



Web Série Quase 30¹

Gisele Ferraz PATRACÃO²

Arthur de GRECCI³

Felipe Montejano da SILVA⁴

Julia Loschi de SOUZA⁵

Leandro Silva COLOBIALE⁶

Roberta POMPERMAYER⁷

Fabiano PEREIRA⁸

Universidade Metodista de Piracicaba (UNIMEP), Piracicaba, SP

RESUMO

Deisy de Freitas é uma jovem de 34 anos que veio de Itu, uma cidadezinha no interior de São Paulo, para Piracicaba, em busca de uma vida melhor. Chegando à cidade encontrou vaga como vendedora de telemarketing, em uma empresa que fornece TV a cabo, internet e telefone. Uma mulher independente, solteira e sem filhos, que se sente sozinha. Muito atrapalhada, está sempre à procura do par perfeito, até mesmo para fazer trabalhos típicos de um homem dentro de casa, como trocar o chuveiro. Frequenta um grupo de terapia do tipo “solteiros anônimos”, e nele desabafa todo o seu constrangimento e sua angústia, sobre as várias tentativas de encontrar um namorado. Afinal, ter trinta anos hoje em dia não é fácil.

PALAVRAS-CHAVE: série; ficção; entretenimento; comunicação.

INTRODUÇÃO

Podemos citar os meios de comunicação de massa mais comuns, que são: Televisão, rádio, revistas, internet, livros, cinema, teatros. Esses englobam os processos de informar, persuadir e entreter as pessoas. Encontram-se presentes em praticamente todos os aspectos do mundo contemporâneo, registrando, divulgando e influenciando a rotina diária, com conteúdos selecionados e desenvolvidos para os mais diversos públicos.

¹ Trabalho submetido ao XVIII Prêmio Expocom 2011, na Categoria Produção Editorial e Produção Transdisciplinar e Comunicação, modalidade Produção Multimídia (avulso).

² Líder do grupo, Estudante de Graduação do 5º. Semestre do Curso RTVi, email: giseleferrazp@yahoo.com.br

³ Estudante de Graduação do 5º. Semestre do Curso RTVi, email: thur-grecci@hotmail.com

⁴ Estudante de Graduação do 5º. Semestre do Curso RTVi, email: fmssoft@uol.com.br

⁵ Estudante de Graduação do 5º. Semestre do Curso RTVi, email: juloschi@yahoo.com.br

⁶ Estudante de Graduação do 5º. Semestre do Curso RTVi, email: leandrocolobiale@hotmail.com

⁷ Estudante de Graduação do 5º. Semestre do Curso RTVi, email: berta_rxp@hotmail.com

⁸ Orientador do trabalho. Docente do Curso RTVi, email: fpereira@unimep.br



A televisão brasileira sempre teve entre suas principais atrações a produção de séries e minisséries nacionais. O formato é sempre bem-vindo entre o público, o que permite aos roteiristas a possibilidade de desenvolvimento de histórias mais densas, de linguagem mais apurada, de tramas sofisticadas e complexas.

Com passagens históricas pelas novelas de revista e pelo rádio, o formato chegou a televisão e com ela alcançou audiências nunca antes imagináveis. Agora, contudo, pode dar um passo mais além, ao adaptar-se a novas mídias digitais, em plataformas como a web e mobile, ampliando a gama de possibilidades e escolhas.

Partindo desse pressuposto, o grupo envolvido na produção da série Quase 30 resolveu desenvolver um produto com a possibilidade de distribuição em três plataformas distintas, a TV, a web e os dispositivos móveis, com o objetivo único de entreter. Ao desenvolver pesquisa sobre o tema, o grupo envolvido na produção constatou que o humor popular tem seu valor em qualquer lugar do mundo, porque a internet e os dispositivos móveis, assim como a TV aberta, são espaços de entretenimento para a grande massa, e tem incrementado, ano a ano, os números de acesso.

Partimos da idéia de ser uma série onde quebraríamos um pouco com o estereotipo de que uma mulher de trinta anos para se realizar precisa ter filhos, marido ou namorar., o grupo resolveu adotar um texto mais alegre e extrovertido, partindo do pressuposto que o humor dá ao realizador o poder de dizer a verdade às pessoas, sem ofender, mas permitindo que todos se reconheçam em uma ou outra situação e possam rir das mazelas da vida. Por esse motivo, antes de começarmos a roteirizar “QUASE 30” o grupo conversou com várias mulheres de 28 a 35 anos, que moravam sozinhas, não tinham filhos e trabalhavam para prover seu próprio sustento.

Decidiu-se fazer cinco episódios curtos, de três a sete minutos, objetivando passar a mensagem rapidamente de uma forma leve, rápida e objetiva.

Assim “Quase 30” é uma série, tendo em sua primeira temporada cinco episódios curtos, com um humor leve e uma linguagem tradicional de fácil entendimento, com o intuito de entreter e divertir o público, falando sobre um assunto comum de uma maneira diferente.



2 OBJETIVO

A série “Quase 30”, trabalho final da disciplina de Produção de Mídias Digitais (segundo semestre de 2010) teve como objetivo aplicar os conhecimentos discutidos: narrativas e produtos ficcionais para a internet e mobile. O formato escolhido para a produção tem o intuito de entreter e o objetivo de atingir um público mais abrangente.

É possível a transmissão deste conteúdo tanto pela internet, dispositivos móveis ou mesmo a televisão, pela adoção de uma linguagem de fácil entendimento.

Todo processo de produção foi desenvolvido pela produtora estudantil, ou seja, criação, gravação, edição e pós-produção com orçamento baixo, quase que próximo a zero.

