

O Youtube como plataforma para produção independente de webséries¹

Paola Maira Gomes CARACCILO²
Tomaz Affonso PENNER³
Rosane Maria Albino STEINBRENNER⁴
Joice Bispo SANTOS⁵

Museu Paraense Emílio Goeldi, Belém, PA.
Universidade Federal do Pará, Belém, PA.

RESUMO

Na era da convergência midiática são vários os novos modelos de produção audiovisual produzidos em diversas plataformas midiáticas. O compartilhamento deste conteúdo também é facilitado graças às novas ferramentas da web. Analisando este contexto, foi feito um mapeamento sobre um novo formato audiovisual convergente: as webséries e sua circulação no site de compartilhamento de vídeos *Youtube*. A pesquisa foi feita com o objetivo de identificar como este novo formato está sendo utilizado como nova possibilidade para a produção independente de audiovisual.

PALAVRAS-CHAVE: websérie, audiovisual, multimídia, convergência.

A cada minuto são carregadas mais de 60 horas de vídeos no site de compartilhamento de vídeos *Youtube*, que atualmente é acessado gratuitamente por mais de 800 milhões de usuários no mundo todo. Essa quantidade enorme de conteúdo varia desde vídeos caseiros com baixa qualidade de produção até vídeos publicitários feitos por grandes corporações, que variam entre diversos formatos de audiovisual.

Nesse contexto surgem as webséries, um formato híbrido e convergente de seriado produzido exclusivamente para web, o qual tem tido um número crescente de produções nos últimos anos, muitas das quais são feitas por produtores independentes nos mais diversos gêneros.

¹ Trabalho apresentado no DT5 – Comunicação Multimídia, da Intercom Júnior – VII Jornada de Iniciação Científica em Comunicação, evento componente do XXXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

Artigo baseado em pesquisa para o Trabalho de Conclusão de Curso (TCC), apresentado para obtenção do título de Bacharel em Comunicação Social – Jornalismo da Universidade Federal do Pará (UFPA), com o título “Webséries: estratégias narrativas para a ciência – Uma análise da experiência com mídias móveis no Museu Paraense Emílio Goeldi, Belém – PA”.

² Recém-graduada em Comunicação Social – Jornalismo pela Universidade Federal do Pará (UFPA), e-mail: paola.caracciolo@gmail.com

³ Recém-graduado em Comunicação Social – Publicidade e Propaganda pela Universidade Federal do Pará (UFPA), e-mail: tomazpenner@gmail.com

⁴ Co-orientadora do trabalho. Professora da Faculdade de Comunicação da Universidade Federal do Pará, e-mail: nani.steinbrenner@gmail.com

⁵ Orientadora do trabalho. Assessora de comunicação do Museu Paraense Emílio Goeldi (MPEG), coordenadora do projeto Labcom Móvel – Estudos e Práticas de Comunicação Pública da Ciência na Amazônia (MPEG/UFPA), e-mail: joicesantos@museu-goeldi.br

Com o objetivo de classificar quais os tipos de webséries encontradas exclusivamente no *Youtube*, foi feita uma pesquisa nos meses de julho a outubro de 2011 com a palavra-chave “websérie”, que classifica as webséries produzidas nos anos de 2008 a 2011. As webséries foram analisadas de acordo com seu conteúdo a fim de entender de que maneira o *Youtube* se configura como uma nova plataforma para produção independente de novos formatos de audiovisual convergente, os quais utilizam os recursos multimídia do site para compor a narrativa.

O gênero seriado

Arlindo Machado (2000) afirma que a narrativa seriada tem sua popularização na televisão, porém, sua estrutura é uma adaptação da que se originou com o cinema em 1913, quando eram exibidos os *nickelodeons* (filmes curtos), que eram voltados ao público da periferia. A produção seriada de filmes em escala industrial caracteriza as mudanças no mercado da época.

