

A produção audiovisual ficcional para internet: formas e formatos¹

Miriam de Souza ROSSINI²

Aline Gabrielle RENNERT³

Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS), Porto Alegre, RS

Resumo

A proposta deste trabalho é problematizar os formatos da atual produção ficcional feita exclusivamente para a internet, a partir dos formatos já consagrados feitos para cinema e televisão. Os mapeamentos realizados pelo Grupo de Pesquisa Processos Audiovisuais (PROAv/UFRGS) permitiram perceber que há três formatos de apresentação do audiovisual ficcional que se destacam, e que classificamos como: webséries, unitários de curta-duração e esquetes cômicas, de curtíssima duração. No entanto, a variabilidade de nomenclaturas utilizadas na indexação desses materiais torna difícil, muitas vezes impossível, a sua detecção num mapeamento, gerando opacidade sobre o sentido da produção em si. Daí a necessidade de se tensionar essa produção audiovisual a partir do formato, analisando suas durações e as características de apresentação.

Palavras-chave

Audiovisual para internet; formatos; esquetes; webséries, unitários.

Introdução

A conformação do campo audiovisual, no fim do século XIX, impactou de modo definitivo a relação do ser com as imagens. Se podemos apontar alguns marcos no desenvolvimento desse campo ao longo do século XX, como o cinema sonoro, o surgimento da televisão e do vídeo, contemporaneamente podemos afirmar que do encontro com as novas tecnologias digitais o campo do audiovisual configura-se, de modo definitivo, como um espaço “de convergência de formatos, suportes e tecnologias” (SILVA, ROSSINI, 2009, p. 08).

A proliferação das mídias digitais e a convergência tecnológica (JENKINS, 2008) têm configurado profundas mudanças, durante as últimas décadas, não apenas no campo comunicacional, mas nas próprias práticas sociais e nos modos como nos relacionamos com o mundo a nossa volta. Se a tecnologia digital está em constante transformação, também o

¹ Trabalho apresentado no GP Estudos de Televisão e Televisualidades, XVI Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do XXXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Professora do Departamento de Comunicação e do PPGCOM da Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS). Coordenadora do Grupo de Pesquisa Processos Audiovisuais (PROAv – UFRGS). Bolsista Produtividade do CNPq. E-mail: miriam.rossini@ufrgs.br

³ Estudante do 8º semestre de Comunicação Social – Publicidade e Propaganda, Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS). Bolsista de Iniciação Científica junto ao Grupo de Pesquisa Processos Audiovisuais (PROAv – UFRGS). Bolsa CAPES /PROCAD. E-mail: agabrieller@gmail.com

ritmo dessas mudanças se mostra cada vez mais acelerado: novos suportes, novos aparelhos ou modelos com diferentes gerações e funcionalidades, novos programas e aplicativos especializados são lançados em fluxo contínuo a fim de captar um público cada vez mais exigente e disperso. Tal cenário é potencializado pela possibilidade de conexão dessas tecnologias à internet.

Nesse contexto, ganham evidência as diferentes audiovisualidades que atravessam nosso cotidiano através de múltiplos suportes para as imagens, como telas de *smartphones*, *tablets*, computadores, *notebooks*, televisões, etc. A disseminação de câmeras digitais acopladas aos mais variados aparelhos técnicos, assim como a redução do custo desses aparelhos, possibilita que qualquer um com um celular que disponha de uma câmera possa produzir conteúdo audiovisual. A produção de produtos audiovisuais não está mais circunscrita a um saber fazer, possível a detentores dos meios de produção (TIETZMANN, ROSSINI, 2013). De um outro lado, vimos o surgimento e a consolidação de plataformas virtuais para compartilhamento de conteúdo audiovisual (como o YouTube e o Vimeo, para citar os mais populares), seja ele amador ou profissional, de longa ou curta duração, documental ou ficcional, unitário ou seriado, com intuito de atingir grandes públicos virtuais ou apenas poucas pessoas com interesses específicos, haja intuito comercial ou não. Tais mudanças tornam possível a captação e a publicação de uma quantidade virtualmente infinita de produtos audiovisuais, a maioria dos quais jamais seria veiculada pelas mídias audiovisuais tradicionais, por não atenderem aos padrões e formatos estabelecidos no campo.

