

## ESTRATÉGIAS DE LINGUAGEM E NARRATIVA AUDIOVISUAL: A CONSTRUÇÃO DE PROMOS EM SÉRIES DAS PLATAFORMAS DE STREAMING

Bruno Baumgartner<sup>1</sup>  
Dra. Denise Maria Sapelli<sup>2</sup>

**RESUMO:** Neste estudo, nosso objetivo foi investigar a construção da linguagem e narrativa audiovisual nas *promos* de séries de plataformas de streaming, e compreender o potencial dessa construção na comunicação e publicidade. Utilizamos uma metodologia de análise que envolveu a dissecação e desconstrução de materiais audiovisuais. Focamos nossa análise nas aberturas das séries de streaming "Dark", "The Last of Us" e "Wednesday". Ao final, concluímos que muitas das peças de divulgação e aberturas das séries utilizam recursos da linguagem metafórica e narrativa conceitual para explorar e transmitir o universo e a mitologizada série. Os *promos* das séries de *streaming* se configuram como produtos audiovisuais que exploram a fronteira entre o mercado e a arte.

**Palavras-chave:** audiovisual; séries; *promos*; metáfora audiovisual.

### 1 INTRODUÇÃO

No mundo contemporâneo, o audiovisual - como cultura e técnica - está presente em diversos dispositivos midiáticos da vida social. A circulação de imagens e sons gera processos subjetivos que se apresentam imbricados e atravessados pelas atuais tecnologias audiovisuais.

Nos últimos anos, a produção de séries televisivas vem atraindo a atenção de pesquisas acadêmicas na área das Ciências Sociais e Humanas, devido às possibilidades diversas de análise em torno da complexidade simbólica, estética, midiática e interativa, exercidas sobre o consumo e recepção (SANTANA, SANTOS, 2022, p.138).

Este contexto provoca a necessidade de discutir o desenvolvimento e o aperfeiçoamento de metodologias de análise dos materiais audiovisuais disponíveis atualmente. Destaca-se, dentro desse universo, as séries audiovisuais como formatos privilegiados e pertinentes para o desenvolvimento de pesquisas.

Na especificidade deste artigo propomos investigar os *promos*: peças e produtos audiovisuais de abertura e divulgação de séries de ficção em plataformas de streaming. Segundo Benelli (2022), as vinhetas de abertura desempenham um papel fundamental em programas de televisão, séries, telenovelas, desenhos animados e filmes. Elas representam o primeiro contato do público com o produto audiovisual, sendo responsáveis por envolver e preparar a audiência para o episódio que está por vir. Dessa forma, a abertura se torna uma espécie de embalagem do conteúdo a ser apresentado. Esta tecnologia - o streaming - permite a distribuição e veiculação de produtos e obras audiovisuais por meio de dados da internet, sob demanda, sem a necessidade de baixar os conteúdos desses produtos, por exemplo, ocorre na plataforma do YouTube e na Netflix.

<sup>1</sup> Acadêmico do curso de Publicidade e Propaganda da UNIFEBE.

E-mail: bruno.baumgartner@unifebe.edu.br

<sup>2</sup> Professora orientadora. Doutora.

E-mail: denisem@unifebe.edu.br

Nessa perspectiva, o consumo de séries tem ganhado cada vez mais destaque, devido à crescente convergência entre a televisão e outras mídias resultantes das tecnologias de informação e comunicação; isso se configura como um fenômeno cultural contemporâneo. A partir dessa realidade, torna-se evidente a estratégia comercial voltada para a atração e fidelização de públicos por meio da oferta de produções exclusivas, o que influencia diretamente a decisão do consumidor em aderir ou não a determinado serviço. Esse fator impulsiona uma intensa concorrência entre as distribuidoras de conteúdo (SANTANA, SANTOS, 2022). Muitos críticos de televisão e especialistas em mídia enquadraram essa ascensão de múltiplas plataformas na indústria audiovisual como as chamadas “*Streaming Wars*” (MEIMARIDIS; MAZUR; RIOS, 2020).

Outro fator que também influencia a produção das vinhetas é o *marketing* de relacionamento, que desempenha um papel importante no sucesso das plataformas, em especial da Netflix: estabelecendo uma relação de benefício mútuo entre o cliente e a própria empresa, alcançando a satisfação do usuário e aumentando a lucratividade da organização (CHANS; POLLÁN; CUNS, 2020).

Diante das novas oportunidades e da diversificação de plataformas de entretenimento na era digital, os produtores das vinhetas de abertura são desafiados a seguir critérios internacionais de qualidade. Essas introduções precisam se adaptar a padrões técnicos e narrativos, a fim de atender às demandas globais de sucesso e ampliar o alcance do conteúdo que representam (BENELLI, 2022), ainda mais em meio ao imediatismo das plataformas digitais, que já implementaram o botão de “pular abertura”.

A criação de séries audiovisuais envolve, conforme Cantore e Paiva (2021), o desenvolvimento da Logline, Universo e Mitologia da série. A Logline é uma frase ou parágrafo que define e serve de guia para os roteiros dos episódios da série (no jargão do mercado, a “bíblia” da série) e, ainda, cria o norte da narrativa, gerando, assim, a franquia e, conseqüentemente, a sua Mitologia. A Mitologia da série engloba os elementos principais da sua trama, o arco narrativo maior que conduz os acontecimentos e as transformações do protagonista e dos personagens secundários. Já o Universo da série, representa os principais cenários da história, que paira ao seu redor, relacionando-se com o gênero da série, enquanto a franquia é basicamente o “fio da meada”, o ponto de partida para começar a desenvolver a mitologia. Dentro da Mitologia, ainda, encontram-se o arco narrativo, as sensações e contradições, o mundo, a estética, além dos relacionamentos do personagem principal e suas triangulações.

Dessa forma, buscamos compreender, neste artigo, como são construídas a linguagem e a narrativa audiovisual publicitária de *promos* em séries de streaming e o potencial dessa construção na sua comunicação. Para isso, pretendemos analisar como esta estratégia de comunicação e estética cria sentidos e significados a partir da elaboração dos enquadramentos, relação entre as imagens, os sons, as cores e a trilha sonora, organizadas dentro de uma determinada edição ou montagem de imagens e sons que visa tornar a série conhecida e desejada.

Consideramos que os resultados das análises permitirão uma maior compreensão da comunicação publicitária do audiovisual e, em especial, das séries produzidas para as plataformas de streaming tanto pelos acadêmicos quanto pela comunidade em geral. A teoria sobre as séries audiovisuais ainda é muito recente e requer a construção de bases de análise e metodologia para seu desenvolvimento.

O objetivo geral do trabalho é analisar qual as estratégias de linguagem e narrativa, sobretudo na edição e relações entre as imagens e sons dos *promos*, para transmitir ao público o Logline, Mitologia e Universo da série, além das sensações principais que a produção audiovisual pretende transmitir.

Para isso, analisaremos três *promos* de séries audiovisuais:

- Promo da série “*Dark*” (produção de 2017 a 2019), disponível atualmente na plataforma Netflix.
- Promo da série “*The Last of Us*” (produção de 2023), disponível atualmente na plataforma HBO Max.
- Promo da série “*Wednesday*” (produção de 2022), disponível atualmente na plataforma Netflix.