É preciso considerar que não foi a televisão que criou a forma seriada de narrativa. Ela já existia antes nas formas epistolares de literatura (cartas, sermões). (MACHADO, 2000 p. 86). A narrativa seriada tem seu auge nos primórdios do jornalismo, quando eram publicados os *folhetins*, no século XIX. Em tempos onde o jornalismo ditava as maneiras de se vestir, de agir e de pensar (LAGE, 2011), a serialização era necessária para o envolvimento do leitor, pois

Precisava-se abordar temas que o empolgassem. O paradigma para isso era a narrativa novelesca: o sentimentalismo, para as moças; a aventura, para os jovens; o exótico e o incomum, paratoda a gente. A realidade deveria ser tão fascinante quanto a ficção e, se não fosse, era preciso fazê-la ser. (LAGE, 2011, p. 19)

A narrativa seriada caracteriza-se por ser uma narrativa dividida em episódios ou capítulos, que podem ser exibidos em dias e horários diferentes. Um episódio deve contar sua história, inserir-se no conjunto, respeitar as características lançadas pelo programa no seu total. (PALLOTTINI, 1998 p. 31)

Arlindo Machado (2000) classifica três tipos de narrativa seriada na televisão: no primeiro, há uma ou mais narrativas entrelaçadas ou paralelas que se sucedem ao longo dos capítulos; no segundo, cada capítulo possui uma história completa, porém os personagens são os mesmos e; no terceiro tipo, tanto as histórias quanto os personagens se diferem, porém a temática dos episódios é a mesma.

Esses três tipos de serialização, no entanto, nunca ocorrem isoladamente. Na maioria das vezes, eles ocorrem juntos e acabam por proporcionar uma nova estrutura para cada programa produzido.

A riqueza da serialização televisual está, portanto, em fazer dos processos de fragmentação e embaralhamento da narrativa uma busca de modelos de organização que sejam não apenas mais complexos, mas também menos previsíveis e mais abertos ao papel ordenador do acaso. (MACHADO, 2000 p.97)

Renata Pallottini (1998, p. 27) classifica o gênero seriado, juntamente com a minissérie e a telenovela, como um programa não-unitário (isto é, que possuem maior duração e precisam ser contados em mais de um episódio).

O seriado funciona, me parece, por acumulação; ao longo de sua feitura, os autores vão criando os casos, as histórias, os enredos que poderiam ter envolvido aquele grupo humano e que tenham a ver com a filosofia geral que conduz a série. Cada um dos personagens criado e construído no começo de tudo, tem suas feições, suas peculiaridades, seu ser, enfim. (PALLOTTINI, 1998 p. 46)

No audiovisual, a narrativa seriada é estruturada em episódios independentes que têm, cada um em si, uma unidade relativa (ibidem, p.30). Esta narrativa é frequentemente utilizada nos programas de entretenimento e produções ficcionais. Por ser dividida em blocos maiores (os episódios) e menores (os intervalos comerciais), possui uma natureza intrigante, que envolve o espectador a acompanhar a trama até o fim.

No gênero informativo, observamos a narrativa seriada nas séries de reportagens especiais nos telejornais, quando uma grande reportagem é exibida em pequenas partes, para então no final chegar a um todo.

As séries são populares nos canais de televisão, e podem ser produzidas de acordo com um dos três tipos de narrativas citadas acima. Na última década ocorreu uma “explosão” de séries nos Estados Unidos, quando emissoras como a Fox popularizaram essa narrativa entre os jovens americanos.

Para acompanhar o andamento das produções, o público de outros países conta com o *download* ilegal dos episódios na web, que são legendados e disponibilizados por fãs. Algumas dessas séries são publicadas no *Youtube*, mas frequentemente são retiradas do site devido a problemas com direitos autorais.

O Youtube

As pessoas começaram a filmar seus eventos, de férias a comemorações familiares, assim produzindo suas próprias imagens, além do álbum fotográfico. Apesar de todos os limites dessa autoprodução de imagens, tal prática realmente modificou o fluxo de mão única das imagens e reintegrou a experiência de vida a tela. (CASTELLS, 1999 p. 423)

A web proporcionou a convergência das mídias tradicionais (impressa, rádio e audiovisual) em uma só. Foi nesse contexto que a produção audiovisual passou a ser veiculada não apenas na televisão, mas também nas plataformas de vídeo na web, como os videologs, o *Vimeo* e o *Youtube*, atualmente a mais popular entre todas.

