

## **ARUANAS E SEGUNDA CHAMADA: um estudo sobre as estratégias de lançamento das produções originais da Globoplay<sup>1</sup>**

Heloíse Caroline de Paiva ALEXANDRE<sup>2</sup>

Maressa de Carvalho BASSO<sup>3</sup>

Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais, Poços de Caldas, MG

### **RESUMO**

O trabalho analisa a construção da estrutura narrativa das séries brasileiras "Segunda Chamada" e "Aruanas", produções originais da Globoplay, em relação à sua estratégia de lançamento. A pesquisa explorou conceitos-chave, como plataforma de streaming, narrativas seriadas, roteiro e clímax. Aprofundou-se nos momentos de clímax nos primeiros quatro episódios de cada série e os dados coletados foram convertidos em gráficos visuais, formulando hipóteses. Vale ressaltar a relevância desse conhecimento para a produção audiovisual, pois compreender a interação entre a estrutura narrativa e a estratégia de lançamento é crucial para o sucesso e recepção das séries pelo público.

**PALAVRAS-CHAVE:** Plataforma de streaming; Clímax; Segunda Chamada; Aruanas; Globoplay.

### **1. EPISÓDIO 1**

A chegada das plataformas de vídeo sob demanda trouxe mudanças na maneira de consumir conteúdos audiovisuais, possibilitando ao espectador escolher não apenas o que ele deseja assistir, mas como e quando assistir.

A liberdade ofertada para o consumo de conteúdo audiovisual aos consumidores representa o diferencial em relação ao que é oferecido dentro do fluxo televisivo. Sendo assim, a busca por conteúdos de entretenimento torna-se motivada por diferentes sentidos atribuídos às produções, uma vez que o próprio indivíduo desenvolve seus ambientes personalizados, consome mídias

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado ao GT09SE (Estudos em Comunicação e suas interdisciplinaridades), evento integrante da programação do 27º Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste, realizado de 30 de maio a 1º de junho de 2024.

<sup>2</sup> Estudante de Graduação do 8º Período do Curso de Comunicação Social – Publicidade e Propaganda da PUC-MG, email: [heloise\\_cdpa@hotmail.com](mailto:heloise_cdpa@hotmail.com).

<sup>3</sup> Orientadora do trabalho. Professora do Curso de Comunicação Social – Publicidade e Propaganda da PUC-MG, email: [maressa@sga.pucminas.br](mailto:maressa@sga.pucminas.br).

de acordo com suas preferências, agindo de acordo com seu interesse e, tendo seu próprio ritmo (TRYON, 2013 apud COSTA, 2019, p. 32.)

Apesar do espectador ter total liberdade sobre como assistir a uma série em uma plataforma de *streaming*<sup>4</sup>, é possível perceber que a maneira como as narrativas são estruturadas tem como objetivo fazer o espectador assistir o máximo de horas possíveis. Essa estratégia é notada pelos *cliffhangers*<sup>5</sup> muito presentes no final de cada episódio, assim como a sensação de que a série é um filme de muitas horas. O espectador, portanto, deixou de ser refém da programação televisiva e está cercado de outras tentativas de prender sua atenção. Segundo as pesquisas do site *RokuBlog*<sup>2</sup>, plataforma que agrega mais de 5.000 canais de *streaming* e que chegou ao Brasil em 2020, 75% dos brasileiros entrevistados dizem que assistem *streaming* todos os dias, 88% já viraram a noite maratonando algum conteúdo, e 87% já maratonaram ao menos uma série na vida (BIANCHI, 2022).

No entanto, o conceito de organizar estrategicamente os eventos de um roteiro visando o formato de como a narrativa será transmitida e o *binge-watching*<sup>7</sup>, que pode ser traduzido como maratonar uma série ou assistir algo compulsivamente, não surgiram com as plataformas de vídeo sob demanda, a prática já era utilizada pelas emissoras de televisão.

