

**CENTRO UNIVERSITÁRIO BELAS ARTES DE SÃO PAULO  
PÓS-GRADUAÇÃO EM DIREÇÃO DE ARTE**

**RAFAEL TEROZI**

**WEBSÉRIE**  
ALTERNATIVA PARA CRIAÇÕES AUDIOVISUAIS

SÃO PAULO  
2013

**RAFAEL TEROZI**

**WEBSÉRIE**  
ALTERNATIVA PARA CRIAÇÕES AUDIOVISUAIS

Artigo Científico apresentado como requisito parcial à obtenção do título de Especialista no Curso de Pós-Graduação (Lato Sensu) em Direção de arte para Comunicação do Centro Universitário Belas Artes de São Paulo.

Orientadora: Me. Carolina Bassi de Moura

SÃO PAULO  
2013

## RESUMO

Com a revolução digital e o barateamento de custos de equipamentos relacionados ao cinema digital as produções independentes de *webséries* começam a aparecer e nos dão pistas de quais caminhos os canais de TV podem traçar na busca de conteúdo voltado ao mercado brasileiro. Para isso, é preciso entender como funciona a produção de ficção, desde novelas, séries, minisséries, cinema até as séries para internet, como elas se articulam na busca dos seus públicos, como são produzidas, quais as diferenças e particularidades de cada um dos setores, até chegar nos diferenciais da *websérie* frente a esses formatos tradicionais.

**Palavras-chave:** websérie, lei n. 12.485, produção independente, séries em TV paga, mercado audiovisual brasileiro

## ABSTRACT

With the digital revolution and the cheapness of the equipments related with the digital cinema, the independent productions of webseries started to show up and give us clues of the ways for the TV channels to search for subjects related to the brazilian market. For that is necessary understand how the fiction production works, from soup operas, series, miniseries, movies until series for internet, how they change as they search their public, how they're produced, what are the differences and particularities of each format, and then reach the webseries differentials against these traditional formats.

**Keywords:** websérie, law n. 12.485, independente productions, series on pay TV, Brazilian audiovisual market

## O Mercado Audiovisual Brasileiro

O mercado audiovisual brasileiro se desenvolve de uma maneira diferente em relação a outros países que já possuem uma indústria cinematográfica consolidada, como os Estados Unidos, a Argentina, a Índia, a França, entre outros. Nestes países, há produção e investimento nesse setor, com empresas que lucram e movimentam o mercado, seja ele interno ou externo, promovendo o desenvolvimento de novas obras visuais em diversos formatos, desde novelas, séries, minisséries, curtas metragens, longas metragens, séries exclusivas para a *web*, e outros.

No Brasil, o cenário é um pouco diferente: o mercado gira em torno das novelas, principalmente as produzidas pela TV Globo, que produz e exporta esse conteúdo. As produções de curtas metragens são feitas por pequenas, médias e grandes produtoras, visando revelar novos diretores e/ou a experimentação de linguagens. Em geral, curtas metragens têm um menor custo de produção, são realizados por pequenas e médias produtoras e também por estudantes de cinema, têm sua exibição pautada em festivais nacionais e internacionais e na internet. A produção de longas metragens cresceu nos últimos anos no país. Segundo o Observatório Brasileiro do Cinema e do Audiovisual (OCA) e Agência Nacional de Cinema (Ancine), em 2010 foram 75 filmes com produção ou coprodução brasileira no circuito comercial de cinema. Em 2011 foram 99, em 2012 foram 83 e em 2013 foram 53 até o início de julho. A meta é que sejam produzidos um total de 120 filmes em 2013. Segundo a Ancine, ao final de 2012 o Brasil contava com 2.517 salas, com uma média de 77 mil habitantes por sala. Dessas 2.517 salas, apenas 784 possuem projetores digitais.

Há também a produção de minisséries por parte das emissoras abertas, mas a maioria delas é exibida após às 23 horas, restringindo o alcance do público. Na TV paga houve um crescimento desse tipo de produção, e talvez isto se deva à lei n. 12.485, que incentiva a produção nacional nos canais pagos. São, em geral, séries e programas documentais, focados em acontecimentos e cultura

nacional. Na internet há principalmente produções independentes nos mais diversos formatos, de curtas e longas metragens, a *webséries*, *Sketchs*<sup>1</sup> e *Vlogs*<sup>2</sup>.

## Produção

### *Telenovelas*

Tendo como exemplo a Globo, maior rede de produção de telenovelas brasileiras, a equipe deste tipo de produção é dividida em alguns núcleos, geralmente definidos pelo conteúdo e personagens de seu roteiro. Por conta do alto número de exibições de obras inéditas, cada núcleo de personagens grava todas as cenas dos episódios da próxima semana em um dia, eventualmente dividindo o *set* com outro núcleo. Os cenários, tanto externos quanto internos, são montados dentro do estúdio da emissora ao qual, no caso da rede Globo, é dado o nome de Projac. Esses espaços, tanto externos quanto internos, do estúdio podem ser divididos com outras produções da emissora como programas de auditório e jornais diários. Por consequência, a equipe de cenografia é extensa e exige trabalho ágil para que o tempo de produção e de desprodução de cada cenário não prejudique o horário de produção das demais atrações da emissora. Esse processo é acompanhado pelos técnicos de cenografia, elétrica, som e iluminação. Em novelas ambientadas em outra época ou em cenários internos, como a casa dos personagens principais, a locação é mantida durante todo o tempo de duração da novela. A rede Globo possui um parque cenográfico, onde monta as cidades de suas produções, a fim de evitar transtornos e controlar o ambiente todo. Isso num primeiro momento pode parecer muito custoso, mas a longo prazo os retornos qualitativos e a facilidade de se adaptar o cenário às necessidades da produção, compensam esse gasto inicial. Um bom exemplo disso está acontecendo agora: o bairro do Leblon será reproduzido em estúdio para a próxima novela, “Em Família”. Com a proximidade da Copa do Mundo de futebol e das Olimpíadas, o bairro todo está passando por reforma, construção de metrô e melhorias no pavimento, o que tornaria inviável as gravações externas.