A nossa hipótese de pesquisa, verificada e confrontada ao longo do trabalho, é que: uma parcela significativa de *promos* de aberturas de séries audiovisuais disponíveis em plataformas de streaming utilizam a linguagem e a narrativa metafórica e conceitual em sua estratégia de comunicação com o público. A utilização dessa forma de expressão e comunicação privilegia a plástica das imagens, os detalhes, a associação entre diferentes imagens e sons e, na mesma medida, possibilita a ampliação da interpretação do espectador sobre a narrativa da série, estimulando a curiosidade e não “entregando” a estória da série, que será desenvolvida ao longo dos episódios e temporadas.

Os *promos* de séries audiovisuais precisam dar conta, em pouquíssimos segundos ou minutos, da apresentação do protagonista, do universo e da mitologia da produção. O protagonista é o personagem principal da série, o universo são os principais cenários em que a história irá passar e a mitologia é a meta-história, isto é, o arco narrativo completo da história, que deve se desenvolver em vários episódios e temporadas.

Essa hipótese nos leva a elaborar o problema de pesquisa que nos orientará: por que, mesmo a série utilizando recursos narrativos de estilo naturalista (de forma realista) e dramático (os acontecimentos de forma, mais ou menos, cronológica, em atos dramáticos) em seus episódios, os criadores e realizadores da série optam por uma linguagem mais poética e visual na abertura da série?

## 2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

O referencial teórico do trabalho conjuga a teoria do Cinema, do Audiovisual e Publicidade. Partiremos da teoria estética e da montagem cinematográfica (edição de imagens) da obra do teórico e cineasta Serguei Eisenstein, sobretudo, no livro “A Forma do Filme” (2002). Eisenstein foi o principal teórico da montagem de imagens no século XX e possui textos que dialogam com temas centrais desta pesquisa, por exemplo, a montagem metafórica e conceitual, a linguagem da sinédoque (enquadramentos de detalhe, closes) e a produção de sentido e imaginário do espectador sobre materiais cinematográficos e audiovisuais.

Outra referência da teoria cinematográfica e audiovisual é o livro “Lendo as Imagens do Cinema” (2012) de Laurent Jullier e Michel Marie, que desenvolve uma metodologia de análise de imagens em movimento, combinações e metáforas audiovisuais que se torna inventiva e produtiva para nossa análise. Uma teoria mais afinada com a filosofia das imagens são os estudos de Vilém Flusser (2008) sobre as imagens audiovisuais como superfícies. O autor analisa, a partir da metade do século XX, a passagem da cultura ocidental letrada para a cultura das imagens técnicas. As imagens técnicas são aquelas produzidas por aparelhos como máquina fotográfica, cinema e computador. A palavra escrita, conforme Flusser (2008), segue o fluxo linear e cronológico do texto: da esquerda para a direita e de cima para baixo. Existe, assim, uma construção cronológica e, de certa forma, arbitrária da narrativa, da história. No entanto, nas imagens técnicas, a “leitura” dá-se de forma não-linear e por meio de significantes móveis. As imagens de audiovisual tornam-se, segundo ele,

uma “superfície”, ou seja, uma montagem de tempos sobre a própria imagem, que o espectador deve remontar no imaginário. A imagem é, assim, formada por pontos diacrônicos, por rastros de imagens que se conectam, que se misturam uns aos outros.

Uma referência teórica do trabalho, que aborda diretamente as séries de streaming como estratégia de mercado e publicidade, é o livro “Séries: de onde vieram e como são feitas” (2021), de Jacqueline Cantore e Marcelo Rubens Paiva. Na obra os autores exploram as estratégias e padrões criativos e mercadológicos na tentativa de atrair mais audiência para a série.

Outro referencial teórico foi o trabalho de conclusão de curso “Project Ártemis: Criação de Abertura Animada como Apresentação de uma Série”, de Lucas Galvagni Benelli, que traça uma ampla pesquisa exploratória sobre cada aspecto das vinhetas de abertura a fim de perceber os padrões de construção para, por meio da análise, ser desenvolvida uma vinheta de abertura para uma série de animação brasileira. Outro artigo que fala especificamente sobre aberturas de séries é “De los títulos de crédito en cine a los openings en series de ficción televisiva”, de Silvia Magro Vela, que visa demonstrar as principais transformações ocorridas no design de aberturas de séries e títulos de crédito ao longo das décadas, seguindo uma linha temporal, pontuando eventos relevantes. O trabalho “Séries de ficção científica populares: Uma análise semiótica de aberturas”, de Laís Alves Florêncio, também aborda especificamente as vinhetas, utilizando a semiótica como ponto de partida para analisar o audiovisual do mundo das openings.

“Poética das Séries de Televisão: elementos para conceituação e análise”, da professora Maria Cristina Palma Mungoli, também serviu de base para a presente análise, já que a autora discutiu o conceito de poética aplicado às séries televisivas. E “The Handmaid’s Tale e o fenômeno cultural das séries televisivas: significações morais entre a distopia e a realidade”, de Santos e Santana, que tenta traçar paralelos e fomentar o crescente diálogo entre as produções televisivas e movimentos sociais através.

Também foram utilizadas referências de caráter mercadológico, dentro do âmbito da Publicidade e Propaganda: “As plataformas de streaming e seu impacto no comportamento do consumidor”, de Acevedo, Navarro, Dignani e Catão, que misturou métodos de pesquisa qualitativa e quantitativa para confirmar a importância da inovação para o público consumidor de streaming. “The Streaming Wars In The Global Periphery A Glimpse From Brazil”, de Meimaridis, Mazur e Rios, analisa o mercado brasileiro de plataformas digitais. E “Relationship marketing and brand community: the case of Netflix”, de González Chans, Membiela Pollán e Cortés Cuns, que discorre acerca das estratégias de marketing da empresa Netflix.

Além disso, foi utilizada “Radiografía de los contenidos originales de ficción seriada de Netflix. Formas, estilos y tendencias en el nuevo escenario in streaming”, de Hidalgo-Marí, Segarra-Saavedra, e Palomares-Sánchez, que ofereceu um raio-x do conteúdo das séries de ficção originais da empresa Netflix, classificando esse conteúdo de acordo com sua natureza estratégica e, em segundo lugar, oferecendo uma visão taxonômica formal do mesmo.

### 3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Temos como elementos estruturantes da pesquisa: a) o cotejo entre as teorias do Cinema, Audiovisual e Publicidade na elucidação das estratégias de linguagem e narrativa que são adotadas nas aberturas de séries de streaming; b) a análise estética (enquadramentos, movimentos de câmera, edição, fotografia e trilha sonora) das aberturas de séries audiovisuais propostas e o desenvolvimento de metodologia de análise desses

objetos; c) o apontamento da conclusão sobre quais estratégias de linguagem e narrativa são adotadas pelas plataformas de streaming para a publicidade da série audiovisual.

