



UNIVERSIDADE FEDERAL DE ALAGOAS
INSTITUTO DE CIÊNCIAS HUMANAS, COMUNICAÇÃO E ARTES – ICHCA
GRADUAÇÃO EM JORNALISMO

MAYKON MATEUS LOPES DA SILVA

**A INFLUÊNCIA DAS PLATAFORMAS DE
STREAMING NA TELEDRAMATURGIA BRASILEIRA**

MACEIÓ - AL
2025

MAYKON MATEUS LOPES DA SILVA

**A INFLUÊNCIA DAS PLATAFORMAS DE
STREAMING NA TELEDRAMATURGIA BRASILEIRA**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao colegiado do curso de graduação em Jornalismo da Universidade Federal de Alagoas, como parte dos requisitos para obtenção do título de Bacharel em Jornalismo.

Orientadora: Dr^a Raquel do Monte

MACEIÓ - AL
2025

MAYKON MATEUS LOPES DA SILVA

**A INFLUÊNCIA DAS PLATAFORMAS DE
STREAMING NA TELEDRAMATURGIA BRASILEIRA**

Trabalho de Conclusão de Curso submetido à
banca examinadora do curso de Jornalismo da
Universidade Federal de Alagoas e aprovado
em 30 de maio de 2025.

Prof^a Dr^a Raquel do Monte, UFAL

(Orientadora)

Banca examinadora:

Prof^o Dr Ronaldo Bispo dos Santos, UFAL

(1^o Examinador)

Prof^o Dr Luiz Marcelo Robalinho Ferraz, UFAL

(2^o Examinador)

**Catálogo na fonte Universidade
Federal de Alagoas Biblioteca
Central
Divisão de Tratamento Técnico**

Bibliotecária: Helena Cristina Pimentel do Vale – CRB4 - 661

S586i Silva, Maykon Mateus Lopes da.
A influência das plataformas de streaming na teledramaturgia brasileira / Maykon
Mateus Lopes da Silva. – 2025.
66 f. : il. color.

Orientadora: Raquel do Monte.
Monografia (Trabalho de Conclusão de Curso em Jornalismo) – Universidade
Federal de Alagoas, Instituto de Ciências Humanas, Comunicação e Artes. Maceió,
2025.

Bibliografia. f. 65-66.

1. Teledramaturgia. 2. Streamings. 3. Convergência midiática |4. Transmídia.
5. Telenovela brasileira. I. Título.

CDU: 075.2

AGRADECIMENTOS

A trajetória de um estudante de graduação não é simples. Conciliar o crescimento pessoal, o primeiro emprego, o início da vida adulta e profissional é um grande desafio. Essa complexidade se intensifica à medida que o término do curso se aproxima, momento em que as responsabilidades parecem se multiplicar. A escrita desta monografia também se mostrou uma tarefa árdua. No entanto, ela se tornou possível graças à minha rede de apoio, que esteve ao meu lado ao longo de toda essa jornada.

Agradeço, em primeiro lugar, à minha mãe. Sou imensamente grato por ter me dado a vida, mãe. Sou grato por ver tanto de você refletido em mim e, sobretudo, por ter acreditado no meu potencial quando afirmei que, por meio dos estudos, eu venceria na vida.

A professora Raquel do Monte, obrigado por ter me orientado e me conduzido durante o processo de escrita desta monografia.

Expresso também minha sincera gratidão aos colegas de turma, em especial aos membros do grupo “Barbies e Ken Gostosos”: Késya Holanda, Duda Lima, Carol Nascimento, Larissa Santos e Lys Lessa. Vocês tornaram essa caminhada mais leve, e levarei comigo, com carinho, todas as memórias que construímos juntos.

Agradeço ainda ao Marcos de Jesus, ou melhor, ao Marquinhos. Foi por meio da sua confiança e incentivo que passei a reconhecer meus próprios esforços e talentos. Serei eternamente grato pela oportunidade de gerir as mídias sociais da personagem Zezilda, projeto que tanto me enriqueceu enquanto profissional ainda em formação.

E, por fim, rendo um agradecimento especial àquele que é o alicerce da minha existência: meu Senhor Jesus. Sem a Tua presença constante, certamente não teria conseguido chegar até aqui. Obrigado, Senhor, por tudo.

“L'essentiel est invisible pour les yeux.”
(Le Petit Prince)

RESUMO

O presente trabalho analisa as transformações na teledramaturgia brasileira provocadas pela ascensão das plataformas de streaming, com foco na atuação da TV Globo. A pesquisa parte do conceito de cultura da convergência, de Henry Jenkins, para compreender como as mídias tradicionais e digitais se entrelaçam na produção e consumo de novelas. A partir de uma abordagem bibliográfica e análise de conteúdo, são investigadas as mudanças na narrativa, formato e distribuição das novelas, especialmente após a criação do Globoplay. O estudo aborda o impacto cultural, econômico e social das telenovelas e destaca como a transição para o streaming reformula hábitos de audiência, formatos narrativos e estratégias de mercado. A pesquisa conclui que, mesmo diante de novas plataformas, a telenovela continua sendo um dos pilares da identidade midiática brasileira.

Palavras-chave: Teledramaturgia, streamings, convergência midiática, transmídia, telenovela brasileira.

ABSTRACT

This study analyzes the transformations in Brazilian television drama caused by the rise of streaming platforms, with a focus on TV Globo's response. Based on Henry Jenkins' concept of convergence culture, it explores how traditional and digital media merge in the production and consumption of soap operas. Through bibliographic research and content analysis, the work examines changes in narrative, format, and distribution, especially after the launch of Globoplay. It also addresses the cultural, economic, and social impact of telenovelas and how their adaptation to streaming reflects new consumer behaviors and market strategies. The study concludes that, despite technological shifts, telenovelas remain a central element of Brazil's media identity.

Keywords: Television drama, streaming platforms, media convergence, transmedia, Brazilian soap opera.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Carolina Dieckmann em clássica cena raspando a cabeça ao som de “Love By Grace”.....	03
Figura 2 - Os personagens Viúva Porcina (Regina Duarte) e Senhorzinho Malta (Lima Duarte).....	18
Figura 3 - Cena em que a personagem Fernanda (Vannessa Gerbelli) morre, vítima de bala perdida.....	23
Figura 4 - Cena em que Nina (Débora Falabella) se vinga de Carminha (Adriana Esteves).....	24
Figura 5 - O casal Teresa (Fernanda Montenegro) e Estela (Nathalia Thimberg) se beijando.....	30
Figura 6 - O trio de protagonistas, Bibi Perigosa (Juliana Paes), Jeiza (Paolla Oliveira) e Ritinha (Isis Valverde).....	33
Figura 7 - Cena da icônica volta de Clara Tavares (Bianca Bin) à cidade de Palmas - TO.....	35
Figura 8 - Juliana Paes como Maria da Paz em “A Dona do Pedaço”.....	37
Figura 9 - Print da rede social X, onde um internauta elogiou a personagem Vivi Guedes de “A Dona do Pedaço”.....	39
Figura 10 - A polêmica logo minimalista da novela “Amor de Mãe”.....	40
Figura 11 - As mães centrais Vitória (Taís Araújo), Lourdes (Regina Casé) e Thelma (Adriana Esteves).....	41
Figura 12 - Juma Marruá (Alannis Guillen), a mulher que vira onça.....	42
Figura 13 - Tabela com audiência das novelas das 21h de 2012 a 2022.....	43
Figura 14 - Gráfico detalhado da audiência das novelas das 21h de 2012 a 2022.....	44
Figura 15 - Elenco principal de “Stranger Things”.....	46
Figura 16 - Logotipo da série.....	48
Figura 17 - Nova interface do Disney+, após fusão com a Star+.....	52
Figura 18 - Angel (Camila Queiroz) mata o padrasto e amante Alex (Rodrigo Lombardi).....	54
Figura 19 - Pôster de divulgação da telenovela.....	55
Figura 20 - Lançamento do projeto Resgate e Originalidade.....	57
Figura 21 - Zoé (Regina Casé) acolhe a filha cega Maíra (Sophie Charlotte).....	60

SUMÁRIO

1.0 INTRODUÇÃO.....	02
1.1 Considerações Iniciais.....	02
1.2 Metodologia.....	07
2.0 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA.....	09
2.1 A cultura da convergência por Henry Jenkins.....	09
2.2 O conceito de transmídia e a narrativa de multiplataformas.....	11
2.3 A Web 2.0 e as plataformas de streamings	13
2.4 Os primeiros passos para a mudança: O surgimento da Netflix no Brasil.....	14
2.5 O Brasil entra na era dos streamings.....	15
3.0 O MONOPÓLIO DA TV GLOBO NAS NOVELAS.....	16
3.1 A origem das novelas.....	16
3.2 A consolidação do gênero.....	17
3.3 O impacto cultural das novelas.....	20
3.4 O poder econômico de uma novela.....	24
3.5 O fenômeno de popularidade de Avenida Brasil.....	25
3.6 Crise no Horário Nobre: Os Fracassos de Em Família à A Lei do Amor.....	28
3.7 Uma dobradinha de sucesso: A Força do Querer e O Outro Lado do Paraíso.....	33
3.8 A Dona do Pedaço com os Bolos da Paz.....	37
3.9 - Amor de Mãe, Pandemia e Pantanal.....	40
4.0 - A ERA DOS STREAMINGS.....	45
4.1 - Séries Originais Netflix.....	45
4.2 - O Futuro é Black Mirror.....	48
4.3 - Os novos preços	50
4.4 - Ampliando os horizontes: Surgem novos Streamings.....	52
5.0 - AS NOVELAS SE UNEM AO FORMATO DO STREAMING.....	54
5.1 – Verdades Secretas II: A Primeira Novela da História do Streaming.....	54
5.2 – As novelas em um novo lar: Da TV para o Streaming.....	57
5.4 – Todas as Flores: A Consolidação da Teledramaturgia nas Plataformas de Streamings.....	59
6 - CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	62
7 - REFERÊNCIAS.....	65

