



WEBSÉRIES NO INSTAGRAM DURANTE A PANDEMIA DE COVID-19: ENTRE FORMATOS, LINGUAGENS E POSSIBILIDADES

José Jullian Gomes de Souza¹

RESUMO: Este estudo analisa as webséries no Instagram, buscando identificar a emergência de uma webaudiovisualidade própria a partir de novos formatos e possibilidades da produção de ficção seriada no contexto da pandemia de Covid-19. Para a pesquisa selecionamos duas webséries: “Mininovela” e “Fake Live”. Identificamos que a webaudiovisualidade é um efeito ocasionado pelo intenso uso dos dispositivos móveis, das redes sociais digitais (como o Instagram), dos novos recursos disponibilizados, especificamente no caso do Instagram para a produção de vídeos, como filtros de rostos e vozes, a verticalização das telas com o stories e ampliação da produção audiovisual independente na internet.

PALAVRAS-CHAVE: *Websérie. Instagram. Pandemia.*

ABSTRACT: This study analyzes web series on Instagram, seeking to identify the emergence of a unique web audiovisuality based on new formats and possibilities for the production of serial fiction in the context of the Covid-19 pandemic. For the research we selected two web series: “Mininovela” and “Fake Live”. We identified that webaudiovisuality is an effect caused by the intense use of mobile devices, digital social networks (such as Instagram), new resources made available, specifically in the case of Instagram for video production, such as face and voice filters, verticalization of screens with stories and expansion of independent audiovisual production on the internet.

KEYWORDS: *Web series. Instagram. Pandemic.*

¹ Doutorando pelo Programa de Pós-Graduação em Comunicação na Universidade Federal do Ceará (PPGCOM-UFC). Bolsista pela Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (Capes). E-mail: jullianjose64@gmail.com

Introdução

A pandemia de Covid-19 alterou todos os aspectos da vida social. As sociedades deixaram de compartilhar o espaço público para habitar, por uma maior duração de tempo, o espaço privado do lar. As recomendações da Organização Mundial da Saúde (OMS), como o isolamento e o distanciamento social, alteraram as dinâmicas sociais. Neste aspecto, podemos dizer que houve uma verdadeira revolução no modo de vida da humanidade (ao menos durante certo tempo), impactando nas diferentes esferas, como é o caso da produção audiovisual. O entretenimento foi uma das áreas mais atingidas, desde aqueles produtos que necessitam de contato presencial do público (shows, espetáculos teatrais, salas de cinema), como aqueles que apenas reúnem os trabalhadores (como os produtos televisivos e audiovisuais digitais) e tem a sua exibição nas mais distintas telas.

Neste sentido, surge a questão central deste estudo: a partir do período iniciado com a chegada da pandemia de Covid-19 e das restrições sanitárias, como o isolamento e distanciamento social, é possível discorrer sobre a emergência de uma proposta de webaudiovisualidade seriada para/no Instagram?

114

Como quadro metodológico, a abordagem qualitativa, um levantamento das produções de webséries durante o contexto da pandemia a partir dos termos buscadores “websérie” + “pandemia” + “covid-19” + “Instagram” no próprio Google a fim de identificar essas produções ano de 2020 - o primeiro ano da pandemia. Nosso objetivo não foi quantificar tais produções, mas, sim, a partir desse levantamento selecionar e filtrar as webséries que seriam analisadas.

Assim, em um segundo momento averiguamos as webséries levantadas e selecionadas duas para serem analisadas neste estudo: “Mininovela” e “Fake Live”. Para identificar a emergência da webaudiovisualidade, adotamos a metodologia das molduras (Kilpp, 2003), a qual consiste em cartografar quadros de experiência e significação construídos técnica e esteticamente por cada mídia para sugerir certos sentidos aos conteúdos que veicula. Desse modo, será possível flunar, cartografar e analisar essas novas experimentações audiovisuais seriadas ficcionais produzidas para/no Instagram.

Webséries: conceitos, características e compreensões

Um dos primeiros estudos sobre o fenômeno das webséries no Brasil foi o livro lançado pelo diretor Guto Aeraphe (2013). Na obra, o autor argumenta que as webséries “[...] eram criadas como complementos a séries de televisão, apresentando histórias paralelas ou complementares da história principal [...]”. (Aeraphe, 2013: 9). Ainda de acordo com o autor, “[...] as webséries nada mais são do que a fórmula clássica das séries de televisão aplicadas ao universo da multiplataforma da internet” (Aeraphe, 2013: 11), como parte das estratégias de narrativas transmidiáticas.

Essa primeira proposta de definição e classificação brasileira – compreendida como uma obra mais prática do que teórica e, logo, reflexiva –, parte de um cenário já consolidado no país para compreender o surgimento de um novo formato audiovisual serializado: a televisão e, sobretudo, a telenovela. Contudo, a partir do exposto por Aeraphe (2013) identificamos questões fundamentais para refletir o desenvolvimento desse formato audiovisual: a serialidade, a produção independente e a existência de plataformas online para o compartilhamento, exibição e acesso como é o caso do YouTube.

Na compreensão de Zanetti (2013), as webséries perpassam pelo processo de migração da televisão para a internet:

Uma websérie é uma narrativa audiovisual de qualquer gênero produzida exclusivamente para a Internet, dividida em episódios (os chamados ‘websódios’, *websodes* em inglês), cada um com tempo de duração variável (em geral, de um a dez minutos), e apresentados com uma certa periodicidade (quase sempre semanal). Webséries podem ser distribuídas diretamente pelos próprios produtores/criadores em sites de disponibilização de vídeos, como You Tube ou Vimeo, e utiliza estratégias narrativas já consolidadas nas séries televisivas, mas incorporando os recursos de ‘interatividade’ dessas plataformas (Zanetti, 2013: 78).

Além disso, a autora destaca que “Diferentemente do conteúdo mais amador que popularizou o YouTube, as webséries são desenvolvidas por realizadores já com alguma

experiência no campo audiovisual, quase sempre vinculados a produtoras independentes” (Zanetti, 2013, p: 79). Mediante ao aponto por Zanetti (2013), podemos inferir que a websérie está relacionada com a aproximação entre televisão e internet, com a ampliação dos espaços de produção, exibição e circulação do audiovisual seriado, do cenário midiático convergente, do processo de fragmentação, busco por novas audiências e das possibilidades de produção independente.

Assim, a websérie mantém a tradição das narrativas seriadas ficcionais fracionadas, possuindo certa continuidade e contada através de episódios disponibilizados semanalmente. Além disso, Zanetti (2013) recorre ao conceito de remediação proposto por Bolter e Grusin (2000), postulando que as mídias digitais emergem a partir de um determinado contexto cultural, reelaborando outras mídias. Ou seja, o surgimento e o desenvolvimento das webséries está atrelado com a identificação de modelos, formatos e experimentos advindos de outras mídias como a televisão.