Atualmente há um investimento crescente em equipe para as telenovelas. Além da equipe de produção cenográfica, responsável por levantar os cenários e cidades ficcionais, há uma infinidade de profissionais responsáveis por trazer qualidade e inovação ao visual dessas novelas. Um exemplo expoente e recente foi a novela “Avenida Brasil”, do horário nobre, que chamou a atenção, além de sua trama, para quesitos como a fotografia e dinâmicas narrativas, e a novela “Lado a Lado”, do horário das 18h, que recebeu em 2013 o prêmio Emmy de melhor telenovela concorrendo com todos os outros programas de todos os outros países do mundo. É sabido que esta novela teve uma das melhores profissionais da casa na criação dos figurinos, Beth Filipecki e um dos mais competentes e experientes cenógrafos, Mario Monteiro, para a ambientação do Rio de Janeiro da virada do século.

Segundo o Sindicato das Empresas de Rádio e Televisão do Estado de São Paulo (SERTESP), as funções exercidas nas telenovelas que obedecem à lei número 6615/78 são:

- Diretor geral gerencia a execução dos programas bem como seleciona e coordena toda a equipe contratada.
- Direção é responsável pela execução de todos os capítulos da telenovela. Também é sua responsabilidade tomar todas as providências para que o programa esteja pronto para ser gravado e exibido dentro do cronograma estipulado pela equipe de produção.
- Cenógrafo projeta os cenários de acordo com indicações do diretor de arte, com supervisão orçamentária do produtor. Como ferramenta de planejamento, o cenógrafo se utiliza de plantas baixas, desenhos em escala e indicações de cores. Ele também é responsável por orientar o contra-regra na montagem dos cenários.

---

<sup>1</sup> Teatro e Televisão ou número dialogado, de curta duração e geralmente cômico.

<sup>2</sup> *Vlogs* deriva do termo *blog* mas, em vez de textos, é publicado em vídeo.

- Produtores de cenografia são responsáveis pela obtenção e armazenamento de todos os objetos móveis utilizados na cenografia da telenovela.
- Supervisores têm como função garantir o bom funcionamento de todos os equipamentos técnicos e operadores necessários para a execução da obra.
- Equipe cenotécnica é responsável pela construção dos cenários de acordo com o que é definido pelo diretor de arte, pelo cenógrafo e coordenado pela equipe de produção de arte.
- Figurinistas têm como função criar e supervisionar a confecção de todos os figurinos envolvidos no enredo da telenovela.
- Equipes de apoio são responsáveis pela reparação e instalação do sistema operacional de vídeo realizando manutenções preventivas e apoio técnico à operação.
- Direção de fotografia que, segundo Carlos Ebert, profissional com mais de 20 longas metragens na carreira, entre outros trabalhos, na novela, o ritmo é acelerado, fazendo com que os eixos de câmera e a iluminação não sejam o ideal. Chega-se a trabalhar com até 3 câmeras em paralelo. Os limites de contraste na cena também são limitados devido a cultura visual televisiva formada no tempo da definição standard (480x720) e da transmissão analógica;
- Direção de iluminação, que devido as mudanças tecnológicas para *Full HD*, possui diretores responsáveis por cada estilo de cena, afim de manter a alta qualidade durante toda a novela, deixando o Diretor de Fotografia focado na estética e linguagem;
- Equipe de iluminação e elétrica são responsáveis pela elaboração das estruturas de iluminação e elétrica de acordo com a proposta de fotografia definida pela equipe de produção da obra. Também são encarregados pela montagem e manutenção da aparelhagem técnica de iluminação e elétrica.
- Produtores de arte são responsáveis pela obtenção dos materiais exigidos pela equipe de cenografia, cenotécnicos e figurino.
- Produtores de elenco são encarregados de localizar e contatar todo o elenco e figuração envolvidos na obra bem distribuição de materiais que competem ao trabalho do elenco. Também são responsáveis por quaisquer necessidades de natureza não-artística exigida pelos atores e atrizes.
- Produtores musicais recebem e encaminham todos os conteúdos sonoros da telenovela para as áreas competentes. Também são responsáveis pela checagem e solicitação de *copyright* de todas as obras musicais utilizadas nos episódios.
- Editores fazem a edição de vídeo e áudio das telenovelas de acordo com orientação do diretor. São responsáveis pela operação e ajuste dos programas de montagem utilizado
- Cinegrafistas são responsáveis pela operação de uma ou mais câmeras de acordo com orientações dadas pelo diretor. Também são encarregados de manter a boa qualidade da imagem, ajustando pedestal, alinhamento de câmera, balanceamento de branco, adicionando filtros e ajustando abertura das lentes quando necessário.
- Equipe de áudio é responsável pela operação, montagem e manutenção dos microfones e mesa de som bem como pela qualidade do áudio captado de acordo com orientações do diretor.
- Sonoplastia tem como função criar efeitos sonoros exigidos pela produção e/ou direção da telenovela.
- Equipe de efeitos visuais é responsável pelo planejamento técnico das cenas que envolvem efeitos que vão além da capacidade cenográfica e da atuação do elenco. Geralmente compreendem cenas de ação que envolvem explosões, tiroteios e etc.
- Continuístas mantêm a continuidade entre as cenas de acordo com a disposição em que serão montadas e com a cronologia diegética da telenovela. Devem participar da

gravação da maioria das cenas e ter um controle da caracterização e *props* usados pelos personagens em cada sequência.

- Produtores são responsáveis pela obtenção de recursos materiais para a execução da telenovela bem como pela obtenção de locações, agendamento em estúdios e instalação dos cenários.
- Equipe de divulgação coordena a edição das chamadas televisivas e os horários de suas inserções na grade da emissora.

No total, há cerca de 390 profissionais ligados direta e indiretamente à produção da novela. Resgatando outro caso de sucesso, vencedor do Emy, “Caminho das Índias”, de 2009, contava com cerca de 360 profissionais. A diferença aqui, quando feita uma comparação, é o investimento em equipes e diretores renomados no cinema e na televisão. Eles trazem uma carga de qualidade ainda maior ao produto, dando um novo salto no mercado nacional e criando uma nova forma de se fazer novelas, agregando maior elaboração, segundo Fred Rangel, diretor de fotografia de novelas como “Cordel Encantado” (2011), “Avenida Brasil” (2012) e “Jóia Rara” (2013).

