

## O Mundo Podia Ser Nosso: Do Roteiro às Visualizações no YouTube Análise de Narrativas Seriadas Para as Novas Mídias<sup>1</sup>

Beatriz MEIRELES<sup>2</sup>

Minna MINÁ<sup>3</sup>

Rafael LUNA<sup>4</sup>

Dorneles NEVES<sup>5</sup>

Universidade Federal da Paraíba, João Pessoa, PB

### RESUMO

A partir do estudo e adaptação dos modelos tradicionais do cinema e TV, a websérie foi produzida com o objetivo de desenvolver localmente um conteúdo completamente original, explorar novas fronteiras na produção audiovisual para *web* e estudar a repercussão e retenção da audiência. É, portanto, uma produção pioneira e atual, que alcançou mais de 2500 visualizações, com 60% da retenção absoluta do público-alvo e se mantendo acima da média de retenção relativa de todos os vídeos de formatos semelhante no YouTube; disponibilizada online gratuita e democraticamente; que promove a cultura e novos talentos paraibanos e temas relevantes para a sociedade.

**PALAVRAS-CHAVE:** webséries; narrativas seriadas; YouTube; produção audiovisual para novas mídias; consumo de vídeos *online*.

### 1 INTRODUÇÃO

Desde o surgimento da televisão, segundo McKEE (1997), produtores estiveram presos ao relógio, limitados em transmitir programas que tivessem entre 30 e 60 minutos para que os espectadores soubessem quando e onde assisti-los. A revolução digital e o surgimento da internet mudaram isso, permitindo maior liberdade na produção de vídeo para as novas mídias. “Free from the tyranny of the 30/60 paradigm, short-form video content in all shapes and sizes has exploded on the Web” (McKEE, 1997). Por consequência, a audiência também alterou seus hábitos de consumo.

As webséries surgiram decorrente dessas mudança e “nada mais são do que a fórmula clássica das séries televisivas aplicadas ao universo multiplataforma da *internet*” (AERAPHE, 2013, p. 24). Uma websérie é uma narrativa audiovisual composta por

---

<sup>1</sup> Trabalho submetido ao XXIII Prêmio Expocom 2016, na Categoria Rádio, TV e Internet, modalidade Produção Audiovisual para mídias digitais (avulso ou seriado).

<sup>2</sup> Aluno líder do grupo e estudante do 3º. Semestre do Curso de Comunicação em Mídias Digitais, email: beatrizmeireles@gmail.com.

<sup>3</sup> Estudante do 6º. Semestre do Curso de Comunicação em Mídias Digitais, email: minna.mmr@gmail.com.

<sup>4</sup> Estudante do 7º. Semestre do Curso de Comunicação em Mídias Digitais, email: luna.rafaelluna@gmail.com.

<sup>5</sup> Orientador do trabalho. Professor do Curso de Comunicação em Mídias Digitais, email: dodaneves@gmail.com.

episódios lançados periodicamente na *internet* e acessados a qualquer momento, em qualquer lugar e por qualquer pessoa.

Por terem surgido recentemente e se diferenciarem das estruturas e linguagens já estabelecidas pela TV e cinema, as webséries não possuem formato ou linguagem própria. Assim, a produção de vídeos para web é feita de forma intuitiva. Daí a necessidade de estudos e elaboração de uma linguagem e estética que se adeque aos novos hábitos dos usuários e ao meio digital. “By putting an activity into rational terms we can discuss it alongside other schematized activities, be they rational or not” (ANDREW, 1976).

Nesse contexto, o presente trabalho foi desenvolvido a partir de uma estrutura experimental desenvolvida por RAMOS e NEVES (2016). Trata-se, portanto, de um produto audiovisual de caráter empírico, não documental e não experimental, produzido no âmbito acadêmico que traduz a produção de conteúdos audiovisuais na web nos dias de hoje.

## 2 OBJETIVO

O presente trabalho objetivou a criação de uma websérie de três episódios de baixo orçamento seguindo os hábitos de consumo atuais para a *web*, desde a concepção dos personagens e criação do roteiro, até a análise da retenção do público. Visou ainda:

- Fomentar a produção artística e acadêmica da Paraíba;
- Instigar diferentes discussões à respeito da produção audiovisual seriada para *web*;
- Compartilhar na *web* um conteúdo produzido localmente, autêntico e original da Paraíba, visando o público entre 18 e 24 anos de todo o país.