As séries a serem estudadas foram escolhidas por serem produções brasileiras originais do Globoplay e lançadas no ano de 2019. Outra coisa que chamou a atenção foram as suas diferentes estratégias de lançamento. Este projeto de pesquisa se propõe a descobrir qual a relação entre a estratégia de lançamento das séries: *Aruanas* (2019) e *Segunda Chamada* (2019) e os seus arcos narrativos episódicos, bem como identificar quais são os padrões e se eles existem na montagem das narrativas.

---

<sup>4</sup> *Streaming* em sua tradução literal significa “transmissão” e é relativo à informação que é transmitida em tempo real pela internet. Disponível em: <https://www.significados.com.br/streaming/#:~:text=Em%20ingl%C3%AAs%2C%20a%20palavra%20stream,como%20%22fluxo%20de%20dados%22>. Acesso em: 15/05/2023.

<sup>5</sup> *Cliffhanger* é um recurso de roteiro utilizado em ficção, que se caracteriza pela exposição do personagem a uma situação limite, precária, tal como um dilema ou o confronto com uma revelação surpreendente.

<sup>6</sup> Disponível em: <https://www.roku.com/blog/pt-br/brasileiros-streaming>

<sup>7</sup> O termo *binge-watching* indica o ato de assistir mais de um episódio de uma série ou filme de uma só vez (PITTMAN, SHEEHAN, 2015).

Portanto, a proposta do projeto é responder a seguinte pergunta-problema: Qual a relação entre as estruturas narrativas das séries brasileiras Segunda Chamada e Aruanas, originais Globoplay, e as estratégias de lançamento das obras na plataforma?

Para o desenvolvimento dessa pesquisa foi necessário aprofundar e compreender alguns conceitos relacionados ao audiovisual que foram fundamentais para compreender as mudanças na indústria audiovisual, assim como as suas consequências, que transformou a forma dos espectadores consumirem conteúdos.

## 2. EPISÓDIO 2

A escolha acerca do tema se concretizou a partir da relevância do assunto frente aos desafios que aparecem junto à evolução digital do audiovisual, as mudanças de hábitos e utilização de novas plataformas de vídeo sob demanda. Além disso, os profissionais de audiovisual e comunicação precisam se desenvolver e se adaptar frente a todas essas mudanças. De acordo com Neves (2017),

A tecnologia, como sempre, se apresenta em uma constante evolução, de forma rápida e transformadora, o que torna difícil acompanhá-la. Em consequência dessas velozes mudanças, sabe-se, também, que os atuais hábitos de consumo irão se transformar (NEVES, 2017, p. 2).

Para isso, foram escolhidos dois objetos de estudo: a série Aruanas e a série Segunda Chamada, ambas disponíveis dentro da plataforma Globoplay e que têm como temática central conflitos sociais e pautas que frequentemente são comentados na mídia no Brasil e no mundo, como a destruição na Amazônia e os desafios relacionados à educação. Outro ponto que chamou a atenção foi que, mesmo sendo produzidas e disponibilizadas dentro da mesma plataforma, possuem estratégias de lançamento diferentes, em que uma tem todos os episódios da temporada disponibilizados de uma vez, enquanto a outra disponibiliza esse conteúdo semanalmente.

Esta pesquisa tem como proposta coletar informações e dados importantes a fim de entender como funciona o planejamento de distribuição de episódios ou temporadas e se isso se relaciona com a criação e desenvolvimento do roteiro e como isso muda a maneira de se produzir as séries. Dessarte, entende-se que os resultados poderão gerar novas ideias e estudos sobre audiovisual e comunicação possibilitando um conhecimento mais profundo sobre produção de roteiro, distribuição de episódios e maior imersão do público nas séries.

Por fim, a escolha da plataforma Globoplay justifica-se pelo interesse do grupo de estudar uma plataforma de *streaming* brasileira com o maior número de assinantes.

### 3. EPISÓDIO 3

Para a realização do projeto o utilizou-se como base pesquisas e trabalhos com temáticas similares. Os principais conceitos norteadores foram: estratégias de lançamento, estrutura narrativa e a plataforma de vídeo sob demanda.