Para Hergesel (2015: 7), as “Webséries são narrativas audiovisuais produzidas para a internet e disponibilizadas para acesso exclusivo no meio cibernético”. É um gênero audiovisual em ascensão, principalmente devido à propagação dos sites de vídeo. Ainda de acordo com o autor, é possível categorizar a websérie como uma narrativa hipermidiática, transmidiática, crossmidiática ou multimidiática – a partir das suas possibilidades, intencionalidades e finalidades. Em diálogo com essas categorizações para compreender a websérie, encontramos nos estudos do Autor (2015: 25) a possibilidade de pensar o desenvolvimento das webséries para além do entretenimento. Ao refletir sobre novas possibilidades de formatos e linguagem no Webjornalismo Audiovisual, o autor apresenta a conceituação de websérie documental:

A websérie documental permeia as diversas possibilidades de criação e desenvolvimento de novos modelos para o campo jornalístico, como forma de relacionar-se com o novo público mais participativo e a partir de uma maior proximidade e interatividade. Esses novos produtos se encontram difusos e em meio a diversas transformações que acompanham a evolução do webjornalismo e das novas narrativas hipertextuais e multimidiáticas encontradas no meio digital.

Para a construção dessa conceituação sobre as webséries, a autora deste estudo (2015) apresentou as possibilidades, questionamentos e as transformações da produção audiovisual jornalística mediante as características advindas do webjornalismo. O que se aproxima da visão de que a websérie pode ser compreendida como hipermidiática ou mesmo multimidiática, ao incorporar mais de uma das características da web como a hipertextualidade, interatividade e multimidialidade.

Se inicialmente as webséries buscavam estabelecer não apenas uma nova linguagem, mas também uma nova relação de produção, consumo, circulação e diálogo com o espectador, na sua apropriação pelo webjornalismo, as webséries documentais adquirem uma reconfiguração do modelo tradicional de (web) documentário. [...] A websérie documental compreende o universo da relação som e imagem, mas disposto em um cenário de narrativa hipermidiática. A apropriação das webséries pelo jornalismo é reconfigurada com a convergência digital e com desenvolvimento de novos conteúdos especializados para a internet (Auria, 2015: 55-56).

Contudo, identificamos que é a partir dos estudos de Hergesel (2016) que podemos encontrar as características e uma definição mais configurada sobre o que é uma websérie – de modo mais geral. Para o autor (2016: 1):

117

A websérie é uma narrativa midiática produzida, prioritariamente, em linguagem audiovisual, de maneira serializada, cujos episódios ficam disponíveis para acesso nos espaços on-line passíveis de circulação, especialmente os sites de armazenamento de vídeos. Inspirando-se nas séries televisivas, a websérie, mesmo com baixo orçamento – o que pode vir a limitar a edição dos episódios e a quantidade de temporadas – e com audiência incerta, costuma apresentar uma harmonia entre história e trama, voltada para entreter o espectador.

Assim, uma compreensão abrangente da websérie, seria compreendê-la como (1) uma narrativa em linguagem audiovisual, (2) que possui uma serialização em sua composição e (3) está presente no ambiente virtual, (4) podendo ser produzida com baixo orçamento, uma vez que a sua produção pode ser expandida para além das grandes empresas audiovisuais estando presente (5) em produções de pessoas/empresas/grupos independentes. Ao buscarem apresentam diferenciações sobre as séries televisivas

tradicionais e as séries presentes no ambiente online, Hergesel; Pichigueli; Silva (2019: 5) destacam que:

[...] a websérie é mais curta, mais barata e mais enxuta em sentido de produção. Em outras palavras, a principal característica da websérie é que ela é pensada, criada e desenvolvida para a internet, com finalidade para reprodução em aparatos de tecnologia emergente, como computadores, tablets, celulares e, mais recentemente, relógios digitais – ainda que tais produtos possam ser, posteriormente, veiculados em outras plataformas midiáticas, como televisores e projetores de vídeo.

Ainda buscando compreender a complexa conceituação da websérie, a autoria desta pesquisa (2020: 114), a partir do estudo anterior (2015) expande a sua primeira conceituação. Logo, podemos entender a websérie como:

[...] uma reapropriação dos modelos anteriores de produção audiovisual jornalística da internet advinda do modelo documentário cinematográfico e televisivo, reconfigurada pela mídia digital que ao adicionar características próprias deste novo meio de comunicação como a hipertextualidade, interatividade e multimídia, estabelece a visualização de um produto nativo digital em caráter de inovação. Além disso, é marcada pela convergência tecnológica digital, originando o desenvolvimento de um produto específico para esse novo ambiente e público, que perpassa as novas dinâmicas das transformações midiáticas digitais.

118

Neste sentido, a partir dessa breve contextualização e conceituações sobre as webséries, podemos inferir que diferentes autores(as) e perspectivas já apontaram em seus estudos para os diferentes formatos, linguagens e possibilidades de criação e reinvenção da websérie na internet. Entretanto, uma vez que este estudo objetiva compreender a criação de webséries dentro de um contexto histórico de produção audiovisual específico, como foi o caso da pandemia de Covid-19, bem como de produtos para a rede social digital, o Instagram, entendemos que as contribuições apresentadas precisam ser ampliadas. Pois, sinalizamos que há o surgimento de uma webaudiovisualidade seriada ficcional constituída a partir dos dispositivos móveis, das redes sociais digitais e das ferramentas que têm possibilidade a emergência dessa produção audiovisual a partir do contexto pandêmico. Logo, consideramos fundamental compreender o que é essa webaudiovisualidade.

A emergência de uma webaudiovisualidade pandêmica

Compreender e refletir a emergência de uma webaudiovisualidade, a partir do contexto da produção audiovisual seriada no Instagram durante a pandemia de Codiv-19, é indicar processos, características e possibilidade próprias a partir da plataforma e da rede social digital. Portanto, partimos inicialmente de uma discussão sobre a audiovisualidade. De acordo com Silva *et al.* (2009), tradicionalmente, a audiovisualidade é discutida a partir de uma subdivisão entre cinema, televisão, vídeo e internet designando objetos de naturezas distintas, ainda que afins. Contudo, a proposta de discussão e conceituação de audiovisualidade do Grupo de Pesquisa Audiovisualidades, tem sido compreender o audiovisual a partir da sua irredutibilidade a qualquer mídia (Silva, 2007). Nesse sentido,

Audiovisualidade é, portanto, uma virtualidade que se atualiza como audiovisual (cinema, vídeo, televisão, internet), mas permanece simultaneamente em devir. Permanecer em devir significa dizer que permanece como uma reserva, cujas forças criativas apontam para a criação de novos audiovisuais ainda não conhecidos. Este é, pois, o desafio colocado às pesquisas de audiovisualidades: compreender o movimento como processo de diferenciação criadora e que tem o futuro por foco (Silva, 2007: 146).

