



**UNIVERSIDADE FEDERAL DA BAHIA
FACULDADE DE COMUNICAÇÃO
CURSO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL
HABILITAÇÃO: PRODUÇÃO EM COMUNICAÇÃO E CULTURA**

FILIPE SILVEIRA LEITE ALVES SANTOS

**ALUGA-SE PARA MOÇAS
PROJETO DE UMA WEBSÉRIE**

Salvador - Bahia
2013.1

FILIPPE SILVEIRA LEITE ALVES SANTOS

**ALUGA-SE PARA MOÇAS
PROJETO DE UMA WEBSÉRIE**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Curso de Comunicação Social com habilitação em Produção em Comunicação e Cultura, Faculdade de Comunicação, Universidade Federal da Bahia, como requisito parcial para obtenção do grau de Bacharel em Comunicação Social.

Professor Orientador: Prof. Dr. Sérgio Sobreira

Salvador
2013.1

FILIPPE SILVEIRA LEITE ALVES SANTOS

**ALUGA-SE PARA MOÇAS
PROJETO DE UMA WEBSÉRIE**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Curso de Comunicação Social com habilitação em Produção em Comunicação e Cultura, Faculdade de Comunicação, Universidade Federal da Bahia, como requisito parcial para obtenção do grau de Bacharel em Comunicação Social.

Banca Examinadora

Prof. Dr. Sérgio Sobreira (Orientador) _____
UFBA, Brasil.
Universidade Federal da Bahia

Prof. Dra. Regina Gomes _____
UFBA, Brasil.
Universidade Federal da Bahia

Prof. André Bomfim _____
IBES, Brasil.
Instituto Baiano de Ensino Superior

RESUMO

O presente trabalho aborda as etapas de produção e elaboração de uma *websérie* de ficção chamada “Aluga-se para Moças” que conta a história de três garotas que inicialmente não se conheciam e vão morar juntas. A idealização, produção e coordenação do projeto até a presente etapa foram feitas através de um grande esforço em entender o contexto atual de produção audiovisual voltada para internet. O foco do trabalho será descrever o que será feito nas cinco principais etapas de produção audiovisual (desenvolvimento do projeto, pré-produção, produção, pós-produção e finalização). Também será apresentado um cronograma de filmagem, planilha orçamentária, roteiro dos episódios e a gravação do primeiro episódio da *websérie*.

Palavras-chaves: *websérie* – roteiro – *storyboard* - produção.

ABSTRACT

The present work deals with the stages of production and development of a web series of fiction called "Aluga-se para Moças" which tells the story of three girls who initially didn't know each other and are going to live together. The conception, production and coordination of the project until this step has been made through a great effort in understanding the current context of internet-oriented audiovisual production. The focus of the work will be to describe what will be done in the five main steps of audiovisual production (project development, pre-production, production, post-production and completion). Will also be presented a film schedule, budget, worksheet, script of the episodes and the recording of the first episode of the web series.

Keywords: web series – script – storyboard – production.

Agradecimentos

Aos amigos e colegas Israel ribeiro, Caio Andrade, Keyti Souza, Leonardo Ferreira, Halana Hirano, Antonio Paulo, Aline Cléa, Heide Pandini, Anderson Soares e Kiko.

Aos professores Ana Maria Palacios, Regina Gomes, Adriano Sampaio e Lia Seixas.

Ao meu irmão Caio.

As minhas queridas amigas e atrizes Carol Alves, Dai Fonseca, Daiale Lopes, Carol Alves e Bruna Rocha.

À minha namorada Sheila pelo apoio durante esse processo.

Ao meu primo e amigo Caio pelo sempre: “E aí, cadê esse TCC?”

Ao meu orientador Sérgio pelos puxões de orelha e dicas infalíveis.

À minha família pelo apoio sempre presente.

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO.....	07
2 REFERENCIAL TEÓRICO.....	10
3 TRAJETÓRIA ACADÊMICA E PROFISSIONAL.....	13
4 O PRODUTO.....	15
4.1 HISTÓRIA DA WEBSÉRIE.....	15
4.2 PERSONAGENS.....	15
4.3 RESUMO DOS EPISÓDIOS.....	17
5 A PRODUÇÃO.....	19
5.1 ASPECTOS TÉCNICOS.....	19
5.2 BLOG E REDES SOCIAIS.....	19
5.3 PLATAFORMA DE COMPARTILHAMENTO DE VÍDEOS.....	21
5.4 EQUIPE TÉCNICA.....	21
5.5 ELENCO.....	22
5.6 CRONOGRAMA.....	22
6 CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	24
7 BIBLIOGRAFIA.....	26
8 REFERÊNCIAS.....	27
ANEXOS	

1 INTRODUÇÃO

Webséries são produções audiovisuais cuja estrutura de enredo está sob a forma de episódios, tendo a internet como principal canal para a sua distribuição e visualização do seu conteúdo. Atualmente, nesse formato, é possível encontrar vídeos que podem ser relacionados a diversos gêneros: documentários, ficção, notícias, entrevistas, alguns desses com temas específicos (viagens, filmes, culinária, moda e maquiagem). O investimento para se produzir uma *websérie* vai depender muito do tema ou da história que será gravada; pode ser de baixíssimo custo ou contar com grandes investimentos – como acontece com algumas *webséries* financiadas por grandes empresas.