1. INTRODUÇÃO

1.1 Considerações Iniciais

Quando Assis Chateaubriand trouxe a televisão para o Brasil, na década de 1950, disse, em suas palavras, que é “[...] a máquina mais subversiva para influenciar a opinião pública - uma máquina que dá voo para a fantasia mais caprichosa e reúne os grupos mais abrangentes da humanidade” (Barbosa, 2010). Em duas décadas, a TV tornou-se o principal meio de comunicação no país. A TV Tupi, chefiada por Chateaubriand (mais conhecido como Chatô), foi a primeira emissora a ser transmitida nacionalmente e, também, a primeira a exibir uma telenovela, não só no Brasil, mas no mundo inteiro. Sua *Vida Me Pertence*¹ foi a primeira telenovela da história e teve sua exibição entre 21 de dezembro de 1951 a 15 de fevereiro de 1952. A partir daí, começa um grande padrão de consumo na televisão brasileira: as telenovelas.

As radionovelas, que já eram produzidas nas rádios desde 1940, foram um sucesso. Os ouvintes costumavam sintonizar no canal para escutar as histórias, que eram exibidas três vezes na semana, tamanho o sucesso que fazia. Mas, com o surgimento da TV e a chegada do audiovisual, as novelas conseguiram conquistar o espaço no lar dos brasileiros, tornando-se um fenômeno de audiência e de repercussão. Com o sucesso de “*Sua Vida Me Pertence*”, outras emissoras que eram concorrentes da TV Tupi, como a Rede Globo e a TV Record, começaram a investir no gênero. Em 26 de abril de 1965, a Rede Globo estreia sua primeira telenovela, “*Ilusões Perdidas*”, exibida às 19h30 e, a partir daí, começa a liderar o mercado de produções do gênero.

A Globo foi a primeira emissora a dedicar três faixas em sua grade, nos horários das 6, 7 e 8 (atualmente chamado de 9). Ao longo de seis décadas, a emissora produziu grandes

¹ “*Sua vida me pertence*”, de Walter Foster, estreou em 1951, na TV Tupi de São Paulo, como primeira telenovela em emissora televisiva brasileira. Herdeira da tradição estabelecida pelas radionovelas, as primeiras transmissões televisivas do gênero eram realizadas duas vezes por semana, priorizavam o melodrama (suplantado pela adaptação de textos literários estrangeiros e de roteiros de filmes entre 1954 e 1959) e estabeleciam a prevalência do texto à imagem, configurando-se como “uma espécie de rádio com imagens”.

clássicos que conquistaram o público e a crítica, como “Roque Santeiro”, “Tieta”, “A Gata Comeu” e “A Viagem”. O sucesso absoluto dessas tramas fizeram com que a Globo atingisse níveis gigantescos de audiência, consolidando a emissora como líder no mercado nacional, além de principal produtora do gênero no mundo inteiro.

As novelas tornaram-se o principal produto midiático da televisão brasileira, deixando sua marca registrada na cultura do país, sendo influência para a moda, paradas musicais e assuntos poucos debatidos perante a sociedade. São vários os momentos em que a população sofreu influência direta do gênero. Em 2001, por exemplo, as pulseiras de ouro viraram febre entre as mulheres, graças à personagem Jade (Giovanna Antonelli) da novela “O Clone”. No âmbito musical, a melódica “Love By Grace”, da cantora belga Lara Fabian, tornou-se um verdadeiro sucesso em solo brasileiro. A música era tema da personagem Camila (Carolina Dieckmann), que enfrentava uma leucemia na novela “Laços de Família”. A emblemática cena em que a personagem raspa a cabeça comoveu o país e a música ficou em primeiro lugar durante oito semanas nas rádios.

Figura 1 - Carolina Dieckmann em clássica cena raspando a cabeça ao som de “Love By Grace”



Fonte: TV Globo/Divulgação

Além de influenciar o cotidiano das pessoas, a novela também chegou a modificar a lei brasileira. Graças à novela “Mulheres Apaixonadas” - onde a personagem Dóris (Regiane Alves) maltratava os avós -, a Justiça Brasileira criou a Lei do Estatuto do Idoso (hoje chamado de Estatuto da Pessoa Idosa), que assegura os direitos para pessoa com idade igual ou superior a 60 anos. É notório a relevância sociocultural que a teledramaturgia possui na sociedade brasileira, onde um simples ato de ligar a TV para assistir a um capítulo de novela era capaz de gerar comoção nacional, ampliando os debates sobre temas pouco discutidos entre a população. No entanto, com o advento da internet e, principalmente, com o surgimento da web 2.0, muitas mudanças ocorreram na forma de consumir produtos midiáticos, inclusive as novelas.

O surgimento das plataformas de streaming - como a Netflix - modificou a forma de consumir filmes e séries. Com um serviço de assinatura mensal, a plataforma dispõe de um catálogo em que o cliente pode assistir o que quiser, na hora que quiser e onde quiser, sem depender de uma televisão e de um horário fixo. Tal mudança impactou diretamente as novelas e a televisão aberta, provocando uma evasão do telespectador que tradicionalmente assistia às obras naquele horário. Por conta disso, a TV Globo atualmente enfrenta uma crise de audiência e tenta, sempre que possível, reverter a situação e manter-se líder isolada e referência na produção de novelas.

Como exemplifica Ballerini e Künsch (2022, p. 11), “ A novela A Escrava Isaura, por exemplo, foi vista por 450 milhões de chineses. O maior mercado de rua que Luanda (Angola) já teve se chamava Roque Santeiro, por conta do sucesso da novela brasileira de mesmo nome no país. Paladar, o restaurante que Raquel (Regina Duarte) tinha na novela Vale Tudo, virou também o nome dos pequenos restaurantes privados autorizados a funcionar após a abertura econômica de Cuba, nos anos 1990. Há relatos jornalísticos de que a primeira versão da novela Sinhá Moça (1986) interrompeu os conflitos bélicos na Bósnia, Croácia e Nicarágua. No entanto, esse produto cultural visto por milhões está enfrentando uma crise de audiência e levando a TV Globo a alterar fundamentalmente seu modo de distribuição e exibição. Segundo a especialista em TV, Cristina Padiglione (2019), mesmo com sucessos recentes como a telenovela A Dona do Pedaço, a TV Globo caiu de 16,8% para 15,7% em sua média de audiência entre 07h e 0h e de 36,7% para 34,6% da fatia de televisões ligadas no canal”

A partir do momento em que a Netflix se concretiza como uma gigante dos streamings no Brasil, a TV Globo cria a própria plataforma, o Globoplay. Com as mudanças cada vez mais iminentes, a emissora começa a disponibilizar em seu catálogo todas as novelas já produzidas, quebrando um padrão de exclusividade para a TV, marcando a primeira mudança ocasionada em razão da ascensão do streaming. A mudança culmina quando o Globoplay começa a investir em novelas originais, saindo da tradicional estreia da TV e indo direto para a plataforma. A primeira novela original produzida pelo streaming foi “*Verdades Secretas II*” (uma continuação direta da trama de sucesso, exibida às 23h em 2015), que estreou com números expressivos na plataforma, sendo um sucesso também nas mídias digitais, como Instagram e X (antigo Twitter), além de tornar a TV Globo a pioneira no mercado.

A base deste estudo é o livro *Cultura da Convergência* (2009) de Henry Jenkins, onde será explorado o conceito de cultura da convergência, *transmídia*² e *crossmídia*. Além disso, será abordado o conceito de web 2.0 e o surgimento dos streamings até sua popularização. O ponto principal desta análise é o horário nobre da TV Globo, popularmente conhecido como horário das 9. Será feito um estudo dos últimos dez anos do horário até a produção da última novela original Globoplay, lançada em 19 de outubro de 2022, que compreende um espaço de Avenida Brasil à Todas as Flores. Analisar as telenovelas brasileiras e as mudanças que o gênero sofreu conforme o passar do tempo é fazer uma vistoria da própria história, haja vista que desde seu surgimento, as tramas se fazem presente na cultura e no imaginário do povo brasileiro. Esta análise, que dá enfoque na cultura da convergência, reflete o comportamento e as mudanças de consumo que o público teve ao longo dos anos.

Atualmente, a TV Globo dedica cinco faixas à exibição das novelas: *Edição Especial*, *Vale a Pena Ver de Novo*, *Novela das 6*, *Novela das 7* e *Novela das 9*. Essa produção em massa se dá pelo alto retorno financeiro que as obras dão para o canal. Mesmo com as mudanças impostas pela chegada das plataformas de streaming, as novelas continuam sendo o principal consumo diário do público brasileiro, independentemente se é na TV aberta ou em alguma plataforma de streaming. Até recentemente, era inimaginável pensar que seria

² É uma narrativa em que o conteúdo de uma história se expande por mais de uma plataforma de maneira complementar. Ou seja, cada nova mídia oferece conteúdo adicional, que revela mais sobre a história.

possível acompanhar uma produção por celular, tablet ou computador, sem precisar de uma hora marcada para assistir diariamente na televisão.