119

Mediante a compreensão do autor por audiovisualidade podemos nos deter, inicialmente, em alguns termos chave para pensar a atualização da produção audiovisual (de modo mais amplo) e, em seguida, para um eixo mais específico (internet-rede social-Instagram). Assim, “criação de novos audiovisuais ainda não conhecidos”, “processo de diferenciação” e “futuro como foco”, ainda que pareçam abstratos em um primeiro momento ou mesmo muito amplos nos auxiliam a visualizar as forças criativas audiovisuais no âmbito das novas plataformas e redes sociais digitais.

Ainda que o surgimento de um novo meio se baseie no anterior, com o passar do tempo podemos entender que determinadas experiências e experimentações audiovisuais surgem propondo a criação de novos formatos, linguagens e possibilidades de produtos audiovisuais na internet, a partir da corroboração de novos equipamentos de captação,

produção e edição (como os smartphones) e de novos espaços de criação e compartilhamento (Vimeo, YouTube, Snapchat, Instagram e TikTok).

Dentro desse cenário de mudanças e transformações da audiovisualidade, Silva *et al.* (2010) apresentam três dimensões para o conceito de audiovisual e audiovisualidade. Entendemos que tais dimensões nos apontam para características e questões possibilitando a reflexão do surgimento de webséries específicas para e no Instagram.

Quadro 1 – Dimensões para refletir o audiovisual e a audiovisualidade

Dimensões	Descrição
Primeira	Objetiva encontrar e analisar audiovisualidades em contextos não reconhecidamente como sendo audiovisuais. Aqui, amplia-se a noção de audiovisual para além do cinema e suas derivações.
Segunda	Entende-se o audiovisual como um campo contemporâneo de convergência de formatos, suportes e tecnologias, resguardadas as especificidades do cinema, da televisão, do vídeo e das mídias digitais. Aqui, o fundamental é que a convergência, para além de instaurar linguagens propriamente audiovisuais, promove uma reação em cadeia, de futuro inimaginável ainda, cujo elemento desencadeador de radicais mudanças para o audiovisual é ora a técnica, ora as estratégias discursivas; ora a economia, ora as estratégias de circulação e consumo.
Terceira	Concorre para conceituar o audiovisual é a das linguagens, sejam gramaticais, sejam agramaticais, sua configuração, usos e apropriações. Aqui, são estudados e analisados os construtos audiovisuais como modos singulares de expressão e significação da experiência do mundo.

Fonte: Elaborado pelo autor com base em Silva et al. (2010).

Na primeira dimensão, o nosso interesse reside na ampliação da noção de audiovisual para além das mídias, linguagem e formatos clássicos (cinema, vídeo e televisão). Pois, entendemos que a websérie adentra o campo de novas possibilidades de produção audiovisual em diálogo com as mídias digitais. Na segunda dimensão, a compreensão da convergência entre formatos, suportes e tecnologias audiovisuais também corrobora para afirmarmos o surgimento de novas produções audiovisuais que podem ser refletidas dentro do contexto das estratégias de expansão televisiva até a elaboração de produtos oriundos do próprio meio. Na terceira dimensão, os processos de

(re)configurações, usos e apropriações da linguagem audiovisual corroboram para a visualização de produtos audiovisuais ainda mais específicos: como é o caso das webséries produzidas diretamente no Instagram.

Ao buscarmos dialogar com essas três dimensões com as webséries produzidas no Instagram, propomos indicar a passagem de uma audiovisualidade para a construção de uma webaudiovisualidade. E o que isso significa? Significa discorrer que há uma expansão da proposta de audiovisualidade, entendida como virtualidade que se atualiza como o audiovisual (Silva, 2007), partindo, especificamente, de características, linguagens, formatos, suportes e ferramentas disponibilizadas pelas mídias digitais, como é o caso das redes sociais. Nesse caso, a webaudiovisualidade pode ser vista como o efeito acarretado pela maior mobilidade, acesso aos dispositivos móveis e aos seus recursos.

Assim, a emergência de uma webaudiovisualidade adquire uma presença no espaço de produção audiovisual tanto em nível profissional, quanto na perspectiva da produção independente. Ainda que não o autor não tenha apresentado ou mesmo discutido essa emergência, em pesquisa anterior (2022), tendo como cenário a pandemia de Covid-19, é possível observarmos indícios e pistas da webaudiovisualidade, tais como: a captação feita por câmeras de smartphones, uso das próprias plataformas de videoconferência para gravação de webséries, utilização das ferramentas da rede social digital, como o stories, para o compartilhamento das produções e uso de recursos oriundos das próprias redes.

Assim, câmeras de smartphones e tablets, sites de reuniões e chamadas virtuais como *Google Meet* e *Zoom*, uso de redes sociais com ênfase em produção de vídeos (Snapchat, Instagram e TikTok) proporcionam o desenvolvimento de uma verticalização dos vídeos no contexto pandêmico. Além disso, o espaço do lar, antes visto como intimidade e espaço de descanso, também passou a funcionar como espaço cenográfico. Como exemplo de produções seriadas ficcionais profissionais, podemos apresentar os casos de *Diário de um Confinado* (2020), *Sinta-se em Casa* (2020) e *Amor e Sorte* (2020), produzidas pelo Globoplay. No caso de produções independentes, temos as produções

seriadas *Sala de Roteiro* (2020), disponibilizada no YouTube, e *Alta Sociedade, Baixa* (2020) produzida para o Instagram.

O surgimento dessas produções, a partir do ano de 2020 – período que foi iniciada a pandemia de Covid-19 –, é reflexo, segundo Nunes e Costa (2020), de estratégias, (re)adaptações e possibilidades de oferta de produtos audiovisuais. Além disso,

A oferta de produtos audiovisuais aumentou exponencialmente nas últimas duas décadas, motivada pelo desenvolvimento e o barateamento dos equipamentos de captação, de edição e de transmissão, pela digitalização, implantação de novas plataformas de difusão, convergência entre suportes midiáticos e pelas facilidades que a tecnologia permite para a interação com os conteúdos audiovisuais (Nunes; Costa, 2020: 303).

