

Microdramas

ENTENDENDO A REVOLUÇÃO VERTICAL

GUSTAVO REIZ



MICRODRAMAS

Entendendo a revolução vertical

Copyright © 2026 by Gustavo Reiz

Direitos desta edição reservados por Summus Editorial

Editora executiva: **Soraia Bini Cury**

Assistente editorial: **Marina Vitale**

Revisão: **Luís Fragoso**

Capa: **Alberto Mateus**

Projeto gráfico: **Crayon Editorial**

Diagramação: **Natalia Aranda**

Summus Editorial

Departamento editorial

Rua Itapicuru, 613 – 7º andar

05006-000 – São Paulo – SP

Fone: (11) 3872-3322

<http://www.summus.com.br>

e-mail: summus@summus.com.br

Atendimento ao consumidor

Summus Editorial

Fone: (11) 3865-9890

Vendas por atacado

Fone: (11) 3873-8638

e-mail: vendas@summus.com.br

Impresso no Brasil

**ESTE LIVRO É DEDICADO
A TODOS OS CONTADORES
DE HISTÓRIAS.**

**DE TODOS OS TEMPOS,
LUGARES,
LINGUAGENS
E FORMATOS.**

O mercador disse: “Não faça isso, meu senhor!” Respondeu o gênio: “É imperioso que eu o mate, assim como você matou meu filho. A morte se paga com a morte”. O mercador disse: “Se eu de fato o matei, foi por equívoco de minha parte. Eu lhe peço que me perdoe”. O gênio respondeu: “Por Deus que é imperioso matá-lo, do mesmo modo que você matou o meu filho”. E, puxando-o, atirou-o ao chão e ergueu a espada para golpeá-lo. O mercador chorou, lamentou-se por seus familiares, esposa e filhos. Enquanto a espada estava erguida, o mercador chorou até molhar as roupas e disse: “Não há poder nem força senão em Deus altíssimo e poderoso”, e recitou os seguintes versos [...].

Quando o mercador encerrou o choro e os versos, o gênio disse: “Por Deus que é imperioso matá-lo, mesmo que chore sangue, assim como você matou meu filho”. O mercador perguntou: “É absolutamente imperioso para você?” Respondeu o gênio: “Para mim é imperioso”. E tornou a erguer a espada para golpeá-lo.

Então a aurora alcançou Sherazade e ela parou de falar. A mente do rei se manteve ocupada com o restante da história e, nessa primeira manhã, Dunyazade disse à irmã: “Como são belas e espantosas as suas histórias!” Respondeu Sherazade: “Isso não é nada perto do que vou contar na próxima noite, caso eu viva e caso este rei me poupe. A continuação da história é melhor e mais espantosa do que o relato de hoje”. E o rei Shahryar pensou: “Por Deus que eu não a matarei até escutar o restante da história”.

Sumário

Introdução	11
1. O que é o microdrama?	15
2. Características do microdrama	25
3. O universo narrativo.	35
4. Construindo um microdrama	45
5. Personagens do microdrama.	55
6. Antes do roteiro	65
7. O roteiro	77
8. A direção artística e de produção	87
9. Microdramas e marcas	99
10. A revolução vertical	107
Notas.	115

Introdução

OS CONTADORES DE HISTÓRIAS sempre existiram e sempre vão existir. Sinto um enorme orgulho de pertencer a essa “casta”, tantas vezes discriminada, perseguida, celebrada, festejada, esquecida, admirada... O fato é que os contadores de histórias resistem ao tempo, se renovam, se reinventam. Da oralidade à palavra escrita, das pequenas celebrações às grandiosas encenações, do teatro à ópera e ao cinema, das telonas às telinhas... Cá estamos nós, no ano de 2026, descobrindo uma nova forma de exercer o nosso velho e amado ofício.

Comecei a me interessar por microdramas quando eles ainda não tinham chegado ao Brasil. Ou melhor, já estavam espalhados por diferentes plataformas de forma um tanto amadora, sem grande destaque nem atenção. Porém, ao pesquisar para conhecer mais sobre esse formato, um mundo novo se abriu de forma surpreendente e avassaladora. Um mercado bilionário era noticiado com alarde por sites americanos, tendo a China como a precursora do formato que agora despertava o interesse dos grandes estúdios e plataformas: o microdrama, novelas de 40 a 90 capítulos de um a três minutos de duração, produzidas na vertical, para o consumo no celular. Um estilo de consumo totalmente integrado ao dia a dia, com uma lógica *gamificada*, plataformas específicas, milhares de títulos em catálogo, histórias consideradas viciantes. Como eu não ficaria fascinado por esse admirável mundo novo?