Considerou-se importante entender o impacto que a chegada das plataformas de vídeo sob demanda teve no espectador da atualidade e na maneira de consumir produções audiovisuais. Consequentemente, os estudos foram ampliados para analisar a maneira como uma narrativa seriada é lançada pelas plataformas, sendo semanalmente ou um episódio por semana, e também buscando entender a maneira como essas narrativas são estruturadas a partir da organização dos momentos de clímax, assim como o uso do recurso narrativo de ganchos.

### 4. CLÍMAX

Um dos elementos cruciais em uma narrativa é o clímax. De acordo com o dicionário de Cambridge: “clímax<sup>8</sup> é o ponto mais importante ou emocionante de uma história ou situação que acontece especialmente perto do final”.

Os momentos de clímax são basicamente criados pela fusão de imagens e sons que geram um certo tipo de emoção na audiência, seja ela boa ou ruim, gerando *catarse*<sup>9</sup>. Nas séries de TV, por exemplo, os momentos de clímax são observados de acordo com as suas inserções nos episódios, uma escolha que pode variar conforme o seriado opta por inseri-la; podendo ser, serial, com arcos longos e episódios independentes ou procedimental, com episódios auto conclusivos e independentes.

Nas séries serializadas, temos momentos de clímax em cada episódio e o momento de clímax do enredo, geralmente no último episódio; enquanto nas procedimentais temos uma estrutura similar à dos filmes, com clímax a cada ato do episódio e um clímax do enredo nas sequências finais do episódio. (ANAZ, 2021, p. 74)

---

<sup>8</sup> Tradução nossa: definição de clímax. Disponível em: <https://dictionary.cambridge.org/pt/dicionario/ingles/climax>. Acesso: 17/10/2023.

<sup>9</sup> Arquétipo e *catarse* nas narrativas audiovisuais. Disponível em: <https://www.redalyc.org/journal/1430/143068488006/html/>. Acesso: 17/10/2023.

Ele está presente de várias formas e em diferentes formatos, podendo ser trabalhado em questões muito abrangentes, sendo ele em roteiros, simbolismos, reviravoltas, ou como estamos vendo aqui, em séries de TV.

Você não precisa saber antecipadamente qual é a premissa de sua história. Mas precisa saber obrigatoriamente qual o seu clímax. Havendo clímax, há intrinsecamente premissa.” (MACIEL, 2003, p. 49)

Sendo um dos principais elementos que mantém uma narrativa, o clímax, por fim, possui o poder de envolver e deixar os espectadores ansiosos - e aguardando, geralmente até o final - pelo desfecho. Ele é o ponto crucial onde conflitos são resolvidos e decisões tomadas, a cereja do bolo. Tornando assim, a experiência audiovisual verdadeiramente inesquecível e cativante.

## **5. ARUANAS**

Aruanas é uma série brasileira produzida pela GloboPlay em parceria com a Maria Farinha Filmes<sup>10</sup>, que estreou em 2019. Criada por Estela Renner e Marcos Nisti e dirigida por Estela Renner, a série traz Taís Araújo, Débora Falabella, Leandra Leal e Thainá Duarte nos papéis principais.

Ambientado na Amazônia brasileira, conta a história de três amigas que trabalham para uma ONG ambientalista chamada Aruanas. A série explora temas importantes como a proteção ambiental, a luta dos povos indígenas para defender suas terras e a corrupção que muitas vezes impede o cumprimento das leis ambientais. A trama também traz personagens complexos e bem elaborados que vivem dilemas pessoais e profissionais ao longo do episódio.

## **6. SEGUNDA CHAMADA**

A série de TV brasileira "Segunda Chamada" foi produzida pela O2 Filmes e transmitida pela TV Globo de 8 de outubro de 2019 a 10 de setembro de 2021. O roteiro foi escrito por Carla Faour e Julia Spadaccini, com a colaboração de Maíra Motta, Giovana Moraes e Victor Atherino. A direção foi de Breno Moreira, João Gomez e Ricardo Spencer, e a direção artística e geral foi de Joana Jabace. Diferentemente das outras séries produzidas pela emissora, que primeiro são lançadas no Globoplay antes de

---

<sup>10</sup> Disponível em: <https://mff.com.br/films/aruanas>. Acesso em: 13/04/2023.

irem ao ar na TV aberta meses depois, "Segunda Chamada" foi diretamente escalada para a TV Globo.