Os apontamentos realizados pelas autoras estão em consonância com o que acreditamos configurar a emergência de uma webaudiovisualidade seriada ficcional - aqui, direcionada para o Instagram. Pois, com impacto da produção, sobretudo de grandes emissoras televisivas e produtoras profissionais, o setor necessitou de reinventar e adaptar formas e modelos audiovisuais. Uma vez que as telenovelas e os programas de entretenimento foram paralisados, oferecendo mais espaço na tela para os noticiários. Assim,

122

Diante da necessidade de manter distanciamento social para conter o avanço da contaminação pela Covid-19 no país, o impacto na rotina das emissoras de televisão foi imediato e foi preciso utilizar novas formas de produção e transmissão para dar continuidade às emissões. Embora o tempo seja um fator importante para a realização das produções audiovisuais, a suspensão de alvarás de filmagem e as gravações restritas a espaços privados exigiram adaptações: foi preciso frear investimentos em estrutura e contratação de profissionais, repensar produções, adiar o lançamento de novos programas ou temporadas, transferir equipamentos e pessoas para espaços privados, interromper e/ou suspender programas em andamento (Nunes; Costa, 2020: 308).

Entretanto, mesmo após o retorno das atividades de produção audiovisual (seja na televisão ou em produtores independentes), a pandemia de Covid-19 acarretou na visualização de novas formas de produção audiovisual seriada ficcional, especialmente

no âmbito das redes sociais. Assim, é em meio a essas mudanças no cenário audiovisual brasileiro que entendemos a presença de webséries produzidas para o Instagram, durante o período da pandemia de Covid-19. O aumento de oferta de produtos também é reflexo do crescimento exponencial das redes sociais digitais, do uso massivo de dispositivos móveis (como o smartphone) e de uma produção audiovisual independente nessas redes (Vimeo, YouTube, Twitter, Facebook, Instagram e Tik Tok).

Neste sentido, se por um lado, enquanto observamos a paralisação de telenovelas, séries, programas de televisão, filmes por um tempo indeterminado, nas mídias tradicionais, por outro lado, observamos a emergência e a proliferações de experimentações audiovisuais que sinalizam para o uso da criatividade, nas mídias digitais. O que nos direciona para apontamos a existência de uma webaudiovisualidade própria como resultado da:

[...] instabilidade e as crises, especialmente de cunho econômica, estabelecem condições para a busca pela inovação e a descoberta de novas possibilidades – a partir da experimentação. A esses tensionamentos atrela-se a chance de produzir, de conhecer e transformar os pensamentos e os modos de produção como no caso dos produtos audiovisuais com a websérie (Auria, 2020: 240).

123

Natalino, Almeida e Persina Júnior (2020) destacam que a presença de webséries no Instagram ocorre a partir da existência da plataforma IGTV. Este é um aplicativo que permite a exibição de vídeos de longa duração, pois o Instagram apenas permitia vídeos com duração máxima de um minuto. Criado em 2018, o IGTV foi desenvolvido como um aplicativo independente do próprio Instagram com o objetivo de funcionar como uma possibilidade de produção e compartilhamento de vídeos de longa duração. “Entretanto, apesar de ainda existir como um aplicativo independente, a partir das experiências dos usuários, o IGTV acabou sendo utilizado mais como uma parte do próprio aplicativo Instagram para postagem de vídeos que ultrapassem um minuto” (Natalino; Almeida; Persina Júnior, 2020: 8).

Para além do IGTV, também identificamos o uso do próprio feed² e/ou stories³ para o compartilhamento de conteúdo audiovisual. Acerca da utilização dos stories foi identificar a usabilidades dos filtros do Instagram⁴, que possibilitam que o usuário realize alterações de cor, de voz, de caracterização (com aspectos humanos, animais entre outros). Logo, partimos para analisar as webséries produzidas no Instagram a partir de alguns casos selecionados, que nos ajudam a ilustrar e demonstrar as possibilidades de formatos e audiovisuais próprias para esta plataforma de rede social.

Análise da webaudiovisualidade em webséries no Instagram

Para a realização da análise e a verificação da emergência de uma audiovisualidade em webséries produzidas no Instagram, selecionamos dois produtos: as webséries Mininovela (2020-2021) e a Fake Live (2020). Como destacado anteriormente, utilizamos a metodologia das molduras, que objetiva o procedimento de dissecação das imagens (montagem, enquadramento e sentido das imagens), como explica Kilpp e Montaña (2012).

124

Primeiro caso: Mininovela

O primeiro caso analisado é o da websérie Mininovela, produzida pelo ator Pedroca Monteiro durante a pandemia de Covid-19 entre os anos de 2020 e 2021,

² Espaço existente no Instagram que reúne todas as publicações do perfil e serve como um resumo do conteúdo que você produz. Por isso, organizá-lo significa projetar o conceito e o visual que você deseja transmitir aos seus seguidores.

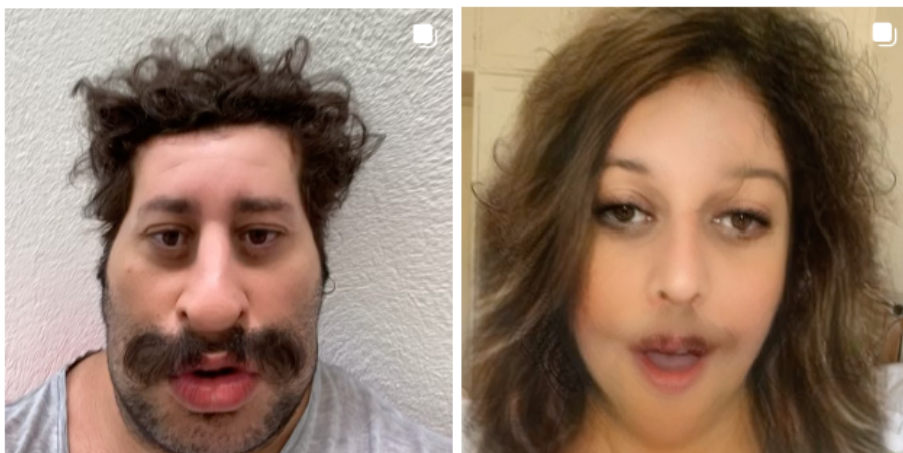
³ Recurso do Instagram voltado para a criação e postagem de publicações temporárias, que ficam disponíveis para visualização por apenas 24 horas. Atualmente, é possível estender a durabilidade do conteúdo disponibilizado nos stories nos destaques do Instagram – que se encontra na página do perfil do usuário.

⁴ Os filtros eram sinônimo de alterações de esquemas de cores e de iluminação, mudanças interessantes para alterar alguns estilos das fotos. Hoje, há inúmeras opções que inserem maquiagens e até criam alterações muito realistas na própria aparência dos usuários.

totalizando mais de 100 episódios. A Mininovela narra a saga de Ivanildo, um homem de meia-idade que não consegue deixar de chamar de “meu amor” sua ex-mulher, Letícia. Produzida integralmente com as ferramentas e possibilidades do Instagram, a websérie foi desenvolvida com o uso dos stories e seus filtros.