Foi em 1995 que o escritor e produtor americano Scott Zakarin criou o que consideram como a primeira *websérie*: *The Spot*. A história é sobre a rotina de jovens que alugavam uma casa de praia em Santa Mônica, no sul da Califórnia. Apesar do pioneirismo de Scott, as *webséries* só ganharam força com o surgimento de plataformas de compartilhamento de vídeos, como o *YouTube*¹. Hoje a produção de conteúdo para internet é enorme e cada vez mais são visualizados vídeos nesta plataforma, a ponto de que se fala na migração das audiências das televisões (aberta e a cabo) para a web. André Lemos² acredita o que antes era “tarefa” dos meios de comunicação de massa se tornou, com a difusão da internet, acessível para muitos. Agora, as pessoas não precisam de mediadores do seu conteúdo, a produção delas é feita de baixo para cima; há liberação do polo de emissão do conteúdo.

De acordo com a pesquisa realizada em dezembro de 2012 pela empresa de consultoria ComScore³ o Brasil é o sétimo país no mercado mundial em espectadores únicos de vídeo *online*. A cada momento são postados novos vídeos na internet através de plataformas de vídeos. A quantidade é absurda; são pessoas do mundo inteiro publicando vídeos e compartilhando informações. Elas se tornaram produtoras de suas próprias informações.

¹ <http://www.youtube.com/>

² LEMOS, André. Lixo ou Luxo na Cibercultura? - Origens e atualidades da Cultura “Digital Trash”. Disponível em: <http://www.facom.ufba.br/ciberpesquisa/andrelemos/digital_trash.pdf>. Acesso em: 9 de agosto de 2013.

³ Disponível em: <<http://www.meioemensagem.com.br/home/midia/noticias/2013/02/07/Brasil-43-milhoes-veem-video-online.html#.UTZq0dYTVVI>>. Acessado em 5 de março de 2013.

“Aluga-se para Moças” é um projeto audiovisual para uma *websérie* de ficção, que contará a história de Roberta, Ana Paula e Luiza. Essas três garotas, que inicialmente não se conhecem, precisam dividir um lugar para morar. As suas histórias serão apresentadas em 7 episódios com média de 5 minutos. Essa duração sugerida segue características dos formatos que são normalmente utilizados na *web*. Séries com duração mais longa geralmente são pouco vistas, em contrapartida, aquelas que possuem pouca duração, são mais visualizadas.

Dentro da Universidade ou fora dela é comum ouvir a respeito de história de estudantes que vem do interior para estudar na capital e, em alguns casos, dividem o espaço com outras pessoas para terem condições de estudar. A história da *websérie* surgiu dos depoimentos informais que eram contados por colegas e amigos da universidade sobre os dilemas de dividir o espaço com outras pessoas. O nome “Aluga-se para Moças” remete aos anúncios que são feitos para interessados em dividir moradia. As informações que geralmente tem nesses papéis são contato, local e preço do imóvel. No caso da *websérie*, Roberta quer dividir o espaço com outras “moças”, ou seja, “moços” ficam de fora.

Nos Estados Unidos, a produção de *webséries* é encarada de forma tão séria que há até premiação para as melhores atrações da internet. O *Streamy Awards*⁴ é a primeira a premiar anualmente, desde 2009, as melhores produções originais de vídeos da *web*. Algumas categorias contempladas são comédia, drama, animação e noticiário, além de agraciarem também atores, diretores, roteiristas e equipe técnica.

No Brasil encontram-se bons exemplos de produções para internet como a *websérie* “#E_VC?”, que foi feita para o público adolescente e explora as dúvidas que surgem nesta fase da vida. “Lado Nix”, que conta a história de Nix, uma *nerd* viciada em quadrinhos, que sonha lançar uma *Graphic Novel*⁵.

⁴ <http://www.streamys.org/>

⁵ *Graphic novel* é uma “classe” de história em quadrinhos que possui roteiro mais denso e acabamento estético elaborado, se comparado a outras histórias. Seu conteúdo geralmente é voltado para o público adulto. O termo ganhou popularidade com o quadrinista e roteirista Will Eisner na sua obra “Um Contrato com Deus”.

A *websérie* paulista “3%”, dirigida por Daina Giannecchini, Dani Libardi e Jotagá Crema, conta a história de um mundo dividido em dois lados: o lado bom e o lado ruim. Em três episódios, conhecemos a história de alguns jovens que nascem no lado ruim e que irão fazer o processo seletivo que podem levá-los para o outro lado, porém apenas 3% dos inscritos passam. A série, que já acumula mais de 770 mil visualizações⁶, surgiu do edital da TV Brasil, para criação de pilotos de programas de televisão. Os seus idealizadores tiveram a ideia de lançá-la na internet como *websérie* e é umas das mais vista até hoje.

⁶Número contabilizado em agosto de 2013.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

As *webséries* atraem um público cada vez maior de pessoas em todo o mundo. Os motivos são os mais diversos: um roteiro bem planejado e com histórias bem contadas, qualidade estética, tema ou simplesmente por haver algum ator específico atuando. O seu conteúdo, distribuição e produção são voltados para a internet. É por isso que produtores culturais tem que aprender a adaptar o conteúdo apresentado para a realidade e as necessidades da web.

