do perfil no Instagram (Figura 2), entretanto, outros aspectos potencialmente inovadores também são considerados. O uso do Instagram, como uma plataforma de *streaming* por uma série da Rede Globo de Televisão, como já dito anteriormente, não é usual, porém questiona-se se outros tipos de produções independentes têm utilizado dessa rede social como plataforma para suas webséries.

A fim de verificar se a utilização do Instagram como plataforma de *streaming* da websérie se tratou de uma proposta inovadora nas produções culturais brasileiras, verificou-se no Portal de Livre Acesso à Produção em Ciências da Comunicação

(PORTCOM), a existência de trabalhos que associavam as palavras-chave: Instagram e websérie. A pesquisa no PORTCOM revelou a inexistência de trabalhos que possuam as duas palavras-chaves pesquisadas. Ao verificar as produções que apresentavam apenas a palavra-chave websérie, percebeu-se que os artigos normalmente realizados pelos pesquisadores em Comunicação no INTERCOM apresentam webséries que se utilizam de outras redes sociais digitais como plataforma para o seu produto, como o YouTube⁵ citado em 5 artigos e os *sites* próprios, apontados em 2 artigos⁶. Já uma pesquisa pela *hashtag* ‘websérie’ nos mecanismos de busca do próprio Instagram relevou algumas produções brasileiras que se utilizam da plataforma para disponibilização de seus episódios. Entretanto, todas as webséries encontradas são produções independentes, que não se encontram ligadas a nenhuma grande produtora, ou rede de televisão.

Portanto, percebe-se que a utilização do IGTV como uma ferramenta de *streaming* para webséries ainda pode ser muito explorada. Acredita-se que, no caso da obra analisada *Se eu estivesse aí*, o potencial do Instagram foi pouco aproveitado. As únicas *hashtags* utilizadas, por exemplo, foram #SeEuEstivesseAí e #SeEuEstivesseAi marcando o título da websérie. No Instagram, as *hashtags* são poderosas indexadoras que garantem às postagens agrupamentos por meio de temas e facilitam assim o compartilhamento e divulgação. Nas imagens e vídeos postados, as legendas apenas fazem menção à sinopse do episódio e funcionam como parte do roteiro. O Instagram também propicia elementos de interação que não foram utilizados, como as enquetes, e a possibilidade de promover vídeos ao vivo, as *lives*.

A partir de Jenkins (2009), entende-se que a websérie poderia ter se utilizado de uma narrativa transmídia: “histórias que se desdobram através de múltiplas plataformas de mídia, com cada meio fazendo distintas contribuições para a nossa compreensão do mundo narrativo” (JENKINS, 2009, p. 293), de forma a ampliar seu público e também aprimorar as estratégias de imersão e interação com ele.

⁵ 1) CARACCILO, et al., 2012, 2) MELO E SOARES, 2011, 3) FERREIRA E SILVA, 2013, 4) SILVA E ZANNETI, 2013 e 5) COCA E SANTOS, 2013.

⁶ 1) MORALEJO, 2010 e 2) TELES, 2013.

No livro *Cultura da conexão* (2015), Jenkins, Green e Ford discutem os aspectos que marcam o consumo de cultura no contexto digital. No capítulo “O que constitui uma participação significativa?”, os autores apresentam apontamentos acerca da participação dos consumidores – aqueles que atuam como produtores das obras que consomem; aqueles que interagem com as produções; e também aqueles que acabam consumindo conteúdo de forma mais passiva. Entretanto, argumentam que apenas o reconhecimento da possibilidade de os consumidores contribuírem a trama que consomem já proporciona uma experiência diferente a narrativas criadas em “um mundo onde são impedidos de ter uma participação significativa” (JENKINS *et al.*, 2015, p. 105).

Nesse sentido, é possível compreender o apontamento dos autores à medida que a produção de conteúdo feita considerando a participação significativa dos consumidores já é suficiente para que diferentes narrativas sejam criadas considerando esses aspectos. No caso da websérie, *Se eu estivesse aí*, o áudio 3D por si só não conseguiria trazer imersão aos espectadores, pois para que a imersão ocorra existem premissas a serem seguidas, como o uso de fones de ouvido. Para tanto, é necessário convidar o espectador à participação e orientá-lo sobre como fazê-la.