De acordo com a reportagem da Revista Veja, em julho de 2020: “A mininovela não tem muitas regras. Às vezes, no meio de uma função doméstica, o ator pensa em alguma situação que pode acontecer na história e interrompe tudo para gravar. Geralmente, as cenas são improvisadas” (Revista Veja, 2020, online). O diferencial desta websérie está no uso dos filtros disponíveis na ferramenta stories do Instagram. É a partir desta ferramenta que o ator consegue criar as diferentes fisionomias para os seus personagens (Figura 3).

Figura 3 - Ivanildo e Letícia, os protagonistas da Mininovela



Fonte: Montagem elaborada pelo autor a partir do Printscreen da tela de exibição (2024).

Na figura acima, vemos o ator criando e interpretando os personagens de sua websérie. Com os filtros no Instagram e uma produção verticalizada. De acordo com Guimarães e Gouveia (2015), a utilização dos filtros ajuda na reflexão das construções identitárias a partir de relações estabelecidas pelo uso da imagem.

Diante da expansão do uso de dispositivos móveis no cotidiano da esfera social, percebe-se cada vez mais a substituição da câmera digital

pela câmera do celular. O Instagram insere-se nesse cenário como mediador do processo fotográfico e rede social em que as relações são pautadas, em um primeiro momento, pela expressão imagética nas fotografias (Guimarães; Gouveia, 2015, p: 22).

Ainda que as autoras não discutam a questão da websérie e do uso dos filtros para a construção de diferentes personagens/personalidades, é possível estabelecer uma relação entre os estudos a partir do uso do equipamento e das ferramentas. Ou seja, a partir da metodologia das molduras é possível identificar os usos e apropriações da imagem audiovisual mediante a transbordamento das fronteiras. E, assim, conectar pessoas, tecnologias e imagens mediante a novas construções de (web)audiovisualidades nas redes sociais digitais (Kilpp; Montaña, 2012).

Dessa forma, ao pensarmos a combinação smartphone + câmera + rede social (Instagram) não apenas as imagens fotográficas (estáticas) adquiriram novos significados e um aumento exponencial de produção e de compartilhamento. Mas, também, a criação de vídeos amadores e independentes. Assim, a criação de conteúdos audiovisuais, sobretudo por pessoas ou grupos independentes, funciona como uma fuga histórica, a veiculação de conteúdos nas mídias é controlada por pessoas, instituições ou governos específicos (Briggs; Burke, 2016).

126

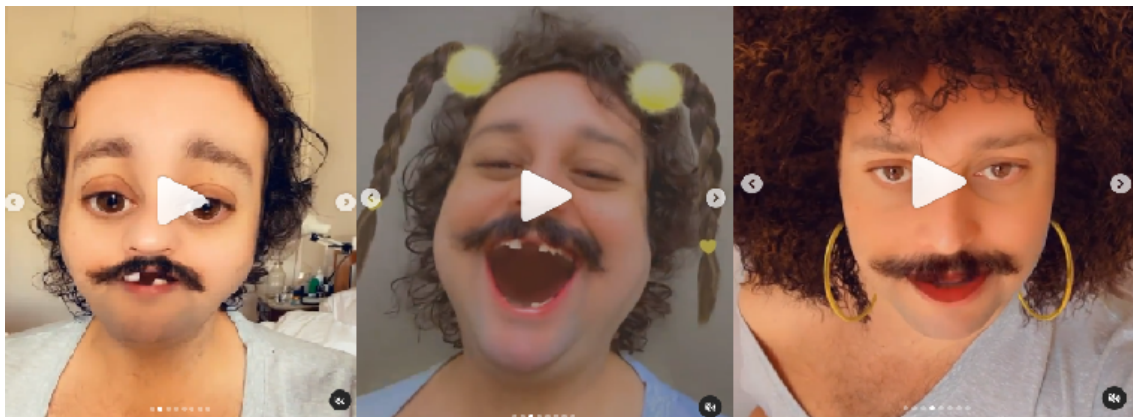
No caso da websérie Mininovela, a interação entre as personagens ocorre de modo isolado. Ou seja, a cada construção de um *take* (tomada) somos convidados a acompanhar o discurso da personagem (em diferentes montagens e enquadramentos). E, logo, em seguida, somos levados a conhecer e a ouvir o outro personagem. Diferentemente do que estamos acostumados a acompanhar em outras produções audiovisuais, as interações entre cenas e personagens ocorre isoladamente. Essa é uma característica que ocorre porque aqui temos apenas um ator interpretando. Contudo, em outras webséries no período da pandemia, mesmo com a presença de vários(as) atores e atrizes, devido ao fator de distanciamento social esse recurso foi amplamente utilizado.

Desse modo, o que permanece evidente neste tipo de produção é o uso do smartphone para a produção, a centralidade do rosto, o que remete ao uso de aplicativos de videochamada. Entendemos que este aspecto é uma forma de delimitação dos próprios

recursos de produção e desenvolvimento dessas webséries, uma vez que elas são feitas com poucos recursos financeiros e até mesmo sem grandes recursos de edição, como no caso da Mininovela.

Assim, a webaudiovisualidade presente nesta websérie nos mostra uma nova possibilidade de construção de personagens e histórias variadas. Além disso, é uma audiovisualidade própria das redes sociais, que surgiu com a rede social Snapchat e foi expandida para o Instagram. Na Figura 4, apresentamos outras personagens que foram sendo desenvolvidas ao longo dos episódios da websérie Mininovela.

Figura 4 - Outras personagens da mininovela criadas com o uso dos filtros



Fonte: Montagem elaborada pelo autor a partir do Printscreen da tela de exibição (2024).

O uso dos filtros para a composição dos personagens é uma característica e ferramenta própria do Instagram. Sobre a temática, Melo e Hage (2023, p: 3476), destacam que:

As redes sociais estão muito presentes nas formas de interação humana e exercem influência sobre padrões de comportamento e sobre tendências que surgem na sociedade. Sobretudo aquelas como o Instagram, que tem imagens, dentre elas as selfies, como meio pelo qual se dão essas interações.