Para a análise dos objetos da pesquisa utilizaremos a “Metodologia das molduras”, desenvolvida por Kilpp (2008). Essa autora propõe o procedimento de dissecação de materiais audiovisuais. A dissecação visa recortar o fluxo das imagens em movimento para analisar “quais são e como elas estão agindo umas sobre as outras, reforçando-se ou produzindo tensões no agenciamento de sentido” (KILPP, 2008, p. 29). A dissecação tem por objetivo analisar quadro a quadro a relação dos planos na montagem audiovisual. Esse procedimento contempla a necessidade de analisar, para além da imagem enquadrada, a sobreposição e remissão dos quadros no cinema. Outra autora que defende o mesmo método de análise é Hudelet (2020), que considera essencial analisar a estética de uma obra audiovisual de longa duração por meio dos detalhes e frames, de maneira “microscópica” e isolada mesmo quando este acaba por se inscrever numa perspectiva macroscópica.

A dissecação é uma maneira de desnaturalizar e criar o estranhamento diante das formas audiovisuais, tão codificadas e engendradas que estão na nossa cultura. Ao cortar o fluxo natural da abertura da série e remontá-la de outra forma, pode ser possível perceber e analisar as estratégias de linguagem e narrativa dos *promos*. As molduras, como são pensadas por Kilpp (2008), são imagens, superfícies ou quadros de experiências subjetivas que, montadas verticalmente sobre a tela, relacionam-se, sobrepoem-se e criam sentidos para os espectadores.

Essa metodologia de análise, que corta e desconstrói o fluxo de exibição do audiovisual e possibilita a visualização, quadro a quadro, ou seja, do todo em partes, pode ser muito produtiva no alcance do objetivo da pesquisa, que é entender as sutis relações entre as imagens e os sons da abertura da série, que produzem, por sua vez, metáforas e sentidos na construção e persuasão da narrativa em série. De acordo com Hudelet (2020), ao selecionar fragmentos, baseando nossa análise na leitura atenta de detalhes ou momentos, podemos revelar padrões, compreensões alternativas de obras expansivas que escapam, por causa de sua longa duração, a qualquer compreensão abrangente.

## 4 ANÁLISE DOS RESULTADOS

### a. SÉRIE “DARK”

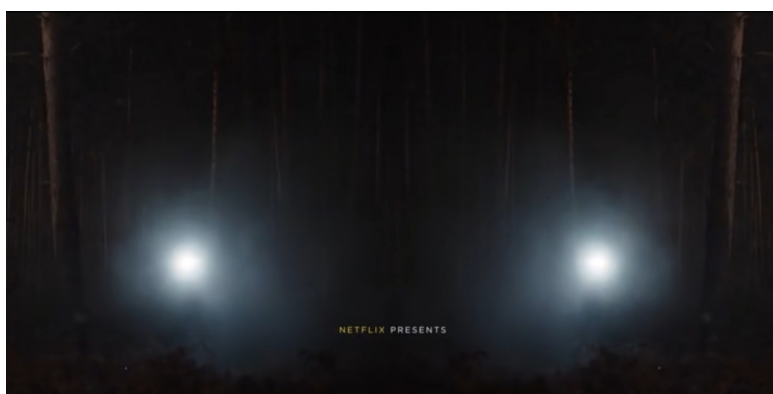
Já na abertura da primeira temporada de *Dark* (produzida entre os anos de 2017 e 2020), série de Baran bo Odar e Jantje Friese, a subjetividade faz-se ainda mais presente do que nas analisadas anteriormente. A vinheta brinca com a simetria de uma maneira interessante, baseando-se nas imagens duplicadas para criar uma sensação de mistério, curiosidade, complexidade e estranheza que permeia a série como um todo em suas três temporadas. Apesar de seu caráter subjetivo à primeira vista, a abertura é cheia de imagens que referenciam lugares e acontecimentos importantes para a história que será contada ao longo da temporada.

A série é permeada de símbolos e alegorias que contribuem para a construção de sentido, envolvendo signos do ocultismo e da alquimia para indicar a atividade cíclica que move o enredo. Um exemplo é o Ouroboros, um símbolo retratado por uma serpente que morde o próprio rabo, expressando o estado cíclico das coisas e referenciando a teoria do “Eterno Retorno”, do filósofo Friedrich Nietzsche, que propõe a existência de um padrão cíclico orientando os eventos de toda a existência do universo, fadados a continuar ocorrendo da mesma forma infinitas vezes. Na abertura, a teoria é traduzida por meio das imagens simétricas: *Dark* está repleta de

sutilezas que trazem à tona as oposições entre fé e razão, ciência e religião, claro e escuro, tanto na sua trama quanto no desenvolvimento de seus personagens.

A abertura começa com uma sequência de dois planos em uma floresta, com uma pessoa segurando uma lanterna cuja luz impossibilita que o espectador a reconheça: dessa maneira, a vinheta já define a sensação de desnorreamento que o público sentirá durante o andamento da série. A floresta é um cenário importante dentro da série, com um papel importante para a ambientação da trama.

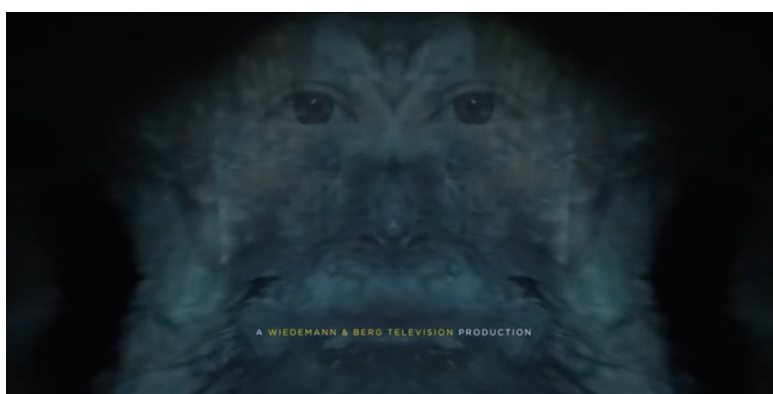
Figura 1 - Cena da abertura de Dark



Fonte: Canal do YouTube da Netflix (2023).

Algumas cenas depois, percebe-se uma dupla exposição, mostrando olhos e imagens de uma caverna ao fundo. Olhos aparecem diversas vezes ao longo da vinheta, tanto de maneira literal quanto subjetiva, por meio de imagens que remetem ao olhar. O olho é um símbolo da percepção das coisas, entendido como o elo entre o mundo interior e o exterior, mais uma vez remetendo à dualidade que marca a história da série.

Figura 2 - Cena da abertura de Dark

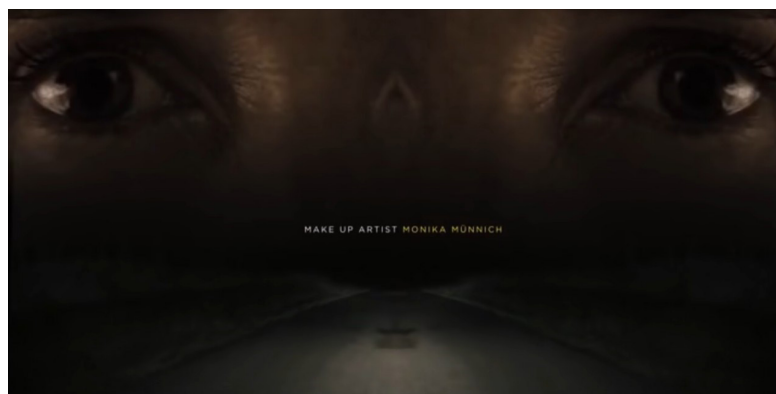


Fonte: Canal do YouTube da Netflix (2023).