Jenkins *et al.* (2015, p. 109) destacam ainda que as contribuições a partir da “criação de um ambiente de comunicação mais participativo” não se encontram necessariamente na incorporação de novas tecnologias digitais no dia a dia das pessoas, mas sim, na maneira como essas tecnologias são empregadas. Desse modo, podemos tomar como exemplo as webséries citadas acima, que utilizaram tecnologias normalmente empregadas para outros fins em seus modos de produção.

Considerações finais

De acordo com o que foi estudado a partir desse artigo é possível inferir que a quarentena e o isolamento social, próprios da pandemia causada pelo coronavírus, influenciaram em mudanças nos modos de produção de webséries. Nos exemplos analisados, foi possível perceber alguns marcos, como o elenco reduzido; a atuação da equipe de produção de forma remota ou equipe de produção reduzida e artesanal; e roteiros inspirados pelas novas dinâmicas sociais.

No caso da websérie *Se eu estivesse aí*, destaca-se, além dessas características já apresentadas, alguns aspectos inovadores: o áudio 3D e a utilização do Instagram. Acredita-se que o áudio 3D proporcionou um novo tipo de experiência imersiva aos consumidores, mas o potencial do IGTV como plataforma de *streaming* para a websérie poderia ter sido melhor aproveitado, considerando os mecanismos disponíveis na rede social. Poderiam ter sido empregadas estratégias de divulgação e até mesmo de viralização, uma vez que esta websérie, que utiliza narrativas imersivas, apresenta alguns aspectos inovadores que a diferenciam das demais.

Contudo, apesar da tentativa de “agência”, a websérie pode apresentar a alguns espectadores, mesmo com uso de fones de ouvido, dificuldades em imergir. Devido a quebras sonoras de transição, e efeitos sonoros 3D, que podem causar confusão ou quebra de realidade. Mesmo assim, por se tratar de um primeiro trabalho feito em tal plataforma, o mesmo se torna válido como uma obra de análise e referência, para que autores que busquem produzir efeitos similares em equipamentos do nicho, explorem e questionem sobre os elementos utilizados para imersão e sensação de agência.

Por fim, entende-se que a websérie *Se eu estivesse aí* pode ser vista como um produto do contexto da pandemia causada pelo coronavírus, mas também como um marco para as produções originais do grupo da Rede Globo. Apesar de ter deixado de usar diversos espaços possíveis de expansão, tanto para aprimorar a participação significativa dos consumidores (JENKINS *et al.*, 2015) quanto para a utilização de novas tecnologias, já apresenta um vislumbre diante da possibilidade de futuras produções *mainstream* que possam ser feitas considerando as novas dinâmicas *online* e as novas tecnologias.

REFERÊNCIAS

CARACCILO, Paola Maira Gomes; *et al.* **O Youtube como plataforma para produção independente de webséries.** XXXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Fortaleza, CE – 3 a 7/9/2012. Disponível em:

<http://www.intercom.org.br/sis/2012/resumos/R7-2023-1.pdf>. Acesso em 01 de out. de 2020.

COCA, Adriana Pierre; SANTOS, Alexandre Tadeu dos. **Formatos de Ficção Seriada Televisual: Tradições e Perspectivas.** XXXVII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Foz do Iguaçu, PR – 2 a 5/9/2013. Disponível em:

<http://www.intercom.org.br/sis/2014/resumos/R9-1243-1.pdf>

FERREIRA, Júlia; SILVA, Juliana da. **Webséries: O Universo Narrativo Online**. XVIII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste – Bauru - SP – 03 a 05/07/2013. Disponível em: <https://www.portalintercom.org.br/anais/sudeste2013/resumos/R38-1023-1.pdf>

G1. **Instagram lança IGTV, app para vídeos mais longos, e abre disputa com YouTube para atrair criadores**, 2018. Disponível em: <https://g1.globo.com/economia/tecnologia/noticia/instagram-lanca-app-para-videoes-mais-longos-e-abre-disputa-com-youtube-para-atrair-criadores.ghtml>. Acesso em: 01 out. 2020.

GSHOW. **'Amor e Sorte': confira os bastidores da série**, 2020. Disponível em: <https://gshow.globo.com/series/amor-e-sorte/playlist/amor-e-sorte-confira-os-bastidores-da-serie.ghtml> Acesso em: 01 out. 2020.

HERGESEL, João Paulo. **15 Anos de Pesquisa sobre Websérie**: Levantamento Bibliográfico. XXI Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste – Salto - SP – 17 a 19/06/2016.