Na websérie em análise, a criação e interação ocorre mediante as formas humanas criadas a partir dos diferentes rostos à base de filtros. É assim que vemos o ator (Pedroca

Monteiro) se transformar em personagens femininas, infantis e mesmo masculinas, mas assumindo outros contornos faciais. Com isso, observamos emergir uma webaudiovisualidade seriada ficcional. Pois, conforme Oliveira, Silva e Figueira Filho (2022, p: 23):

O advento e a popularização das tecnologias digitais e o contexto sociocultural recente permitiram o surgimento de novas mídias com dinâmicas distintas das tradicionais. YouTube, Facebook, Instagram e TikTok são exemplos de novas mídias digitais que se estabeleceram atualmente.

O surgimento dessas novas mídias e dispositivos (como o smartphone) também ampliou e popularizou o processo de produção de vídeos verticalizados. E no contexto dessas novas webséries e da webaudiovisualidade também dialoga na forma como o público/usuário/consumidor de conteúdos audiovisuais em redes sociais se relaciona com os vídeos na contemporaneidade. Pois, a verticalização já é imposta pela própria forma (mais comum) de usar o smartphone. O que, por sua vez, também foi incorporado pela lógica do Instagram, sobretudo com a gravação dos vídeos para os stories. Assim, Silva e Vellei (2020: 30) compreendem que:

128

Essa ‘desordem’ de enquadramentos é um sintoma de uma cultura imagética em transformação. A hegemonia da posição horizontal, consolidada pelo cinema e pela televisão, hoje enfrenta a eclosão dos vídeos verticais, em consequência do avanço do uso de smartphones como meio de produção de imagens.

Neste sentido, entendemos que este primeiro caso se apresenta como uma nova proposta de webaudiovisualidade de produção de webséries no Instagram sob o uso dos recursos dos filtros e da produção realizada nos stories. O desenvolvimento dessa websérie e da webaudiovisualidade está entrelaçada pelas condições iniciadas durante o período da pandemia de Covid-19. A seguir, vamos analisar o segundo caso de webaudiovisualidade (pandêmica).

Segundo caso: Fake Live

Nosso segundo caso de análise da webaudiovisualidade seriada ficcional no Instagram é a websérie Fake Live, uma produção audiovisual idealizada pela atriz Fernanda Paes Leme e seu irmão Alexandre Paes Leme. Lançada em julho de 2020, a websérie possui 3 episódios com duração entre 4 e 7 minutos disponibilizados no IGTV. De acordo com informações disponíveis no Instagram de Alexandre⁵, a websérie:

[...] acompanha o dia a dia da atriz e influencer Fernanda Paes Leme durante a quarentena, pelo ponto de vista do seu celular, seja na câmera frontal, traseira ou na imagem da própria tela do aparelho passeando por conversas, redes sociais e outros aplicativos. Após ver sucesso das lives e conteúdos criados por outros artistas em isolamento, Fernanda começa a sofrer pressão do seu agente, dos seus fãs e de colegas famosos para criar algo novo na web, porém a vontade dela é fazer um estudo de Hamlet de William Shakespeare do ponto de vista feminino. Tudo muda quando Fernanda recebe a mensagem de uma amiga dizendo que está amando a Live dela no Instagram, ao tentar acessar a conta @fepaesleme ela descobre que alguém mudou sua senha, por uma conta alternativa Fernanda acessa seu perfil e vê uma sócia se passando por ela na transmissão ao vivo. Fernanda então começa a tentar investigar a sócia e a si mesma para tentar recuperar sua própria identidade (Leme, 2020: online).

129

A partir da descrição sobre a websérie podemos destacar duas principais características da produção desse modelo de conteúdo audiovisual durante o período da pandemia de Covid-19: (1) o aumento exponencial do uso do celular para captação de imagens e o fenômeno das lives que dominaram durante muito tempo este período pandêmico. Pois, com a impossibilidade do contato presencial atores/atrizes, cantores(as), escritores(as) e demais sujeitos passaram a utilizar as redes sociais para a transmissão de lives.

Para Perez *et al.* (2022: 2),

Se a condição existencial do brasileiro passa pela relação com o outro, a quarentena trouxe um profundo e doloroso corte na nossa forma de

⁵ Informação disponível em: <https://www.instagram.com/p/CuKLROSMCrv/>. Acesso em: 1 jun. 2024.

existir. É nesse contexto que as lives adquirem novo sentido. Tornam-se rapidamente uma possibilidade — a única, em alguns casos — de viver novamente as situações de coletividade desejadas. Representam, mesmo que de forma diferente, a alternativa possível de se ter acesso aos sentidos interrompidos de identificação e pertencimento. As lives assimilaram aspectos importantes da coletividade, sugerindo mobilização, sensação de pertencimento e legitimação.

Além disso, o fenômeno das lives também foi importante para “manter”, ainda que sob outras lógicas, formatos e condições, determinados eventos como shows, palestras, debates, apresentação de espetáculos teatrais e também acarretando no surgimento de novos produtos audiovisuais. Sendo assim, é possível compreendermos que o fenômeno da verticalização da gravação é decorrente da expansão dos smartphones e tablets, bem como das redes sociais. O que, por sua vez, se distancia do modelo de vídeo horizontal, historicamente observado no cinema e na televisão.

Ao pensarmos sobre os diferentes formatos, destacamos o processo de generalização do audiovisual no Brasil. Machado (2007) explicita que essa generalização ocorre com a produção de vídeos em diferentes modalidades, tais como: o vídeo streaming na internet, o vídeo baixado no celular, as lives imagens e os vídeos jockeys da cena noturna. Em tal classificação/categorização proposta pelo autor, a produção de vídeos para as redes sociais não se encontrava, obviamente, no estágio atual – sobretudo, a partir do período da pandemia de Covid-19. Entretanto, essa classificação/categorização já apontava para o fenômeno da explosão da produção audiovisual amadora e a ampliação dos meios de distribuição e canais de difusão de vídeos – como, atualmente, com os casos das webséries no Instagram.