Depois de alguns planos, temos novamente uma cena de dupla exposição que divide a tela em dois focos principais: na parte de cima, temos os olhos de uma personagem se abrindo, enquanto na parte de baixo a câmera caminha por uma rua deserta. Logo depois, enquanto a parte de baixo continua com a estrada, acima vemos alguém carregando um corpo pela floresta. A dupla exposição é um recurso que também causa esse choque de significados citado por Eisenstein e, nessa cena

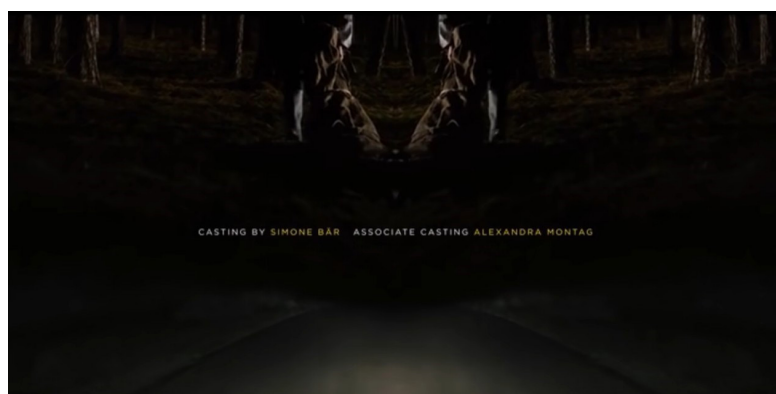
específica, evoca que os personagens caminham para a revelação de um segredo macabro, assim como o plano seguinte, em que o rosto de outra personagem se sobrepõe à cena, explorando uma caverna misteriosa.

Figura 3 - Cena da abertura de Dark



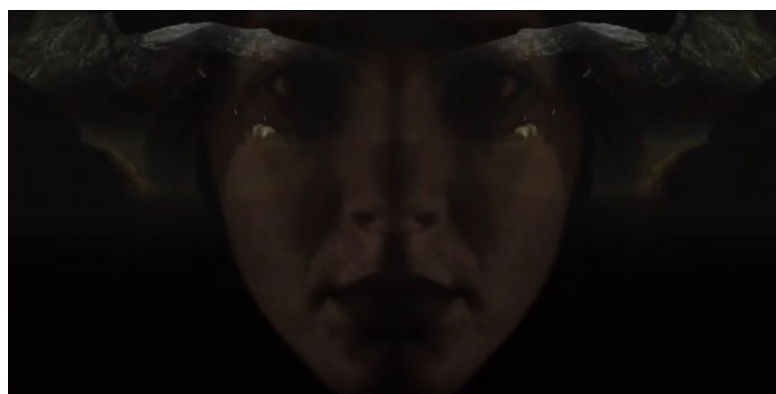
Fonte: Canal do YouTube da Netflix (2023).

Figura 4 - Cena da abertura de Dark



Fonte: Canal do YouTube da Netflix (2023).

Figura 5 - Cena da abertura de Dark



Fonte: Canal do YouTube da Netflix (2023).

Outra cena com esse mesmo tipo de montagem vem alguns momentos depois: percebe-se uma estrada que parece levar para a supracitada floresta, outro cenário importante para o enredo; acima vemos um olho duplicado por esse efeito que simula um caleidoscópio e que se faz presente durante praticamente toda a abertura. A montagem remete, mais uma vez, à oposição e à duplicidade, ao olhar duplo que as personagens possuem sobre os acontecimentos da cidade, já que existem duas dimensões paralelas e conflitantes na trama.

Figura 6 - Cena da abertura de Dark



Fonte: Canal do YouTube da Netflix (2023).

Outro fator que influencia nessa perspectiva subjetiva é a música de abertura chamada *Goodbye*, do artista alemão Apparat, que possui uma letra que dialoga com os acontecimentos da história: as cenas que aparecem se relacionam com os versos que estão sendo cantados na faixa.

A abertura de *Dark* está disponível no canal do YouTube "Still Watching Netflix", um dos portais da plataforma, que pode ser acessado por meio do código QR abaixo.



## b. SÉRIE WEDNESDAY

A série *Wandinha*, do original *Wednesday* (2022), produzida pela Netflix, tornou-se um verdadeiro ícone cultural, renovando a famosa franquia *The Addams Family*, do cartunista Charles Addams. Na trama, Wandinha Addams é expulsa de um colégio tradicional e seus pais decidem matriculá-la em *Nevermore Academy*, um internato privado onde os estudantes descendentes de monstros possuem poderes sobrenaturais. A personalidade fria e sem emoção de Wednesday e sua natureza desafiadora tornam difícil para ela se conectar com seus colegas de escola e fazem com que ela entre em conflito com a diretora. No entanto, ela descobre que herdou as habilidades psíquicas de sua mãe, que lhe permitem resolver o mistério de uma série de assassinatos locais envolvendo uma criatura misteriosa.



A proposta da série é atrair o público mais jovem para a franquia, apresentando os personagens consagrados em um contexto de amadurecimento e adolescência, mantendo suas características principais intactas: o tom sombrio, o contraste gerado pela estranheza dos personagens e o humor mórbido que os acompanha. Hudelet (2020, p. 5) descreve que “o envolvimento intelectual e emocional intenso e combinado dos telespectadores é uma das características básicas e definidoras das narrativas em formato de séries”. Além disso, outra característica definidora é o tom da série. Conforme Benelli (2022), a definição de tom está relacionada aos elementos que compõem a atmosfera de comunicação entre o produto e o consumidor. Esses elementos incluem música, uso de cores, fonética, ritmo e emoção. No caso das vinhetas, essa análise é crucial para estabelecer o conceito, uma vez que a abertura segue a linha emotiva traçada pelas cenas. As sensações desempenham um papel fundamental na criação de tons específicos, manipulando a resposta emocional do espectador ao longo da abertura.

Como já citado anteriormente, as *promos* encontram-se numa situação complexa derivada da transformação dos hábitos de consumo ligados aos conteúdos audiovisuais, precisamente devido aos serviços de *streaming*. Plataformas como HBO Max e Netflix fornecem ao telespectador conteúdos narrativos sem interrupções, podendo ser maratonados. Nesse viés, as vinhetas tornaram-se peças desconfortáveis para os telespectadores, fato que se concretizou com a inclusão do polêmico botão “skip intro” ou “pular abertura”, que possibilita suprimir a abertura à vontade do telespectador no início do episódio, algo comparável à possibilidade de descartar publicidade ou conteúdo indesejado na *internet*. Por isso, algumas produções começaram a implantar estratégias para tentar manter o interesse pelo *design* de suas aberturas (MAGRO VELA, 2022).