Mas para se obter todo esse resultado, há um orçamento. O custo das telenovelas nacionais gira em torno de 80 milhões de reais, os quais são divididos em aproximadamente 180 capítulos. O custo por capítulo pode variar por conta de algumas de suas produções envolverem cenários internacionais. A média do orçamento de cada capítulo gira em torno de 450 mil reais, segundo dados da Rede Globo.

### *Séries e Minisséries*

Os roteiros das minisséries brasileiras são constituídos por histórias que compreendem começo, meio e fim, com enredo fixo e não tão maleável quanto o das telenovelas. A grande diferença entre as séries e minissérie é que as séries não possuem temporadas determinadas e nem número fixos de capítulos, enquanto as minisséries são pensadas e produzidas em pacotes fechados com quantidade determinada de episódios e sem possibilidade de extensão. Segundo Manoel Carlos, autor de minisséries como “Presença de Anita” (2001) e “Maísa” (2009) e grande escritor de novelas para a TV aberta, há uma diferença no modo de se pensar o formato:

Na minissérie, ao contrário da novela, todos os diálogos são essenciais, a gente não pode errar, aliás, nada pode sair errado. Desde a escolha dos atores até a direção, tudo tem de ser preciso. É um risco muito alto, mas é muito gratificante para todos. Há uma economia de tempo e de desgaste. E no final, se ganha a mesma coisa.  
MARQUES DE MELO, José. *As Telenovelas da Globo: produção e exportação*. São Paulo: 1988.

Nessa mesma linha de pensamento, Aguinaldo Silva, roteirista e telenovelistas, escritor de novelas com “Fina Estampa” (2013) e minisséries como “Cinquentinha” (2009), traz uma definição sobre a diferença entre os formatos:

Nas minisséries a mão pode pesar mais, pois as pressões da censura, da empresa e até do público, são menores. Já a novela é uma obra aberta, todo mundo intervém, até o telespectador que não gosta do que vê e muda de canal.  
MARQUES DE MELO, José. *As Telenovelas da Globo: produção e exportação*. São Paulo: 1988.

Existe também um formato de minissérie que se apoia em produções para o cinema, como é o caso de “Carandiru” (2003), exibida pela Rede Globo. O filme é quebrado em 4 partes e exibido na televisão nesse formato, em quatro dias. O interessante nesse ponto é que, desde a pré produção do filme, já se sabe dessa quebra e os pontos de virada são encaixados de forma a instigar o público para ver o próximo episódio.

As séries nacionais compõem um enredo similar ao das minisséries, com começo, meio e fim para cada temporada. O que diferencia os dois gêneros é o fato do último episódio de cada temporada das séries manter uma linha do roteiro em aberto, que possibilite sua conclusão em um próxima temporada que venha a ser produzida. Dessa forma, na elaboração do argumento das séries procura-se usar a mesma estratégia das telenovelas de manter os pontos de virada mais importantes do enredo para o final de cada episódio no caso das novelas, e, no final de cada temporada no caso das séries. Trata-se de uma estratégia baseada nas obras folhetinescas do século XIX que consiste em manter suas produções em atividade por meio da curiosidade do espectador que espera o desfecho da trama em uma próxima exibição, assim como os leitores esperavam pelo desfecho em uma próxima edição do folhetim. A razão dessa particularidade nestes dois formatos é o fato da continuidade de suas produções dependerem da resposta dos telespectadores diante de tal conteúdo televisivo.

O sistema de produção e de composição da equipe deste gênero se aproxima mais do cinema do que da produção industrial das telenovelas. Por conseguinte, de acordo com o Sindicato dos Trabalhadores na Indústria Cinematográfica e do Audiovisual (SINDCINE), a equipe é constituída por:

- Produtor executivo é responsável pela administração financeira bem como os recursos técnicos, artísticos e humanos para realização da obra. Para isso o produtor executivo discute juntamente com o Diretor os meios para execução da obra.
- Roteirista é responsável pela criação de um roteiro com um sequência de ações pelo qual se realiza a obra. O roteiro pode ser decorrente de uma ideia criada pelo roteirista ou adaptação de uma obra literária.
- Diretor se utiliza dos recursos fornecidos pelo produtor executivo para coordenar o conteúdo artístico e técnico da obra. Ele é responsável pelo encaminhamento das equipes de acordo com a sua interpretação do roteiro. Supervisiona e orienta os processos de filmagem, confecção de cenários e figurinos, montagem, inserção de trilhas e efeitos sonoros.
- Diretor de Arte é responsável pelo conceito visual da obra baseado nas orientações do diretor e da análise técnica do roteiro. Traduz o contexto emocional de cada cena se utilizando de objetos, figurino, texturas, locação e elementos de cenografia. Por conta disso, o diretor de arte supervisiona as áreas que atuam em cada um desses elementos para manter a proposta visual da obra.
- Figurinista cria e desenha os figurinos utilizados por toda a equipe de elenco e figuração da obra. São responsáveis por selecionar os materiais a serem utilizados e por supervisionar a confecção dos figurinos.
- Maquiadores são responsáveis pela maquiagem que irá caracterizar elenco e figuração da obra. São orientados pelo diretor de arte e diretor de fotografia e devem indicar os materiais utilizados para cada tipo de caracterização solicitado.
- Diretor de Fotografia, que aqui possui um ambiente mais favorável para explorar a linguagem, diferentemente dos padrões atuais das novelas. É responsável pela interpretação fotográfica do roteiro de acordo com orientações do Diretor. Faz a escolha dos equipamentos necessários para a aplicação dos conceitos de fotografia e aprova os materiais utilizados pela cenografia e pelo figurino. Supervisiona o trabalho dos operadores de câmera, eletricitistas e maquinistas.
- Técnico de som é responsável pelo registro sonoro de acordo com orientações do Diretor. Também escolhe os equipamentos necessários para a captação do áudio e aprova locações, figurino e cenografia de acordo com as exigências sonoras. Coordena a equipe de microfonistas e técnicos de som.
- Diretor artístico supervisiona a execução e o processo de recrutamento dos componentes das equipes e garante que a linguagem seja coerente. Diferentemente das demais funções citadas das minisséries e séries, em que os profissionais têm responsabilidades diferentes dos

profissionais das telenovelas, a função do diretor artístico é bem similar à do diretor geral das telenovelas.