O *Youtube* surgiu em 2005 com a proposta de compartilhamento de vídeos no meio digital. Em seus seis anos de existência, em 2010 o *Youtube* registrou o envio de 13 milhões de horas de vídeo (35 horas de vídeo por minuto), número que não para de crescer. Em 2011, já foram registradas 48 horas de vídeo sendo enviadas a cada minuto, 40 horas a mais do que em 2007. (youtube.com/t/press_statistics)

Através do *Youtube*, as informações circulam com menor velocidade e com maior alcance, e se tornam mais visíveis para uma maior variedade de públicos. Essas informações contidas nos vídeos publicados podem ser de gênero informativo ou de entretenimento. Podem ser publicadas por indivíduos que divulgam sua vida pessoal na web, por empresas (com finalidade comercial), por emissoras de TV, que divulgam reportagens, por artistas que divulgam seus videoclipes, entre outras finalidades. Rafael Costa (2009) afirma que isso contribui para a construção de uma memória audiovisual na web. Além disso, o *Youtube* possibilita a ascensão de gêneros emergentes de audiovisual.

Na internet, há espaço para um enunciação eminentemente amadora, pois se está diante de uma plataforma colaborativa e pretensamente democrática. A fruição do gênero solicita dos usuários um grau de intervenção diferenciado daquele observado num meio multimodal como a televisão: é possível ver, rever, recuar e avançar na visualização do vídeo, assim como responder a ele, recomendá-lo ou criticá-lo perante outros usuários. Assim, uma potencialidade hipermodal se desenha nesse tipo de produção, o que não seria possível num modelo convencional de televisão. (COSTA, 2009 p. 8)

A interface do *Youtube* permite também a conexão da conta do usuário ao Google, e a redes sociais como o *Facebook* e o *Twitter*. É possível também a visualização dos vídeos através do *Facebook*. De acordo com as estatísticas do site, “150 anos de vídeos no *Youtube*

são assistidos todos os dias no *Facebook* (a quantidade é 2,5 vezes maior a cada ano), e a cada minuto mais de 500 *tweets* contém links do *YouTube* (a quantidade triplica a cada ano)”.

O *Youtube* também possui uma ferramenta de edição de vídeo on-line, possibilitando não apenas a postagem de um vídeo, mas também sua edição de acordo com as preferências do usuário, que pode modificar os tons de cor, iluminação, o áudio, pode cortar e estabilizar o vídeo, fazendo com que o domínio total de captura, edição e publicação dos vídeos passe para as mãos do usuário, não exigindo formação específica para esse tipo de ação. Assim, o *Youtube* descentraliza a indústria audiovisual – que antes era liderada pelas grandes emissoras de televisão e produtoras de cinema – e possibilita também a construção de novos gêneros no audiovisual (COSTA, 2009). Além dos gêneros, formatos audiovisuais também são possíveis de serem experimentados. Um desses formatos são as webséries, detalhadas no próximo item.

As webséries

A primeira referência sobre o conceito de websérie surgiu com os pesquisadores espanhóis Nuria Romero e Fernando Centellas, em seu ensaio sobre novas narrativas audiovisuais.

Web series renew narrative strategies that have been already consolidated for some time on television. But they incorporate on-line resources like active participation from the audience in the story's progress and the ease which this interactive medium allows for the generation of virtual communities - something which is key to consolidate the series fictional universe. (ROMERO; CENTELLAS, 2002 p. 6)⁶

O conceito de webséries é renovado mais tarde por Henry Jenkins, em seu livro *Cultura da Convergência*. Ele classifica as webséries como estratégias para narrativas transmidiáticas – aquelas que se desenvolvem em diferentes plataformas de mídia, porém cada mídia é responsável por contar uma parte da história. Esse tipo de narrativa é bastante explorado nas campanhas de *marketing* viral, quando o consumidor é envolvido em uma trama não-linear que reúne vários fragmentos que, se juntos, acabam por tornar clara a compreensão da história que está sendo contada.