Essa mudança é significativa, pois graças a revolução da web 2.0 e o surgimento das plataformas de streaming, é possível acompanhar uma produção que não seja na TV. Portanto, fazer uma análise sobre a mudança comportamental de consumo do telespectador, atrelado às mudanças significativas que um gênero tão consolidado - como as novelas - sofreu, é importante para compreender como o crossmedia e a cultura da convergência, defendida por Jenkins, pode ser compreendida nos dias atuais.

1.2 Metodologia

A metodologia para a construção deste Trabalho de Conclusão de Concurso foi construída a partir de três pilares: pesquisa bibliográfica, pesquisa descritiva e análise de conteúdo. Isso permitiu um maior aprofundamento no tema em questão, possibilitando averiguar várias nuances que poderiam ser abordadas ao decorrer da discussão. “A metodologia deve ajudar a explicar não apenas os produtos da investigação científica, mas principalmente seu próprio processo, pois suas exigências não são de submissão estrita a procedimentos rígidos, mas antes da fecundidade na produção dos resultados.(BRUYNE, 1991 p. 29)”

O principal objetivo de uma pesquisa descritiva é a capacidade de compreender e descrever, de forma aprofundada, as características e propriedades de um determinado objeto de estudo. Através disso, é possível coletar informações eficientes, que enriqueçam a discussão e apresente um ponto de vista eficiente acerca do tema que está sendo estudado. Vale ressaltar que o intuito da pesquisa descritiva não é ressaltar que as coisas são de determinado modo por que são; mas, sim, descrever o fenômeno que está acontecendo em questão.

As fontes para realizar esta pesquisa incluem diversos acervos da TV Globo, a principal emissora em produzir novelas, bem como suas obras de maiores sucessos. As novelas que compreendem o espaço de dez anos, no horário nobre, de Avenida Brasil à Todas as Flores, foram as principais obras utilizadas para esta análise, a fim de mostrar as mudanças ocorridas na teledramaturgia brasileira ao longo dos anos, com o advento das plataformas de streamings.

Além disso, a análise de dados foi construída a partir de uma análise de conteúdo, onde foi possível identificar elementos de alterações nas obras folhetinescas com base em um padrão norte-americano, popularizado através de séries que são populares nos streamings. “A descodificação de um documento pode utilizar-se de diferentes procedimentos para alcançar o

significado profundo das comunicações nele cifradas. A escolha do procedimento mais adequado depende do material a ser analisado, dos objetivos da pesquisa e da posição ideológica e social do analisador (Chizzotti, 2006, p. 98)''.

A cultura da convergência, abordada por Jenkins (2009), foi o ponto principal para realizar esta pesquisa, que retrata o conceito de multiplataforma e crossmedia, analisando e identificando as construções de uma plataforma de streamings e as mudanças que seus padrões estabeleceram em produtos já consolidados entre o público, como as novelas.

2. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

2.1 A Cultura da Convergência por Henry Jenkins

A novela é um gênero presente na sociedade brasileira há mais de oito décadas, estreando na rádio no formato de radionovela. A primeira obra registrada foi “Em Busca da Felicidade”, uma história cubana adaptada pelo autor Gilberto Martins. Durante os anos de 1940 a 1950, as radionovelas tinham um enorme apelo popular, levando os ouvintes a sintonizarem na rádio diariamente para ouvir os capítulos.

No entanto, com o surgimento da TV, o gênero começou a passar por reformulações e foi oficialmente migrado para a televisão. De lá para cá, passaram mais de 70 anos e durante todo esse período, a TV Globo consolidou-se como a maior produtora de telenovelas no Brasil e no mundo. São inúmeros sucessos, em diferentes décadas: “Roque Santeiro”, “Vale Tudo”, “O Rei do Gado”, “O Clone”, “Alma Gêmea”, “Senhora do Destino”, “Avenida Brasil” entre tantas outras.

Além da migração da rádio para a TV, há, também, uma nova migração dos formatos folhetinescos, a da plataforma de *streaming*. Com o advento da web 2.0, muitas foram as mudanças causadas nos meios de comunicação, e o surgimento das plataformas de streamings foi uma delas. Anos atrás era inimaginável pensar que seria possível assistir a uma novela na tela de um celular, tablet ou computador. Essa sobreposição de mídias põe em prática a cultura da convergência, que segundo Henry Jenkins é “onde as mídias tradicionais e as mídias modernas colidem, onde veículos corporativa e mídia alternativa se cruzam, onde o poder do produtor de mídia e o poder do consumidor interagem de maneiras imprevisíveis (JENKINS, 2006, p. 29)”.

Quando Jenkins fala de convergência, ele reforça que esse fenômeno não é oriundo apenas de um processo tecnológico, mas que engloba as diversas transformações sociais e culturais que a sociedade passa ao decorrer do tempo, em que os indivíduos buscam novas experiências em prol do próprio entretenimento.

A convergência da mídia é mais do que apenas uma mudança tecnológica. A convergência altera a relação entre tecnologias existentes, indústrias, mercados, gêneros e públicos. A Convergência altera a lógica pela qual a indústria midiática opera e pela qual os consumidores processam a notícia e o entretenimento. Lembrem-se disto: a convergência refere-se a um processo, não a um ponto final. (JENKINS, 2009, p. 43).

O termo “convergência”, neste caso, divide-se em três conceitos: convergência dos meios de comunicação, cultura participativa e a inteligência coletiva. A relação tênue entre o produtor de conteúdo e o consumidor é o que define a convergência dos meios de comunicação, onde é moldada através de cada interação. Dessa forma, é fato dizer que a convergência baseia-se num processo que se adapta a cada novidade que o mercado tecnológico lança, ou a cada maneira de consumo de um determinado conteúdo.

Já a cultura participativa quebra a separação que antes existia entre consumidor e produtor de mídia, os quais passam a possuir uma interação. O produtor ainda mantém o papel de protagonismo sobre o consumidor, mas neste caso o próprio consumidor passa a desempenhar um papel fundamental no desenvolvimento do produto.

E a inteligência coletiva é o âmbito em que chama o consumidor para uma ação, participando efetivamente na construção de novos conteúdos. No entanto, a convergência é um meio termo entre as tecnologias analógicas e digitais, sendo um modo em que ambas interagem de forma mais complexa entre si. Através desse cruzamento, é possível proporcionar mudanças interessantes e refletir na forma que consumimos determinados produtos midiáticos:

As mídias tradicionais e as mídias modernas colidem, onde mídia corporativa e mídia alternativa se cruzam, onde o poder do produtor de mídia e o poder do consumidor interagem de maneiras imprevisíveis (JENKINS, 2006, p. 29).

2.2 O conceito de transmídia e a narrativa de multiplataformas

Vivemos em um mundo moderno e tecnológico, onde as notícias acontecem de forma rápida e desenfreada. O consumo de filmes, séries e novelas seguem esse mesmo viés, de rapidez e instantaneidade. Transmídia nada mais é que um reflexo do que vivemos nos dias atuais, onde possibilita contar uma história em multiplataformas, a fim de unificar experiências que envolvam o público.

A narrativa transmidiática refere-se a uma nova estética que surgiu em resposta à convergência das mídias - uma estética que faz novas exigências aos consumidores e depende da participação ativa de comunidades de conhecimento. A narrativa transmidiática é a arte da criação de um universo (JENKINS, 2008 [2006], p. 47).

O conteúdo multiplataforma vem cada vez mais ganhando espaço no mercado, atraindo milhares de fãs e consumidores. Grandes estúdios do cinema Hollywoodiano como Disney, Universal e Paramount, adaptaram-se a essa narrativa e criaram sua própria plataforma de streaming. No Brasil, a TV Globo foi a pioneira ao lançar seu próprio serviço, o Globoplay em novembro de 2015. Com a expertise em produzir telenovelas, a emissora viu a oportunidade de centralizar seu portfólio de conteúdos em uma única plataforma, onde ofereceu a opção do telespectador de maratonar e consumir aquelas tramas da maneira como quisesse, na hora que quisesse. Essa é a grande façanha da transmidialidade, poder dar ao público diversas opções de consumir um mesmo produto.

O conceito de narrativa multimídia se dá a partir da produção e distribuição de conteúdos em diferentes formatos como cinema, TV, rádio, internet e streaming. Nos dias atuais, é cada vez mais comum observar que grandes empresas expandem seu produto para diferentes públicos e meios de consumo. Pode-se observar, por exemplo, a revista em quadrinhos da Turma da Mônica que consolidou-se nas HQs mas hoje em dia possui séries, filmes e animações. Ou seja, um mesmo universo compartilhado em diferentes formatos. Essa possibilidade de misturar elementos do audiovisual com os elementos hipertextuais pode-se apoiar num conceito defendido por Leone e Mourão (1987), quando dizem que:

“Se no decorrer do tempo o cinema consolidou suas originais possibilidades narrativas, a televisão, o vídeo e a multimídia absorveram esses conhecimentos e deles se valem para criar novas possibilidades e metodologias na construção dos

discursos audiovisuais e dos discursos em hipertexto. Todas as mídias, debaixo do manto da edição, acabam se encontrando nas estruturas de dramatização, pois o trabalho de articulação produz o discurso com seus tempos e seus espaços” (LEONE & MOURÃO, 1987, p. 15).

As novelas também não ficam atrás quando o assunto é a narrativa multimídia. A TV Globo, como já dito, criou o próprio streaming a fim de juntar todas as suas obras em um só lugar. Além da TV aberta e o Globoplay, a empresa também atua no Youtube, onde coloca resumos de novelas, cenas dos próximos capítulos, aberturas e chamadas de elenco. Dessa maneira, a emissora encontra mais uma forma de ampliar o seu produto, seja para ser consumido ou divulgado, ampliando o público-alvo.