- Preparador de atores é responsável pelos ensaios dos atores bem como a caracterização psicológica dos personagens.
- Técnico de efeitos especiais e/ou visuais se utilizam de técnicas durante a filmagem para convencer o espectador de alguma ação exigida pelo diretor. Podem usar como recurso mecanismos eletrônicos ou não, bem como acessórios de câmera.
- Colorista é responsável pela aplicação de efeitos de cor que contribuam para a ambientação de acordo com o efeito dramático desejado pelo diretor.

Nesses formatos a quantidade de profissionais envolvidos é, em média, de 180 pessoas, avaliando a ficha técnica de produções nacionais.

As locações das séries e minisséries podem compreender tanto estúdio quanto locações externas e internas. O tempo de produção e desprodução dessas locações é mais longo e é geralmente o fator determinante para a ordem das gravações. Ou seja, todas as cenas que se passam em uma locação são gravadas em sequência para depois realizarem o deslocamento da equipe para gravar os outros *takes* da próxima locação.

As séries e minisséries nacionais têm seus custos girando em torno de 50 milhões de reais e 20 milhões respectivamente, segundo levantamento da Abracine e Memória Globo.

### *Longa Metragem*

Durante o processo de pré-produção a equipe definitiva do longa metragem é contratada. As funções da equipe nos longa metragens são similares às dos integrantes das séries e minisséries televisivas. O diretor e seus assistentes têm como principal função dirigir os atores, ditar a linguagem visual e garantir a coesão de todo o filme. O diretor de arte e seus assistentes, além de produtores de arte e de objetos, são responsáveis por criar a linguagem daquele mundo, definir estilos de figurinos, objetos, cenários, locações e por materializar esse universo portanto, de modo que ele pareça o mais verossímil possível. O diretor de fotografia é responsável por definir o clima do filme, os planos e a iluminação, complementando o trabalho da direção de arte. Sua equipe é extensa e conta com assistentes de câmera, eletricitas, *gaffers*, equipe de som. Há também os preparadores de elenco, que fazem a ponte entre o diretor de atores (apenas no Brasil) e as equipes de cenografia, maquiagem, figurino, continuidade, produção, finalização, divulgação que levam o filme a ficar pronto.

Ter as funções delimitadas num estatuto elaborado por um sindicato da classe bem como uma associação competente, é importante para que o profissional seja respeitado e possa também melhor se proteger. Um exemplo disso é que, de acordo com as regras da Associação Brasileira de Cinematografia (ABC) é necessário que todos os acordos entre diretor de fotografia, diretor de produção e diretor sejam estabelecidos antes das filmagens e que os horários de alimentação e descanso da equipe de fotografia sejam respeitados. Obedecendo às normas da SINDCINE, cada função tem um piso salarial estipulado por semana ou diária.

Em termos de prazos, a produção de um longa metragem pode durar de 2 a 4 meses – enquanto a pré-produção pode levar, em média, 3 semanas - e as diárias de gravação não ultrapassam 12 horas, sendo que a cada 6 dias de gravação é obrigatório 1 dia de descanso para toda a equipe.

Em relação à quantidade de profissionais envolvidos em produções televisivas, as equipes de cinema são menores. Em média, as equipes de grandes bilheterias brasileiras, contam com uma média de 120 profissionais envolvidos. A escolha das locações é definida pelo diretor em consenso com diretor de arte e fotografia podendo ser estúdio, locação externa ou interna. A ordem das gravações de um longa metragem pode variar de acordo com os critérios estipulados pelo diretor em conjunto com o assistente de direção que reúne as informações necessárias para tal decisão. Os



critérios mais comuns para definir esta ordem são: disponibilidade dos atores; desenvolvimento dos personagens e dificuldades de atuação; maquiagem e físico dos atores, caso sofram variações ao longo do filme; localização e disponibilidade das locações e deslocamento de equipe.

A produção de um longa metragem brasileiro tem valor estimado de 20 milhões de reais. Sua estória é fechada e o processo de roteirização e pré produção da obra exige cerca de 1 ano, indo do desenvolvimento artístico à captação de recursos. O investimento neste tipo de obra geralmente é dado via Lei Rouanet, BNDES, editais do Ministério da Cultura e de algumas empresas reconhecidas por seus incentivos culturais como Petrobrás e Oi.

## **Distribuição**

### *Telenovelas*

A captação das telenovelas está atrelada à algum canal de televisão, o qual faz os investimentos iniciais para o início da produção e tem o retorno destes custos através da venda de propagandas no horário em que a novela é veiculada. No horário nobre, cada propaganda de 30 segundos tem um custo de 530 mil reais para a marca anunciada. Além das propagandas no horário da novela, o retorno do investimento dado pelo canal é tido por meio da distribuição da obra para outros países como Portugal, Japão, China, Equador e países árabes. Na globo há também uma distribuição paralela ligada às novelas que são os produtos da Globo Marcas. Eles vão desde CDs das trilhas sonoras, até DVDs dos episódios, passando por produtos publicitários exibidos dentro da própria novela, acessórios e vestuário e qualquer outro produto que possa ser ligado à novela, fazendo girar ainda mais o capital em torno de uma mesma produção.

### *Séries e Minisséries*

Os meios de captação desses gêneros são similares aos das telenovelas, pois são usados tanto recursos da emissora produtora da obra quanto da venda de anúncios publicitários durante o seu horário de veiculação. A distribuição das séries e minisséries geralmente se dá pela venda de DVDs após sua exibição em canal aberto. Esse meio de distribuição é facilitado por conta do número menor de episódios que o formato compreende quando comparado com o número de capítulos das telenovelas. Outra nítida diferença entre as obras de ficção seriada é que as telenovelas são as mais vendidas para exibição em emissoras do mercado externo.