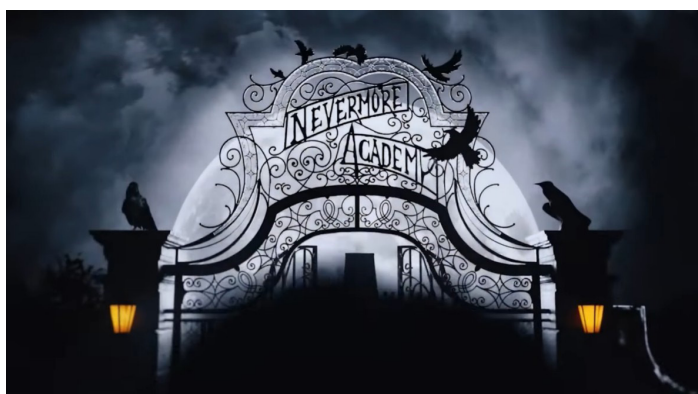
Nesse contexto, é interessante perceber como a opening de *Wandinha* caracteriza-se pela rapidez das cenas, por transições dinâmicas e pelo exagero em detalhes, trazendo um senso de urgência e mudança constante para o espectador. São apresentados diversos elementos específicos de episódios da série sendo apresentados como *easter eggs* (ou seja, uma surpresa; trata-se de uma mídia, uma mensagem ou um programa escondido dentro de uma outra mídia) para os fãs da produção. Basicamente, as aberturas têm o propósito de preparar o espectador, fornecendo uma ideia do que esperar em termos narrativos e estéticos ao adentrar em uma série. O conteúdo das aberturas geralmente apresenta um repertório de imagens, estímulos e símbolos que indicam ao público o tom da produção, funcionando como um guia visual para a narrativa. O figurino, os cenários e a música de fundo são exemplos de elementos simbólicos que influenciam a transmissão desse guia. Essa introdução tem como objetivo atrair o público para mergulhar no universo que será explorado ao longo da série (BENELLI, 2022).

A abertura começa com os portões de *Nevermore Academy* abrindo-se para receber a protagonista em frente a um céu nublado, que transmite o clima assombroso da série com o próprio design gótico e orgânico do portão e suas imagens de corvos. Tudo é escuro, com tons de cinza, branco e preto contrastantes.

Em seguida, com uma transição que simula uma virada de página, percebe-se uma sequência de objetos que remetem à mitologia da série. Uma máquina de escrever que funciona sozinha rodeada de papéis esvoaçantes, um livro misterioso de capa roxa e um violoncelo sendo tocado por uma faca, uma metáfora visual que funciona muito bem para transmitir um dos principais aspectos da trama: a linha tênue entre a leveza e a morbidez.

Na sequência, vê-se uma espiral com números romanos, lembrando um relógio antigo com elementos que lembram engrenagens e molas, que se transformam em uma escada. Nesse momento, também ocorre a aparição do personagem Thing, uma mão desencarnada e parente de Wednesday, enviado para vigiá-la em Nevermore Academy.

Figura 7 - Cena da abertura de *Wednesday*



Fonte: Canal do YouTube da Netflix (2023).

Figura 8 - Cena da abertura de *Wednesday*



Fonte: Canal do YouTube da Netflix (2023).

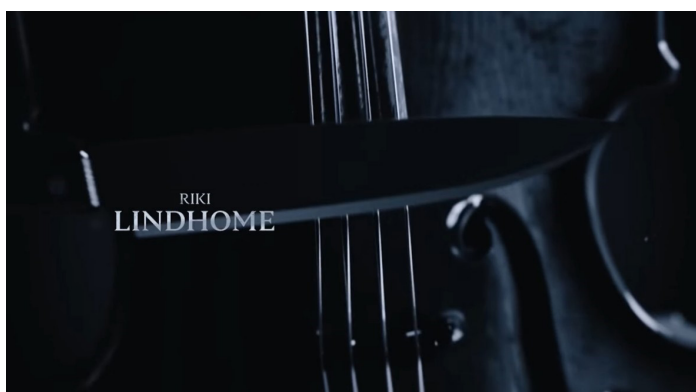
Figura 9 - Cena da abertura de *Wednesday*



Estrelando Jenna Ortega

Fonte: Canal do YouTube da Netflix (2023).

Figura 10 - Cena da abertura de *Wednesday*



Fonte: Canal do YouTube da Netflix (2023).

Figura 11 - Cena da abertura de *Wednesday*



Fonte: Canal do YouTube da Netflix (2023).

Figura 12 - Cena da abertura de *Wednesday*

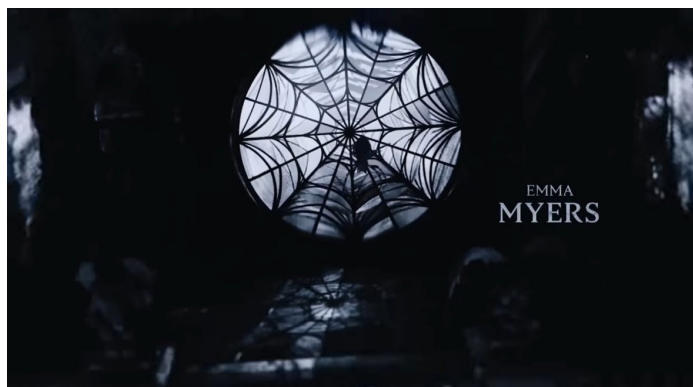


Fonte: Canal do YouTube da Netflix (2023).

A abertura segue com transições rápidas entre cada elemento. Primeiro, a aparição de uma teia de aranha em frente a um vitral em um cômodo escuro, com o aracnídeo descendo. Logo em seguida, uma lápide caricaturesca transformando-se em poeira é sucedida por uma árvore pegando fogo após ser atingida por um raio em um cemitério. Por fim, tudo parece estar acontecendo dentro de uma esfera de cristal.

A câmera segue acompanhando a cabeça de um urso de pelúcia infantil sendo cortada em uma guilhotina, simbolizando a perda da inocência infantil, já que a série trata sobre o amadurecimento da protagonista. Além disso, simboliza, mais uma vez, o humor mórbido que permeia toda a trama e que também é um dos principais aspectos que caracterizam a franquia Família Addams.

Figura 13 - Cena da abertura de *Wednesday*



Fonte: Canal do YouTube da Netflix (2023).

Figura 14 - Cena da abertura de *Wednesday*



Fonte: Canal do YouTube da Netflix (2023).

Figura 15 - Cena da abertura de *Wednesday*



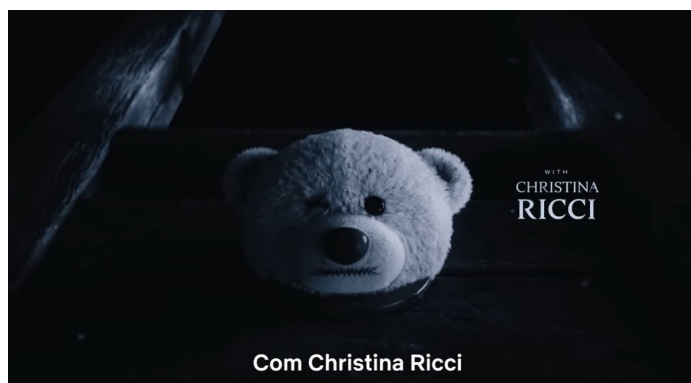
Fonte: Canal do YouTube da Netflix (2023).