⁶Webséries renovam estratégias narrativas que já foram consolidadas, por algum tempo, na televisão. Porém, elas incorporam recursos on-line, como participação ativa do público no desenrolar da história, e a facilidade que este meio interativo permite para a geração de comunidades virtuais – um aparato chave para a consolidação do universo ficcional das séries. (Traduzido pela autora)

A circulação de conteúdos – por meio de diferentes sistemas midiáticos, sistemas administrativos de mídias concorrentes e fronteiras nacionais – depende fortemente da participação ativa dos consumidores. Meu argumento aqui será contra a ideia de que a convergência deve ser compreendida principalmente como um processo tecnológico que une múltiplas funções dentro dos mesmos aparelhos. Em vez disso, a convergência representa uma transformação cultural, à medida que consumidores são incentivados a procurar novas informações e fazer conexões em meio a conteúdos midiáticos dispersos. (JENKINS, 2009 p.29-30)

Inicialmente, as webséries, foram criadas como estratégias de marketing para a divulgação de empresas e programas de televisão, onde através da web seria possível saber detalhes que não seriam vistos na TV. Nos Estados Unidos, esta estratégia é bastante utilizada por emissoras como a FOX e a NBC, que publicavam webséries que poderiam ser vistas nos sites das emissoras.

No Brasil, a Rede Globo, através de uma parceria com o *Youtube*, usa webséries para a popularização do seriado *Malhação*, exibido há 16 anos no país, com 19 temporadas. O programa possui um canal no *Youtube*, que disponibiliza, além dos resumos da semana e dos episódios diários da televisão, episódios extras que foram gravados apenas para a web, durante a temporada de “*Malhação ID*” (17ª temporada). Porém, estas narrativas, direcionadas aos jovens, possuem um teor informativo, além do entretenimento, e falam de temas como segurança na internet e prevenção de doenças sexualmente transmissíveis. Coreixas e Cruz (2008) estudam a relação entre *Youtube* e Rede Globo e afirmam que o canal é utilizado para promover a marca (que já é promovida em diferentes plataformas) e fortalecer as relações com o público. Assim sendo,

O planejamento de produção de um projeto audiovisual na contemporaneidade deve levar em consideração a possibilidade de criação de universos narrativos expandidos produzidos e distribuídos em multiplataforma. A dimensão desse universo narrativo em termos de complexidade deve extrapolar a própria obra, para permitir, considerar e estimular os desdobramentos que este projeto pode desencadear em termos de participação e mesmo produção de conteúdo por parte dos próprios fãs, seja em forma de fóruns de discussão sobre esses universos, seja através de fãs-filmes, *blogs*, *websites*, *quadrinhos*, *layouts*, etc. (ALTAFINI; GAMO, 2010 p. 48)

Trata-se de produções audiovisuais que já em suas concepções negligenciam os meios tradicionais de exibição e estimulam desdobramentos transmidiáticos. Altafini e Gamo (2010) classificam as webséries como partes de narrativas transmidiáticas que podem

ser utilizadas para promover uma campanha promocional sobre um programa de televisão ou outros tipos de produto. Como são vídeos feitos para a web, não exigem imagem ou som em alta definição (o que acontece é que, quanto maior a resolução do vídeo, maior o tempo que ele leva para carregar no *Youtube*).

O acesso irrestrito às ferramentas tecnológicas de produção audiovisual e à internet como vetor desse processo de convergência possibilita que, em tese, qualquer indivíduo ou grupo pode produzir conteúdo e buscar seu nicho de audiência (ALTAFINI; GAMO, 2010, p. 47). Por esse motivo, as webséries tornaram-se uma saída para a produção audiovisual de baixo custo realizada por produtoras independentes, que criam canais personalizados com seus vídeos.