2.3. A web 2.0 e as plataformas de streamings

O surgimento da Web 2.0 causou uma grande reviravolta nos meios digitais e na forma como a humanidade passou a se comunicar. Considerada a segunda geração da internet, ela deu um grande salto em termos tecnológicos, possibilitando a criação de sites e redes sociais nesse período, além, claro, do surgimento do maior buscador online do mundo, o Google. A partir desse ponto, a comunicação permite que usuários emitam opiniões, relatem os dias, interajam entre si, fazendo que a navegação na internet fique mais fluida e dinâmica. O termo “web 2.0” é criado e defendido por Tim O’Reilly, que em suas palavras diz:

“A mudança para uma internet como plataforma, e um entendimento das regras para obter sucesso nesta nova plataforma. Entre outras, a regra mais importante é desenvolver aplicativos que aproveitem os efeitos de rede para se tornarem melhores quanto mais são usados pelas pessoas, aproveitando a inteligência coletiva” (O’Reilly, 2005)

Graças às revoluções tecnológicas alçadas com a chegada da Web 2.0, hoje o mundo possui uma internet mais dinâmica, ágil e consistente, em que usuários podem criar e produzir os próprios conteúdos, além de interagirem entre si. Mas não somente isso, é possível, também, que empresas, produtoras etc, divulguem e amplie os seus serviços através da internet, devido ao alto alcance e engajamento em potencial. Essas mudanças proporcionaram um ponto de virada no meio digital. Mesmo que não façam parte de um mesmo conceito, a Web 2.0 e as plataformas de streaming estão interligadas entre si em alguns aspectos.

Com as mudanças tecnológicas causadas pela chegada da Web 2.0, muitas foram as novidades que chegaram ao meio digital e, uma delas, foi a possibilidade de assinar e assistir filmes por meio de assinatura digital. No final da década de 1990, o lançamento do DVD causou um grande impacto revolucionário no mercado e na indústria, porque naquele momento era possível assistir a um filme quantas vezes quisesse, através de um DVD. Algo que, para a época, só era possível através do cinema ou da televisão.

Pensando dessa forma, é possível observar o grande impacto que a Web 2.0 causou na indústria cultural e na forma como consumimos os produtos midiáticos nos dias de hoje. Como dito anteriormente, gigantes de Hollywood como Disney, Universal e Paramount

adaptaram-se a essa revolução digital e criaram a própria plataforma, onde reúne obras já lançadas junto a produções originais, criadas especialmente para o streaming. Alguns dos streaming disponíveis e mais conhecidos mundialmente são: Disney+, Max, Paramount+, Prime Video e Netflix.

2.4. Os primeiros passos para a mudança: o surgimento da Netflix no Brasil

A Netflix - criada por Reed Hastings e Marc Randolph - é considerada a pioneira no mundo, quando se trata de serviços por assinatura. Inaugurada em 1997, a princípio a empresa funcionava como uma locadora por demanda, de DVDs, onde o cliente escolhia o que locar, através de um site, e recebia o produto em casa, juntamente com a taxa de entrega e data de devolução. Dez anos depois, a Netflix estreou seu serviço de streaming, onde cada assinante teria 1 hora de conteúdo por dólar gasto na plataforma, o plano mais caro de \$16.99 dólares dava direito a 17 horas de filmes em um período de 30 dias. As políticas de streaming foram melhorando e abolindo esse limite de horas por dólar com o surgimento da concorrência, que de início vieram a ser a venda de vídeos pela Apple e a plataforma Hulu.

Se tratando do Brasil, a Netflix chegou em solos brasileiros em setembro de 2011 e, inicialmente, custava R\$15,00 no valor de sua assinatura mensal. O presidente, Reed Hastings, marcou presença no evento de lançamento em São Paulo e afirmou que o Brasil foi um dos países escolhidos por ter uma economia em ascensão. De início, a plataforma disponibilizava conteúdos de sucesso de outros canais, como as séries *Grey's Anatomy*, *Mad Men*, *The Walking Dead*, até que começou a produzir os próprios conteúdos e explodiu no mundo inteiro com a série *House of Cards*³.

Rapidamente a Netflix tornou-se um fenômeno e as pessoas passaram a consumir ainda mais a plataforma. A grande novidade, até então, era a possibilidade de poder ver e rever sua série e filmes favoritos, sem a necessidade de ter um horário marcado em frente a televisão. Além de revolucionar o mercado com inovação, a Netflix também foi a responsável pela falência das locadoras sobre demandas, que ocorreu em 2013. A opção de dar ao usuário o poder de assistir a algo quando quiser, na hora que quiser, revolucionou o mercado e retrata

³ Foi a primeira série original da Netflix, que ganhou diversos prêmios importantes como Emmy e Globo de Ouro. O CEO da empresa, Reed Hastings, ressaltou a importância de produzir e investir em conteúdos originais dentro da plataforma: "Sem isso [programação original], você está meramente licenciando obras velhas dos outros, sendo tudo muito substituível. Quando você finalmente é grande o suficiente para dar se dar ao luxo de produzir séries como *Orange Is The New Black*, série que todo mundo quer ver, você tem algo que as pessoas conversam sobre e que identificam com a Netflix" (Citado em XUE, 2014, p. 13, nossa tradução)

bem as mudanças tecnológicas que a humanidade sofreu nas duas últimas décadas. Essas mudanças são refletidas, também, na TV aberta, quando se observa o atual cenário e a forma como as emissoras têm agido diante dessa nova realidade.

2.5. O Brasil entra na era dos streamings

Com o público brasileiro cada vez mais imerso nos conteúdos produzidos pela Netflix, a TV Globo se viu diante de uma necessidade de produzir a própria plataforma, tanto para bater de frente com a concorrente, como uma medida alternativa para conter as constantes quedas de audiência que suas novelas vinham sofrendo ao longo dos anos. Foi dessa maneira que em novembro de 2015 a emissora lançou o Globoplay, a plataforma de streaming que reúne jornais, séries, novelas, programas de auditórios e realitys shows da emissora.

Atualmente, a plataforma está em 5º lugar nos streamings com mais assinantes no país, atrás da Netflix, Prime Video, Disney+ e Max. Entretanto, mesmo não chegando ao primeiro lugar, como é de costume pela TV Globo, a emissora tem investido pesado no streaming, a fim de atrair ainda mais assinantes e o público jovem. Foram desenvolvidos programas originais, documentários e telenovelas. Além, claro, de possuir a opção de sinal aberto da TV Globo. Ou seja, não é mais preciso possuir uma antena digital, basta ter uma conta Globoplay que é possível assistir ao canal gratuitamente.

O grande diferencial do Globoplay em relação aos demais streamings é possuir em seu catálogo as novelas mais emblemáticas da TV Globo, que marcaram gerações e conquistaram o coração do telespectador. Além de obras já exibidas, a emissora disponibiliza todos os dias os capítulos de suas obras atuais. Dessa forma, o telespectador tem a opção de poder maratona, sem ter que esperar o capítulo no dia. Essa foi mais uma mudança que o streaming implementou, já que tradicionalmente só se via os capítulos de novelas uma vez por dia. Foi pensando nessa estratégia que a emissora saiu na frente e produziu a primeira telenovela para um streaming, Verdades Secretas II, de autoria de Walcyr Carrasco. A trama ágil, com poucos capítulos, foi um sucesso de audiência. Diferente da TV aberta em que uma novela possui em média 160 capítulos, no Globoplay a trama teve apenas 50. Isso é um reflexo da forma como as pessoas passaram a consumir os produtos dentro da plataforma de streaming, causando essa mudança no padrão das novelas brasileiras.

Tamanho o sucesso de *Verdades Secretas II*, a Globo decidiu lançar mais uma novela diretamente no streaming, “*Todas as Flores*”, que também foi um sucesso de público, crítica e audiência, sendo comentada nas principais redes sociais como X (antigo Twitter), TikTok e Instagram.

3. O MONOPÓLIO DA TV GLOBO NAS NOVELAS

3.1. A origem das novelas

Antes de ganhar o lar dos brasileiros, as novelas fizeram morada em outro meio: nas rádios. A primeira radionovela brasileira foi “*Em Busca da Felicidade*”, transmitida no dia 5 de junho de 1941, pela Rádio Nacional do Rio de Janeiro. Entretanto, antes de se consolidar como um novo gênero, as rádios já exibiam, geralmente aos sábados, um programa chamado “*Teatro em Casa*”, que tinha uma proposta semelhantes as radionovelas, exceto pela duração e continuidade da história, que poderia levar três meses a dois anos no ar, como foi o caso de “*Em Busca da Felicidade*” que foi exibida de 1941 até 1943.

Apesar de, inicialmente, possuírem semelhanças, as radionovelas tinham grandes diferenciais, como a forma em que as histórias eram contadas, onde prendia a atenção dos ouvintes. A sonoplastia, nesse caso, fazia toda a diferença, porque ela conseguia capturar a atenção dos ouvintes de forma instantânea. Segundo Rebouças (2009), “As radionovelas eram muito ricas em suas sonoplastias. Por não terem uma imagem, as pessoas tinham que imaginar a cena e as entendiam pelos sons produzidos junto das vozes”. Dessa forma, rapidamente as radionovelas tornaram-se populares, principalmente entre as mulheres, fazendo com que grandes marcas de produtos de limpeza patrocinassem o gênero, tornando o popularmente conhecido como *soap-opera*.⁴ Essas propagandas “exaltavam” a valorização da presença feminina no mercado consumidor, dando enfoque em melhores produtos do lar, que facilitassem o esforço feminino ao cuidar do lar.