### *Longa Metragem*

A distribuição via DVD e *Blu-ray* é o principal investimento das distribuidoras brasileiras para os filmes com menor exibição nas salas de cinema. Por meio dessas mídias e de materiais gráficos esse tipo de obra atinge os festivais de todo o mundo. A exibição em festivais importantes torna-se um pré requisito pois legitima a qualidade do projeto e alavanca o seu potencial comercial. Outra exigência dos festivais é a exclusividade de exibição, ou seja, o filme não pode ter sido veiculado em nenhuma outra mídia como televisão ou canais de vídeo pela internet. Por fim, a produção da obra não pode ultrapassar 1 ano de sua execução para garantir que seu conteúdo e tecnologia utilizada sejam atuais.

Há duas diferenças básicas em relação a exibição a distribuição no cinema: os cinemas de película – que dominam o mercado Brasileiro com 69% das salas atuais, segundo a Ancine – e os cinemas digitais. Para a película há todo um trabalho de montagem dos rolos para transporte, cuidados especiais com a película e montagem do rolo no projetor, para que a exibição aconteça. Diferente da projeção digital, que basta a sala de cinema receber um *hard disk* com o filme ou baixar o filme através de banda larga e colocar para rodar em um player de vídeo, barateando muito o custo de distribuição de um longa metragem. Segundo a DCP Brasil, provedora de serviços tecnológicos para esse segmento, devido aos altos custos de distribuição dos filmes de película, as

produtores precisam escolher bem os locais de exibição dos filmes. Ao menos que tenham um grande sucesso nas mãos, é um risco enviar um filme para muitas salas. Se o filme for considerado ruim, pode-se perder muito dinheiro. Se for possível economizar na película, as coisas ficam um pouco mais fáceis. Já com os filmes digitais o custo na logística de distribuição é extremamente baixo, podendo assim enviar o filme para uma ou cem salas de cinema com o mesmo custo.

## **Exibição**

### *Telenovelas*

Por terem sua exibição em horário nobre e estarem atreladas a produtos publicitários de alto valor, é importante que o estudo de satisfação para esta obra esteja sempre atualizado. Para isso, os produtores de telenovelas se baseiam no resultado das pesquisas proporcionadas pelo IBOPE. Estes estudos agregam valores que definem o investimento e o tempo de exibição da obra.

O número de capítulos que serão produzidos para uma telenovela é diretamente influenciado pelo retorno de audiência do produto veiculado, geralmente, em televisão aberta. Ela não se inicia com um final definido e nem uma data prévia para o último episódio. Os retornos de audiência, aceitação popular e propagandas veiculadas dentro da novela ditam sua duração.

### *Séries e Minisséries*

O conteúdo desses gêneros é geralmente mais específico. No caso das minisséries, o número de capítulos independe da audiência, diferentemente das novelas, cujos índices do IBOPE ditam se a novela se estenderá por mais alguns meses ou não. As séries são produzidas por temporadas e a incidência de uma continuação é estipulada de acordo com a resposta do público para tal conteúdo. Em termos gerais, a produção de ficção seriada é estimada em 25 capítulos por temporada para os séries e de 5 a 10 capítulos para minisséries.

Tanto as séries quanto as minisséries são exibidas fora do horário nobre, geralmente após às telenovelas. Dessa forma, a veiculação de seus conteúdos não afeta a produção e exibição das telenovelas, tramas tidas pelas emissoras como comuns, com um formato pré definido e de grande conhecimento pelo público que o consome. Assim, é nas séries e minisséries em que a emissora encontra uma forma de experimentar novos formatos a fim de estudarem o retorno dos telespectadores, sem grandes riscos. Diante de respostas positivas, o conceito pode ser incluído no formato do circuito comum das telenovelas. Por conta disso, o conceito artístico das séries permite uma elaboração mais calcada em pesquisa e aplicação de conteúdos estéticos inovadores.

Existe uma modalidade das minisséries brasileiras que tem entrado em vigor nos últimos 5 anos. Trata-se de longas metragens que atingem bilheteria satisfatória ou suficiente para retornarem no formato de minisséries com 4 capítulos. No geral, tais filmes têm sua equipe de produção atrelada a alguma emissora que se utiliza da veiculação no canal para prolongar o retorno financeiro da obra. O formato da minissérie se mostra como o mais adequado para esta estratégia uma vez que seu conteúdo é fechado e com número de capítulos pré definidos desde a primeira exibição. Alguns exemplos disso são os filmes “Carandiru”(2003) e “Xingu” (2012).

### *Longa Metragem*

A exibição da maior parte dos longa metragens brasileiros se inicia nas mostras competitivas, festivais nacionais e internacionais e, infelizmente, não ocupam todas as salas comerciais disponíveis para exibição e nem permanecem tanto tempo em cartaz, principalmente se compararmos ao tempo de exibição de filmes estrangeiros comerciais, que possuem um apelo maior em relação ao público. Os poucos filmes que atingem o circuito comercial das salas de exibição são geralmente financiados por produtoras atreladas a grandes emissoras de televisão, como é o caso da Globo Filmes.

Segundo a Ancine, ao final de 2012 o Brasil contava com 2.517 salas, com uma média de 77 mil habitantes por sala. Dessas 2.517 salas, apenas 784 possuem projetores digitais. Se lembrarmos que há uma facilidade pela praticidade do digital em relação ao manejo e custo das películas, essa defasagem das salas com projetores digitais (minoria) em relação ao maior número de salas com projetores analógicos, revela uma dificuldade enfrentada no âmbito da exibição dos longas.

## A internet e as *Webséries*

A internet foge ligeiramente dos padrões citados acima, desde a produção até a exibição. Isso se deve ao fato de que uma pessoa, por exemplo, com uma câmera de celular pode produzir, distribuir e exibir esse conteúdo em poucos minutos, na internet. Há produções voltadas para a rede, como *webséries*, que se assemelham e se distanciam das produções convencionais em diversos pontos, como, por exemplo, tamanho da equipe, quantidade de capítulos e periodicidade, como será discutido a seguir.