A internet possui uma grande quantidade de informações e, para ganhar atenção do internauta, o que está sendo oferecido deve ser mais atrativo e interessante do que outras coisas. Percebe-se que vídeos com menor duração podem atrair mais a vontade do espectador de assisti-los do que aqueles com duração maior. Vídeos que possuem conteúdos de qualidade também mais chance de serem vistos, não importando o sua duração.

Por outro lado, o sucesso para uma *websérie* não está ligada somente a sua duração, mas também a sua capacidade de atrair a atenção do seu público para determinado conteúdo ou informação. A duração do conteúdo segue uma duração média de 3 a 10 minutos. Elas seguem um modelo similar a das minisséries de televisão: histórias fechadas, com poucos personagens e uma trama simples.

Para Renata Pallottini, minissérie são produtos que tem, “geralmente, cinco a vinte episódios”. “(...) é uma espécie de telenovela curta, totalmente escrita, via de regra, quando começam as gravações. É uma obra fechada, definida em sua história, peripécias e final, no momento em que se vai para a gravação. Não comporta, em geral, modificações (...) a serem feitas no decurso do processo e do trabalho.” (PALLOTTINI, 1998, p. 28). O seriado tem quase todas as características de uma minissérie, porém tem muito mais episódios que são independentes e com uma unidade dramática “relativa para que possam ser vistos independentemente e, às vezes, sem observação de cronologia de produção”. (PALLOTTINI, 1998, p. 32)

Fernanda Salem na sua reportagem para o Mundo do Marketing, destaca que tendo em vista essa grande visibilidade que a internet gera, grandes marcas, como Guaraná Antarctica, American Airlines, Microsoft, Claro e Suvinil, já se arriscaram na produção serializada para a web, como parte da estratégia de comunicação digital. As empresas detentoras dessas marcas viram a importância deste mercado e investiram em produções próprias. Para elas, é outra forma de ter uma ligação mais forte com o seu público-alvo. Além das ferramentas de marketing e publicidade, o uso da internet se tornou indispensável. As redes sociais, como o *Twitter* e *Facebook*, são caminhos comuns atualmente. Porém, se percebeu que o formato de *storytelling* gera mais força na hora de agregar à marca o valor que ela procura. Por ser mais atrativa ao público que a publicidade tradicional.

“As webséries são uma opção de ferramenta de Marketing e complementam também as propagandas publicitárias. Um anúncio em mídia de massa definitivamente atinge mais pessoas, mas os vídeos na internet têm como vantagem a conexão com o internauta que assiste e a possibilidade de ter um resultado concreto do potencial da ação, já que quem clicou realmente prestou atenção.” (SALEM, Fernanda⁷)

Está se tornando comum também que alguns produtos culturais expandam seu universo de ações para outras mídias. O uso destas ferramentas transmidiáticas ampliam histórias que não seriam contadas num único produto. Séries de Televisão usam esse recurso para ganhar diferentes públicos e contar outras versões da história em diferentes formatos.

O seriado *Dexter*, do canal americano *Showtime*, se utiliza desse recurso. *Dexter*, o personagem principal da série, é um cientista forense especialista em sangue, porém nas horas vagas ele é um assassino em série que mata outros criminosos. O canal lançou na sua página da internet uma *websérie* de animações intitulada *Dexter: Early Scenes*, que conta como o personagem principal foi se aprimorando. Outro exemplo é *Sobrenatural*, do canal norte-americano CW, que conta a história de dois irmãos que caçam seres sobrenaturais. A série fez tanto sucesso que gerou na web um *spin-off*⁸: *Ghostfacers*. Apesar das *webséries* serem usualmente utilizadas, no seu início, como um produto transmídia, com o consumo complementar de outras séries televisivas, atualmente ela

⁷ SALEM, Fernanda. **Claro, Microsoft e Suvinil apostam em webséries como relacionamento.**

Disponível em: <<http://mundodomarketing.com.br/reportagens/digital/22894/claro-microsoft-e-suvinil-apostam-em-webséries-como-relacionamento.html>>. Acesso em: 18 de maio de 2012.

⁸ O termo é utilizado para obras que são geradas a partir de outras, mas com histórias ou até personagens diferentes, tendo relação parcial ou nula entre elas. Disponível em: <<http://pt.wikipedia.org/wiki/Spin-off>>. Data de acesso: 7 de março de 2013.

surge como uma produção própria. Não necessitando complementar outras produções culturais audiovisuais, literárias ou para campanhas publicitárias.

“Em seu período inicial de maturidade, as webséries eram criadas como complemento a séries de televisão, apresentando histórias paralelas ou complementares da história principal (...). Por vezes este formato foi utilizado para lançar pequenas séries que serviam para fazer a ponte entre duas temporadas da mesma série, mantendo o interesse do espectador, ou ainda como suporte para campanhas publicitárias diversas.” (AERAPHE, Guto, 2013)

Outra vantagem que fazem as *webséries* serem cada vez mais vistas é a sua distribuição. O consumo segue o modelo *on demand*, ou seja, o conteúdo está disponível para o espectador a qualquer momento e em qualquer lugar. Ele não tem que contar com a rigidez de horários, grade e programação, por exemplo, de uma série de TV. Diferentes das novelas, que direcionam o seu produto para um público amplo, os seriados trabalham com segmentos específicos de mercado. Focam a sua divulgação para um público-alvo específico, já que nem todos se interessam pelos temas abordados em alguns seriados.