A partir dessas mudanças percebidas no campo audiovisual, principalmente na última década, o Grupo de Pesquisa Processos Audiovisuais (PROAv-UFRGS) tem buscado compreender a atual produção audiovisual para a internet, com foco nos produtos ficcionais, e o modo como essa produção dialoga com as especificidades do cinema e da televisão, ao mesmo tempo em que possibilita formas estéticas e narrativas genuínas, trazendo algumas das características próprias das tecnologias digitais. O que está sendo produzido, em termos de audiovisual ficcional, para ser exibido especificamente nesses ambientes virtuais? Quem está produzindo? De que modo a forma de disponibilização e de consumo impacta na produção? Como essa lógica de produção e distribuição está sendo operada pelo campo profissional do audiovisual? Estas são algumas das questões trabalhadas atualmente pelo PROAv-UFRGS no âmbito do projeto de pesquisa *Cinema dos*

novos tempos: experimentação de formatos audiovisuais narrativos e sua circulação em múltiplas telas, financiado pelo CNPq e pela Capes⁴.

Mapeando a produção

Na primeira fase do projeto, durante o ano 2015, foram realizados levantamentos, através de palavras-chave, de dados que buscavam delinear os contornos dessa produção audiovisual ficcional para web no Brasil. Um primeiro levantamento deu conta das produtoras audiovisuais profissionais: das 65 produtoras mapeadas, contudo, apenas 22 possuíam realmente esse tipo de produção ficcional específico para web, estando a maioria delas situadas na região sudeste do país (ROSSINI et al., 2015). A maioria das demais produtoras, embora afirmasse produzir ficção para web, dedicava-se à produção de conteúdo publicitário e videoclipes. Outras, apenas apresentavam informações sobre conteúdos ficcionais feitos para a televisão e o cinema, em especial.

Um segundo levantamento, também feito por regiões do país, buscou mapear o que se estava produzindo, tanto no âmbito profissional, quanto amador. Neste processo, constatamos que o YouTube é o principal agregador desse conteúdo ficcional, de modo que a investigação passou a concentrar-se nesse site. Além disso, foi possível perceber a preponderância de determinados formatos audiovisuais, de tempos mais curtos e/ou episódicos, como esquetes e webséries. Os produtos com durações mais longas, como médias e longas-metragens, não são tão numerosos.

Apesar da variabilidade de apresentação dos produtos e da indeterminação de muitos formatos, definimos, para fins de análise, tomar esses formatos (médias e longas-metragens, esquetes e webséries) como categorias para a determinação do *corpus* da pesquisa, bem como para tentar entender como o campo da produção opera com os formatos. A partir destes, a definição de um primeiro delineamento do *corpus* abarcou produtos que se mostram relevantes para o estudo tanto por terem alcançado grande popularidade, constituindo-se em verdadeiros modelos para os demais produtos, quanto pela experimentação e aproveitamento de técnicas e linguagens próprias dos meios digitais. Ainda, dentre os produtos mapeados, buscamos compreender a pluralidade da origem dessas produções, que se espalha por diversos estados do país. Assim, constituem os objetos

⁴ O projeto vincula-se ao PROCAD 2013 - Jovem e consumo midiático em tempo de convergência, coordenado pela Profa. Dra. Nilda Aparecida Jacks (PPGCOM/UFRGS).

empíricos da pesquisa: *a*) os médias-metragens *Teste de elenco* (Fondo Filmes, RJ) e *Calango Ball* (Toei Animation, MA), assim como o curta-metragem *Encantada do Brega* (Platô Produções, PA); *b*) as webséries *Sampleados* (Platô Produções, PA), *Eu vou te esperar* (Purpose Filmes, ES) e *Mute* (Cia Mãos do Vento, RJ); e *c*) e os canais de esquetes *Coisas que POA fala* (Hero Works, RS) e *Parafernália* (Paramaker, RJ).