3 JUSTIFICATIVA

Toda produção exige vários processos. Partindo da idéia de criar uma série que falava sobre a “mulher de 30”, para dar início ao processo de criação das idéias, tramas e personagens, os alunos da produtora conversaram com várias mulheres com idade entre 28 a 35 anos, solteiras, ainda sem filhos. Assim histórias reais foram aproveitadas, adaptadas e misturadas à ficção, recebendo um toque de humor e comédia.

A série se propõe a quebrar o estereótipo de que uma mulher de trinta anos, para se realizar, precisa de uma vida regrada com família, filhos, marido e um emprego bem sucedido. O produto tem uma linguagem mais tradicional no sentido da realização e uma preocupação com o texto, extremamente alegre e simples.

4 MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS

Os métodos e técnicas utilizados para a realização da web série envolveram vários tipos de produção, sendo elas: a criação do roteiro, produção, gravação de imagens, fotografia, iluminação e edição. O grupo dividiu as funções entre os integrantes para melhor atender a execução do trabalho, apesar de todos terem participado de praticamente todas as etapas.



A idéia para o roteiro surgiu a partir de uma reunião com todos os integrantes da equipe, que optaram por fazer algo cômico, no caso a história de uma solteirona de 30 anos. O roteiro em si, foi escrito por apenas um dos integrantes, com intervenções dos demais.

Na produção todos tiveram sua participação, da busca por figurinos e objetos de cena até a escolha das locações, atores e equipamentos necessários para a realização da cena. Com o objetivo de viabilizar o projeto com o menor ônus financeiro possível, cada etapa foi viabilizada por meio de acordos verbais de permuta, muitas vezes contando apenas com a boa vontade de terceiros.

Nas gravações, cada membro da equipe exercia uma função, que por sua vez não era fixa, ou seja, em cada dia de gravação as funções eram revezadas conforme o interesse dos integrantes ou a necessidade do grupo.

O registro fotográfico teve dois objetivos. O primeiro, era para a montagem da vinheta, que contou com vídeos e fotos para tratamento e finalização com softwares dedicados, tais como o Adobe Photoshop e o Adobe After Effects. Já o segundo, foi para a criação de um outdoor necessário para uma cena, que também contou com a ajuda dos softwares para a manipulação da imagem.

A equipe encontrou dificuldades com a iluminação, porém, com apenas um set light, foi possível criar a ambientação de diversos cenários, com luz direta ou indireta, e muitas vezes com a utilização de gelatina e rebatedores.

Para a edição, um cluster foi montado na casa de um dos membros do grupo, com três computadores, sendo dois para edição e o terceiro para captura do material em fita (miniDV) e para a criação de redes sociais fictícias da personagem central da web série. Com mais de 8 horas de imagem, a equipe levou três dias e três noites para finalizar a web série “Quase 30”.

5 DESCRIÇÃO DO PRODUTO OU PROCESSO

A web série “Quase 30” tem como objetivo prover ao seu público breves momentos de entretenimento e diversão, nas rápidas pausas de outras atividades diárias. Com cinco episódios, com duração entre três a sete minutos cada, optou-se pela adoção de histórias



distintas em cada capítulo. Dessa forma, o espectador compreende o fato ficcional narrado no episódio sem a necessidade de ter assistido aos demais capítulos da série..

6 CONSIDERAÇÕES

As séries ficcionais são hoje uma grande referencia para qualquer estudante de comunicação que queira fazer dramaturgia/ficção, haja vista o sucesso dos consagrados formatos de seriados norte-americanos e das novelas brasileiras.

A produção de uma web série é um processo altamente trabalhoso e intuitivo, onde se precisa tornar linear todo um conjunto formado por imagem, texto, tempo do humor, fazendo com que o publico se divirta em poucos minutos sem precisar perder um tempo significativo na frente da plataforma escolhida.

Toda a equipe esteve em contato direto com todos os procedimentos técnicos e criativos da produção, desde a criação do roteiro, até as gravações (internas e externas), direção de fotografia, imagem, áudio, direção de cena, etc.

A produção de “QUASE 30” foi uma experiência muito válida, pois foi a primeira produção onde o grupo se preocupou mais em fazer humor, em levar diversão e entretenimento fazendo piadas engraçadas e leves, que se diferenciavam na interpretação e na direção das cenas, apesar de ter um formato bem próximo dos tradicionais, com exceção do tempo e das revisões de enquadramento e movimentos de câmera.

É preciso aprimorar e adaptar o que já existe de forma mais rígida e dar mais importância a pequenos detalhes que fazem toda a diferença, assim pode-se considerar que o resultado final foi muito satisfatório.

BIBLIOGRÁFICAS

ADORNO, Theodor. **A Indústria Cultural**. In: COHN, Gabriel. (org). Comunicação e Indústria Cultural. São Paulo, T. A. Queiroz, 1987.



FREITAS, Fabiana. **Meios de Comunicação de Massa e Indústria Cultural e Cinema.** WebArtigos, Dezembro. 2007. <http://www.webarquivos.com/articles/3381/3/meios-de-comunicacao-de-massa-industria-cultural-e-cinema>. Data do acesso: 27/03/2011

GOULART, Ana Paula; ARRUDA, Lílian; TORRES, Mariana; FIUZA, Sílvia. Autores: **Histórias da Teledramaturgia, livro 1 e 2.** Memória Globo. – São Paulo: Globo, 2008.

BONASIO, Valter. **Televisão: manual de produção & direção.** Belo Horizonte: Ed. Leitura, 2002.

MILLERSON, Gerald. **Television Production.** Oxford: Focal Press, 1994