O sucesso da radionovela foi tão grande que outras rádios começaram a investir no gênero, tornando-o o principal produto da rádio, atraindo diversos patrocinadores. Foi a partir daí, com a chegada da televisão, que as coisas começaram a mudar e, novamente, as novelas se reformularam e ganharam espaço na televisão com “*Sua Vida Me Pertence*”, dando adeus às rádios e conquistando de vez seu espaço na TV.

⁴ Segundo Renato Ortiz (1991, p. 44-45), as radionovelas têm origem nas *soap-operas*, que foram concebidas como veículos de propaganda das fábricas de sabão, surgidas nos Estados Unidos na década de 1930.

3.2. A consolidação do gênero

Após estrear suas produções com a novela “Ilusões Perdidas”, em 26 de abril de 1965, a TV Globo começou a investir ainda mais no gênero, onde tornou-se líder de audiência no país ao produzir diversas obras bem sucedidas comercialmente como “Dancin’ Days”, “Escrava Isaura” e “Pai Herói”. Mas foi através do sucesso absoluto de “Roque Santeiro” que a emissora consolidou-se de vez como a principal produtora do gênero. A trama de Dias Gomes, exibida entre 24 de junho de 1985 a 22 de fevereiro de 1986, narra a história de um suposto santo milagroso que morava na fictícia cidade de Asa Branca. Entretanto, Roque era um falso santo e, 17 anos depois de ter supostamente morrido como mártir, reaparece na região, causando ameaça às riquezas e poder das autoridades.

A sátira, que mostra a exploração política e comercial da fé popular, foi barrada pela Ditadura Militar no Brasil, onde estrearia na TV originalmente em 1975. A TV Globo chegou a gravar 30 capítulos de “Roque Santeiro”, quando recebeu o aviso da Censura Federal e teve que ser excluída da grade de programação da emissora, estreando somente dez anos depois. A trama de Roque Santeiro possui várias camadas sociais, o que explica seu sucesso estrondoso em termos de audiência, além de possuir outras nuances que podem ser observadas, como pontua a pesquisadora de comunicação Maria Lourdes Motter:

“Uma história de amor (romantismo) corre em paralelo com o desenvolvimento de temáticas sociais (realismo) pinçadas na dinâmica da vida social, como questões às vezes embrionárias e nebulosas, marginalizadas como tabus, objetos de proscricção e silêncio, ou difusas como mitos nascentes, objetos de temor, enlevação, encantamento e perplexidade. De um lado o fio melodramático, o esquema subjacente de um sujeito em busca de um objeto, com adjuvantes e oponentes, tendo de vencer uma série de obstáculos para alcançar seu objetivo (.), tendendo a um final feliz. De outro, a incorporação com níveis variáveis de enfrentamento, de problemas vividos no contexto da vida cotidiana do indivíduo, da sociedade e do mundo, não superados e não superáveis por não serem colocados como tal, para configurá-los como problemas, dar visibilidade, situá-los e contextualizá-los no espaço da individualidade, da afetividade, das interrelações sociais, do político, do ético e, enfim, do humano.” (FICÇÃO E REALIDADE - TELENOVELA: UM FAZER BRASILEIRO, 2000, p.9)

A popularidade de crítica e público foi instantânea, alçando personagens à popularidade nas ruas brasileiras, como a Viúva Porcina (Regina Duarte) e o Senhorzinho Malta (Lima Duarte). Além do famoso bordão “Tô certo ou tô errado?”, a trama ainda ganhou destaque com o sucesso da música “Dona”, do grupo Roupa Nova.

Figura 2 - Os personagens Viúva Porcina (Regina Duarte) e Senhorzinho Malta (Lima Duarte)



Fonte: TV Globo/ Reprodução (2022)

O sucesso de “Roque Santeiro” foi algo jamais visto na história da televisão brasileira, até mesmo para os dias de hoje, em que a tecnologia e o acesso à internet facilitam o meio de distribuição de uma obra. Segundo dados disponibilizados pelo IBOPE⁵, no capítulo de número 143 a trama conseguiu incríveis 98 pontos de audiência, quase representando uma totalidade de televisores ligados na TV Globo. Em seu último capítulo, a trama atinge um novo marco ao registrar picos de 100%, ou seja, todas as TVs estavam sintonizada em sua última exibição, feito jamais atingido por outra novela.

⁵ Instituto Brasileiro de Opinião Pública e Estatística, foi uma empresa brasileira de pesquisa de mercado, opinião e política, sendo a principal medidora de audiência no Brasil.

A popularidade e o apelo social de sua trama fizeram com que a Globo consolidasse de vez sua produção no gênero, emplacando outros sucessos de crítica e audiência no principal horário: o das 8. “O Salvador da Pátria”, “Vale Tudo” e “Tieta” foram outros grandes sucessos que deixaram sua marca registrada no imaginário e na cultura popular brasileira.

Além do horário das 8, a TV Globo também deixou sua marca em outros dois horários, o das 6 e 7. Nestes horários, eram reservadas histórias menos densas e mais leves, sendo destinada ao horário das 6 tramas com teor mais romântico e ao das 7, tramas com pitadas de humor. Ao longo da década de 1980, a emissora produziu diversos sucessos, mas dois se destacam pelo quesito popular e audiência, nos seus respectivos horários: “A Gata Comeu” (1985) e “Top Model” (1989).

Ambas as histórias possuíam o apelo popular da mocinha em busca de um verdadeiro amor, sendo atormentadas por vilões que faziam de tudo para que sua vida desse errado. Por muitos anos, esse foi o principal ingrediente utilizado nas novelas da TV Globo, pela facilidade em criar identificação com aquele personagem em questão e, além disso, pela premissa popular de torcer em prol do herói da história. Segundo o escritor Thomasseau, os melodramas possuem um manual que, se seguido, resultará em uma obra bem sucedida:

“Para fazer um bom melodrama, é necessário primeiro escolher um título. Em seguida é preciso a este título um assunto qualquer, seja histórico, seja de ficção; depois, coloca-se como principais personagens um bobo, um tirano, uma mulher inocente e perseguida, um cavaleiro e, sempre que possa um animal aprisionado, seja cachorro, gato, corvo, passarinho ou cavalo. Haverá um balé e um quadro geral no primeiro ato, uma prisão, um romance e correntes no segundo; lutas canções, incêndio etc., no terceiro. O tirano será morto no fim da peça, quando a virtude triunfará e o cavaleiro desposará a jovem inocente feliz etc. Tudo se encerrará com uma exortação ao povo, para estimulá-lo a conservar a moralidade, a detestar o crime e os tiranos, sobretudo lhe será recomendado desposar as mulheres virtuosas.” (THOMESSEAU, Jean Marie. O melodrama, 2005. p. 27)

Essa narrativa melodramática pode ser observada em diversas obras produzidas pela TV Globo, que possuíram um apelo popular tão grande que alçou a emissora a liderança de audiência no país até os dias de hoje. E, não somente líder de audiência, mas também a principal produtora do gênero no mundo todo, sendo inclusive a pioneira em exportar as telenovelas para as plataformas de streaming, observando a atual tendência do mercado mundial.

3.3. O impacto cultural das novelas

Desde que as novelas ganharam espaço no lar dos brasileiros, elas se fizeram presente na própria cultura do país, abrangendo diversas áreas que vão da moda à música, da linguagem cotidiana e, até mesmo, à incrementação de novas leis, ressaltando como “a telenovela brasileira tem uma história que mostra como ela tem contribuído para formar uma agenda para a sociedade nas últimas décadas” (FADUL, 2000, p.20).

A personagem Babalu (Letícia Spiller) na novela “Quatro por Quatro” lançou tendência no início dos anos 90 ao usar minissaias, blusas ciganinhos e shortinhos coloridos. A personagem, totalmente irreverente, caiu nas graças do público e tornou-se referência na moda nacional naquele ano. E ao longo do tempo, diversas personagens que furavam o espectro de mocinha, era usada como referência na moda, como foi o caso de Suelen (Isis Valverde) de “Avenida Brasil”, que trouxe à tona a tendência do cinto de metal fino combinado com tops cropped. É interessante pensar a forma como essas personagens podem influenciar o público, tomando uma proporção ainda maior que as estabelecidas pelo autor, dentro da própria história.

Segundo Henry Jenkins, a Cultura da Convergência define mudanças tecnológicas, industriais, culturais e sociais no modo como as mídias circulam em nossa cultura. Dessa maneira, pode-se pensar o quão a novela se insere nesse contexto, tendo em vista sua influência histórica e sociocultural em terras brasileiras desde a sua estreia, sendo capaz de gerar debates, discussões e, principalmente, influenciar no mercado publicitário, levando o público a consumir produtos originais inspirados nas obras, que vão desde CDs a coleção de roupas próprias.

A convergência está ocorrendo dentro dos mesmos aparelhos, dentro das mesmas franquias, dentro das mesmas empresas, dentro do cérebro do consumidor e dentro

dos mesmos grupos de fãs. A convergência envolve uma transformação tanto na forma de produzir quanto na forma de consumir os meios de comunicação. (JENKINS, 2009, p. 44).