A produção de uma *websérie* é similar a outros produtos audiovisuais, neste caso será usado o modelo proposto por Cathrine Kellison, que divide em cinco estágios: desenvolvimento do projeto, planejamento (pré-produção), filmagem (produção), pós-produção e etapas finais (finalização e distribuição). A autora foge dos tradicionais três estágios e propõem cinco, que ajudam a dividir tarefas e entender melhor o que acontece nestas fases tão distintas.

O projeto para a *websérie* “Aluga-se para Moças” se concentra no primeiro estágio proposto pela autora, a fase da ideia e desenvolvimento do projeto. Foram avaliados os custos iniciais (equipe técnica, elenco, equipamentos, alimentação) para elaboração de um orçamento aproximado, assim como um cronograma fictício que prever o início da pré-produção para o mês de novembro de 2013. Para apresentar o projeto para futuros patrocinadores foram elaborados os roteiros dos sete episódios da primeira temporada e gravação do primeiro episódio.

3 TRAJETÓRIA ACADÊMICA E PROFISSIONAL

Comecei a atuar no campo da produção na época em que entrei na Faculdade de Comunicação em 2008. Foi um campo novo, principalmente para quem era acostumado a estar à frente do palco atuando. Como gostava muito das artes cênicas, os meus primeiros trabalhos de produção e cursos eram voltados para o teatro. Estive como assistente de produção dos II e IV Festival Latino-Americano de Teatro da Bahia (FILTE) – 2009 e 2011 e do I Festival de Teatro Bahia em Cena - 2011. Esse tipo de experiência amadureceu meu entendimento em produção executiva, porém queria participar de projetos desde o início na idealização.

Em 2010 e 2011, fui *assistente de produção* da Fora da Caixa Media e Produções, empresa que tinha como área de atuação assuntos ligada a realidade urbana - arte, esporte e audiovisual. Foi nesse conceito que surgiu Bagagens⁹, uma *websérie* sobre viagens. O projeto tinha como foco viagens de baixo custo e para lugares pouco visitados. Na primeira edição tive como roteiro os países bálticos – Estônia, Lituânia e Letônia. A maior parte das informações foi documentada através de textos, fotos e vídeos, disponibilizados na internet, através do site oficial e nas contas das redes sociais.

Foi nesse período que percebi que para produzir conteúdo de qualidade não bastava ter apenas uma boa ideia, teria que ser capaz de escrever bem sobre ela. Comecei a me especializar na produção de conteúdo voltado para a internet, participando de alguns cursos que considerava importantes para minha formação na área. Na Faculdade de Comunicação conheci pessoas interessadas em produção audiovisual e consegui, através destes contatos, participar de três curtas: dois como diretor – No Terapeuta¹⁰ (André Setaro – Oficina de Audiovisual) e Ne Me Quitte Pas¹¹ (Regina Gomes – Narrativas Audiovisuais) - e um como fotógrafo *still* – Documentário sobre a TV Anísio Teixeira¹².

Em 2011, tive a oportunidade de participar de um curso de longa duração de roteiro para diferentes mídias: cinema, quadrinhos e games. Isso possibilitou estabelecer contatos com diferentes profissionais interessados em produzir esse tipo de conteúdo. Inclusive,

⁹ <http://bagagens.net>

¹⁰ http://youtu.be/BKEu7dw_Dxc

¹¹ <http://youtu.be/MS1YPODTScQ>

¹² CONCEIÇÃO, Israel Ribeiro. Documentário “TV Anísio Teixeira”. Faculdade de Comunicação, Universidade Federal da Bahia, Salvador, 2012.

os dois outros roteiristas da *websérie* “Aluga-se para Moças” conheci neste curso. Em 2012, fiz um curso de Realização Audiovisual no II CineArts, ministrado por Anderson Soares cujo resultado foi o documentário sobre o bairro do Beiru¹³ que dirigi.

Com essas oportunidades surgidas na faculdade e fora dela, consegui desenvolver projetos, montar uma rede de contatos e projetar minimamente o meu nome no mercado soteropolitano. Espero que este projeto da *websérie* “Aluga-se para Moças” seja o início de outros grandes projetos que virão. E que a série ganhe a repercussão necessária para a produção de uma segunda temporada.

4 O PRODUTO

4.1 HISTÓRIAS DA WEBSÉRIE

¹³ <http://youtu.be/4ncdTvaccPqY>

A *websérie* “Aluga-se para Moças” conta a história de três garotas – Roberta, Luiza e Ana Paula – que passam a morar juntas. Roberta, personagem principal, mora com o seu namorado Caio, porém, o relacionamento entre eles é conflituoso. Ela decide expulsá-lo de casa e, quando faz isso, se coloca em uma situação difícil e delicada: ao mesmo tempo em que não quer “dá o braço a torcer” para pedir que ele volte, não tem como manter a casa sozinha. A solução encontrada foi dividir o apartamento com outras garotas.