Tipos de webséries no Youtube

Nesta análise propõe-se quantificar e qualificar as produções seriadas feitas exclusivamente para a web – as webséries, desde 2008 até 2011. Foi realizada uma pesquisa entre os meses de julho e outubro de 2011, na qual foi buscada a palavra-chave “websérie” no site *Youtube*.

Foram encontradas aproximadamente 6000 resultados para a palavra-chave buscada. Desses resultados foram filtradas 81 produções diferentes, dos seguintes países: Estados Unidos, Colômbia, Chile, Alemanha, França e Brasil. As webséries foram organizadas em uma tabela com as seguintes informações: (a) nome, (b) data de publicação, (c) país, (d) gênero e (e) endereço na web.

Tabela 1 – Pesquisa de webséries no Youtube – Junho a Outubro de 2011

Nome	País	Ano	Gênero	URL
Private High Musical	EUA	2008	Comédia	http://youtu.be/TNTwIxtqF98
Vida no trânsito	Brasil	2009	Ficção	http://youtu.be/z4uagNpffu4
Privadas	Brasil	2009	Comédia	http://youtu.be/zoRFKTmVgEE
Festas, micos e prevenção	Brasil	2009	Publicitário (Malhação)	http://youtu.be/hPHLdh08xAs
Fake ID, fake love	Brasil	2009	Publicitário (Malhação)	http://youtu.be/p3ibbQkDCNE
Passaport3	Brasil	2009	Drama	http://youtu.be/qIyoVi2wyy0
The Basement	EUA	2009	Comédia	http://youtu.be/j_jSzwWP_gk
Minimize me	Brasil	2009	Reality Show	http://youtu.be/MlboMm8r6Sw
Os coleguinhas	Brasil	2009	Comédia	http://youtu.be/Na8XFC3AYks
Mas a gente se diverte...	Brasil	2009	Comédia	http://youtu.be/xxH1YGXrZG8
MSN: Control C +	Brasil	2009	Comédia	http://youtu.be/7KsyB9EXL00

Control V				
Nikolais, diario de un pokemon	Chile	2009	Comédia	http://youtu.be/scItUt6AQFI
Nós	Brasil	2010	Drama	http://youtu.be/p_SAE-kpFMo
Papai	Brasil	2010	Comédia	http://youtu.be/vQsoDF4vBRo
Vida de garoto	Brasil	2010	Publicitário (Capricho)	http://youtu.be/6780xFr5B1M
Jogatina	Brasil	2010	Drama	http://youtu.be/myNZJPyf0WU
A melhor viagem do mundo	Brasil	2010	Publicitário (TAM)	http://youtu.be/9TU7fAgQU40
Tu non morirai	Itália	2010	Drama	http://youtu.be/tVYtmH-Z-pg
Banda Grau 58	Brasil	2010	Reality Show	http://youtu.be/8_0wmPENup8
Axe	Brasil	2010	Publicitário (Axe -amador)	http://youtu.be/cqf8EoCev2s
Os guardiões	Brasil	2010	Publicitário (Guaraná Antártica)	http://youtu.be/bKf74qVSs-U
Danubio Gourmet	Brasil	2010	Publicitário (Danubio)	http://youtu.be/VlulrgbTmP0
Minha vida é uma pobreza	Brasil	2010	Comédia	http://youtu.be/8mcGJvQQ4PI
L'exposition sciences & curiosités à la cour Versailles	França	2010	Documentário	http://youtu.be/ILSCjma0AZ0
O recheio varia	Brasil	2010	Comedia	http://youtu.be/mlaU181iUno
Backstage back door	França	2010	Drama	http://youtu.be/0JRvJChhp2g
Família Sampaio em Férias na Disney	Brasil	2010	Publicitário (Capricho)	http://youtu.be/hP68CUt_r4g
Gilles Luka	França	2010	Comédia	http://youtu.be/mVU5RvD6_W4
La Planque	França	2010	Comédia	http://youtu.be/qy0VFoBPUWM
Haier – Pret à tout?	França	2010	Comédia	http://youtu.be/Nxn4i9vyGeM
LAPAV - La poutine au vin	França	2010	Comédia	http://youtu.be/cLohkij5ujI
L'histoire racontée par de chaussettes	França	2010	Animação	http://youtu.be/6RnZMR1DZNw
Planete bureau	França	2010	Comédia	http://youtu.be/HED1QoYOndw
Minto	Brasil	2010	Drama	http://youtu.be/k8Ig-OiIA8
Alma e sangue	Brasil	2011	Ficção	http://youtu.be/MHASRMhrNPI
Quero ser solteira	Brasil	2011	Comédia	http://youtu.be/jrCrNyzfzRk
Heróis	Brasil	2011	Drama/História	http://youtu.be/D3a6YLcP-u4
Apenas Heróis	Brasil	2011	Drama/LGBT	http://youtu.be/PpqZc7E9e8I
Yonkis, una serie gay adolescente	Colômbia	2011	Drama/LGBT	http://youtu.be/GrsQSIFr6cs
Expedição Miramundos: Monte Roraima	Brasil	2011	Informativo	http://youtu.be/GB8yDBniqig
2012 – Onda zero	Brasil	2011	Ficção	http://youtu.be/MHjYTeY760k
Profissões	Brasil	2011	Informativo	http://youtu.be/OmoJj6qFsX8

