

## Parafernália: estudo de um modelo de negócios para a produção de webséries

Gabriela Trombetta Santos<sup>1</sup>, Prof. Dr. João Carlos Massarolo<sup>2</sup>.

1. Estudante de IC da Universidade Federal de São Carlos - UFSCar; \*[gabriela\\_trombetta@hotmail.com](mailto:gabriela_trombetta@hotmail.com)

2. Pesquisador e coordenador do Grupo de Estudos sobre Mídias Interativas em Imagem e Som (GEMInIS), vinculado ao programa de Pós-Graduação em Imagem e Som da Universidade Federal de São Carlos, UFSCar, São Carlos/SP.

Palavras Chave: *Websérie, Modelo de Negócios, Parafernália.*

### Introdução

Com a democratização da postagem de conteúdos na internet, as webséries vêm ampliando o mercado de produção audiovisual e provocando a expansão das estruturas seriadas televisivas para as plataformas digitais, reconfigurando as mesmas e também as relações de criação e trocas de conteúdo em rede. Neste sentido, a pesquisa voltou-se ao estudo do canal *Parafernália* e da *network Paramaker*, realizando uma reflexão sobre a estrutura episódica de uma websérie atual e um novo modelo de negócios, a fim de colaborar para a construção de sentido da produção audiovisual contemporânea.

### Resultados e Discussão

Criada em 2011 por Felipe Neto, a *Parafernália* surgiu com a intenção de fazer humor livre e profissional no *YouTube*. Essa característica está presente em todos os seus vídeos por meio de abordagens cômicas de temas do cotidiano, do uso de personagens enquadrados em estereótipos pré-determinados e de roteiros fortes com frases marcantes, as quais são repetidas incansavelmente pelos comentadores de seus vídeos. Esse molde simples e inteligente de sua estrutura é aplicado também a produção: vídeos com poucos personagens e locações por episódios, uma equipe pequena, na qual sempre os mesmos atores incorporam diferentes personagens; e arcos da trama encurtados para o máximo de engajamento do público em um mínimo de tempo, de forma que a duração dos episódios costuma variar de 1 a 6 minutos, sendo lançados periodicamente aos sábados e quartas-feiras, às dez horas da manhã.



Figura 1. Felipe Neto em suas produções.

Já a *Paramaker*, surge em 2013, como a primeira *network* do país especializada em canais de entretenimento do *YouTube*, visando incentivar a profissionalização da produção de conteúdos brasileiros veiculados na rede. Seu funcionamento consiste em oferecer um serviço especial de estrutura compartilhada e inteligência de negócios ao se colocar no meio de campo entre as agências de publicidade, os produtores audiovisuais e a rede em si, preocupando-se com o desenvolvimento das produções em relação a qualidade, conteúdo, relacionamento com o espectador e difusão.

Através da pesquisa foi possível compreender como tal processo acontece em maiores detalhes: por meio de uma central online, a *Paramaker* torna-se responsável por oferecer força comercial, apoio jurídico, pacotes de ações para aumentar a visibilidade das publicações, consultoria de negócios e acervo audiovisual a produtores independentes, recebendo de seus associados uma comissão sobre as receitas geradas, com valores que variam de 10% a 40% sobre os anúncios do *YouTube* e as ações de *merchandising* mediadas pela empresa.



Fonte: Revista Pequenas empresas e grandes negócios, Nº 313, Fevereiro de 2015.  
Figura 2. Top 5 de Canais mais populares da Paramaker.

### Conclusões

A *Parafernália* não só inaugurou um novo formato de produção de webséries no país, como também deu abertura para o crescimento desse novo modelo para o *YouTube*, de maneira que o número de produtoras e de conteúdo produzido sofreu um aumento significativo. Quanto a *Paramaker*, o sucesso de seu modelo de negócios é claro ao notarmos que, por meio de sua proposta, a empresa faturou cerca de sete milhões de reais em 2014, ao gerenciar quatro mil canais. Ocupando o papel de uma experiência inovadora ao se pensar na criação de um negócio na rede, em rede, para as redes, a *Paramaker* trás a tona não só a reconfiguração das relações de criação e trocas de conteúdo em rede, mas também o estabelecimento de um novo modelo de empreendedorismo existente por trás das multiplataformas e portais de compartilhamento.

### Agradecimentos

Agradecimentos a FAPESP, ao orientador João Carlos Massarolo e ao Grupo de Estudos GEMInIS.

AERAPHE, Guto. *Websérie: Criação e desenvolvimento*. Editora Ciência Moderna, 2013.

JENKINS, Henry. *Cultura da convergência*. São Paulo: Aleph, 1999.

MASSAROLO, J. C (Org.); *Ficção seriada brasileira na TV paga em 2012*. In: Maria Immacolata Vassallo de Lopes. (Org.). *Estratégias de Transmídiação na Ficção Televisiva Brasileira*. Porto Alegre: Editora Sulina / Globo Universidade, 2013, v. 01, p. 261-302.

NETO, F. *Não faz sentido: por trás da câmera*. Rio de Janeiro: Casa da Palavra, 2013.