Roberta, com ajuda da sua amiga Tati, entrevista algumas pessoas interessadas em dividir uma casa. Dentre as pretendentes estão Ana Paula, futura estudante de comunicação e Luiza, estudante de arquitetura. Ana Paula morava no interior do estado com sua família e veio para a capital para estudar comunicação e se tornar uma cineasta. Luiza morou com seu irmão por um tempo até que a sua cunhada teve uma filha. A história da *websérie* será contada a partir da saída de Caio, e focará na história entre Roberta, Ana Paula e Luiza. Os episódios terão histórias sobre pequenas situações corriqueiras do dia-a-dia que acontecem na sua convivência.

4.2 PERSONAGENS

a) Roberta, 24 anos.

Roberta deixou a família no Rio de Janeiro para estudar em Salvador por conta de uma bolsa na Faculdade de Direito. Ela e Caio se conheceram em uma festa de recepção dos calouros e começaram a morar juntos quando completaram seis meses de namoro. O relacionamento depois de dois anos se desgastou por conta das constantes brigas.

b) Ana Paula, 20 anos.

Passou no vestibular para o curso de Comunicação. Sempre morou no interior do estado com sua família, porém para realizar o seu sonho de ser cineasta decidiu vir para Salvador estudar. Sua única família na cidade é a sua tia Mara e sua prima Tati.

c) Luiza, 26 anos.

Estuda Arquitetura e seu maior desejo é montar uma empresa de cenografia. Não possui um bom relacionamento com sua mãe e assim que completou 18 anos saiu de casa com seu irmão mais velho Luiz. Após alguns anos vivendo juntos, Luiza achou que era o momento de procurar outro lugar para ficar quando a sua cunhada ficou grávida. É atrapalhada e com frequência quebra alguma coisa dentro de casa.

d) Tati, 25 anos.

Estudante de Medicina, Tati é sensata e diplomática, prefere resolver os problemas, na maioria das vezes, conversando. Pretende ser cardiologista e, assim que se formar, montar sua própria clínica. Tati conheceu Roberta no seminário de medicina que acontecia na sua faculdade, coincidentemente o seminário de direito era realizado no mesmo lugar.

e) Caio, 26 anos.

Caio entrou muito novo na faculdade de direito, desistiu no último semestre para estudar música. Trabalha como produtor musical e toca guitarra na banda de rock “Os Desesperados”.

d) Mara, 45 anos.

Mãe de Tati e tia de Ana Paula, Mara trabalha em uma grande rede de hospitais e quase sempre está viajando a trabalho. O seu marido morreu de infarto, e enquanto ele estava vivo, gastou todas as suas economias no seu tratamento.

4.3 RESUMOS DOS EPISÓDIOS

a) Primeiro episódio

Neste primeiro episódio o personagem de Roberta Cai, Ana Paula e Tati são apresentados. Roberta expulsa Caio de casa e a solução imediata dela é dividir as despesas com outra pessoa. Ana Paula chega de uma viagem do interior para estudar em Salvador e fica na casa de sua tia Mara e sua prima Tati. Infelizmente, Ana Paula não vai poder ficar na casa de sua tia por muito tempo.

b) Segundo episódio

Tati ajuda Roberta com as entrevistas com alguns pretendentes que podem dividir a casa com ela. Luiza é uma das entrevistadas. Tati sabendo que sua prima não poderá ficar muito tempo em sua casa, propõe a Luiza que, caso ela aceite dividir o quarto com outra pessoa, assim pagaria menos o aluguel.

d) Terceiro episódio

Luiza pede ajuda ao irmão para pagar o aluguel do apartamento. Roberta apresenta a casa a Ana Paula e Luiza.

e) Quarto episódio

Ana Paula ganha uma câmera de filmagem em um sorteio. Ela registra o passeio por diversos lugares que as meninas fazem durante o episódio. As meninas vão para a praia, arrumam a casa e brincam de jogo de tabuleiro. O objetivo do episódio é mostrar o quanto a amizade das três se fortaleceu.

d) Quinto episódio

Caio aparece na casa de Tati pedindo um lugar para ficar por um momento por um tempo. Tati decide que é hora dos dois resolverem seus problemas. Ela marca um encontro entre Caio e Roberta no shopping.

d) Sexto episódio

Roberta e Caio se encontram no *shopping* e se desentendem. Quando Roberta volta para casa, recebe uma ligação de um estranho informando que Caio havia sofrido um acidente.

d) Sétimo episódio

Roberta, Ana Paula e Luiza vão até o hospital ter informações sobre Caio. Ele havia sofrido um pequeno acidente enquanto atravessava a rua, estava com o pé fraturado. Roberta leva-o até a sua casa, porém estabelece o prazo de uma semana para ir embora novamente.

5 PRODUÇÃO

5.1 ASPECTOS TÉCNICOS

a) Equipamento

Atualmente câmeras do tipo DSLR¹⁴ são usadas para diversos vídeos amadores e profissionais na internet. O baixo custo, a qualidade da imagem, o fácil manuseio e transporte pesam na escolha deste equipamento. As câmeras DSLR permitem que se fotografe e filme em alta definição de imagem (*full HD*) dando ao vídeo uma qualidade profissional. Além desse material serão utilizados também para a gravação dos próximos episódios da *websérie* outros equipamentos básicos para ter um bom material: microfone, tripé e conjunto de lentes.