Pensando num formato barato – quando comparado com novelas, séries convencionais e longa metragens – de relativa facilidade de produção e sem a necessidade de um processo de distribuição completo, o formato de *websérie* torna-se um meio de fácil produção e exibição no Brasil.

Já há casos em que a internet serve com um termômetro para os canais de TV, inclusive. O Canal Multishow, da TV paga, utiliza a *web* para exibir pilotos de suas futuras séries e, a que possuir mais sucesso, ganha espaço no canal. Um outro exemplo ainda mais recente é o do projeto “Latitudes”. Ele é o primeiro projeto para cinema, internet e televisão do Brasil, estreou no *YouTube* no dia 28 de agosto de 2013, e na semana seguinte migrou em um novo formato para o horário nobre do canal por assinatura TNT. Seguindo a mesma tendência, o Netflix estreou, no mesmo mês de agosto, o primeiro programa brasileiro feito exclusivamente para a plataforma, a série “A Toca”, protagonizada por Felipe Neto, um dos expoentes do *YouTube* por aqui. A Netflix também investiu em uma *websérie* exclusiva chamada “House of Cards”, que já está na sua segunda temporada. Também na mesma via de produção, a Amazon anunciou o lançamento de 5 *webséries* exclusivas que serão exibidas via *streaming*.

A seguir, alguns exemplos de *webséries* que ganharam espaço no Brasil são “ApocalipZe”, “Heróis”, “Nerd of the Dead” e “3%”.

## ApocalipZe

“ApocalipZe” foi criada, dirigida e produzida por Guto Aeraphe e a produtora Guerrilha Filmes. Foi exibida em janeiro de 2013 e teve uma temporada com 5 episódios no total, de 9 minutos de duração cada. Teve o privilégio de ser exibida, também no canal BBC HD – que é o canal da BBC de Londres voltado a conteúdo para o público brasileiro, além de estar disponível para os assinantes do Netflix. O enredo traz um conteúdo atual, o que traz mais veracidade à trama.

O ano é de 2015. O Brasil foi campeão da Copa do Mundo, e vive um grande crescimento econômico e nacionalista. Porém, virou alvo de ataques bioterroristas devido a um "vazamento" ocorrido, num contexto de medo de que o petróleo do mundo inteiro acabe. Portanto, o país vira o alvo principal dos países de maior potência, porque é um dos maiores produtores dessa substância.

Segundo o diretor, em entrevista concedida para este artigo, para conseguir produzir a *websérie* foi necessário o valor de R\$ 132.000 conseguidos através de leis de incentivo à cultura (Lei Rouanet). Com esse dinheiro foi paga a equipe, que trabalhou durante 1 mês em pré-produção, 5 diárias de gravação e mais um mês de pós-produção.

A sua estrutura de produção contou com:

- Um diretor e roteirista;

- Dois assistentes de direção, sendo um deles também continuísta;
- Uma produtora executiva e diretora de produção;
- Três assistentes de produção;
- Um diretor de fotografia;
- Três assistentes de câmera;
- Um eletricista;
- Um Maquinista;
- Dois assistentes de elétrica e maquinário;
- Um técnico de som;
- Um colorista;
- Um diretor de arte;
- Uma produtora de arte;
- Um maquiador;
- Um assistente de maquiagem;
- Um figurinista;
- Um assistente de figurino;

Segundo Guto, a equipe era bem enxuta, porém muito eficiente, contornando muito bem o problema que todas as produções independentes encontram: a falta de dinheiro.

Eles sempre tentaram trazer soluções para realizar todas as cenas que o roteiro pedia. Claro que houveram muitos cortes e adaptações. Mas nada que inviabilizasse o produto final.

## Heróis

Outra série do diretor foi “Heróis”, de 2011, que seguiu a mesma linha de produção de “ApocalipZe”. A *websérie* conta a história dos soldados brasileiros que participaram da segunda guerra mundial:

Três soldados mineiros (Geraldo Baêta da Cruz, Arlindo Lúcio da Silva e Geraldo Rodrigues de Souza), que morreram como heróis em Montese, na Itália. Enquanto faziam uma patrulha, os três soldados foram surpreendidos por uma companhia nazista, em número muito superior. Apesar das ordens de rendição, os mineiros lutaram “*até o último cartucho*”. Essa história se mistura com a de outros soldados, verdadeiros heróis que morreram em Montese, para virar história.

Para viabilizar o projeto o diretor conseguiu incentivo da Lei Rouanet de R\$ 320.000. O tempo de pré-produção foi de dois meses, com 6 diárias de gravação e um mês de pós-produção.

Um fato inusitado, que demonstra como as pequenas produções se articulam para contornar problemas, assim como a importância de se contar com profissionais capacitados, foi o episódio da diretora de arte do projeto, conforme entrevista com o diretor:

A diretora de arte contratada não deu conta do trabalho. Faltando uma semana para as gravações, ela não sabia diferenciar figurinos e adereços utilizados pelos soldados alemães e brasileiros. Tive de demiti-la no meio do processo. Então fiz uma reunião como restante da equipe de arte e com o próprio exército que assumiram a empreitada com muita competência e, posso até dizer que salvaram a produção.

Aqui é válido lembrar que, por mais que a produção tenha dado certo sem um diretor de arte na reta final, é de extrema importância contar com um profissional qualificado desde antes do início do projeto, até a sua entrega. Há muitos profissionais no mercado que não possuem capacidades

técnicas para lidar com os problemas enfrentados pelos diretores de arte, o que coloca em risco não só as produções, mas também a profissão.

A sua estrutura de produção contou com:

- Um diretor, Roteirista e produtor;
- Uma assistente de direção e produtora;
- Um diretor de fotografia;
- Um diretor de produção;
- Um assistente de produção;
- Um produtor de elenco;
- Um assistente de câmera;
- Um assistente de fotografia;
- Um diretor de arte e figurinista;
- Um maquiador;
- Um criador de efeitos especiais;
- Dois assistentes de efeitos especiais;
- Um eletricista;
- Um assistente de elétrica;
- Um maquinista;
- Um assistente de maquinário;

Em ambos projetos vemos que às equipes possuem uma estrutura parecida, que não chegam a ser a ideal, nota-se que alguns até duplicam suas funções e, no entanto, conseguiram tocar o projeto com qualidade, segundo o diretor.