E as paradas musicais também sofriam influências por causa das novelas. Ser tema de uma abertura era o sonho de qualquer cantor. As famosas “trilhas sonoras” vendiam bastante nos mercados e davam indícios das músicas que bombavam naquele ano em questão. Algumas músicas clássicas brasileiras foram eternizadas graças às novelas, como “Tieta” de Luiz Caldas, que foi abertura da novela homônima e “Sexy Yemanjá”, tema de “Mulheres de Areia”.

Na temporada de 2004 de “Malhação”, a “Vagabanda” caiu nas graças do público, misturando a ficção com a realidade, vendendo mais de 160 mil cópias do seu CD e ficando mais de seis semanas em primeiro lugar nas rádios, com a música “Você Sempre Será”. Tamanha foi a aceitação do público que a atriz Marjorie Estiano iniciou uma carreira musical logo após o fim da novela. Além de “Malhação”, há outra novela que aconteceu algo semelhante: a mexicana “Rebelde”, da Televisa, exibida no Brasil em 2005 pelo SBT. A trama que narra a história de seis jovens num colégio da alta sociedade caiu nas graças do público ao lançar a banda fictícia RBD que, mais tarde, tornara-se real, atingindo milhões de fãs ao redor do mundo e gravando mais de cinco álbuns de estúdios, lotando shows em diversos estádios.

Outro ponto importante, que as novelas são capazes de influenciar, é a própria linguagem popular. Uma trama bem sucedida e aceita pelo público é capaz de plantar no telespectador bordões que grudam à mente e ficam enraizados no dialeto do dia a dia. São diversos os bordões que marcaram gerações e ficaram no imaginário popular. “Tô certo, ou tô errado?” do Senhorzinho Malta em Roque Santeiro, “Muito ouro, Inshalá” da Khadija em O Clone, “Isso é felomenal” de Giovanni Improtta em Senhora do Destino e “É a treva” de Bianca em Caras & Bocas são algumas das frases que, ao longo de suas exibições, fizeram sucesso e conquistaram o público, que as reproduziam de forma natural durante o cotidiano.

“Os bordões estão em diversos tipos de programas, todavia, estão predominantemente nas telenovelas. Eles são criados pelos autores ou até mesmo pelos atores, pois os próprios atores têm relativa liberdade em escolher bordões coerentes com os seus personagens.” (SÁ; PEREIRA JR., 2009)

Os impactos culturais ocasionados pelas novelas são diversos e podem ser observados principalmente nos dias atuais. É bastante comum um personagem lançar tendências, uma música estourar e virar trend nas redes sociais, além, claro, de lançar bordões

que caíam no gosto popular e sejam reproduzidos em conversas informais do dia a dia. Mas, como dito anteriormente, as novelas no Brasil foram além disso, sendo capaz de incrementar novas leis no país. Graças a trama de “Mulheres Apaixonadas”, do autor Manoel Carlos - mais conhecido como Maneco -, três leis foram impulsionadas no Brasil: Estatuto do Idoso, Violência Contra a Mulher e Estatuto do Desarmamento.

As cenas de agressões que a personagem Dóris (Regiane Alves) cometia contra os próprios avós Flora (Carmen Silva) e Leopoldo (Oswaldo Louzada) era motivo de debates nas ruas, gerando revolta nos telespectadores que ficavam horrorizados com a forma em que própria neta tratava os avós. Essas sequências que iam ao ar aumentavam as denúncias de maus tratos aos idosos, que contava com o apoio da própria novela que, ao final de cada capítulo, disponibilizava um número para o público denunciar. O projeto de lei que assegura os direitos dos idosos foi aprovado em setembro de 2003, um mês após o fim da novela.

E as agressões sofridas pela personagem Raquel (Helena Ranaldi) trouxeram à tona um importante debate sobre a criação de uma lei que garantisse proteção às mulheres contra agressores no próprio lar. Na época, segundo informa a TV Globo, o Rio de Janeiro teve um aumento de mais de 40% em denúncias anônimas de agressões de violência doméstica. A Lei Maria da Penha foi criada em 2006 no país, três anos após o fim da trama. Dessa forma, pode-se notar, mais uma vez, a importância que certos temas abordados em uma telenovela podem ter, numa sociedade. O alcance que uma novela possui é imenso e, graças aos temas expostos por autores, hoje é possível debater assuntos que outrora não estiveram em pautas perante a sociedade.

“A violência doméstica é uma realidade muito comum no Brasil. As mulheres apanham muito de maridos, amantes, namorado, noivos, e eu achei que era preciso mostrar isso. Havia uma pressão em cima da personagem Raquel, porque a atitude dela começou a indignar o público, já que apanhava sem protestar. No entanto, não se tratava de um personagem de Nelson Rodrigues. Raquel não gostava de apanhar. Ela aceitava aquela situação na medida em que tinha medo de perder o homem por quem era apaixonada. Com o tempo, ela deixava de gostar dele, mas, até então, era escravizada, porque tinha medo. Havia, naquela relação, algo semelhante à relação entre o escravo e o feitor: um tem necessidade de bater, o outro, de apanhar. Há uma interdependência muito forte. Em um determinado momento, aquela mulher começa a não querer mais ser agredida, mas já era tarde, porque a escalada dele já havia começado.”⁶ (Autores – História da Teledramaturgia, 2008, p. 81).

Em outras entrevistas, Manoel Carlos explica que quando escreve uma história, ele busca se basear na realidade do cotidiano brasileiro, independente de onde aquela realidade

⁶ Entrevista concedida pelo autor da novela Mulheres Apaixonadas, Manoel Carlos, para o livro "Autores - História da Teledramaturgia".

esteja acontecendo. Ao fazer isso, o autor une temas importantes ao alcance de público que uma novela pode ter, ocasionando importantes debates e discussões sobre temas de alta relevância social.

E, por fim, o Estatuto do Desarmamento foi mais uma lei incrementada no país graças à novela. A sequência que mostra os personagens Téo (Tony Ramos) e Fernanda (Vannessa Gerbelli) presos em um engarrafamento no Rio de Janeiro, no meio de um tiroteio, comoveu o país.

Figura 3 - Cena em que a personagem Fernanda (Vannessa Gerbelli) morre, vítima de bala perdida



Fonte: TV Globo/Reprodução (2023)

Com a comoção nacional, a TV Globo e o autor da trama, Manoel Carlos, incentivaram o movimento “Viva Rio”, que em 2003 conseguiu reunir aproximadamente 40 mil pessoas na Avenida Atlântica, em Copacabana, em prol da manifestação “Brasil sem Armas”. O objetivo dos manifestantes era pressionar o congresso para a aprovação do Estatuto do Desarmamento no país. O momento emblemático foi eternizado na história brasileira que viu sua cultura e, principalmente, sua lei, ser modificada devido ao apelo popular de uma personagem de uma novela.

3.4. O poder econômico de uma novela

As novelas tornaram-se o principal produto do país por dois fatores: a alta audiência e o grandioso retorno financeiro que as obras dão ao canal. Pode-se usar diversos exemplos de como uma trama bem sucedida pode gerar retornos significativos. A novela “Avenida Brasil”, de João Emanuel Carneiro, exibida em 2012, se tornou a obra de maior arrecadação da história da TV Globo, sendo exportada para mais de 140 países. Mas não só isso, ela também se tornou a obra de maior arrecadação da história da emissora, ultrapassando a margem de R\$ 2 bilhões, sendo destaque inclusive na revista Forbes.

Mas, o único lugar onde não há preocupações? A sede da TV Globo, já que "Avenida Brasil" por acaso quebrou um recorde de telenovela de maior sucesso comercial na história brasileira. Com dezenas de anunciantes de alto perfil, como a P&G , pagando até US\$400.000 por um comercial de 30 segundos, a telenovela arrecadou cerca de R\$1 bilhão (US\$500 milhões) ao longo de sua exibição de sete meses. Considerando que mais de 500 acordos de publicidade são realizados por sua rede de estações afiliadas, os ganhos totais de "Avenida Brasil" devem ultrapassar R\$2 bilhões (US\$1 bilhão), a FORBES descobriu exclusivamente. Esta é uma quantia sem precedentes não apenas no Brasil, mas em toda a América Latina, onde as telenovelas são um gênero imensamente popular. E considerando que a temporada de 180 episódios da telenovela custou cerca de US\$45 milhões para ser feita, essa é uma margem de lucro notável.⁷

Como dito anteriormente, as novelas são os produtos de maior audiência do país, justamente por possuir uma fácil identificação das pessoas com as histórias que ali são apresentadas. Segundo dados do Kantar IBOPE, fornecidos ao F5 (2024), da Folha de São Paulo, “a novela “Renascer” tem um alcance semanal de 70 milhões de pessoas, índices que

⁷ Trecho artigo da Forbes, disponível em: <https://www.forbes.com/site/andersonantunes/2012/10/19/brazilian-telenovela-makes-billions-by-mirroring-its-viewers-lives/>. Acesso em: 12 de mar.2025

streamings como Netflix, Prime Video e Disney+ levam um ano inteiro para conseguir”. Essa hegemonia na audiência resulta em lucros avassaladores para a TV Globo, que chega a cobrar aproximadamente R\$877 mil por 30 segundos de exibição comercial, nos intervalos da trama das 9, o principal produto do país. Diversas tramas conseguiram gerar lucros significativos para a TV Globo, dentre as mais recentes destacam-se “Pantanal” e “Vai na Fé”.