## 3 JUSTIFICATIVA

Constitui o trabalho final para a disciplina de Áudio e Vídeo para Web, ministrada pelo professor Dorneles Neves, do Curso de Comunicação em Mídias Digitais da Universidade Federal da Paraíba. Visando, principalmente, a produção de conteúdo audiovisual voltado para as novas mídias a partir de uma estrutura experimental adaptada do cinema e da TV, o trabalho contribui para a compreensão dos novos hábitos de consumo de vídeos *online*. Com sua relevância social, pretende-se não apenas entreter, mas contribuir com a produção de conteúdo acadêmico para uma área ainda escassa.

A criação da websérie foi impulsionada pela vontade de produzir conteúdo inteiramente original a ser disponibilizado gratuitamente na web com o intuito atingir públicos de todo o país e valorizar a Paraíba, uma vez que contribui para fomentar a

produção audiovisual e acadêmica paraibana, divulgar novos talentos paraibanos, a cultura e cenários locais, bem como, retratar sotaque, fala, gírias e expressões típicas paraibanas. É um produto autêntico produzido na Paraíba, por paraibanos, para todo o Brasil.

#### 4 MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADAS

Foram priorizados os aspectos mais revelantes para o processo de produção da websérie cujo episódio piloto e os dois episódios seguintes de “O mundo podia ser nosso” encontram-se disponíveis no YouTube no canal Websérie OMPSN, no *link*: <http://goo.gl/M17r2K>.

##### 4.1 Construção dos personagens e roteiro

As etapas de desenvolvimento da websérie seguiram o estudo de TRUBY (2011). Inicialmente, foi escolhida uma premissa e, depois, definido o *design principle*. Decidido qual o conflito central da narrativa, foi escolhido qual seria o protagonista, o personagem cujo ponto de vista renderia mais conflitos e tornaria a história mais atraente.

Os personagens foram desenvolvidos conforme o conflito de quatro pontos sugerido em Anatomy of Story (2011), onde tem-se quatro personagens (protagonista, aliado, falso aliado e antagonista) que divergem pela função, características e temática no roteiro, mas interagem entre si. Os personagens foram construídos de modo que suas características (fraquezas e necessidades psicológicas/morais, desejo, status e a forma como lida com o tema) estivessem sempre em conflito, rendendo situações e diálogos que direcionaram os episódios.

A estrutura do roteiro, por sua vez, foi construída a partir do modelo sugerido em Writing TV Drama Series (2011), que estrutura os episódios em quatro atos. Em adendo, também foi considerado o modelo SRD (simpatia, desafio e resolução) para produções para *web* sugerido em Webséries: criação e desenvolvimento (2013), que diferencia-se do modelo de quatro atos da TV apenas pela duração dos blocos e a disposição das cenas de acordo com a atenção da audiência. Dessa forma, chegou-se à estrutura final de um episódio para websérie descrito em Tabela 01.

Os requisitos para este trabalho foram estabelecidos a partir dos modelos citados anteriormente. Além disso, o roteiro deveria conter aproximadamente 10 páginas e o vídeo, portanto, ter cerca de 10 minutos, uma vez que o tempo de maior retenção da audiência no YouTube está entre 3 a 10 minutos. Ainda, a websérie deveria conter apenas 3 episódios iniciais de uma temporada, sendo opcional concluir o terceiro episódio com *cliffhanger*.