Apresentado como o primeiro longa-metragem lançado diretamente na internet, *Teste de elenco* encaixa-se, na realidade, como veremos, dentro do formato definido como um média-metragem. O elenco e a produção do filme trazem vários dos integrantes do que hoje é o Porta dos Fundos, um dos maiores canais do YouTube no Brasil, com mais de 12 milhões de inscritos. O filme possui roteiro de Ian SBF, Osíris Larkin e Gustavo Chagas, tendo os dois primeiros também dirigido a produção. Fábio Porchat interpreta um diretor que realiza testes de elenco com garotas que sonham em ser atrizes, mas que vão mostrando-se cada vez mais desequilibradas e capaz de tudo para conseguir o papel. O filme se passa todo no mesmo ambiente, e os planos médios e fechados, assim como os cortes constantes, acentuam a sensação de nervosismo da história.

Calango Ball é uma paródia da animação *Dragon Ball Z*, e sua estética diferencia-se muito da de *Teste de Elenco* – principalmente no que se refere ao apuro técnico e ao domínio das técnicas e dos elementos da linguagem cinematográfica que a produção carioca possui. A produção maranhense é amadora, inclusive explorando essa característica e incorporando-a como um elemento cômico. É interessante notar o uso de vídeos populares provenientes da própria internet, os ‘virais’. O filme também agrega elementos da cultura regional, evidenciando a apropriação de modelos e clichês das produções massivas e até, podemos dizer, parodiando-os.

Encantada do Brega é uma curta-metragem ‘musical’. Desse modo, a narrativa é intercalada por momentos em que as personagens interpretam músicas do estilo tecnobrega, marcando fortemente a expressão da cultural regional do Pará. A produção possui um notável cuidado estético, que também se manifesta na websérie *Sampleados*, da mesma produtora Platô Produções. Nesta produção, cada episódio tem um tema musical que tece uma breve narrativa, à semelhança de videoclipes que se utilizam da linguagem cinematográfica para narrar pequenas histórias, todas unidas por uma temática comum: os quiprocós com um grupo de amigos.

A websérie *Eu vou te esperar*, da Purpose Films, apresenta narrativas de temática religiosa, abordando a questão do sexo e do matrimônio. A temática geral desenvolve-se

nos vários episódios, envolvendo diferentes personagens. A websérie possui relativa visibilidade, com dezenas de milhares de visualizações em seus capítulos, remetendo-nos ao sucesso das telenovelas de temática religiosa que possuem, atualmente, altos índices de audiência na televisão brasileira. A série possui duas temporadas e a produtora já anunciou o lançamento de uma terceira.

Mute é a produção com maior experimentação encontrada nos mapeamentos realizados, motivo pelo qual integra o *corpus* da pesquisa. São cinco capítulos que apresentam temas independentes, todos voltados para a experimentação da linguagem audiovisual. Sua estética é, de modo geral, muito plástica; a experimentação se dá tanto no nível da narrativa, quanto da encenação, esta marcada pela iluminação artificial e pelo alto contraste das cores. *Mute* é um exemplo da potencialidade da internet como local de experimentação audiovisual, pois é possível dar visibilidade a uma produção que dificilmente teria espaço numa grade televisiva.

Coisas que POA fala traz a questão do regionalismo gaúcho. Com produção simples e de tempos curtíssimos, os vídeos trazem situações cômicas a partir de estereótipos dos jovens do Rio Grande do Sul e dos seus modos de pensar e se expressar. Essas esquetes fizeram grande sucesso principalmente nesse estado, sendo que seu modelo foi adaptado para peças de teatro. E também gerou vários outros similares, como *Coisas que a serra fala* e *Coisas que Manaus fala*.

Por fim, o canal *Parafernália* é um exemplo da grande popularidade que esse formato pode adquirir na internet. O canal traz diversas situações cômicas que viralizaram na internet, atingindo milhões de visualizações. Algumas das esquetes mais populares trazem a figura de políticos sendo parodiados, como é o caso dos vídeos que remetem à presidente Dilma Rousseff.

O extenso processo de mapeamento e de familiarização com uma amostra de conteúdo em constante movimento, e localizada em ambiente tão dinâmico como o YouTube, foi essencial para percebermos a necessidade de desenvolver a pesquisa em dois grandes eixos: “Formas estético-narrativa” e “Produção e distribuição”. O primeiro eixo concentra-se nos aspectos formais dessas produções, abarcando as linguagens audiovisuais, seus gêneros narrativos e seus aspectos temáticos, relacionados às questões dos regionalismos e às formas de representação identitária. O segundo eixo tem por foco os processos de produção, levando em conta tanto os formatos quanto as tecnologias demandas

na produção. Além disso, problematiza esses formatos e tecnologias a partir dos modelos de distribuição (que envolve questões de indexação, arquivamento e acesso) e de consumo.