3.5. O fenômeno de popularidade de Avenida Brasil

“Avenida Brasil” foi o maior sucesso da última década da TV Globo. A partir dessa novela, desencadeia-se um novo formato nas novelas, já influenciada por séries americanas de sucesso e, claro, pela forma que o público começou a consumir o audiovisual no streaming. Para explicar a popularidade dessa novela, faz-se necessário destrinchá-la por partes.

O enredo de “Avenida Brasil” é dividido em três grandiosos atos. O primeiro ato foca na história de Genésio (Tony Ramos) e sua filha Rita (Mel Maia), que é criada por sua madrasta, Carmen Lúcia (Adriana Esteve) - para os íntimos, Carminha - em um bairro fictício no subúrbio do Rio de Janeiro, o Divino. Mas engana-se quem pensa que é uma família, pelo contrário. Os planos de Carminha é dar um golpe em Genésio e ir embora com todo o dinheiro da venda da casa. Rita descobre os planos maléficos da madrasta e corre em direção ao pai para contar toda a verdade, que ao saber de toda a verdade fica atordoado e acaba sendo atropelado na Avenida Brasil por Tufão (Murilo Benício). Carminha consegue concluir o roubo e como castigo, leva a enteada Rita para morar no lixão, onde viveu por muitos anos.

O segundo ato da trama e o mais aguardado pelo público, foca na vingança de Rita, agora Nina (Débora Falabella), contra Carminha. Ao longo da novela é mostrado como a mocinha se infiltra na casa da vilã e não mede esforços para conseguir seu objetivo. A dualidade de Rita/Nina é colocada em pauta ao apontar que a mocinha também possui ares vilanescos e de psicopatia, pois invadiu uma residência e enganou toda uma família com um propósito claro.

O terceiro e último ato, é a redenção de Carminha. Ao longo da novela, a personagem caiu nas graças do público, mesmo sendo malvada com aqueles que julgava ser necessário. A história finaliza seu arco mostrando que, independente de tudo, Carminha havia sido uma vítima da sociedade e tudo o que ela mais queria era reconquistar o amor de seu filho Jorginho (Cauã Reymond).

A história muito bem construída se uniu a outra façanha que João Emanuel Carneiro conseguiu imprimir em seus textos: a linguagem acessível. “Avenida Brasil” possuía diálogos simples, ágeis, como se fossem retirados de uma conversa comum do cotidiano. Essa facilidade em expressar as emoções dos personagens através de falas mais comuns causaram identificação no público, onde “a representação de uma fala mais acessível, está intimamente ligada à identidade e conhecimento” (HALL, 2016, p.25).

Entretanto, a identificação com a novela não partia somente dos diálogos, mas em todo o contexto da trama. A história focava principalmente na ascensão da Classe C, que em 2012, tornava-se cada vez maior. O bairro fictício “Divino” era o tema central das histórias principais e secundárias da trama, mostrando como os ricos emergentes (Tufão e sua família) se relacionavam com as pessoas mais pobres.

A grande sacada da trama, nesse sentido, era usar e abusar de como o poder pode subir à cabeça. Carminha, por exemplo, foi criada no lixo e na primeira oportunidade que teve esbanjou luxo em sua mansão com Tufão, abusando da decoração e itens que eram considerados cafonas. A trilha sonora da novela também entrava nesse clima popular, com temas que fixavam à cabeça do público, como a própria música de abertura, “Vem Dançar com Tudo”, de Robson Moura e Lino Krizz, que gerava empolgação no público com a sua cativante introdução do “Oi Oi Oi”.

Figura 4 - Cena em que Nina (Débora Falabella) se vinga de Carminha (Adriana Esteves)



Fonte: TV Globo/Reprodução (2019)

Todos esses elementos populares, unidos a uma história ágil e consistente, tornaram Avenida Brasil o último grande fenômeno da teledramaturgia brasileira. Os 179 capítulos prendiam o público com seu ritmo frenético, aliado a um elemento muito comum dos seriados americanos, sendo inclusive comparada a série “Revenge”, exibida de 2011 a 2015 nos Estados Unidos.

A série de televisão repousa na repetição: retorno de personagens, de temas e de situações, redundância de diálogos e da banda sonora com a imagem, mas também de mecanismos narrativos baseados na reiteração, como o *gimmick* ou o *leitmotiv*. Essa é a grande diferença em relação à ficção literária ou cinematográfica; é por isso, também, que ela substituiu o conto e o mito no imaginário popular (Ibid., p.36).

Essa utilização de mesclar narrativas de novelas e série deram o diferencial para Avenida Brasil, que começou a popularizar um enredo mais ágil que o habitual. A narrativa adotada por João Emanuel Carneiro foi capaz de parar o país na exibição do seu último, exibido no dia xx de outubro de 2012. Utilizando de um artifício popularizado em Vale Tudo (1988), o autor usou o famoso “Quem Matou?” para gerar o interesse e a curiosidade do público para saber quem foi o assassino do vilão Max (Marcello Novaes). A então presidente da república, Dilma Rousseff, teve que adiar compromissos de sua agenda para não perder o desfecho da história de Carminha e Nina. Houve uma mobilização nacional tão grande que parecia ser final da Copa do Mundo. Várias pessoas largaram cedo do trabalho, fizeram festas e montaram telões em praças públicas, bares e restaurantes. O Brasil parava para conferir o tão aguardado embate final entre a mocinha e a vilã.

No último capítulo, exibido no dia 19 de outubro de 2012, a novela bateu recorde em todas as principais capitais do país, conforme o IBOPE (2012). Avenida Brasil marcou 56 pontos de média em todas as praças avaliadas pelo IBOPE. Ao destrinchar os números, por

exemplo, observa-se que em São Paulo marcou 52 pontos de média, com picos de 54 e 80,5% de participação. No Rio de Janeiro a novela conseguiu média de 57 pontos e picos de 63 e 83% de *share*, em Fortaleza alcançou 65 pontos com picos de 70 e incríveis 92% de *share*. Já em Porto Alegre, Manaus e Goiânia o último capítulo registrou, 64, 66 e 55 pontos, com 71%, 77% e 69% de *share*, respectivamente, números muito elevados, fazendo da telenovela o programa que atingiu a maior audiência em 2012 no Brasil.

3.6. Crise no horário nobre: os fracassos de Em Família à A Lei do Amor

O fenômeno precedeu a queda. Após o sucesso de Avenida Brasil, a TV Globo teve dores de cabeça para emplacar uma nova trama que repetisse os mesmos índices. “Salve Jorge”, de Glória Perez, teve a difícil missão de segurar os índices de audiência deixados pela história de Nina e Carminha. A trama conta a história de Morena, interpretada por Nanda Costa, que foi forçada a se prostituir na Turquia, após cair num golpe de uma quadrilha de tráfico humano. A novela teve uma recepção mista, variando seus índices de audiência, sendo muitas vezes criticada pelo excesso de personagens e falhas no roteiro.

Em seguida, foi a vez de “Amor à Vida”, de Walcyr Carrasco, assumir o posto de repetir a façanha alcançada por Avenida Brasil. A narrativa convincente, com um vilão ácido e núcleos cômicos bem escritos, foi aceita pelo público e fez história na teledramaturgia ao exibir a primeira cena de um beijo gay em horário nobre, com o casal Félix, interpretado por Mateus Solano e Niko, interpretado por Thiago Fragoso.

Em entrevista para o livro de Ricco e Vannucci, Walcyr Carrasco afirma que esse foi um passo significativo para as liberdades individuais e os direitos humanos. Nogueira considera que a visão do público sobre a homossexualidade nas telenovelas tem mudado gradualmente (Nogueira e Svartman, 2018). A relação que os espectadores têm com os personagens é a mesma que tem com os filhos, amigos e familiares - pessoas pelas quais têm afeto. (SVARTMAN, 2023, p. 60)

Entretanto, mesmo que tenha entrado para a história com seu feito importante e representativo, em termos técnicos, a novela não atingiu a expectativa da TV Globo de ser uma “nova Avenida Brasil” em termos de audiência.

Mas após esse respiro, a coisa desandou de vez quando a trama “Em Família”, de Manoel Carlos, entrou no ar, em fevereiro de 2014. Manoel Carlos é conhecido por contar as histórias de suas Helenas, em tramas ambientadas na zona sul do Rio de Janeiro, que dialoga e reflete o cotidiano. O ritmo de Maneco, como o autor é conhecido, já não agradava mais o público, que reclamava do ritmo lento e história maçante, fórmula usada em outras tramas de sucesso dele, como *Laços de Família*, *Mulheres Apaixonadas* e *Páginas da Vida*. O autor chegou a dizer que não mudaria seu estilo, em entrevista para o jornal *O Globo* (2014).

“Avenida Brasil” (2012) foi uma novela muito acelerada e chegaram a dizer que os folhetins agora seriam todos assim. Novela precisa é prender o público! Não tem nenhum sentido eu resolver inventar a roda agora. Ficaria ridículo. Tenho que fazer o que eu sei fazer”. Trecho da entrevista com o autor de “Em Família”, Manoel Carlos.⁸

A trama, que já estava prevista para ter uma duração menor, 170 capítulos, foi encurtada para 143, devido ao fracasso de audiência, que em seu último capítulo registrou apenas 34 pontos, índices insatisfatórios para a TV Globo naquela época. Após “Em Família”, o horário nobre foi sucessivamente apresentando novelas com baixo desempenho e apelo popular, refletindo uma crise de gestão interna na própria TV Globo.