Para ele, veicular o conteúdo apenas na internet surgiu de uma pesquisa e de uma vontade de ser pioneiro no mercado.

Quando optei por fazer uma veiculação exclusiva pela internet eu estava apostando alto, mas baseado em dados de mercado. Em 2011, todas as tendências apontavam que os conteúdos profissionais veiculados com o suporte da internet iriam ter um aumento de audiência muito grande. E eu queria ser um dos primeiros a investir neste novo formato.

Sobre a repercussão dos projetos, Guto se mostrou otimista e citou que é possível fazer conteúdos que o público brasileiro não está acostumado a consumir, levantados através de pesquisa.

Acredito que outra coisa que ajudou muito na repercussão dos dois projetos foram os temas utilizados e a forma como abordamos. No Brasil, estamos muito acostumados a conteúdos que tenham alto índice de sexualidade e piadas fáceis. Mas a escolha de temas diferentes não foi ao acaso. Tínhamos em mãos uma pesquisa que mostrou que havia uma grande oportunidade para outros tipos de conteúdo.

Segundo ele, os produtores independentes ainda estão muito presos aos incentivos, e somente à eles, mas a iniciativa de canais de exibição gigantes, como o Netflix, em exibir esses tipos de projeto, podem indicar qual é o caminho certo.

## **Nerd of The Dead**

“Nerd of The Dead” é uma *websérie* criada por Rafael Baliú e Chris Tex, ambos recém formados na faculdade de cinema. Os autores decidiram abandonar os curta metragens, sair do mercado *cult* e optaram por não perder tempo esperando por editais. O projeto teve 4 capítulos com cerca de 15 minutos cada, com o seguinte enredo:

Kaiser e Bocarelli são dois nerds que se preparam há muito tempo para o apocalipse zumbi. Quando ele de fato acontece, o sonho se torna realidade e eles partem numa incrível aventura, enfrentando dezenas de mortos-vivos esfomeados no caminho.

Para arrecadar os quase R\$ 112.000 gastos no projeto, os produtores arrecadaram, via *crowdfunding*<sup>3</sup>, cerca de R\$ 9.000. O restante, segundo entrevista concedida para este artigo, saiu direto do bolso do diretor. Por conta disso, o tempo de pré-produção, gravação e pós-produção durou cerca de 2 anos.

A sua estrutura de produção contou com:

- Um diretor e roteirista;
- Um produtor;
- Dois assistentes de produção;
- Outro roteirista;
- Dois diretores de fotografia;
- Dois diretores de arte;
- Um produtor de figurino;
- Um produtor de set;
- Dois criadores de efeitos visuais;

Aqui, segundo o diretor, não houve pagamento para as equipes. Após pensarem no projeto, convidaram amigos de faculdade para participarem e todos ainda gastam até hoje para manter o projeto ativo. Isso mostra como os conteúdos independentes podem fazer para ganharem espaço no mercado, acumulando funções e se desdobrando para produzir o máximo possível, com a menor quantidade de pessoas.

Segundo Baliú, em entrevista ao Estadão, há vantagens de se fazer conteúdo para internet.

A internet corta os meios de distribuição. Não precisamos de ninguém negociando sala de cinema. Se o “Nerd” tivesse que depender disso, seria inviável.

A internet tem de ser nossa aliada. Vamos usá-la para as pessoas verem nosso trabalho. Nesse mercado, é preciso ter nome e a gente está tentando fazer o nosso. RONCOLATO, Murilo. A Investida Zumbi. Caderno Link Estadão.

Disponível em: < <http://blogs.estadao.com.br/link/a-investida-zumbi/>>. Acesso em: 28 out. 2013

### 3%

3% é uma *websérie* de ficção, foi criada pelo estudante de cinema Pedro Aguilera e possui um enredo distópico, inspirado em “1984”, de *George Orwell* e “Admirável mundo novo”, de Aldous Huxley.

Uma nação é dividida em duas partes: uma é superpopulosa e não tem recursos o suficiente para manter uma qualidade de vida decente para seus moradores, enquanto a outra é apenas apresentada como um “paraíso na Terra”. Sempre que um habitante da região pobre completa 20 anos de idade, ele passa por um cruel e desumano processo seletivo que pode lhe garantir uma vaga no lado “bom” da sociedade. Apenas 3% dos candidatos serão aceitos.

Ela é um dos casos de ter se tornado muito conhecida apenas tendo um episódio piloto, inicialmente. Ainda aguardam patrocínio para poder dar andamento à produção. Venceu uma série de prêmios como o da Mostra Competitiva de Pilotos Brasileiros na categoria Séries de Ficção -

---

<sup>3</sup> O **financiamento coletivo** (*crowdfunding*) consiste na obtenção de capital para iniciativas de interesse coletivo através da agregação de múltiplas fontes de financiamento, em geral pessoas físicas interessadas na iniciativa.

Festival Internacional de Televisão 2010 e Vencedor da Etapa I do edital de seleção de desenvolvimento e produção de teledramaturgia seriada para TVs Públicas - FicTV / Mais Cultura.

A sua estrutura de produção contou com:

- Três roteiristas;
- Um diretor executivo;
- Dois produtores executivos;
- Um coordenador geral;
- Três diretores;
- Dois assistentes de direção.
- Um produtor e um preparador de elenco;
- Um fotógrafo;
- Um diretor de arte;
- Um figurinista;
- Um maquiador;
- Um montador;
- Um projetista de som;
- Uma empresa responsável pelos efeitos especiais.