5.2 BLOG E REDES SOCIAIS

a) Blog

O blog será o “*site* oficial” da *websérie*, nele será possível ter acesso ao maior número conteúdos: dados sobre a produção, vídeos dos bastidores, episódios, comentários e fotos. Que estarão disponíveis através de abas específicas para cada informação: inicial, sobre, episódios, vídeos, imprensa, patrocinadores e apoiadores, contato, ficha técnica e elenco.

A aba *inicial* é o link da página principal ou a *homepage* do blog. *Sobre* tem uma pequena apresentação do que é a *websérie* “Aluga-se para Moças”. Em *episódios*, os links para os episódios. Em *Vídeos*, têm-se outros conteúdos audiovisuais complementares, como entrevistas, *making of* e *teaser*. Na aba *imprensa*, clipagem do material coletado nos diversos meios de comunicação, *patrocinadores e apoiadores*, dados sobre colaboradores do projeto. Em *contato*, os endereços das redes sociais e e-

¹⁴ DSLR (digital single-lens reflex) é a versão digital para as antigas câmeras de filme SLR, em que a luz passa apenas pela lente antes de chegar no sensor — ou no filme, no caso das câmeras tradicionais. (...) A DSLR, ao invés da imagem ser capturada por um sensor e assim ser reproduzida numa tela de LCD atrás da câmera, a imagem é refletida por um espelho direto para um visor. No momento de tirar a foto, esse espelho se recolhe e o sensor captura a imagem. Disponível em: <<http://tecnologia.uol.com.br/guia-produtos/imagem/ult6186u20.jhtm>>. Acessado em: 3 de março de 2013.

mail. E, por fim, na *ficha técnica e elenco* os nomes da equipe completa – diretor, roteiristas, atores e produtores etc.

b) Facebook

O Facebook permite a criação de páginas de fãs (*fan pages*) que possibilitam uma interação mais próxima com o seu público-alvo. Quando o usuário da rede social escolhe “seguir” uma *fan page* ele recebe o conteúdo publicado nela na sua página inicial (*feed* de notícias). Outra vantagem é a ferramenta **Facebook Insights**, que fornecem dados e informações de potenciais seguidores, o alcance da página durante a semana e quantas pessoas falam sobre a postagem. Com esses dados os administradores da página podem potencializar futuras ações na rede.

A Comscore¹⁵ revelou que o Brasil, comparado a outros países da América Latina, é o que permanece mais tempo conectado a internet (27 horas por mês). As redes sociais são as que levam a maior parte da porcentagem (37%), e, dentre elas, o Facebook é líder em acessos.

A *websérie* “Aluga-se para Moças” terá uma *fan page* no Facebook que será alimentada com promoções, fotos, vídeos e comentários da produção. A estratégia é promover a *websérie*, com conteúdos periódicos, antes do lançamento dos episódios.

c) Twitter

O Twitter complementar o conteúdo o do blog e do Facebook, nele as informações serão focadas para o que estão acontecendo no momento – fotos, promoções instantâneas e a preparação da série. O Facebook permite que o conteúdo postado no Twitter apareça na *fan page* da *websérie*, desta forma será mais forte a interação entre as redes sociais.

5.3 PLATAFORMAS DE COMPARTILHAMENTO DE VÍDEOS

¹⁵ Estudo realizado em dezembro de 2012. Disponível em: <<http://idgnow.uol.com.br/internet/2013/03/07/internautas-brasileiros-passam-27-horas-online-por-mes-afirma-comscore/>>. Acessado em 10 de março de 2013.

Para divulgação dos episódios e vídeos sobre a *websérie* é necessário que seja escolhida uma boa plataforma de compartilhamento de vídeos. Na internet algumas delas - como o Youtube, Vimeo¹⁶ e o Metacafe¹⁷ - possibilitam que usuários coloquem o seu material para divulgação e compartilhem com outras pessoas. Entretanto, para divulgar e compartilhar a “Aluga-se para Moças”, foi escolhido o youtube para abrigar o conteúdo audiovisual da *websérie*.

Um estudo realizado em dezembro de 2012 pela empresa de consultoria ComScore¹⁸ revelou que o site do YouTube no Brasil é preferência para visualização de vídeos online. Além disso, o site criado em 2005 tem uma série de vantagens para quem produz vídeos: não há limite de duração do material; permite publicação de vídeos em HD; integração do conteúdo com o Facebook; facilidade na busca de vídeos recomendados e pertence a uma grande empresa como o Google Inc.

A “temporada” da *websérie* terá três semanas, com novos episódios disponíveis nos dias de terça e quinta dos meses de março de 2014. Desta forma será mais fácil de manter a fidelidade do público perante este produto. Todos os vídeos podem ser acessados diretamente no canal do YouTube, porém o objetivo é, que o público se sinta atraído a buscar mais informações sobre a *websérie* no blog oficial.

5.3 EQUIPE TÉCNICA

A equipe técnica é formada por pessoas de diversas áreas de atuação: diretores, roteiristas, produtores, sonoplastas etc. São pessoas com conhecimentos específicos, mas que durante uma gravação podem assumir outras funções. Parte do sucesso de uma produção audiovisual está na escolha dos profissionais, pois é ela quem “cria a mágica por trás da cena e das câmeras”. (KELLISON, 2007).