Neste artigo vamos problematizar um aspecto do segundo eixo: a questão dos formatos desses audiovisuais produzidos para a web, tensionando-os com as noções de formatos já consolidadas nos meios tradicionais.

Formatos e durações do audiovisual ficcional

Na produção audiovisual, definir o formato de um produto é tão importante quanto definir o que irá dentro desse formato (a temática e o gênero, por exemplo) ou o como irá (a linguagem audiovisual, a estética). Ou seja, sua forma.⁵ No entanto, distinguir forma e formato não é algo tão simples, pois muitas vezes ambos são apresentados como sendo as mesmas coisas. Ou como imbricados um no outro. Para entender o audiovisual ficcional de internet, em sua variabilidade de formatos, vamos primeiramente mapear alguns entendimentos sobre o formato, mesmo quando essa não é a nomenclatura usada para defini-lo.

No Brasil, a Medida Provisória No. 2.228-1 de 06 de setembro de 2001, da Presidência da República,⁶ estabelece o que é uma obra audiovisual (produto da fixação ou transmissão de imagens, com ou sem som, que tenha a finalidade de criar a impressão de movimento, independentemente dos processos de captação, do suporte utilizado inicial ou posteriormente para fixá-las ou transmiti-las, ou dos meios utilizados para sua veiculação, reprodução, transmissão ou difusão). Também distingue seus tipos: obra cinematográfica ou videográfica (de curta, média e longa-metragem) para o cinema, e obra seriada, minissérie e telefilme para a televisão.

Embora não use o termo formato, a Lei define os formatos dos filmes pelas suas durações. O curta-metragem é aquele com duração igual ou inferior a quinze minutos; o média-metragem possui duração superior a quinze minutos e igual ou inferior a setenta minutos; e o longa-metragem aquele cuja duração é superior a setenta minutos. Já a obra seriada apresenta-se em capítulos, sendo que a minissérie possui no mínimo três capítulos e no máximo 26 capítulos, com duração máxima de 1.300 minutos. Outro formato audiovisual definido em lei é o Telefilme, que deve ter no mínimo 50 minutos e no máximo

⁵ A discussão de forma a partir de Eisenstein (2002) leva em conta, por exemplo, as relações entre planos na montagem, o ritmo da montagem, o conflito dramático.

⁶ http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/mpv/2228-1.htm. Acesso em 14 de julho de 2016.

120 minutos, e que se diferencia de um filme por ser exibido, primeiramente, em meios eletrônicos. Ou seja, na televisão. Outros formatos ficcionais seriados, como a telenovela, não entram nessa classificação.

Observe-se que o formato não é a forma do filme (o ‘que’ e o ‘como’), mas apenas algo como um invólucro que precisa ser obedecido para fins de reconhecimento e classificação. Assim, a definição pela duração, na legislação, ao mesmo tempo que busca atender a uma organização do mercado, tanto das grades de televisão, quanto do cinema, também facilita (ou propicia) ao produtor a utilização dos benefícios da lei para cada um desses produtos. O curta-metragem, por exemplo, que tem exibição garantida em lei antes de um longa-metragem, se tivesse mais de quinze minutos já prejudicaria a programação da sala, por isso foi definido como duração máxima para ele quinze minutos. E assim é reconhecido no Brasil, mas não em outros países, onde pode chegar a até trinta minutos.

Já a produção de minisséries, na televisão, entra como um diferencial da programação. E esse diferencial é maior quando a minissérie é fruto de um desdobramento de filme feito para o cinema, aproveitando a campanha de divulgação que o filme já teve. Nos últimos anos, vários filmes coproduzidos pela Rede Globo passaram por uma nova montagem e ampliação de sua duração, com a adição de cenas pré-gravadas, mas não utilizadas na montagem fílmica. Esse verdadeiro hibridismo de formatos (longas-metragens e minisséries) embaralha as definições da própria lei. Ao contrário, porém, dos formatos de filmes cinematográficos, videográficos ou do telefilme, em relação à minissérie, a Lei não estabelece uma duração mínima ou máxima para o capítulo, mas uma duração total para a minissérie em si, assim como quantidades mínima e máxima de capítulos.