Mizuno	Brasil	2011	Publicitário (Mizuno)	http://youtu.be/wVIQhg52hYc
Valetes	Brasil	2011	Reality show	http://youtu.be/VWIVyGHYdgg
Sua casa, seu orgulho	Brasil	2011	Publicitário (Suvinil)	http://youtu.be/pKUOzAbIHvs
Os românticos	Brasil	2011	Comédia	http://youtu.be/rzakS0IoM0kC
8Koisas	Brasil	2011	Comédia	http://youtu.be/b6nmyXzE5Us
Rose, a doméstica das bicha	Brasil	2011	Comédia	http://youtu.be/Yit-Fy2ONGo
Seu pai mais pai	Brasil	2011	Publicitário (Claro)	http://youtu.be/2bCb1kx609I
Mariana: a vida de uma garota de luxo	Brasil	2011	Comédia	http://youtu.be/ncXUDbM7FEc
Teen juntos contra o bullying	Brasil	2011	Drama	http://youtu.be/YnlpsdhVgSo
Encontros	Brasil	2011	Drama	http://youtu.be/hDr2nTSuvq4
Minha vida é uma novela mexicana	Brasil	2011	Comédia	http://youtu.be/u_z6qIGzuaY
2012, mission: Elysée	França	2011	Comédia	http://youtu.be/yBfza7OWErs
Nova onda	Brasil	2011	Comédia	http://youtu.be/HAX2BHq5kbo
Melting Potes	França	2011	Drama	http://youtu.be/P_kGacW02TE
Face à Face	França	2011	Publicitário (AC Solutions)	http://youtu.be/G9y8lnWokkA
Casa na Praia	Brasil	2011	Publicitário (Forma Turismo)	http://youtu.be/Cnfg2tZw13Y
Eriba na cozinha	Brasil	2011	Publicitário (eribanacozinha.com)	http://youtu.be/GBQjYBEiyUo
É Curitiba, caramba!	Brasil	2011	Vlog	http://youtu.be/7DNVoc8MDnw
O caso dos tais convites	Brasil	2011	Comédia	http://youtu.be/-_I2arpROrE
Nordwest	Alemanha	2011	Drama	http://youtu.be/LJsGTTThaxyQ
A banda	Brasil	2011	Comédia	http://youtu.be/IntD09eWaeU
Masmorra do zumbi intergalático	Brasil	2011	Comédia	http://youtu.be/k4vNun_81wA
Mochileiros por aí	Brasil	2011	Publicitário (blog mochileiros por aí)	http://youtu.be/m2aJe6hJvA0
O jornal	Brasil	2011	Comédia	http://youtu.be/j6NAMOIsq9I
Astrolokos	Brasil	2011	Comédia	http://youtu.be/ilUGzBajIGU
República	Brasil	2011	Drama	http://youtu.be/oU0N1nO14dw
Colunas diárias	Brasil	2011	Drams	http://youtu.be/rzakS0IoM0k
30-9	Alemanha	2011	Educativo	http://youtu.be/v6VHKLKjWt8
Intimidade é uma merda	Brasil	2011	Comedia	http://youtu.be/rw5jYuTmWVE
Colegial	Brasil	2011	Drama	http://youtu.be/VMEfgOYjIlo
#euamoaZS	Brasil	2011	Publicitário (Living Construtora)	http://youtu.be/oYGalr5YGrE