É assim que podemos discorrer sobre a webaudiovisualidade pandêmica, que vem sendo percebida no estudo de casos apresentados neste artigo, em que essas webséries partem da captação de imagens do celular/smartphone, especialmente por ser um dispositivo de fácil acesso e também por dialogar com a realidade das redes sociais em que as imagens do “eu” aparece como forte apelo e protagonismo (a capacidade de metamorfose da imagem eletrônica). Em Fake Live é explorada as visualidades e audiovisualidades da vida a partir dos dispositivos e aplicativos móveis das molduras (e

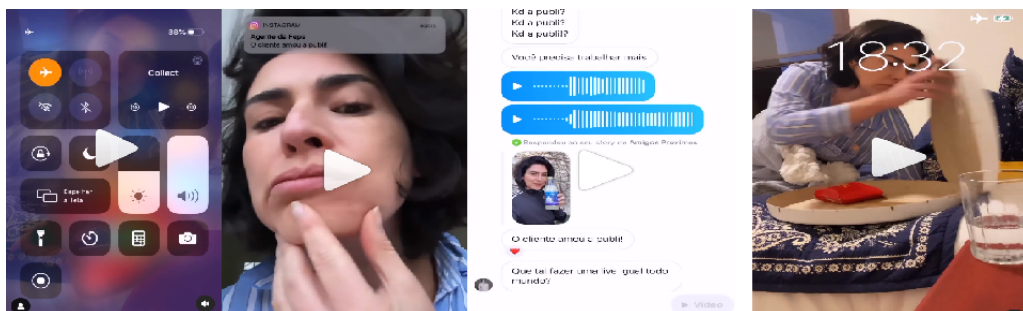
telas) verticais: chats de conversa, verticalidade da tela, o movimento da própria pessoa caminhando com a câmera, visualização de coas em redes sociais, como o próprio Instagram. O que nos traz a sensação de, em determinados momentos, de estarmos vivenciando a situação ao invés de ser uma representação da personagem na websérie, mediante a um retrato da vida de uma influenciadora digital.

Com o surgimento de redes sociais que concentram produções de vídeos na vertical – como são os casos do Snapchat, Vine, Instagram e, mais recentemente, o TikTok –, o formato tem conquistado cada vez mais atenção, fazendo emergir conteúdos mais sofisticados do ponto de vista técnico, que se misturam aos registros cotidianos dos demais usuários. Em 2020, o diretor, roteirista e produtor Alexandre Paes Leme lançou, junto a Fernanda Paes Leme, a websérie *Fake Live*, que conta a história de uma atriz e *influencer* por trás das telas, abordando questões como solidão, amor e *deepfake*. Lançada no antigo formato IGTV do Instagram, a série possui nove episódios com durações que variam entre quatro e sete minutos. Após o lançamento do último episódio, a websérie já somava cinco milhões de visualizações na rede. A produção entrou para a seleção oficial do *New York Latino Film Festival* (2021), do *TO WebFest* (2021) e o *Super 9 Mobile de Portugal* (2021), recebeu indicação no festival *die Seriale* (2021) e ganhou o prêmio de melhor série vertical no *Seoul Web Fest* (2021) (Adélia, 2020: online).

131

Logo, somos convidados a acompanhar os detalhes cotidianos da rotina dessa personagem: desde as conversas com a mãe no WhatsApp, a visualização dos stories do Instagram dos amigos, do ambiente doméstico e do consumo de alimentos. Imagens foram sendo ampliadas e disseminadas pelas redes sociais ao longo dos últimos anos. Na Figura 5, registramos algumas telas e audiovisualidades próprias deste modo de produção de websérie baseada no uso do celular.

Figura 5 - Diferentes telas compartilhadas no episódio da websérie.



Fonte: Montagem elaborada pelo autor a partir do Printscreen da tela de exibição (2024).

A produção da websérie Fake Live, assim como o caso anterior, também apresenta uma grande proximidade com o contexto da comunicação digital, móvel e presente nas redes sociais. Pois, compreendem Kilpp e Fischer (2010: 131), “[...] o audiovisual [na web] espalhou-se de tal modo pelas mídias que seus usos e apropriações por profissionais e amadores saíram do controle exclusivo das grandes empresas de comunicação”. E as webséries no Instagram, como os casos apresentados, se inserem nesse circuito de descentralização das grandes corporações produtoras do audiovisual brasileiro.

Na figura acima é possível averiguar como a webaudiovisualidade foi construída utilizando as marcas expressivas desse novo cenário (e dessas novas molduras (web)audiovisuais), tais como: a tela inicial dos smartphones (com a exibição das horas e das funções), as notificações do Instagram, o *messenger* da própria rede social em análise. Por mais simples que possam parecer, o uso desses recursos imagéticos insere ainda mais o espectador/usuário no contexto das mídias móveis e do audiovisual produzido sob tais condições - ampliadas devido ao cenário pandêmico da Covid-19. Assim, a websérie se configura a partir de uma proposta de webaudiovisualidade dessas múltiplas telas verticais que o sujeito contemporâneo vem utilizando cada vez mais, especialmente com a aceleração do uso das redes sociais e da produção de vídeos a pandemia do contexto da pandemia.

132

Desse modo, conforme Muanis (2020, p. 24), entendemos que as webséries produzidas no Instagram integram os movimentos de transformação da cultura da comunicação audiovisual móvel, visto que “A cultura contemporânea é sobretudo visual”. Além disso, ainda de acordo com as observações do autor (2020: 24), “A imagem audiovisual tem, portanto, seus próprios códigos de interação com o espectador [...]. E isso fica evidente a partir das análises empreendidas nas duas webséries. Pois, tanto na “Mininovela” quanto em “Fake Live”, os produtores buscaram interagir com o público das redes sociais mediante os dispositivos, ferramentas, equipamentos e modos de operacionalização que dialogam com o tempo presente, ou seja, as possibilidades acarretadas pela pandemia.

Considerações finais

Os dois casos analisados neste estudo, Mininovela e Fake Live, apontam para a emergência não somente de uma audiovisualidade vinculada ao contexto da pandemia de Covid-19, mas também para a construção de uma webaudiovisualidade em diálogo com o aumento exponencial das novas tecnologias, dispositivos e plataformas, da paralisação da produção profissional do setor audiovisual brasileiro, do uso massivo das redes sociais digitais e das restrições sanitárias impostas pela Organização Mundial da Saúde.

É preciso destacar que as duas webséries foram produzidas por atores que possuem experiência profissional na televisão e no audiovisual brasileiro. Isto, de certo modo, já aponta para uma inicial instrumentalização e operacionalização sobre como desenvolver conteúdos audiovisuais – ainda que não explique o todo. Além disso, as webséries analisadas apontam para um momento de experimentação das novas possibilidades audiovisuais mediante ao uso dos recursos e ferramentas próprios dos smartphones e redes sociais digitais, como no caso do Instagram. Compreendemos que no momento de realização destas webséries (2020), o dispositivo móvel, especialmente o smartphone, se tornou um “companheiro” inseparável dos sujeitos, bem como o uso das redes sociais. Assim, é dentro deste cenário que surgem as experimentações audiovisuais a exemplo das webséries produzidas para/no Instagram.

133

Nessa proposta de webaudiovisualidade observamos uma gramática que dialoga com o fenômeno da comunicação audiovisual em mobilidade, tais como: a verticalização da produção, especialmente advinda do formato do smartphone, da posição da câmera e da programação da ferramenta stories do Instagram; do uso de outras janelas audiovisuais, como os aplicativos de videochamada a gravação dessas janelas funcionando com uma audiovisualidade própria da web e; do uso dos recursos e ferramentas disponibilizados pelo Instagram como os filtros.