A série acompanha a rotina dos alunos e professores da Escola Estadual Carolina Maria de Jesus em São Paulo, que representa a Educação de Jovens e Adultos no Brasil.

## 7. METODOLOGIA E RESULTADOS

A combinação das metodologias usadas nessa pesquisa ofereceu uma abordagem abrangente e aprofundada para a investigação proposta. A pesquisa bibliográfica permitiu o estudo dos conceitos fundamentais relacionados às plataformas de vídeo sob demanda, estratégias de lançamento e estrutura narrativa, fornecendo uma base sólida de conhecimento. Essa união de métodos permitiu uma compreensão sólida e detalhada da influência da estrutura narrativa nas estratégias de lançamento das séries da Globoplay, contribuindo para o avanço do conhecimento nessa área e fornecendo subsídios relevantes para a indústria audiovisual.

O resultado partiu das análises dos episódios, foi possível afirmar que a amostra aponta que há uma tendência de uma série que é lançada semanalmente possui uma narrativa estrategicamente estruturada com múltiplos momentos de clímax durante o seu episódio não só para prender a atenção dos espectadores, mas também por conta da necessidade desse tipo de narrativa de sustentar discussões contínuas entre os espectadores ao longo da semana durante a espera do próximo episódio.

Isso leva a conclusão de que as discussões, teorias e especulações entre os fãs são impulsionadas por esses momentos de clímax e tensão que acontecem com uma certa constância no decorrer dos episódios.

Os resultados aqui apresentados dizem respeito especificamente às séries Aruanas e Segunda Chamada, tais conclusões não comprovam um padrão concreto para todas as séries lançadas semanalmente com um episódio por semana e lançadas todas de uma vez. A diversidade de narrativas e as diversas séries podem resultar em abordagens diferentes na construção de momentos climáticos na narrativa.

## REFERÊNCIAS

COSTA, Cristina. **Milésima Segunda Noite: Da narrativa mítica à telenovela, análise estética e sociológica**. 1º. ed. [S. l.]: ANNABLUME, 1999.



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, [S. l.], v. 15, n. 29, p. 300-328, 2021. Disponível em: <<https://www.revistas.usp.br/Rumores/article/view/185187/174715>>. Acesso em: 21 nov. 2022.

BAUDRILLARD, Jean. A sociedade de consumo. Edições 70, Lda, Lisboa, Portugal. 1995. 60 BIANCHI, Luis. Brasileiros e streaming, um caso de amor: **Você faz streaming todos os dias? Prefere fazer sozinho ou acompanhado? E já maratonou alguma série?**. [S. l.], 2 fev. 2022. Disponível em: <<https://www.roku.com/blog/pt-br/brasileiros-streaming>>. Acesso em: 23 out. 2022.

NEVES, Maurício da Silva; ANDRES, Fernanda Sagrilo. **Consumo de mídias audiovisuais: Mudanças e desafios.** Universidade Federal do Pampa. Rio Grande do Sul, 2017. Disponível em: <[https://guri.unipampa.edu.br/uploads/evt/arq\\_trabalhos/12382/seer\\_12382.pdf](https://guri.unipampa.edu.br/uploads/evt/arq_trabalhos/12382/seer_12382.pdf)>. Acesso em: 21 mar. 2023.

MACIEL, Bruno. **Product Placement na Plataforma de Streaming: Análise comparativa das séries “House Of Cards” e “O Mecanismo” da Netflix.** Orientador: Prof. MSc. Breno Carvalho Linha. 2020. 139 f. Dissertação (Mestrado profissional em Indústrias Criativas) – Universidade Católica de Pernambuco, [S. l.], 2020. Disponível em: <<http://tede2.unicap.br:8080/handle/tede/1242>>. Acesso em: 18 mar. 2023.