Résistance	França	2011	Drama	http://youtu.be/XO0jGQ8y4jY
Folieewood	França	2011	Documentário	http://youtu.be/0JRvJChhp2g
Pimbo e Pombi	Espanha	2011	Animação	http://youtu.be/DXw7jNd3SP8
Os naturalistas do século XXI	Brasil	2011	Informativo	http://youtu.be/zTKGWQtDZgE
#E_VC	Brasil	2011	Drama	http://youtu.be/_IDZKhu60YQ
O que as pessoas estão ouvindo	Brasil	2011	Produção colaborativa	http://youtu.be/31dkpZD3mFY

Fonte: Elaborado pela autora

Constatou-se que, das 81 webséries, a maioria foi veiculada no ano de 2011, por grupos especializados em produção para web. Classificando por conteúdo, foram encontrados os seguintes gêneros: comédia, drama, informação, reality show, ficção científica, publicidade, documentário e videoblog.

Durante a pesquisa foram encontrados muitos vídeos que tinham em seu título a categoria webséries, porém não foram catalogados por tratarem-se de longas-metragens que foram divididos em vários blocos, por quem os enviou para o *Youtube*. Foram também excluídas as séries produzidas para televisão que encontravam-se no site, e as webséries que não foram feitas para o *Youtube*, e sim para *websites* protegidos por direitos autorais, porém foram enviadas por usuários ilegalmente.

A maior quantidade de webséries encontradas nesta pesquisa é do Brasil e corresponde ao gênero humorístico. Percebe-se que esse gênero também abre caminho para a emergência de canais alternativos específicos para o público que consome o humor, sejam eles de equipes de humoristas, como o canal Galo Frito, ou de videoblogs individuais, como os de PC Siqueira e Felipe Neto. Todos os canais citados realizam paródias e sátiras que criticam assuntos em pauta na mídia televisiva ou na web.

Um exemplo é o canal 8ka (8ka.com.br), produtora independente que, após produzir longas-metragens e videoclipes, decidiu apostar na produção para a web. Desde 2009, o canal da produtora no *Youtube* possui mais de um milhão de visualizações e mais de 7 mil e 500 inscritos. No canal, a 8ka também estabelece um diálogo com o público, que em uma das webséries pode participar enviando histórias e opiniões nos comentários.

Um fator que diferenciou as webséries do canal 8ka das demais produções encontradas foi a utilização dos recursos interativos do *Youtube*, como os balões de anotação e os hiperlinks de vídeo. No final de cada episódio o usuário pode ver uma prévia do próximo episódio em um balão (sem hiperlink, pois o episódio ainda não foi lançado), e

no outro balão podem ser vistas cenas do episódio anterior, com hiperlink para o referido episódio e para outras webséries publicadas no canal.

Uma websérie produzida no Brasil com o formato de produção colaborativa foi catalogada, com o título *O que as pessoas estão ouvindo*. Ela desenvolve-se espontaneamente, conforme as pessoas de diferentes cidades brasileiras a produzem. É feita em formato de enquete, quando um repórter sai às ruas Perguntando para as pessoas (que estão com fones de ouvido) o que elas estão ouvindo. O material é então editado e enviado ao *Youtube*.