O pragmatismo da lei pode parecer exagerado quando se olha a quantidade de formatos audiovisuais que hoje circulam na Internet, mas sendo a lei de 2001, ela não abrange essa nova ambiência de distribuição e consumo. Por outro lado, mesmo não utilizando o termo formato, esse pragmatismo ajuda a colocar um pouco de ordem na pluralidade de entendimentos que a noção de formato apresenta em vários autores.

Afinal, definir o formato apenas pela duração não é o mais comum na bibliografia sobre produção audiovisual. Alguns exemplos. José Carlos Aronchi de Souza (2004), em seu livro *Gêneros e formatos na televisão brasileira*, afirma que não encontrou, na bibliografia especializada, definição clara ou específica sobre o que ‘formato’ significa. Após listar algumas formas imprecisas para o uso do termo (como, por exemplo, as características gerais de um programa de televisão), o autor estabelece: “concluimos que o

termo formato é nomenclatura própria do meio (também utilizada por outros veículos [sic], como o rádio) para identificar a forma e o tipo da produção de um gênero de programa de televisão” (SOUZA, 2004, p. 46)

No caso de Arochi de Souza, o formato está ligado ao gênero do programa, algo difícil de definir e que muitas vezes volta a se misturar com formato, quando ele fala em programa de auditório como um gênero e não como um formato. Já o telejornalismo é um gênero que possui um formato. Por outro lado, alguns programas podem misturar diferentes formatos, como entrevistas e recriação ficcional de eventos. A dificuldade do autor em definir formato vem, provavelmente, de usar como parâmetro o próprio jargão da área, ao invés de teorizar sobre esse jargão, buscando conter a polissemia própria do meio para fins acadêmicos.

Já ao analisarmos a bibliografia sobre a produção ficcional para a televisão, a noção de formato volta a ser analisada pela quantidade de capítulos. Renata Palottini (2012), em seu livro *Dramaturgia de Televisão*, por exemplo, chama de ‘tipos de programas’ aquilo que talvez devesse ser chamado de formato. A autora (p. 27) explica que consegue identificar na televisão brasileira os seguintes formatos de maior duração em termos de capítulos: minisséries, seriados e telenovelas. Além de um outro ‘tipo’ de difícil identificação, mas que ela chamará de unitário, ou seja, é um produto com um único capítulo. Na TV brasileira, ela explica, o unitário é herdeiro do Teleteatro, que era encenado ao vivo e com uma única câmera. Aos poucos, contudo, o Teleteatro perdeu essas características técnicas (formais) e acabou sem uma nomenclatura adequada. Na TV Globo, já se chamou esse tipo produção de “Caso Especial”.

Palottini assume, portanto, a dificuldade de nomeação dos formatos devido à variabilidade dos tipos de programa que se encontram na grade da televisão. E aponta, ainda, um outro complicador: o modo como essas nomenclaturas são compreendidas no Brasil difere do modo como o são em outros lugares. Um exemplo é o termo ‘telenovela’: no Brasil, o termo abrange uma produção de aproximadamente 200 capítulos, enquanto no México esse número fica em torno de 60 capítulos

No preâmbulo do livro *Comunicação Audiovisual: gêneros e formatos*, uma das organizadoras, Elizabeth Bastos Duarte (2007), igualmente aponta a dificuldade de se definir gêneros e formatos, mas afirma a necessidade de fazê-lo devido ao caráter mundializado dos programas. No entanto, a autora define o formato atrelado ao gênero: “os gêneros são, então, categorias discursivas e culturais que se manifestam sob a forma de

subgêneros e formatos”. E, após, apreende-se que a “promessa de formato” ajuda as emissoras a intitular os programas, como por exemplo um *reality show*.