Tabela 01. Estrutura utilizada para construção do roteiro

<b>Ato 1</b> Teaser + Créditos iniciais	<b>Ato 2</b> Complicação	<b>Ato 3</b> Pior cenário	<b>Ato 4</b> Resolução
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Crise inicial;</li> <li>• Evento motivador.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Revelação e mudança de objetivo;</li> <li>• Ação danosa.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Conduta obsessiva;</li> <li>• Batalha.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Resolução;</li> <li>• Cliff hanger.</li> </ul>

O tema escolhido foi a negação da maturidade e da responsabilidade, sob o ponto de vista dos personagens: César (protagonista), Pedro (aliado), Dudu (falso aliado) e Diretora (antagonista). O conflito central foi a rebeldia dos jovens como fuga das responsabilidades. A história se dá a partir do momento em que os três meninos, alunos do terceiro ano do ensino médio de uma escola privada, resolvem sair em uma grande aventura antes de entrarem na universidade. A aventura tem repercussão entre os amigos na escola e por isso, no último dia de aula, a diretora chama os três meninos para conversar. A história é contada de maneira não-linear objetivando causar estranheza e surpresa no espectador ao fazê-lo descobrir aos poucos a verdade sobre a aventura.

### **Pré-produção**

As várias etapas de pré-produção foram realizadas simultaneamente devido ao curto prazo e equipe limitada. A primeira etapa foi a elaboração de um cronograma a partir do prazo estabelecido para conclusão da disciplina na qual o trabalho foi produzido. Para tanto, dividiu-se o tempo nas fases de pré-produção, produção, finalização e divulgação. As decisões foram tomadas partindo do pressuposto que o orçamento era nulo.

Foi necessário escolher atores que trabalhassem voluntariamente, pessoas que pudessem emprestar roupas e acessórios, além de empresas e lojas que pudessem ceder suas instalações como locações para as gravações. Para a escolha das locações, foi levado em consideração se a ambiência condizia com a proposta, a facilidade de posicionamento dos equipamentos de áudio e iluminação e ainda a possibilidade utilização de iluminação natural. Os testes para o *casting* foram realizados com atores que já tinham alguma experiência com teatro. Os atores selecionados eram colegas, o que contribuiu para a química e *timing* entre os personagens na tela e facilitou a interação por trás das câmeras.

Durante 15 dias, o elenco principal se reuniu com a equipe para estudar o roteiro e as motivações e interesses dos personagens. Para cada cena, a direção trabalhou com os atores uma versão simplificada da tabela desenvolvida por WESTON (1999), que continha

a ação desenvolvida pelo personagem na cena anterior, o objetivo e emoção principal do personagem, os obstáculos, as batidas e o subtexto. Foram feitos também testes de figurino e de maquiagem com os atores durante as semanas de preparação.

O *storyboard* (Figura 01) foi desenvolvido para estabelecer os ângulos, movimentação de câmera e a disposição da iluminação, sendo possível otimizar o tempo durante as filmagens. Considerando que o produto pudesse ser visualizado em qualquer formato de tela, foi preciso executar enquadramentos que privilegiassem os detalhes na menor tela. Utilizou-se, principalmente, plano e contraplano para os diálogos e plano médio, evitando planos gerais.



Figura 01. Porção do storyboard da primeira cena do primeiro episódio.

A direção de arte e figurino foram definidos a partir dos perfis dos personagens e da coleta de imagens de referência. Era importante diferenciar bem cada ambiente e torná-lo uma representação dos próprios personagens. Assim, o quarto de Pedro, por exemplo, deveria conter jogos e brinquedos como reflexo de sua personalidade infantil. Já o quarto de Dudu possuía poucos elementos e nenhum artigo de decoração. Em sua bancada, a quantidade de livros e cadernos refletia seu aspecto estudioso e contrastava diretamente com a bancada de Pedro.

Os equipamentos usados foram definidos a partir dos modelos disponibilizados pelo Departamento do Curso Comunicação em Mídias Digitais, sendo: três *leds* portáteis, um microfone NTG-2 *shotgun* Rode, um tripé e gravador portátil Zoom H4n, além dos respectivos cabos e acessórios. A câmera DSLR Canon 6D com objetiva 50mm f1.8, *rig shoulder*, *steadycam* e rebatedor utilizados eram de membros da própria equipe.

## 5 DESCRIÇÃO DO PRODUTO OU PROCESSO

### 5.1 Produção

Por utilizar lojas, colégios, casas e apartamentos como locações, era preciso montar e desmontar a configuração do *set* todos os dias para não interferir a rotina do ambiente. A partir do *storyboard* e da regra de 180° (Figura 02), foram definidas as posições da câmera e das luzes, segundo BROWN (2002). O mapa de iluminação foi desenhado levando em consideração a regra de 3 pontos para cinema, distribuindo no cenário *keylight*, *back light*, *fill light*, adotada por LANDAU (2014). Por último, os equipamentos de áudio eram posicionados buscando a melhor captação de som direto sem interferir no andamento da cena.