Toda a equipe fazia parte de uma produtora profissional, contratada pelo diretor, e seus membros receberam os cachês de acordo com o mercado. Pedro Aguilera criou ideia a partir do briefing do edital FICTV, e conseguiu vencer, o que tornou viável a produção. A quantia total gasta com o projeto do piloto foi de R\$ 250 mil. O tempo total da produção foi de 6 meses, sendo 2 meses de pré-produção e 3 meses de pós, num total de 6 diárias de gravações. Seu episódio piloto já foi visualizado por mais de 300.000 pessoas na internet, desde o lançamento, em maio de 2011.

### Considerações finais

Levando em conta todas as características de produção dos diversos formatos, a distribuição desses conteúdos e sua exibição, além dos gastos envolvidos, foi feita uma pesquisa para entender o perfil do público brasileiro que consome conteúdos audiovisuais no Brasil. Para isso, foi pesquisado o público que assiste os conteúdos em casa ou dispositivos móveis e que usa diariamente a internet.

Dentre os itens abordados neste artigo, fiz uma pesquisa através da internet, em grupos de discussão sobre audiovisual, cinema e cultura e também em grupos aleatórios de pessoas, a fim de entender um pouco como pensam essas pessoas acerca do tema e descobrir quem são elas, o que gostam e quais suas preferências.

O público pesquisado está entre **19 à 28 anos (62%)** e o que ele mais costuma assistir é **Filmes (42%), Séries (37%), Novelas (12%) e Minisséries (6%)**; Onde eles mais costumam consumir esses conteúdos é no **Computador / Internet – baixando ou acessando o conteúdo (67%)** contra **Televisão (28%)**. Os principais motivos para o público assistir esse conteúdo no computador é que eles **Podem assistir no momento em que quiserem (38%)** e **O que eles gostam não passa na TV (19%)**. Quando questionados sobre se já haviam assistido alguma *websérie*, **50% do público disse Não**, enquanto **14% disse não saber se era realmente uma websérie**. Um ponto interessante é o fato da desinformação a cerca do formato. A divulgação é tão importante quanto o produto em si, nesses casos. O público que **já assistiu (36%)**, citou alguns exemplos de *webséries*, como “A Mulher do Prefeito” – da Rede Globo de Televisão, “Mortal Kombat Legacy” – do canal do *Youtube*, Machinima que possui mais de 10 milhões de inscritos, “Jeitinho Carioca” – produzida independentemente, “Orange is the new Black” e “House of Cards” – exibidas exclusivamente na Netflix, The Walking Dead: “The Bicycle Woman” – produzida pela AMC que é mesmo canal que produz a série para TV, “Latitudes” – que começou na internet e foi para a TV, Nerd of The Dead e 3%, o que mostra uma certa variedade de títulos, tanto no Brasil quanto no exterior. Os pesquisados disseram que no último mês consumiram os conteúdos na **TV de 1 à 5 vezes (32%)** e mais de **20**

**vezes (24%).** No computador, os maiores índices foram de **5 à 10 vezes (19%)** e mais **20 vezes (31%)**.

Os principais pontos levantados pelo público sobre as *webséries*, e o que as tornam interessantes são: enredos variados, atuação, veracidade nos cenários, duração dos episódios.

A internet hoje é uma vitrine para quem está querendo aparecer para o mercado independentemente e serve também como um termômetro de sucesso para as grandes produtoras de conteúdos audiovisuais.

Há vantagens em se fazer *websérie*, pois os custos de distribuição e exibição são nulos, apesar de, na maioria dos casos estudados, ser necessário uma verba de leis de incentivo para que o projeto saia do papel, além de se trabalhar com equipes que duplicam algumas funções, afim de se encaixarem no orçamento. Isso não acontece nos outros formatos como novelas, séries, minisséries e cinema, onde, além de dinheiro de leis de incentivo, contam com apoios diversos de empresas, canais de televisão e produtoras, além de conseguirem captar recursos pós-produção, como a venda de DVDs, produtos exibidos, publicidade e bilheteria. Como disse Rafael Baliú, do “Nerd of The Dead”, as *webséries* são uma ótima opção para divulgação de trabalho, mas não são no quesito financeiro. É necessário parcerias, como ainda aguarda Pedro Aguilera, da “3%”, ou até mesmo a venda para um canal, afim de monetizar o projeto.

Em todos projetos citados, é inegável a qualidade visual e o empenho em fazer daquilo o melhor conteúdo de todos. É isso que os diferencia num mercado que está migrando para o *online* e que muitos outros profissionais independentes começam a produzir *webséries*. Em um rápido levantamento sobre as impressões do público, o que mais se destaca são os elogios à atuação e veracidade das produções, além de uma ótima fotografia. Isso pode nos dar uma pista de como se destacar nessa nova fatia de mercado que, apesar de existir e estar em crescimento, parece não gerar retorno financeiro imediato para seus criadores. O cuidado estético e uma criação bem elaborada podem ser a chave para não ser apenas mais um projeto dentre outras centenas.



## REFERÊNCIAS

MCKEE, Robert. **Story - Substância , Estrutura , Estilo e os Princípios da Escrita de Roteiros:** Arte & Letra, 2006.

Diversos. **Estudos de Cinema e Audiovisual – Socine Volume 2:** Digital, 2013.

Diversos. **Estudos de Cinema e Audiovisual Socine: Estadual São Paulo:** Digital, 2012.

Diversos. **Televisão: Formas audiovisuais de ficção e documentário:** Digital, 2012.

ANCINE. **ANCINE divulga informes finais sobre o mercado de cinema no Brasil em 2012:** ANCINE disponível em: < <http://www.ancine.gov.br/sala-imprensa/noticias/ancine-divulga-informes-finais-sobre-o-mercado-de-cinema-no-brasil-em-2012>>. Acesso em: 28 de junho 2013.

Aguilhar, Lígia. **Filme vai da web para a televisão:** Estadão online disponível em: < <http://blogs.estadao.com.br/link/filme-vai-da-web-para-a-televisao/>>. Acesso em: 18 de setembro 2013.

**Sincine. Funções no Cinema:** Sincine disponível em: < [http://www.sincine.com.br/site/funcoes\\_cine.asp?query=d](http://www.sincine.com.br/site/funcoes_cine.asp?query=d)>. Acesso em: 20 de novembro 2013.