Poderíamos elencar outros trabalhos que se debruçaram sobre essas ‘querelas’ de nomenclatura, mas isso seria impossível nesse espaço de texto. A proposta, aqui, é realmente demonstrar como a discussão sobre forma e formato no audiovisual tangencia as teorizações, e como (e se) podemos pensar tais nomenclaturas no âmbito da produção audiovisual específica para a internet. Assim, vimos que no cinema, o formato está ligado à duração, mesmo que diferentes lugares definam para mais ou para menos o entendimento de curta-metragem, média-metragem ou longa-metragem. Já na televisão, a própria dispersão da grade televisiva e a necessidade de atrair o público com projetos inovadores (ou nem tanto) possuem especial influência sobre os formatos adotados. Por fim, tais formatos aparecem como instituidores dos diferentes “tipos de programas” que há nas grades televisivas.

Outra observação prévia é que no cinema, formato e gênero não são vinculados. Um filme pode ser ficcional ou documental; de comédia, de drama etc. Isso não é de antemão definido pelo formato. Já na televisão há uma propensão a ver os gêneros (que está ligado à forma narrativa) ou os formatos (minisséries ou telenovelas) como próximos das formas abrigadas pelos formatos.

Formatos e durações do audiovisual ficcional na Internet

Essa discussão sobre formas e formatos no cinema e na televisão nos ajuda a tensionar os formatos que encontramos em nosso mapeamento sobre os audiovisuais ficcionais produzidos para distribuição na internet, assim como os modos utilizados pelos produtores para indexar o produto a fim de que seja encontrado e identificado pelo seu público consumidor.

Ao iniciar a pesquisa, nossa primeira ação foi comparar os produtos encontrados com os formatos que já conhecíamos e assim denominá-los nas palavras-chaves de busca. No entanto, essas tentativas se mostraram infrutíferas, já que, assim como no jargão televisivo, há uma dispersão de sentidos produzidos pelos próprios produtores ao definirem e/ou denominarem os formatos de seus audiovisuais ficcionais. E cada um denomina/define seus produtos como melhor entende, às vezes criando novos termos, como websérie, que não é empregado por todos.

As denominações dos formatos de cinema, por exemplo, são mais utilizadas para identificar produtos unitários de curta, média ou longa duração, sem que isso necessariamente tenha relação com as definições da Lei. Dos produtos do nosso corpus, os filmes *Teste de elenco* e *Calango Ball* têm duração de 55⁷ e 60 minutos respectivamente, e portanto, levando-se em conta o que é definido na Lei 2.228, eles são enquadrados como médias-metragens. Só que *Teste de Elenco* é reconhecido (e assim foi divulgado) como o primeiro longa-metragem da web. Já *Encantada do Brega* é realmente apresentada como um curta-metragem com 14 minutos – tempo inferior a alguns episódios da websérie “Eu vou te esperar”.

Em geral, os produtos únicos são apenas chamados de filmes, sem identificá-los com algum formato, mas isso já implica dizer que ele é um unitário. Quando o audiovisual ficcional unitário é feito para a internet, isso vem apresentado pelos realizadores como um diferencial daquela obra. Exemplo disso é o filme *Teste de Elenco* que é apresentado pelos seus diretores Ian SBF e Osíris Larkin, quando do seu lançamento, como um trabalho feito especialmente para a internet, lugar onde encontraria o “seu público”. Com essa afirmação, percebe-se o posicionamento de seus realizadores: *Teste* trata-se de um longa-metragem experimental, no sentido de ‘não-convencional’, que está direcionado a um público (virtual) que também se diferenciaria do público das salas de cinema tradicionais. Esse público, podemos sugerir, não estranharia a fruição de um filme na internet, pois está acostumado a circular pela rede, e, talvez, seus hábitos de consumo audiovisual já se distanciem das salas de cinema e mesmo das telas de televisão.

Essa postura, porém, não é a mais comum; em geral, as produtoras utilizam o YouTube para disponibilizar um link de produção feita para ser exibida em salas de cinema ou em festival. Em especial, os curtas e médias-metragens encontram um espaço amplo de divulgação, embora não tenham sido feitos especificamente para a Internet, o que é perceptível pelo modo como são apresentados. Nesse caso, o YouTube serve apenas para dinamizar a exibição de produtos que muitas vezes ficariam ‘arquivados’ numa produtora após terem sido apresentados em alguma mostra específica.