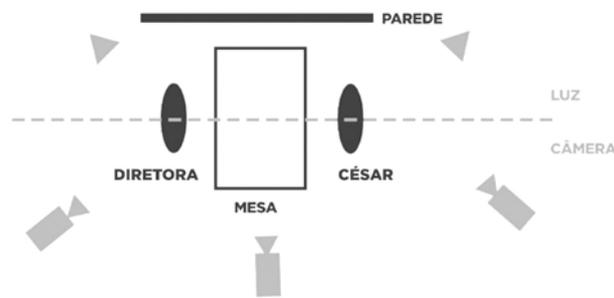


Figura 02. Disposição da câmera e luzes segundo a regra dos 180°

Paralelamente, enquanto o *set* era devidamente arrumado e os atores maquiados e caracterizados, a direção lembrava ao elenco os pontos discutidos na preparação. Com o *set* já pronto, era feita a marcação dos atores segundo as batidas da cena e passado o texto. Apenas tendo feito isso, os equipamentos eram ligados e iniciada a gravação.

### 5.2 Pós-produção

Foram utilizados os softwares Adobe Premiere Pro para edição, Adobe Photoshop para confecção das cartelas dos créditos e colorização, Adobe After Effects para colorização, confecção da abertura e efeitos especiais e o Protools para tratamento do áudio.

Para a colorização, cada plano foi tratado no Photoshop através de camadas de ajustes que foram copiadas para o After Effects e depois exportadas. A colorização das cenas seguiu os perfis dos personagens. Para as cenas da casa de Pedro foram escolhidos tons quentes que transmitissem a ideia do aconchego proporcionado pelos pais. Já as cenas da casa de Dudu são dominadas por tons esverdeados, que remetem à algo pouco agradável e degradante. Por outro lado, nas cenas da casa de César prevalecem os tons frios, que remetem à frigidez e distância entre o personagem e os pais.

Após o segundo corte, iniciou-se a escolha da trilha sonora, o tratamento de áudio e a inclusão de efeitos especiais. A trilha sonora foi escolhida a partir da biblioteca de músicas livres de direitos autorais disponibilizada pelo YouTube. O *foley* foi adicionado para dar ênfase a narrativa. Utilizou-se recursos de equalização e compressão digital para corrigir os ruídos que interferiram na compreensão de algumas cenas. Além disso, algumas cenas precisaram ser dubladas na pós-produção, exigindo uma atenuação da reverberação. Foi utilizado *Practical art of motion picture sound* (2002) como base para etapas como design de som, ADR, mixagem, edição de efeitos e *foley*.

### 5.3 Publicação e divulgação

Após a finalização foi criado um canal no YouTube e uma *fanpage* no Facebook. As postagens na página do Facebook (vide <https://goo.gl/2F10yf>) foram planejadas seguindo a seguinte editoria de conteúdo: a websérie (publicações com a sinopse, elenco, equipe técnica e apoios); os personagens (falas marcantes); os episódios (divulgação do *teaser* e datas de lançamento dos episódios). Os horários das postagens foram estabelecidos levando-se em consideração os períodos de maior acesso dos usuários em cada plataforma.

## 6 CONSIDERAÇÕES

### 6.1 Produção

Foram estabelecidas metas e horários para os dias de filmagem com objetivo de acelerar a gravação, definindo os horários de entrada e saída do *set*, de montagem dos equipamentos e de preparação, caracterização e maquiagem dos atores; os elementos de cena, figurinos e equipamentos que deviam ser levados para o *set* de filmagem; e alimentação de equipe e atores.