Sou um autor apaixonado por histórias. Há 20 anos iniciei minha jornada na TV e, desde então, trabalhei nas principais

emissoras do Brasil, assinando a autoria de novelas, séries e minisséries. Também tive experiências com produções estrangeiras, trabalhando em adaptações e projetos em parceria com a principal emissora do México — um verdadeiro mergulho no melodrama folhetinesco. É óbvio que cada país tem seus formatos e características, mas sempre fui fascinado pelas tramas assumidamente criadas para despertar fortes emoções, do riso ao choro. Quanto mais melodramática a trama, quanto mais elementos clássicos e variações de clichês, mais me interessei por ela como espectador e criador. O microdrama, na origem, se baseia justamente nesses pontos que mais me atraem — tive um *match* perfeito com o formato e me tornei um grande entusiasta do microdrama no Brasil.

Minha primeira ação foi procurar alguns colegas de profissão para unir talentos e desbravar esse terreno, tão próspero em outras partes do mundo e pouquíssimo abordado no Brasil, justamente o país famoso por suas telenovelas. Foi no início de 2024 que criei o primeiro projeto de uma plataforma nova para a produção de histórias originais. Fiz reuniões, convoquei talentos, busquei parcerias, mas — por incrível que possa parecer — o tema ainda causava estranhamento, constituía uma *boa ideia para um futuro próximo*. O que ninguém percebia era que esse futuro já havia chegado; o presente era pulsante e o terreno, extremamente fértil. Depois de muitas conversas e cafés, continuei remando sozinho nessas águas, mas sem perder o propósito de desenvolver o formato no Brasil.

Procurei, então, parcerias internacionais. Li uma matéria sobre o avanço dos microdramas na América Latina, com produções no Chile, no México e na Colômbia, mas que não mencionava o Brasil. Como um país tão grande e com um enorme público consumidor de histórias poderia ficar para trás? Após algumas conversas com CEOs de plataformas e produtores internacionais, tive uma reunião com Maritza Castro, *project manager* do ReelShort, que me sinalizou que já havia projetos em andamento

para o Brasil. Assim que minha parceira Ramona Bakker, sócia da Zohar Cinema, entrou no projeto, iniciamos nossa primeira incursão nesse formato.

O texto seria um *hit* internacional, com pequenas adaptações para a nossa realidade, mas o que mais me interessava era entender toda essa engrenagem e dar o primeiro passo, transformar a ideia em ação. Participei de cada etapa do processo, da tradução do texto à finalização da novela, num ciclo total de aproximadamente 12 semanas. O resultado foi explosivo: *Encontrei um marido bilionário e sem-teto para o Natal*, o título escolhido para essa estreia, acumulou mais de 180 milhões de visualizações nos primeiros meses, com um número ascendente e superior a outras produções feitas por aqui. *A vida secreta do meu marido bilionário*, o primeiro título da plataforma, que já estava em produção quando iniciamos as conversas, ultrapassou a marca de 500 milhões de visualizações ao longo de um ano, números que surpreenderam e finalmente chamaram a atenção do mercado para o formato.

Com o crescimento do público e a estreia das novas produções (inclusive a nossa, que virou um fenômeno viral), as grandes produtoras e plataformas perceberam o potencial do microdrama. Globo e Globoplay saíram na frente com produções originais e uma aba específica no *streaming* para as “novelinhas”. O TikTok também inseriu uma nova aba para novelas e, recentemente, lançou uma plataforma específica para microdramas. Um *boom* vertical está em curso, e eu não poderia estar mais animado com isso.

Atualmente, lidero produções originais para produtoras e plataformas diferentes, além de atuar como consultor em outros projetos de microdramas. Em minhas redes sociais, compartilho frequentemente *insights* e informações sobre esse formato, com o objetivo de fomentar ainda mais o mercado por aqui. Não satisfeito, comecei a produzir um *clipping* mensal com tudo que era publicado sobre o gênero e enviar a algumas pessoas próximas, como diretores e executivos de televisão, para demonstrar a força do formato e suas possibilidades.