Com a conjuntura do uso dessas possibilidades para a construção audiovisual ficcional seriada é que sinalização para a emergência dessa webaudiovisualidade. Pois, a produção audiovisual em redes sociais digitais, como o Instagram, ampliou os espaços e

as telas de produção, exibição e compartilhamento de conteúdos de entretenimento que não são concentrados por grandes empresas e emissoras de televisão.

Neste sentido, o presente estudo corrobora para um campo de investigação que está sendo desenvolvido e ampliado nos últimos anos do século XXI. A partir da onipresença do smartphone, das redes sociais digitais e do aumento da produção e compartilhamento de vídeos (sobretudo em sua forma vertical) entendemos que a identificação e análise dessas novas produções tendem a contribuir com os estudos futuros sobre o audiovisual no contexto das plataformas digitais. Para estudos futuros, será possível buscar a identificação/apresentação de uma ecologia (web)audiovisual e a construção de modelos e metodologias de análise que se voltem diretamente para o objeto em investigação, entendendo as suas particularidades e transmutações enquanto produto audiovisual da internet e das redes sociais digitais.

Referências

ADÉLIA, Patrícia. **“Tira em pé”**: produções audiovisuais na vertical estão ganhando espaço nos festivais pelo mundo. Disponível em: <https://oca.observatorio.uff.br/?p=4575>. Acesso em: 17 jul. 2024.

ARGUMENTO. **@webserienos**, publicado em 12 jun. 2020. Disponível em: <https://www.instagram.com/webserienos/>. Acesso em 4 jun. 2024.

BRIGGS, A.; BURKE, P. **Uma história social da mídia**: de Gutenberg à internet. 3. ed. Rio de Janeiro: J. Zahar, 2016.

DELEUZE, G. **Cinema 1**: Imagem-Movimento. São Paulo: Brasiliense, 1993.

GUIMARÃES, Clara Maria Abdo; GOUVEIRA, Tânia Maria de Oliveira Almeida. Vida em filtros: construções identitárias no Instagram. **Esferas**, Brasília, v.4, n.6, p. 21-29, jan./jun. 2015.

HERGESEL, J. P.; PICHIGUELLI, I. S.; MÍRIAM C. C. Midiatização da religião na ficção seriada infantojuvenil: narrativa e estilo na websérie -10 | A vida não é um jogo (Feliz Play). In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 42., Belém, 2019. **Anais [...]**. Belém: UFPA, 2019.

HERGESEL, J. P. 15 Anos de Pesquisa sobre Websérie: Levantamento Bibliográfico. In: CONGRESSO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO NA REGIÃO SUDESTE, 21; Salto, 2016. **Anais** [...]. Salto, CEUNSP, 2016.

HERGESEL, J. P. **Estilística aplicada à websérie**. 1. ed. Saarbrücken (Germany): Novas Edições Acadêmicas, 2015.

JENKINS, H. **Cultura da Convergência**. São Paulo: Aleph, 2009.

KILPP, Suzana. **Ethnicidades televisivas**. São Leopoldo: Unisinos, 2003.

KILPP, Suzana; FISCHER, Gustavo. Janelas de Flusser e Magritte: o que é, afinal, um webvídeo? **Intexto**, Porto Alegre: UFRGS, v. 2, n. 23, p. 36-49, julho/dezembro 2010.

KILPP, Suzana; MONTAÑO, Sonia. Trânsitos e conectividades na web: uma ecologia audiovisual. **Matrizes**, São Paulo, v.6, n.1, p. 129-143, jul./dez. 2012.

MACHADO, Arlindo. *Made in Brasil*. São Paulo: Senac, 2007.

MANOVICH, L. **The language of new media**. Cambridge: MIT Press, 2002.

MELO, Evelyn Freire; HAGE, Zakiee Castro Mufarrej. Captura de selfies, uso de filtros no instagram e a relação com a aparência feminina. **PsicolArgum**, Curitiba, v.41, n.114, p. 3475-3493, jul./set. 2023.

135

MUANIS, Felipe. **Convergências audiovisuais: linguagens e dispositivos**. Curitiba: Appris, 2020.

NATALINO, L. R.; ALMEIDA, P. H. V. R.; PERSINA JÚNIOR, C. Webséries em tempos de pandemia: 'Se eu estivesse aí'. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 43., Salvador. **Anais** [...], Salvador: UFBA, 2020.

NUNES, Mônica Rodrigues; COSTA, Ana Paula Silva Ladeira. Oferta de produção audiovisual durante a pandemia de Covid-19: estratégias e adaptações da Rede Globo e Netflix. **Rumores**, São Paulo, v.15, n. 29, p. 300-328, 2020.

OLIVEIRA, Jakeline Bandeira de; SILVA, Bruno Santana de; FIGUEIRA FILHO, Fernando Marques. A produção de conteúdo audiovisual para mídias sociais por não especialistas. **Temática**, João Pessoa, v.18, n.3, p. 8-114, Março, 2022.

PEREZ, Clotilde. *et al.* Os sentidos das lives no contexto da pandemia: do escapismo e da filantropia às lógicas identitárias. **Galáxia**, São Paulo, v.47, n.1, p. 1 -23, 2022.

PETRY, D. B. Novas Mídias nas Audiovisualidades. In: CONGRESSO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO NA REGIÃO SUL, 17, Curitiba. **Anais** [...], Curitiba: PUC-PR, 2016.

ROSSINI, M. S. Traduções audiovisuais: múltiplos contatos entre cinema e tevê. In: SILVA, A. R.; ROSSINI, M. S. (orgs.). **Do audiovisual às audiovisualidades: convergência e dispersão nas mídias**. Ed. Asterisco, 2009. p. 9-44.

SILVA, A. R.; ROSSINI, M. S.; ROSÁRIO, N. M.; KILPP, S. **Manifesto audiovisualidades**. Grupo de Pesquisa em Audiovisualidades, 2010.

SILVA, Alexandre Rocha da. Semiótica e audiovisualidades: ensaio sobre a natureza do fenômeno audiovisual. **Revista Fronteiras**, São Leopoldo, v.9. n.3, p. 145-154, 2007.

SILVA, Wagner Souza e; VELLEI, Carolina Dos Santos. O corpo protagonista nas telas verticais: a influência do enquadramento retrato dos smartphones na produção imagética. **Comunicação & Inovação**, São Caetano do Sul, v.21, n.46, p. 28-45. maio/ago. 2020.

ZANETTI, D. Webséries: narrativas seriadas em ambientes virtuais. **GEMInIS**, São Carlos, v. 4, n. 1, p. 69-88, jan./jul., 2013.