Houve dificuldades com a fotografia em algumas cenas devido à limitação do campo de visão da lente, ou da limitação de espaço da locação, ou até da disponibilidade de tomadas para ligar os *leds*. Assim, em alguns momentos, a equipe precisou adaptar rapidamente o planejamento feito no *storyboard* quanto a ângulos e movimento de câmera para contornar a situação de forma criativa. Por fim, as limitações quanto aos dias e horários das locações cedidos pelas empresas parceiras, exigiram que a gravação prosseguisse mesmo com contratempos na captação de áudio, fazendo com que algumas cenas precisassem de tratamento especial na pós produção.

### 6.2 Publicação e divulgação

Os episódios foram lançados no YouTube entre 23 de dezembro e 03 de janeiro. A análise dos dados foi feita a partir dos *plugins* fornecido pelo Facebook e pelo Google Analytics. Os parâmetros analisados foram retenção absoluta e retenção relativa do público-alvo. Segundo o YouTube, a retenção absoluta da audiência é o número de visualizações para cada momento do vídeo. Já retenção relativa refere-se a capacidade de um vídeo de reter a audiência em comparação com todos os vídeos do YouTube com duração e características semelhantes.

A Figura 01 mostra a curva do gráfico de retenção absoluta do público-alvo do primeiro episódio com 6:58min de duração. Percebe-se uma queda inicial na audiência nos primeiros 21 segundos do vídeo, essa queda é natural e prevista pelo YouTube, explicada pelo tempo que os usuários levam para compreender o tema e decidir se abandona o vídeo ou não (de 0 a 30s). Ainda no *teaser*, antes da vinheta de abertura, obteve-se uma linearidade que se manteve até o final do vídeo, representado a quebra na linha, já no início nos créditos finais. Isso quer dizer que o episódio manteve a audiência em torno de 67% do início ao fim. A mesma curva foi obtida nas estatísticas do episódio 2 e 3, mudando apenas os valores. O episódio 2 de 10:12min, em torno de 58% e o episódio 3 de 12:27min, com 65%.

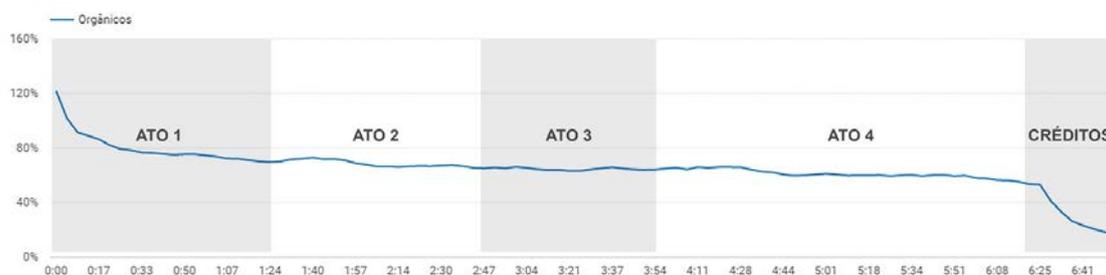


Figura 01. Análise da retenção absoluta do episódio 1

Fonte: Google Analytics

A retenção relativa, por sua vez, mostra que nos três episódios foi possível atingir valores de retenção da audiência acima da média, como exemplificado no Figura 02. Mesmo os episódios com duração acima da faixa de 8 a 10min, os vídeos conseguiram manter a audiência até os segundos finais. Assim, ficou comprovada a eficácia dos métodos e técnicas desenvolvidas. O roteiro escrito pensado nos hábitos de consumo associado à direção de atores, direção de arte, sonoridade buscando criar uma atmosfera e favorecer a narrativa; a fotografia pensada nas várias telas de visualização foram essenciais para a qualidade proposta inicialmente.