Foi com esse mesmo objetivo que decidi escrever este livro, reunindo não apenas material de pesquisa, mas também algumas impressões que só surgem quando estamos em ação. É a velha história: *a teoria, na prática, é um pouco diferente*. A ideia principal desta obra é fazer um *mix* de tudo que reuni, aprendi e venho descobrindo ao longo dessa jornada, de forma objetiva e sem compromisso acadêmico. O maior desafio, entretanto, foi abordar um tema que está em franco desenvolvimento, num mercado em atual ebulição. No momento em que escrevo a última versão deste livro, já há muito mais atualizações em tempo real — é a nova corrida do ouro.

Portanto, se você se interessa pelo gênero ou quer saber mais sobre ele, tenho certeza de que alguns dos *insights* aqui presentes serão úteis e poderão inclusive inspirá-lo. Não creio que se trate de um manual de roteiro, nem de um guia de produção, mas de um investimento no conhecimento do gênero. Deixo aqui algumas sementes que podem trazer bons frutos num terreno tão fértil para criadores e produtores. Quanto mais histórias, melhor para todos — profissionais do meio audiovisual e espectadores.

GUSTAVO REIZ
Janeiro de 2026

1. O que é o microdrama?

A origem do formato e algumas inspirações

O FORMATO DE DRAMAS curtos (chamados *duanju*), que hoje conhecemos como microdramas, se originou na China, em consequência da explosão de outro fenômeno: a literatura online. Nesta categoria, em vez de adquirir uma obra em sua totalidade, o leitor tem acesso a alguns capítulos gratuitamente e, depois, compra capítulo a capítulo, de acordo com o seu interesse em continuar acompanhando a trama. Para fisgar a atenção, as histórias são repletas de emoção, reviravoltas e ganchos de suspense, mantendo o leitor conectado à história.

Não por acaso, iniciei este livro com um trecho de *As mil e uma noites*, compilado de textos e contos populares do Oriente Médio e do Sul da Ásia que vêm à tona por iniciativa da icônica Sherazade. Ela se dispõe a interromper um ciclo de morte de mulheres ao manter o assassino, o rei, envolvido pelas histórias que lhe narra — que sempre terminam com ganchos irresistíveis. É fato que as características do microdrama nos levam diretamente ao século 19, quando verdadeiras maratonas literárias aconteciam em virtude dos folhetins, publicados capítulo a capítulo em jornais e revistas da época. Surgido na França, o *feuilleton* revelou autores icônicos, como Honoré de Balzac, Alexandre Dumas e, para citar dois expoentes da literatura brasileira, Machado de Assis e José de Alencar. As histórias eram publicadas ao longo de semanas, meses e até anos, com algumas características em comum: eram textos impactantes, com enredo cativante, ritmo narrativo intenso, personagens arquetípicos, ganchos para

manter aceso o interesse do leitor naquela jornada. *O conde de Monte Cristo*, obra de Alexandre Dumas, foi publicado de 1844 a 1846 no *Journal des Débats* e se tornou um clássico da literatura mundial, sendo amplamente adaptado até os dias de hoje.

Se já era possível identificar pontos de convergência entre os romances de folhetim e o hábito de assistir a narrativas seriadas, como telenovelas e séries de *streaming* (com a cultura das maratonas), encontrar semelhanças com o microdrama torna-se ainda mais evidente. Enquanto as séries e as telenovelas ampliaram o leque narrativo, ganhando mais personagens, núcleos e conflitos que serão desenvolvidos em arcos dramáticos mais longos, o microdrama vai direto ao ponto. É uma história de fácil compreensão, criada para causar identificação imediata, com arquétipos e clichês que povoam o imaginário popular e criam forte conexão com o espectador.

Se as chamadas dos folhetins apareciam nas capas de jornais e revistas para aguçar a curiosidade do leitor, a literatura online chinesa começou a divulgar suas tramas com breves resumos audiovisuais, pílulas com cenas dos próximos capítulos. O Douyin — plataforma de compartilhamento de vídeos semelhante ao TikTok, mas que opera exclusivamente na China — já contava com anúncios em formato de vídeos curtos, que podiam ser vistos sem a necessidade de *download* (vídeos com narrativas autônomas e não seriadas, como esquetes). Também foram desenvolvidos os *mini-program theaters*, funcionalidades em aplicativos como Douyin e WeChat nas quais os usuários podiam assistir a dramas curtos e produções de vídeo de modo minimizado na tela, pagando para desbloquear episódios ou acessando a página de determinado produto — uma integração entre comércio eletrônico e entretenimento. Logo se percebeu que as peças de *spoiler* das histórias da literatura online, que eram disponibilizadas dessa forma nos aplicativos, começaram a fisgar uma audiência crescente, além de terem um grande potencial para se transformar em outro produto. E assim nascia um novo