Figura 16 - Cena da abertura de *Wednesday*



Fonte: Canal do YouTube da Netflix (2023).

Figura 17 - Cena da abertura de *Wednesday*



Fonte: Canal do YouTube da Netflix (2023).

Mais uma sequência de elementos que se correlacionam e aparecem rapidamente: um *close* no olho de uma mosca, que é engolida por uma planta carnívora seguida por uma flor azul, com suas pétalas se abrindo e revelando uma lua cheia em meio às nuvens.

Por fim, a lua transfigura-se em um dos olhos de Wandinha, com seu olhar aparecendo com uma iluminação marcada e expressionista por trás do logotipo do seriado, remetendo ao caráter sombrio da personagem.

Figura 18 - Cena da abertura de *Wednesday*



Fonte: Canal do YouTube da Netflix (2023).

Figura 19 - Cena da abertura de *Wednesday*



Fonte: Canal do YouTube da Netflix (2023).

Figura 20 - Cena da abertura de *Wednesday*



Fonte: Canal do YouTube da Netflix (2023).

Figura 21 - Cena da abertura de *Wednesday*



Fonte: Canal do YouTube da Netflix (2023).

A assustadora e excêntrica trilha sonora que acompanha a vinheta foi composta por Danny Elfman, consagrado compositor que trabalhou em diversas obras do produtor executivo e diretor Tim Burton, incorpora sons de cravo, cantos vocais e cordas, trazendo um tom lúdico para a narrativa que está sendo apresentada. A música segue um caminho, que, geralmente, dita o ritmo e o corte das cenas. Segundo Benelli (2022), o aspecto sonoro é outra parte essencial para a imersão nas vinhe-

tas. A sonoplastia desempenha um papel fundamental na construção do ambiente dramático, pois a mixagem sonora pode complementar e ampliar o que é mostrado na tela. Os sons que retratam o ambiente dos cenários, como a música do violoncelo de Wandinha, contribuem para tornar a experiência mais vívida e crível.



### c. SÉRIE *THE LAST OF US*

As séries de TV passaram por um processo de “artificação” desde o final do século 20, frequentemente associadas à sofisticação audiovisual, à complexidade narrativa, bem como a um interesse renovado pelos processos de criação e por figuras autorais fortes (HUDELET, 2020). É relevante ressaltar o pioneirismo da HBO na produção de aberturas de seriado diferenciadas. De acordo com Magro Vela (2022), o canal foi precursor de uma nova geração de openings com a estreia da série *The Sopranos* em janeiro de 1999. A série serviu como um ponto de ignição ou catalisador para produtores e diretores investirem tempo e recursos na concepção de aberturas mais elaboradas para a televisão, além dos créditos informativos clássicos. Valendo-se dessa perspectiva, o advento das plataformas digitais e dos serviços de streaming revela uma nova ruptura, com grande potencial criativo e possibilidades de expansão funcional para esse setor da produção audiovisual (MAGRO VELA, 2022).

A *opening* de *The Last of Us*, recente sucesso de 2023, produzido pela HBO, apesar de parecer mais simples se comparada às outras análises, também esconde uma linguagem poética, menos narrativa e naturalista do que a própria série, ou seja, a tendência que percebemos entre as produções de vinhetas de séries de *streaming*. Além disso, trata-se de uma tendência dentro da própria HBO, que já produziu aberturas parecidas anteriormente em *Game of Thrones* (2011-2019) e na recente *House of the Dragon* (2022).

Ao longo dos episódios, acompanhamos Joel, um sobrevivente durão e cínico, e a jovem e impetuosa Ellie, que se encontram em meio às adversidades de um mundo desolado por uma epidemia que se proliferou por meio de um fungo chamado *Cordyceps*. Juntos, eles confrontam circunstâncias cruéis e criaturas implacáveis durante uma árdua jornada pelos Estados Unidos, após o desencadeamento de um surto apocalíptico. E a sequência de abertura deixa em evidência alguns dos principais aspectos desse mundo de *The Last of Us*.

A animação, que dura cerca de um minuto, inicia com um fungo proliferando-se de maneira rápida, desordenada e sorradeira sobre uma superfície que aparenta ser terra, como se fosse o mesmo que causou a epidemia que assola aquele mundo, com uma aparência viscosa e nauseante. Assim, em poucos segundos, o clima da trama já fica claro para o espectador; inconscientemente, percebe-se como o mundo da história foi destruído rapidamente por aquela epidemia, que se espalhou da noite para o dia e se adaptou em diversos lugares, como descobrimos durante os

primeiros episódios. Mungolioli (2019) descreve que a abordagem poética das séries deve considerar o contexto social, cultural e tecnológico mais amplo, levando em consideração inclusive as formas de consumo por meio de sites e fóruns de discussão frequentados pelos fãs. É importante compreender como as práticas culturais de engajamento dos espectadores se desenvolvem, a fim de compreender melhor a interação entre a audiência e as séries televisivas.

Figura 22 - Cena da abertura de *The Last of Us*



Fonte: Canal do YouTube da HBO Max (2023).

Figura 23 - Cena da abertura de *The Last of Us*



Fonte: Canal do YouTube da HBO Max (2023).

É interessante perceber como a vinheta evidencia a relação entre a natureza e o homem. O surto de *cordyceps* transforma essa dinâmica de poder do planeta, tendo a natureza dominando e subjugando a humanidade após séculos de exploração, negligência e, eventualmente, exaustão. E tudo isso é mostrado por meio dessa relação de símbolos, utilizando recursos semióticos. Conforme Florêncio (2019, p. 9), “a semiótica busca captar o modo como o ser humano recebe as informações do ambiente que o circunda, estudando o quanto a pessoa em sua individualidade atribui significado à todas essas coisas que fazem parte de sua vida e de que forma o faz”.

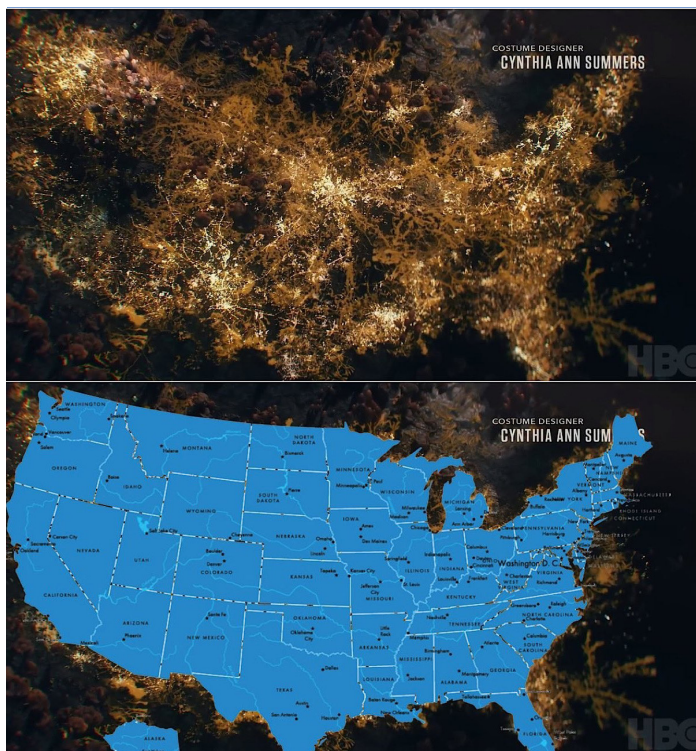
A câmera segue o movimento constante do fungo até encontrar um aglomerado de fungos altos e esguios, tomando a forma de edifícios em uma área urbana. A câmera então faz uma panorâmica, mostrando como a propagação se abre em todas as direções da cidade. Assim, mais um elemento importante para a atmosfera da história é apresentado por meio de uma metáfora visual: por meio desse detalhe,