IMPrensa GLOBO. **Estreia primeiro episódio de 'Cada Um no Seu Quadrado'**, 2020. Disponível em: <https://imprensa.globo.com/programas/cada-um-no-seu-quadrado/textos/estreia-primeiro-episodio-de-cada-um-no-seu-quadrado/> Acesso em: 01 out. 2020.

IMPrensa GLOBO. **Globoplay estreia "Sterblitch não tem um Talk Show: o Talk Show"**, 2020. Disponível em: <https://imprensa.globo.com/programas/sterblitch-nao-tem-um-talk-show-o-talk-show/textos/globoplay-estreia-sterblitch-nao-tem-um-talk-show-o-talk-show/> Acesso em: 01 out. 2020.

IMPrensa GLOBO. **Marcelo Adnet estreia 'Sinta-se em casa', diário da quarentena no Globoplay**, 2020. Disponível em: <https://imprensa.globo.com/programas/sinta-se-em-casa/textos/marcelo-adnet-estreia-sinta-se-em-casa-diario-da-quarentena-no-globoplay/> Acesso em: 01 out. 2020.

IMPrensa GLOBO. **Os desafios da produção de arte à distância em 'Amor e Sorte'**, 2020. Disponível em: <https://imprensa.globo.com/programas/amor-e-sorte/textos/os-desafios-da-producao-de-arte-a-distancia-em-amor-e-sorte/> Acesso em: 01 out. 2020.

IMPrensa GLOBO. **Uma obra pensada e produzida especialmente para a quarentena**, 2020. Disponível em: <https://imprensa.globo.com/programas/diario-de-um-confinado/textos/uma-obra-pensada-e-produzida-especialmente-para-a-quarentena/> Acesso em: 01 out. 2020.

JENKINS, H. **Cultura da convergência**. São Paulo: Aleph, 2009.

JENKINS, H., GREEN, J e FORD, S. **Cultura da conexão**: criando valor e significado por meio da mídia propagável. São Paulo, Editora Aleph, 2015.

LOPES, Renan. **Um nariz virtual pode diminuir enjoos causados por realidade virtual**, 2015. Disponível em: <https://gizmodo.uol.com.br/um-nariz-virtual-pode-diminuir-enjoos-causados-por-realidade-virtual/> Acesso em 2 de out. de 2020.

MELO, André Wolmer de; SOARES, Rosânia. **Product Placement em Webséries: uma Análise do Caso de Sucesso *The Hire***. XXXIV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Recife, PE – 2 a 6 de setembro de 2011. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2011/resumos/R6-2705-1.pdf>

MORALEJO, Sarah. **Convergência midiática e o audiovisual na web: o caso da webserie *Ghostfacer***. XXXIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Caxias do Sul, RS – 2 a 6 de setembro de 2010. Disponível em:

<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2010/resumos/R5-1496-1.pdf>

MURRAY, J. H. **Hamlet no holodeck**: o futuro da narrativa no ciberespaço. Tradução Elissa Khoury Daher, Marcelo Fernandez Cuzziol. - São Paulo: Itáu Cultural: Unesp, 2003.

POERIO GL, BLAKEY E, HOSTLER TJ, VELTRI T. **More than a feeling**: Autonomous sensory meridian response (ASMR) is characterized by reliable changes in affect and physiology, 2018. Disponível em:

<https://journals.plos.org/plosone/article?id=10.1371/journal.pone.0196645> Acesso em 2 de out. de 2020.

SILVA, Lucas Octávio Cândio da; ZANNETI, Daniela. **A Websérie Como Produto Audiovisual**. XVIII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste – Bauru - SP – 03 a 05/06/2013. Disponível em:

<https://www.portalintercom.org.br/anais/sudeste2013/resumos/R38-0339-1.pdf>

TELES, Diogo Carvalho Gondim. **O lugar do protagonista na narrativa transmídia**. XV Congresso de Ciências da Comunicação na Região Centro-Oeste – Rio Verde - GO – 30/05 a 01/06/2013. Disponível em:

<https://www.portalintercom.org.br/anais/centrooeste2013/resumos/R36-0542-1.pdf>

VARELA JUNIOR, David Blanco, FORTE, Cleberson Eugênio. **Áudio 3D em jogos**. Revista Tecnológica da Fatec Americana, Americana. v.2, n.1, p.35-56, mar./set. 2014. Disponível em: http://www.fatec.edu.br/revista_ojs/index.php/RTecFatecAM/article/view/10/15 Acesso em 2 de out. de 2020.