Pensando na natureza de limitação econômica do projeto – médio orçamento – a produção da *websérie* não poderá ter o “luxo” de certos profissionais. Na produção do

¹⁶ <http://www.vimeo.com/>

¹⁷ <http://www.metacafe.com/>

¹⁸ Disponível em: <<http://www.meioemensagem.com.br/home/midia/noticias/2013/02/07/Brasil-43-milhoes-veem-video-online.html#.UTZq0dYTVVI>>. Acessado em 5 de agosto de 2013.

primeiro episódio, por exemplo, alguns profissionais como: diretor, diretor de fotografia, roteirista, produtor e editor.

5.4 ELENCO

Cathrine (2007) acredita que o conceito de *elenco* na produção de televisão e cinema abrange uma ampla variedade de descrições. Dependendo do contexto a palavra pode significar atores profissionais, apresentadores de programas ou indivíduos sem experiência, incluindo também figurantes, animais e crianças. Na produção da *websérie*, *elenco* é entendido como o grupo de pessoas, formado por atores e figurantes, responsáveis pela interpretação e encenação da ação dramática que devem se basear nas informações contidas no roteiro¹⁹.

Pela característica do projeto algumas pessoas já foram sondadas para fazerem os papéis. Porém, somente após a finalização do roteiro que será possível definir quem participará do elenco.

5.5 CRONOGRAMA

O cronograma segue o modelo proposto por Catherine Kellison (2007), que divide as etapas de produção em cinco estágios. As etapas a seguir mostram o que já foi feito até agora e quais os próximos passos.

5.5.1 Desenvolvimento do projeto

Esta fase envolve o amadurecimento e a pesquisa de fontes para escrever sobre a *websérie*. Durante essa fase ela “será desenvolvida, tomará forma e é possível que se realize” (KELLISON, 2007). Para a *websérie* a pesquisa do roteiro já foi iniciada, foi realizado um orçamento aproximado com os principais itens e um modelo de cronograma apresentado.

5.5.2 Pré-produção

¹⁹ VASCONCELLOS, Luiz Paulo. Dicionário de Teatro. 6 ed. Porto Alegre, RS: L&PM, 2011.

Envolve a fase que antecede a gravação da *websérie*. Com o roteiro pronto será o momento de buscar as possíveis locações para a gravação. Equipamento que serão utilizados deve ser adquirido, seja por compra, empréstimo ou parceria. Nesta fase será feita alguns testes de elenco para distribuir os papéis dos personagens e seleção da equipe técnica. Os atores têm os primeiros contatos com o texto e com as ideias e visão do projeto do diretor para a elaboração da *websérie*. Os atores começam sua preparação física para enfrentarem a filmagem.

5.5.3 Produção

É a etapa que se refere à gravação da *websérie* propriamente dita. Nela as logísticas de alimentação, transpote devem está afinadas com o produtor. Os atores devidamente ensaiados. As locações e testes de câmera em sintonia com o que foram planejadas para a cena e demais demandas burocráticas também.

5.5.4 Pós-produção

Fase que envolve a finalização do processo de filmagens e do início da fase de distribuição. Nesta fase prestação de contas, pagamento de fornecedores deve ser resolvido. A edição entra na fase de finalização e se alguma cena seja refeita.

É neste processo que a mixagem do som deve ser revista e finalizada. O material captado e outros sons devem entrar. Após essa fase, os episódios entram na fase de finalização e tratamento das imagens que irá gerar a edição definitiva.

5.5.5 Público-alvo

O público-alvo da *websérie* são jovens entre 15 e 30 anos, com interesse em produção audiovisual para a internet, estudantes de escolas e faculdades públicas e particulares. Para promover o filme será feita uma ação de distribuição de cartazes similares ao feito por Roberta para procurar outras garotas, com informações como: o nome da série, o endereço do blog e das redes sociais. Essas ações acontecerão em cursinhos, faculdades e universidades de Salvador.

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Acreditamos que a elaboração do projeto da *websérie* “Aluga-se para Moças” foi apenas o início para a sua futura realização. Nesta primeira etapa foi possível identificar o que é necessário para a *websérie* ser feita. Entender quais são os equipamentos, equipe e quanto de recurso financeiro será necessário para fazer o projeto, ajudou a compreender suas reais necessidades.

O mercado pede que as produções sejam cada vez mais bem elaboradas e que tenham qualidade de filme. Ao mesmo tempo em que os espectadores são mais exigentes, quanto à qualidade do conteúdo, o produtor tem que está atento as novas plataformas de exibição. André Lemos²⁰ acredita que atualmente a conexão através da *internet*, redes *Wi-Fi*, bluetooth ou celulares é generalizada, o conteúdo que tem ubiquidade, ou seja, pode ser acessado em qualquer lugar e em qualquer hora.

Pensar a produção da *websérie* para essa realidade é o objetivo do projeto, do qual os episódios e vídeos possam ser acessados em diferentes telas e aparelhos. Através dos dispositivos móveis (notebooks, smartphone, PDA, Tablet) o público poderá ter acesso aos episódios e conteúdos da *websérie*.

O projeto da *websérie* “Aluga-se para Moças” não pretende ficar apenas no plano das ideias, é de nosso interesse que ele seja posto em prática. Para que este projeto possa ser levado adiante, serão pesquisadas as principais fontes de financiamento no mercado adequadas para o projeto. De forma resumida, as fontes podem ser divididas em três: pública, privada ou mista.