descobre-se onde a maior parte da série se passará. Isso também significa que, em áreas mais isoladas e no interior, o *cordyceps* já está bem estabelecido. Estando mais longe do controle e monitoramento das autoridades, é fácil uma epidemia evoluir para algo maior sem que as grandes cidades percebam a princípio.

Em seguida, a câmera some e percebe-se um dos momentos mais interessantes da intro, na qual há uma referência clara ao mapa dos Estados Unidos, já que os acontecimentos da série se passam quase que inteiramente dentro do país e, por isso, a cultura estadunidense permeia diversos aspectos do enredo, seja por meio dos personagens ou dos próprios cenários. O próprio mapa se assemelha a imagens de satélite mostrando o país à noite, devastado pela natureza.

Figura 24 - O mapa dos EUA na abertura de *The Last of Us*

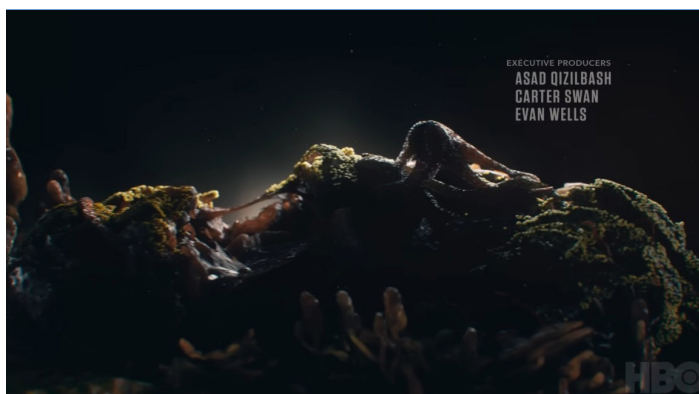


Fonte: Twitter (2023).

Depois, a câmera volta ao nível dos olhos e o fungo assume a forma de um rosto humano deitado e gritando, como se fosse um infectado em seu estágio inicial agonizando. A luta com entre natureza e humanidade continua, pois o fungo se torce em uma estrutura semelhante a um túnel e desenvolve espinhos em forma de facas, que é o meio mais eficiente de lutar neste novo mundo pós-apocalíptico sem chamar a atenção dos infectados com tiros ou outros barulhos altos, como é demonstrado ao longo da temporada. De acordo com Santos e Santana (2022, p. 142), “percebe-se que os seriados buscam cada vez mais capturar aspectos da realidade e transmiti-los por meio de narrativas complexas, fazendo-se necessária a inserção de elementos de fabulação, visando tornar o desenvolvimento da história mais atrativo”.

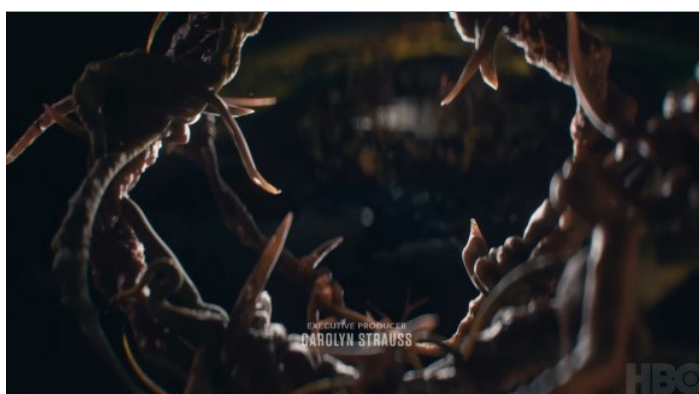
Ao final, abre-se uma clareira, com o fungo agora ficando nos limites do quadro, e é possível ver duas ramificações assumindo as formas das silhuetas de Ellie e Joel, os protagonistas que empreendem uma jornada de esperança em meio ao mundo pós-apocalíptico, representada pela luz que surge por detrás deles.

Figura 25 - Cena da abertura de *The Last of Us*



Fonte: Canal do YouTube da HBO Max (2023).

Figura 26 - Cena da abertura de *The Last of Us*



Fonte: Canal do YouTube da HBO Max (2023).

Figura 27 - Cena da abertura de *The Last of Us*



Fonte: Canal do YouTube da HBO Max (2023).

A vinheta da série remete à sequência de abertura do videogame original de *The Last of Us*, desenvolvido pela *Naughty Dog* e publicado pela *Sony Computer Entertainment* em 2013. O jogo serviu de base para a produção do seriado, tanto visualmente quanto narrativamente. Quase como um filme, o jogo possui uma sequência de abertura, mostrando os créditos de quem trabalhou nele antes de o jogador mergulhar na jogabilidade. A sequência do jogo se desenrola de forma semelhante,

com o fungo se espalhando pela tela em planos microscópicos, apenas em preto e branco, em oposição às cores vivas da contraparte da série. Outra semelhança é a sensacional música tema composta no violão acústico por Gustavo Santaolalla, a mesma nas duas versões, uma trilha que evoca um clima de mistério e suspense.

Por fim, o logotipo da série surge por meio do fungo, fechando a *opening*. Sob todos esses aspectos, o destaque obtido por *The Last of Us* nas mídias auxilia a compreensão do papel das séries no cenário da atual cultura globalizada, ao construir paralelos entre a sua temática e acontecimentos sociopolíticos dos últimos anos (SANTOS, SANTANA, 2022).

Figura 28 - Cena da abertura de *The Last of Us*



Fonte: Canal do YouTube da HBO Max (2023).

A abertura de *The Last of Us* está disponível no canal do YouTube oficial da HBO Max Brasil, que pode ser acessado por meio do código QR abaixo.



## 5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Desde o início do projeto de pesquisa - do qual este artigo faz parte - tínhamos a curiosidade em entender melhor como os *promos* de séries de streaming se apresentam para o público e por que muitas aberturas de séries utilizam a linguagem simbólica para representar o universo da série, mesmo possuindo, ao longo dos episódios, uma narrativa clássica e dramática. A narrativa clássica é cartesiana e estrutura-se com começo, meio e fim. Da mesma forma, a narrativa dramática funciona na relação de causa e efeito das ações e acontecimentos. Percebemos, no entanto, nessa análise, uma forte tendência, nas aberturas das séries, em traduzir, em poucos segundos ou minutos, a Logline da série em linguagem audiovisual de maneira subjetiva, estilizada e metafórica. E, assim, dar conta, mesmo que, com sugestões e entrelinhas, da Mitologia e do Universo da narrativa da série.