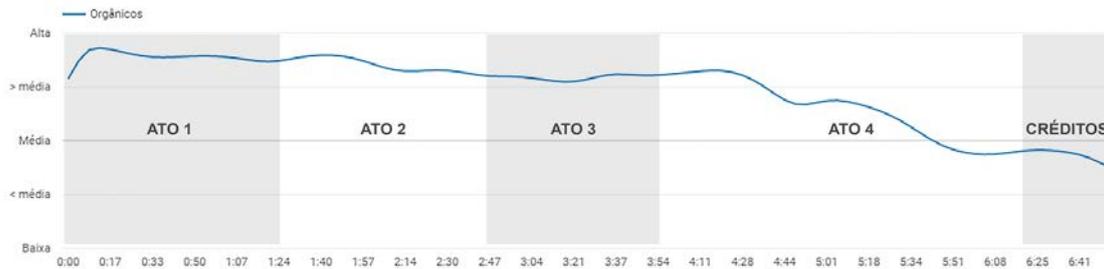


Figura 02. Análise da retenção relativa do episódio 1

Fonte: Google Analytics

É importante destacar também que 50% das visualizações foram em dispositivos móveis, seguida do computador com 46% e *tablet* e TV com 2,3% e 1,8%, respectivamente. Pode-se concluir que a comodidade do local onde se assiste ao episódio é um fator determinante, bem como o formato da tela. A escolha dos planos de enquadramento pensando na adaptação as várias teles foi fundamental para criar uma atmosfera que envolvesse o público e direcionasse a atenção da audiência para os personagens ou detalhes em relevância em cada cena.

### 6.3 Conclusão

A websérie foi resultado da soma de um roteiro bem escrito e uma execução bem feita. A estrutura utilizada é um modelo híbrido entre a estrutura do cinema e da televisão, adaptada para *web*, buscando adequar-se melhor ao público e a plataforma utilizada. Conclui-se que o trabalho excedeu as expectativas cumprindo com eficiência e qualidade o que foi proposto, principalmente, no que diz respeito aos recursos limitados, prazo curto, equipe reduzida, baixo orçamento e o período de lançamento. Ainda, pode-se perceber os resultados de uma história que conseguiu reter a atenção dos espectadores pelo roteiro bem escrito, o cuidado com estética e uso coerente de recursos que enfatizaram a história. Ao passo em que a complexidade da montagem evoluiu através da alternância entre tempo presente e passado, a atenção da audiência foi retida acima da média o tempo todo.

A equipe optou por concluir a websérie com um *cliffhanger*, deixando em aberto a possibilidade de uma continuação. Ao propor uma nova formatação para produção de webséries de acordo com os hábitos de consumo na *web*, este projeto apresenta uma crítica sincera e profunda à respeito das dificuldades e acertos a partir de um modelo experimental e empírico, levando em consideração a escassez de outras obras documentadas.

O projeto permanece disponibilizado gratuitamente na *web*, promovendo a cultura paraibana ao manter o sotaque nordestino dos atores, exibir pontos turísticos, empresas

locais e, ainda, revelando novos talentos dentro e por trás das câmeras. Representa, assim, a possibilidade de produção de conteúdo de qualidade no âmbito acadêmico, com baixo orçamento, essencialmente paraibano e disponibilizado na *internet* para todo o mundo.

## REFERÊNCIAS

AERAPHE, G. **Webséries: criação e desenvolvimento**. Belo Horizonte: Ciência Moderna, 2013.

ANDREW, J. D. **The Major Film Theories: An Introduction**. Kindle Edition: 1976

BROWN, B. **Cinematography: Theory and Practice**: Image making for Cinematographers, Directors & Videographers. Front Cover. Focal Press, 2002.

DOUGLAS, P. **Writing the TV Drama Series: how to succeed as a professional writer in TV**. Kindle Edition: 2011.

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

LANDAU, D. **Lighting for Cinematography: A Practical Guide to the Art and Craft of Lighting for the Moving Image**. Bloomsbury Academic, 2014.

McKEE, R. **Story: Substance, Structure, Style and The Principles of Screenwriting**. Kindle Edition: 1997.

RAMOS, E.; NEVES, D. D. B. **Estrutura narrativa seriada para web a partir da análise da websérie Elemento**. Temática (João Pessoa. Online) , v. 12,n.2 p. 85-101, 2016. Disponível em:  
<<http://periodicos.ufpb.br/ojs/index.php/tematica/article/view/27806/14940>>

TRUBY, J. **The Anatomy of Story: 22 Steps to Becoming a Master Storyteller**. Faber & Faber, 2011.

YEWDALE, D. L. **Practical art of motion picture sound**. Focal press, 2002.

WESTON, J. **Directing actors: creating memorable performances for film & television**. California: Studio City: Michael Weise Productions, 1999.