Já os produtos seriados, independentemente da quantidade de capítulos, são chamados pelos produtores de minissérie ou série para web, ou de websérie. Ou seja, em sua nomenclatura já assumem o fato de que foram feitos para serem consumidos on-line. Com no mínimo três capítulos e pelo menos uma temporada, o tempo médio dos capítulos

⁷ No IMDB consta que o filme tem 67 minutos, mas no Youtube, onde o filme foi lançado, consta a menor duração.

dessas produções varia de poucos minutos a trinta minutos. Os episódios das webséries que compõem o *corpus* da pesquisa possuem durações que variam de quatro a 24 minutos cada, conforme observamos na Tabela 1. Os episódios de “Sampleados”, por exemplo, têm, em média, quatro minutos, tempo semelhante à média de duração de faixas musicais; já os episódios de “Mute” chegam à média de sete minutos cada. Os episódios da websérie “Eu vou te esperar” possuem durações maiores, perfazendo uma média de 24 minutos por episódio.

TABELA 1 – Duração dos Episódios das Webséries

Webséries	Ep. 1	Ep. 2	Ep. 3	Ep. 4	Ep. 5
Sampleados	03:45	03:19	03:44	04:40	05:30
Eu vou te esperar	21:40 (1ª temp., ep. 1)	26:06 (1ª temp., ep. 2)	24:11 (2ª temp., ep. 1)	25:01 (2ª temp., ep. 2)	–
Mute	04:57	07:34	05:56	06:43	06:58

Fonte: Autoras

Nas tabelas 2 e 3, é possível observar como os esquetes possuem uma duração mais uniforme, de até seis minutos. E com isso se mantêm próximo do formato comum no teatro, no cinema e na televisão: peça curta, com poucos atores em torno de um tema em geral cômico ou satírico.

TABELA 2 – Duração das Esquetes Coisas que POA fala

Episódio	Coisas que POA fala no inverno	Coisas que POA fala	Coisas que POA fala no Gre-nal	Coisas que POA fala no Churras	Coisas que POA fala no trânsito
Duração	03:08	02:24	2:43	03:58	03:56

Fonte: Autoras

A média de duração dos vídeos de *Coisas que POA fala* não ultrapassa os quatro minutos, ou seja, são bastante rápidos em duração, mas não necessariamente na linguagem audiovisual. Já os vídeos do canal *Parafernália* variam de três a seis minutos e, como se vê na tabela 3, os de maior sucesso são aqueles que envolvem a política como mote.

TABELA 3 – Duração das Esquetes Paraferninha

Episódio	Faço tudo...	Dilma- Marco Feliciano	O rico pobre	Dilma- Copa do mundo	Coisas que gostaríamos de dizer – Funk no celular sem fone
Duração	04:25	05:36	03:51	05:42	01:39

Fonte: Autoras

Nos nossos mapeamentos, foi possível observar que webséries e esquetes são os formatos preponderantes na produção audiovisual ficcional para a Internet, e aqueles que possuem mais chances de continuidade. Do nosso corpus, A websérie *Sampleados* tem uma única temporada com quatro episódios e, portanto, poderia ser caracterizada como uma minissérie. Seu último episódio foi publicado em outubro de 2015. Já *Eu vou te esperar* tem duas temporadas, e o último episódio foi publicado em junho de 2016, e a produtora está anunciando a terceira temporada. A websérie *Mute* também está ativa. O último episódio da primeira temporada foi lançado em dezembro de 2015, mas eles divulgaram um 'teaser comemorativo' confirmando dois episódios para 2016. O canal da produtora gaúcha Hero continua ativo, mas com publicação de outros conteúdos não ficcionais. Por conta disso, o último esquete de *Coisas que POA fala* foi lançado em outubro de 2014. O canal Paraferninha, dentre todos, é o que possui maior continuidade, semanalmente postando seus vídeos. Com certeza esse canal e o Porta dos Fundos são hoje os maiores canais de produção de audiovisual ficcional da web.

Considerações finais

Apesar dessas dificuldades, o que observamos nesse primeiro mapeamento é que o modo como o produto audiovisual ficcional se apresenta na Internet está mais próximo do funcionamento da televisão – em que os formatos são variados, mutantes e híbridos –, do que do cinema, onde eles são bastante estáticos em termos de definição.

Talvez por isso o formato narrativo que mais se destaca são as serializações. Nos diferentes estados em que conseguimos identificar produções audiovisuais ficcionais, as serializações são a escolha preferida dos produtores audiovisuais, provavelmente para chamar a atenção do público e fazê-lo voltar àquele canal.