O *promo* é uma peça publicitária audiovisual que aborda as sensações e os conflitos do protagonista da série ou, ainda, aspectos essenciais que permeiam a trama, expressando suas camadas e significados. Essas “vinhetas” contemporâneas, para fazermos a relação com a televisão tradicional, possuem claro caráter subjetivo, utilizando técnicas de exposição que incluem a sutileza ou a “homeopatia”, isto é, o espectador recebe as informações aos poucos, em pequenas doses, conforme Cantore e Paiva (2021). Os autores reforçam, ainda, que a produção de séries, sobretudo no mercado norte-americano, segue uma produção fordista e industrial, de linha de produção e montagem constante de produtos, passando por etapas e controles de qualidade.

Esvaindo-se do romantismo artístico, trata-se de uma indústria capitalista, com o objetivo de gerar lucro, emprego e renda. Ou seja, essa nova maneira de consumir produtos audiovisuais afetou as produções, não apenas comercialmente, mas também no seu próprio processo de criação, tanto artisticamente quanto organizacionalmente. Dessa forma, os *promos* são a “porta de entrada” dessa indústria audiovisual, que curiosamente, utilizam, como podemos demonstrar, uma linguagem que não é a que se espera, *a priori*, de um produto comercial. Muitos *promos*, como os analisados no artigo, vão na contracorrente da padronização mercadológica e exploram recursos de linguagem e estética mais próximos da arte conceitual e poética. No contexto da convergência midiática, que engloba tanto a dimensão tecnológica quanto a cultural, é essencial compreender os processos que impactam o consumo audiovisual de forma intrínseca. Isso implica conhecer os conteúdos transmitidos nas novas plataformas e como eles respondem às demandas de um público cada vez mais empoderado, exigente e conectado socialmente. É fundamental analisar como tais conteúdos despertam o interesse, são executados e atendem às necessidades desse público em constante evolução (HIDALGO-MARÍ; SEGARRA-SAAVEDRA; PALOMARES-SÁNCHEZ, 2021).

Não se pode abordar a leitura das imagens dinâmicas sem mencionar imediatamente a relevância da montagem, que, com o plano, constitui os elementos fundamentais do cinema (FLORÊNCIO, 2019). Encontramos na teoria do cineasta e teórico Eisenstein (2002), os fundamentos de análise e metodologia para adentrarmos as aberturas de séries audiovisuais. Eisenstein, no contexto das vanguardas artísticas do início do século XX, tratou de conceitos cinematográficos que deslocamos e aplicamos para a análise das atuais séries, por exemplo, a montagem metafórica, a produção de sentido e associações para além das imagens mostradas e a utilização da alegoria, isto é, de detalhes e partes de imagens que representam o todo da narrativa da série.

Podemos, nessa etapa do trabalho, apontar, que as aberturas de séries ou *promos*, como obras abertas que são afetadas pela audiência e mercado, tendem a trabalhar com a sugestão e o subtexto, já que a narrativa pode, se a série fizer sucesso, desdobrar-se em mais episódios ou temporadas. Dessa maneira, é estratégico que os *promos*, para contemplar elementos complexos que compõem a criação e a narrativa da série, por exemplo, Logline, Mitologia e Universo, sejam mais conceituais, abertos e metafóricos. Ou seja, trata-se de uma peça publicitária que, além de representar a série audiovisual, com linguagem que estimula a associação entre imagens e os sons e a subjetiva do espectador, não deve “fechar” e encerrar o discurso. Os *promos* das séries de *streaming* se configuram como produtos audiovisuais que exploram a fronteira entre o mercado e a arte.

## REFERÊNCIAS

ACEVEDO, Claudia Rosa; NAVARRO, Maria Victória; DIGNANI, Pietro Henrico Vidal; CATÃO, Bruno Alves. **As plataformas de streaming e seu impacto no comportamento do consumidor.** Revista Eletrônica de Administração (Online), v. 19, n.2, ed. 37, 2020.

BENELLI, Lucas Galvagni. **Project Ártemis: criação de abertura animada como apresentação de uma série.** Tese (Graduação) – Faculdade de Animação, Universidade Federal de Santa Catarina. Santa Catarina, 2022.

CANTORE, Jacqueline; PAIVA, Marcelo Rubens. **Séries: de onde vieram e como são feitas.** São Paulo: Ed. Objetiva, 2021.

CHANS, C. González,; POLLÁN, M. Membiela,; CUNS, M. Cortés. **Relationship marketing and brand community: the case of Netflix.** Revista de Marketing Aplicado, vol 24, núm. 2, 251-274.

EISENSTEIN, Sergei. **A Forma do Filme.** Rio de Janeiro: Ed. Jorge Zahar, 2002.

FLORENCIO, Laís Alves. **Séries de ficção científica populares: uma análise semiótica de aberturas.** 2019. Trabalho de Conclusão de Curso (Design) - Universidade Federal de Pernambuco, Caruaru, 2019.

FLUSSER, Vilém. **O Mundo Codificado: por uma filosofia do Design e da Comunicação.** São Paulo: Ed. CosacNaify, 2007.

HIDALGO-MARÍ, T.; SEGARRA-SAAVEDRA, J.; PALOMARES-SÁNCHEZ, P. **Radiografía de los contenidos originales de ficción seriada de Netflix.** Formas, estilos y tendencias en el nuevo escenario in streaming. Communication & Society, 34(3), 1-13, 2021.

HUDELET, Ariane. **Dealing with Long Duration: TV Series, Aesthetics and CloseAnalysis.** InMedia, 2020. Disponível em: <https://doi.org/10.4000/inmedia.1931>. Acesso em: 10 out. 2022

JULLIER, Laurent; MARIE, Michel. **Lendo as imagens do cinema.** São Paulo: Ed. Senac, 2012.

KILPP, Suzana. **Audiodisualidades do voyeurismo televisivo: apontamentos sobre a televisão.** Porto Alegre: Ed. Zouk, 2008.

MAGRO VELA, Silvia. **De los títulos de crédito en cine a los opening en series de ficción televisiva: Una Evolución Histórica Desde La Perspectiva DeLas Series Americanas.** 2022. Disponível em: <https://revistes.uab.cat/grafica/article/view/v11-n21-magro>. Acesso em: 12 nov. 2022

MEIMARIDIS, M.; MAZUR, D.; RIOS, D. **The streaming wars in the global periphery: a glimpse from Brazil.** Series - International Journal of TV Serial Narratives, [S. l.], v. 6, n. 1, p. 65–76, 2020. Disponível em: <https://series.unibo.it/article/view/10457>. Acesso em: 12 nov. 2022

MUNGIOLI, Maria Cristina Palma. **Poética das Séries de Televisão: elementos para conceituação e análise.** Perspectivas do audiovisual contemporâneo, p. 112-124, Ed. UFJF, 2019.

SANTOS, Alusk Maciel; SANTANA, Gilmar. The Handmaid's Tale e o fenômeno cultural das séries televisivas: significações morais entre a distopia e a realidade. **Revista Fronteiras**, Vol. 24 N° 2, p 137-148, 2022.