O *financiamento público* geralmente acontece via editais, podendo ter recursos nacionais, estaduais ou municipais, como por exemplo, editais oriundos do Ministério da Cultura – MinC ou da Fundação do Estado da Bahia – FUNCEB. *Financiamentos privados* são recursos provenientes de pessoas físicas, empresas, fundações, organizações sem fins lucrativos. Como acontece em editais de cultura da Petrobrás²¹,

²⁰ LEMOS, André. Lixo ou Luxo na Cibercultura? - Origens e atualidades da Cultura “Digital Trash”. Disponível em: <http://www.facom.ufba.br/ciberpesquisa/andrelemos/digital_trash.pdf>. Acesso em: 1 de maio de 2012.

²¹ <http://www.bndes.gov.br/>,

do BNDS²² ou por financiamento colaborativo (*crowdfunding*). No *crowdfunding* o projeto é patrocinado por doações, geralmente provindo de pessoas físicas, utilizando plataformas online, a exemplo do Cartase³ ou do Ideiame⁴.

A *websérie* participará de diferentes editais e chamadas públicas culturais para que os outros episódios possam ser viabilizados. Tendo este primeiro episódio gravado será possível obter melhor avaliação e interesse das fontes de financiamento e, desta forma, viabiliza-lo por inteiro na internet.

7 BIBLIOGRAFIA

²² Programa Petrobrás Cultural. <http://ppc.petrobras.com.br/>

AERAPHE, Guto. **Webséries: criação e desenvolvimento**. Disponível em:
<http://media.wix.com/ugd//69348c_6cb22430d5964883e00f7f6721435a70.pdf>.
Acessado em: 8 de agosto de 2013.

KELLISON, Cathrine. **Produção e Direção para TV e Vídeo: Uma Abordagem Prática**. Tradução: Natalie Gerhardt. Rio de Janeiro: Elsevier, 2007

LEMOS, André. **Lixo ou Luxo na Cibercultura? - Origens e atualidades da Cultura “Digital Trash”**. Disponível em:
<http://www.facom.ufba.br/ciberpesquisa/andrelemos/digital_trash.pdf>. Acesso em: 1 de maio de 2012.

PALLOTINNI, Renata. **Dramaturgia de Televisão**. 1. ed. São Paulo: Moderna, 1998. 207p.

SALEM, Fernanda. **Claro, Microsoft e Suvinil apostam em webséries como relacionamento**. Disponível em:
<<http://mundodomarketing.com.br/reportagens/digital/22894/claro-microsoft-e-suvinil-apostam-em-webseries-como-relacionamento.html>>. Acesso em: 18 de maio de 2012.

SILVEIRA, Filipe. ROCHA, Gabriela. PANDINI, Heide. PAULA, Mariana de. **Revista Eletrônica: Produção Cultural High Tech**. Disponível em:
<http://issuu.com/marianadepaula5/docs/produ_o_cultural_high_tech?showEmbed=true>. Acesso em: 25 de fevereiro de 2013.

8 REFERÊNCIAS

FRANCEZ, Andréa. NETTO, José Carlos. D'ANTINO, Sérgio Fama (organizadores). **Manual do Direito do Entretenimento: Guia de Produção Cultural**. São Paulo: Edições SESC SP, 2009.

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

LE MOS, André. **Lixo ou Luxo na Cibercultura? - Origens e atualidades da Cultura "Digital Trash"**. Disponível em: <http://www.facom.ufba.br/ciberpesquisa/andrelemos/digital_trash.pdf>. Acesso em: 1 de maio de 2012.

LOBO, Narciso Júlio Freire. **História e ficção na TV**. Disponível em: <<http://revcom.portcom.intercom.org.br/index.php/rbcc/article/viewFile/3239/3048>>. Acessado em: julho/2011.

MACHADO, Arlindo. **A Televisão Levada a Sério**. São Paulo: Editora SENAC, 2005.

MACHADO, Arlindo. **Pode-se Falar em Gêneros na Televisão?** Revista FAMECOS, número 10, junho de 1999. Porto Alegre.

PALLOTINNI, Renata. **Minissérie ou Telenovela**. Disponível em: <<http://revcom.portcom.intercom.org.br/index.php/Comedu/article/viewFile/4042/3793>>. Acessado em: julho/2011.

SALOMÃO, Jackie. **Confira as 5 melhores webséries nacionais de 2011**. Disponível em: <<http://mtv.uol.com.br/ultimas/confira-as-5-melhores-webseries-nacionais-de-2011>>. Acesso em: 17 de maio de 2012.

SILVA, Andréia. **Webséries são a nova aposta de quem trabalha com audiovisual no Brasil**. Disponível em: <<http://www.saraivaconteudo.com.br/Materias/Post/43994>>. Acesso em: 18 de maio de 2012.

SILVEIRA, Filipe. ROCHA, Gabriela. PANDINI, Heide. PAULA, Mariana de Paula. **Revista Eletrônica: Produção Cultural High Tech**. Disponível em: <http://issuu.com/marianadepaula5/docs/produ_o_cultural_high_tech?showEmbed=true>. Acesso em: 25 de fevereiro de 2013.