Aliás, canal já é o modo como nos referimos às emissoras televisivas e não é por acaso que na internet também usamos a mesma nomenclatura. E um canal na web pode ter também uma programação variada, dependendo do tamanho da produtora, mas em geral as seriações são os que possuem mais views. O que novamente repete o que acontece com as produções seriadas televisivas.

No entanto, um canal na web não é uma emissora de TV. É outra coisa que ainda falta ser melhor entendida. Por enquanto, podemos apenas apontar, timidamente, algumas semelhanças, mesmo que não definitivas ou idênticas em todas as experiências.

A discussão proposta neste texto é ainda inicial. Uma aproximação com um tensionamento constante no grupo de pesquisa. Como denominar os formatos dos produtos audiovisuais que estamos analisando? Afinal, o processo da escrita e da pesquisa nos demanda fazer esses exercícios de classificação e de definição, a fim de que possamos saber a que nos referimos quando usamos um determinado termo.

Só que, assim como observa-se no meio televisivo, o que impera são os jargões utilizados pelos próprios produtores/realizadores. São eles que definem seus produtos, utilizando nomenclaturas já consagradas e muitas vezes acrescentando a elas um “web”, ou algo semelhante. Essa verdadeira ação criativa em geral mais atrapalha do que ajuda, em especial quando se pensa que a internet não possui uma grade fixa de programação em que sabemos sempre de antemão o que iremos ver. Apenas canais mais estruturados como Parafernália e Porta dos Fundos possuem essa dinâmica. Os demais, assim como os produtores independentes, disponibilizam seus produtos quando eles ficam prontos.

Então, sem uma nomenclatura em relação aos formatos que nos auxilie seja na indexação seja na busca, muitos desses audiovisuais ficcionais ficarão perdidos em meio a tanta produção audiovisual que diariamente é colocada na rede, sendo encontrados no máximo por um pequeno grupo de amigos, ou por pesquisadores obstinados em busca de novas fronteiras!

Referências

DUARTE, Elizabeth Bastos; CASTRO, Maria Lilia de. **Comunicação Audiovisual. Gêneros e formatos.** Porto Alegre: Sulina, 2007.

EISENSTEIN, Serguei. **A forma do filme.** Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2002.

JENKINS, H. **Cultura da convergência**. São Paulo: Aleph, 2008.

PALLOTTINI, Renata. **Dramaturgia de televisão**. 2ed. São Paulo: Perspectiva, 2012.

ROSSINI, Miriam de Souza et al. Trânsitos audiovisuais: a produção ficcional para a internet. In: **Anais do Seminário Internacional de Comunicação**, 2015. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2015.

SILVA, Alexandre Rocha da; ROSSINI, Miriam de Souza (Orgs). **Do audiovisual às audiovisuais**: convergência e dispersão nas mídias. Porto Alegre: Asterisco, 2009.

SOUZA, José Carlos Aronchi. **Gêneros e formatos na televisão brasileira**. São Paulo: Summus, 2004.

TIETZMANN, Roberto; ROSSINI, Miriam de Souza. O registro da experiência no audiovisual de acontecimento contemporâneo. Salvador: Compós, 2013. Disponível em: http://compos.org.br/data/biblioteca_1998.pdf

Referências audiovisuais:

Teste de elenco: Fondo Filmes. Disponível em:
<https://www.youtube.com/watch?v=FfOXK7jeTh0>

Calango Ball: Toei Animation. Disponível em:
https://www.youtube.com/watch?v=25wai0Vy_5c

Encantada do Brega e Sampleados: Platô Produções. Disponível em:
<https://www.youtube.com/user/platoproducoes>

Eu vou te esperar: Purpose Filmes. Disponível em:
https://www.youtube.com/channel/UC0_8fi2HvrfoGUeWK3ef7mg

Mute: Cia Mãos do Vento. Disponível em: <https://www.youtube.com/user/mutewebserie>

Coisas que POA fala: Hero Works. Disponível em:
<https://www.youtube.com/user/coisasqpoafala>

Parafernalha: Paramaker. Disponível em: <https://www.youtube.com/user/canalparafernalha>