Um aspecto interessante foi o pouco número de webséries do gênero informativo. Percebe-se que, mesmo a narrativa seriada sendo bastante utilizada como recurso informativo na televisão, na web ela ainda não é utilizada para este fim. Dentre as do gênero informativo também foi catalogada a websérie “Os Naturalistas do Século XXI” como a primeira websérie feita exclusivamente para divulgação científica

Foram também catalogadas 02 produções da Alemanha (*Nordwest* e *30-9*), 01 do Chile (*Nikolais, diario de un Pokemón*), 01 da Espanha (a animação *Pimbo e Pombi*, com conteúdo educativo para escolas), 01 da Colômbia (*Yonkis, una serie gay adolescente*), 02 dos Estados Unidos (*Private High Musical* e *The Basement*) e 01 da Itália (*Tu non morirais*). A tabela completa pode ser vista no anexo 1 deste trabalho.

Dentre as produções francesas (que, na pesquisa, foram a maioria vindas de países estrangeiros), encontrou-se na maioria produções não-amadoras, voltadas à comédia. Das treze webséries presentes na pesquisa, a maioria (seis) pertence ao gênero humorístico e é do ano de 2010; duas são do gênero documentário, três de drama, uma de animação e uma publicitária.

Ressalta-se que a pesquisa foi feita apenas com a palavra-chave “websérie”, e constatou apenas as produções cujo título no *Youtube* continham a palavra-chave. No entanto, mais webséries estão sendo produzidas, porém sem a categorização adequada por parte de quem as produz.

Considerações

No contexto em que se insere a produção audiovisual independente que utiliza os recursos das novas mídias, pode-se apontar que as webséries são instrumentos que podem ser utilizados como um gênero híbrido de audiovisual, que alia uma produção característica da televisão aos critérios exigidos pelos leitores do ciberespaço.

Dentre estas webséries, algumas são feitas para fins comerciais, outras são utilizadas como narrativas do cotidiano e outras são produções independentes que emergem de acordo com as facilidades providas pela web para a circulação de conteúdo. Com o levantamento de webséries no período de julho a outubro de 2011, pôde-se constatar que há um número crescente de uploads deste tipo de vídeo (dentro dos critérios utilizados para sua classificação). É no site de compartilhamentos *Youtube* que essa produção vem ganhando espaço desde o ano de 2008, que até o momento vêm sendo exploradas por grandes corporações e novos produtores.

Sendo assim percebe-se que é amplo o potencial do *Youtube* como nova plataforma de produção e circulação de conteúdo neste novo formato audiovisual, devido fatores como a gratuidade de publicação, hospedagem e facilidade de acesso com baixa qualidade de conexão à Internet, o que auxilia no aumento do alcance. São esses, dentre outros fatores, que têm influenciado e despertado em novos produtores de audiovisual a ideia de publicar suas produções no site, e apostar no potencial conjunto da narrativa seriada e das novas mídias.

REFERÊNCIAS

ALTAFINI, Thiago. GAMO, Alessandro. **Web-séries no contexto dos universos narrativos expandidos.** Revista Geminis ano 1, nº1, 2010. Disponível em: <<http://www.revistageminis.ufscar.br/index.php/geminis/article/view/Article/28>> Acesso em: 23 set. 2011.

CARACCILO, Paola. **Webséries: estratégias narrativas para a ciência – Uma análise da experiência com mídias móveis no Museu Paraense Emílio Goeldi.** Trabalho de Conclusão de Curso. Universidade Federal do Pará, 2011.

CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede.** São Paulo: Paz e Terra v. 1, 1999.

COSTA, Rafael. **A “dança” dos gêneros audiovisuais na convergência de mídias: um estudo de migrações e transmutação na web 2.0.** Disponível em: <http://www.ufpe.br/nehte/hipertexto2009/anais/a/a-danca-dos-generos.pdf> Acesso em: 13 out. 2011.

JENKINS, Henry. **Cultura da convergência.** Tradução Susana Alexandria. 2ª ed. São Paulo: Aleph, 2009.

LAGE, Nilson. **A reportagem: teoria e técnica de entrevista e pesquisa jornalística.** 9ª ed. Rio de Janeiro: Record, 2011.

MACHADO, Arlindo. **A televisão levada à sério.** 4 ed. São Paulo: SENAC, 2000.

PALLOTTINI, Renata. **Dramaturgia de televisão.** São Paulo: Moderna, 1998