Império, de Aguinaldo Silva, estreou em seguida com a difícil missão de reerguer o horário nobre, prejudicado por *Em Família*. A trama de Aguinaldo, autor de sucessos como *Vale Tudo*, *Tieta* e *Senhora do Destino*, narra a história do comendador José Alfredo que em meio a perda do seu grande amor, constrói um império de diamantes, cercado por uma família dúbia e gananciosa. A novela demorou a ser aceita pelo público, mas conseguiu a façanha de recuperar os índices deixados pela antecessora. Como aponta Jeff Benífico, colunista do *Portal Terra* (2015), “A tarefa pode ser considerada um sucesso: a trama terminará com média de 32.6 pontos, 10% acima do registrado por *Em Família*. Parece pouco, mas esse índice representa 600 mil telespectadores a mais somente na Grande São Paulo. Um contingente

⁸ Trecho da entrevista de Manoel Carlos para *O Globo*, disponível em: <https://oglobo.globo.com/cultura/revista-da-tv/manoel-carlos-confessa-nao-ter-disciplina-para-criar-comenta-sua-nova-trama-em-familia-11265204>. Acesso em: 08 de abr. 2025

nada desprezível para as marcas que anunciam nos intervalos da novela e pagam até 1,5 milhão de reais para fazer uma única ação de merchandising em alguma cena”.

Após um breve respiro, a TV Globo novamente volta a ter dor de cabeça. A novela “Babilônia”, do consagrado autor Gilberto Braga, foi um fracasso colossal em todos os aspectos. A história central de vingança de Inês (Adriana Esteves), Beatriz (Glória Pires) e Regina (Camila Pitanga) foi amplamente rejeitada pelo público, que naquele momento era inundado por uma onda conservadora. O beijo lésbico protagonizado por Fernanda Montenegro e Nathalia Timberg foi um escândalo, alarmando o público e, conseqüentemente, afugentando a audiência da trama. O que se torna um fato curioso, porque um ano atrás os telespectadores vibravam com a celebração do amor de Félix e Niko em “Amor à Vida”.

A rejeição à trama fez com que o trio de autores Gilberto Braga, Ricardo Linhares e João Ximenes Braga alterasse todo o rumo da narrativa previamente definida.

Um dos autores de Babilônia, Ricardo Linhares, em entrevista ao site Ego, reconhece que o beijo romântico do casal formado pelas aclamadas atrizes Fernanda Montenegro e Nathália Timberg no primeiro capítulo afastou parte da audiência. Ele afirmou não se arrepender da cena: “Não há razão para tal agitação. Isso revela o preconceito e a hipocrisia dos telespectadores brasileiros.” (Dezan, 2015) Independentemente de a sociedade brasileira ser preconceituosa, hipócrita ou não, o episódio revela também a falta de entendimento entre a narrativa e o público.” (SVARTMAN, 2023, p. 80).

Segundo Rosane Svartman (2023), na televisão comercial, baixas audiências podem fazer um programa sair do ar. No caso de uma telenovela, é necessário levar em conta o considerável investimento que esse produto exige: contratação de atores, equipe, construção de cenários. A melhor alternativa, portanto, é modificar a obra para que ela conquiste novamente o público. No caso de Babilônia, foram feitas várias mudanças. Entre elas, a redução das carícias explícitas entre as atrizes que formavam o casal gay; Carlos Alberto, interpretado por Marcos Pasquim, que era inicialmente gay, acabou se apaixonando por uma mulher; Alice, uma personagem interpretada por Sophie Charlotte, que seria uma prostituta, se transformou em uma jovem romântica.

Figura 5 - O casal Teresa (Fernanda Montenegro) e Estela (Nathalia Thimberg) se beijando



Fonte: TV Globo/Reprodução (2015)

Mesmo com tantas alterações, Babilônia não conseguiu recuperar seus índices e encerrou sua trajetória com 25 pontos, índice considerado extremamente baixo para os padrões Globo naquela época, que chegava a marcar 60, 50 pontos em décadas atrás.

Empenhada na missão de repetir o sucesso de Avenida Brasil, a emissora usa nada mais nada menos que o próprio criador da obra: João Emanuel Carneiro. O JEC, como é popularmente conhecido, tinha a difícil missão de, novamente, reerguer o horário nobre da emissora. Sua nova trama, “A Regra do Jogo” era carregada de expectativas pelos executivos da emissora, sendo anunciada em chamadas de divulgação com a seguinte frase: “[...] do criador de Avenida Brasil, João Emanuel Carneiro”. Essa ação evidenciava o desespero da emissora em recuperar sua audiência e desempenho comercial, utilizando seu próprio fenômeno (neste caso, Avenida Brasil) para a divulgação de um produto inédito.

Mas, para surpresa de todos, a trama não obteve os resultados esperados. Conhecido por seu jeito ágil de escrever suas tramas, JEC apostou, novamente, em uma história com apelo popular, utilizando a favela como tema central desta história. No entanto, ao contrário de sua trama anterior (Avenida Brasil), A Regra do Jogo não caiu na graça do povo e os personagens centrais da trama como Toia (Vanessa Giacomini), Atena (Giovanna Antonelli), Juliano (Cauã Reymond) e Romero Rômulo (Alexandre Nero) não foram suficientes para sustentar o enredo que, por muitas vezes, fora criticado. Nessa obra, JEC usa e abuso de padrões de séries americanas, como aponta Rosane Svartman:

“O gosto por seriados pode ser observado no trabalho de autores brasileiros de telenovelas. João Emanuel Carneiro, em 2015, por exemplo, deu um título a cada

capítulo de sua obra, a novela *A regra do jogo*. Este é um formato associado a séries de tv, especialmente as procedurais, ou seja, histórias que se fecham a cada episódio.” (SVARTMAN, 2023, p. 95)

Além de ter herdado o horário após o fracasso de *Babilônia*, *A Regra do Jogo* enfrentou a trama bíblica da Record TV, “*Os Dez Mandamentos*”, que naquela época conquistava o público com a saga de Moisés e a abertura do Mar Vermelho. De acordo com o *Jornal Correio Braziliense* (2015), com o início da abertura do capítulo, a emissora viu sua audiência disparar. Segundo dados prévios, a releitura bíblica marcou 27,8 pontos de média com 30,6 de pico na audiência. Este é o maior índice já obtido pela trama desde sua estreia. No mesmo horário, a Globo que apresentava o *Jornal Nacional* e a novela *A regra do jogo* ficou na vice-liderança com 19,4. Esta, pode-se dizer que é a maior derrota sofrida pela Globo até aqui na sua principal faixa horária nas últimas décadas. Após alguns meses de sufoco, *A Regra do Jogo* conseguiu recuperar seus índices, finalizando com média geral de 28 pontos, elevando 3 pontos de *Babilônia*, mas bem abaixo da meta da emissora, que esperava um novo fenômeno.

Em seguida, vem *Velho Chico*, novela de Benedito Ruy Barbosa escrita com Edmara Barbosa e Bruno Luperi, que estreou no dia 14 de março de 2016. Benedito, conhecido por suas grandiosas obras como “*Pantanal*”, “*Renascer*” e “*O Rei do Gado*”, tinha a difícil missão de elevar os índices do horário com uma trama rural, fugindo da urbanização das tramas anteriores.

A título de curiosidade, antes de *Velho Chico*, a última trama rural no horário havia sido “*Terra Nostra*”, do próprio Benedito, em 1999. Ou seja, o horário das 9 não via uma novela rural há 16 anos, a expectativa era alta. Conforme informa Márcia Pereira (*Notícias da TV*, 2016), marcada pela morte do ator Domingos Montagner e por bastidores tumultuados, a novela *Velho Chico* termina com média final de 29 pontos na Grande São Paulo. Apesar da beleza estética e da grande repercussão, a trama de Benedito Ruy e Bruno Luperi empacou no Ibope e frustrou a meta da Globo de alcançar 35 pontos. Teve só meio ponto a mais que *A Regra do Jogo* (28,5), que havia elevado um pouco o patamar da faixa das 21h, derrubado por *Babilônia* no ano passado para 25,5 pontos.

Finalizando os sucessivos fracassos em tramas das 9, “*A Lei do Amor*”, de Maria Adelaide Amaral e Vincent Villari, estreou na faixa em outubro de 2016. Com uma história confusa e falhas no roteiro, a trama sofreu rejeição do público e, seguindo a linha de suas

antecessoras, finalizou sua exibição com apenas 27 pontos, abaixo da meta estipulada pela TV Globo.

3.7. Uma dobradinha de sucesso: A Força do Querer e O Outro Lado do Paraíso

Onde queres descanso, sou desejo... “O Quereres”, de Caetano Veloso, foi o tema de abertura do estrondoso sucesso “A Força do Querer”, que estreou em 3 abril de 2017, de autoria de Glória Perez. A autora, conhecida por abordar temas polêmicos que são pouco debatidos na sociedade e por inovar em suas tramas, desta vez, foi além: decidiu unir uma sereia, uma policial e uma traficante, tudo em enredo principal.

Figura 6 - O trio de protagonistas, Bibi Perigosa (Juliana Paes), Jeiza (Paolla Oliveira) e Ritinha (Isis Valverde)



Fonte: TV Globo/Reprodução (2017)

O resultado superou as próprias expectativas da TV Globo, com a alta aceitação do público que via nessas três histórias uma maneira de se conectar frente a TV, capítulo após capítulo. A Globo, como mencionado anteriormente, vinha de sucessivos fracassos no horário nobre e a alta aceitação de *A Força do Querer* foi um alívio para o canal. As protagonistas Ritinha (Ísis Valverde), Jeiza (Paolla Oliveira) e Bibi Perigosa (Juliana Paes) roubaram a cena e conquistaram o telespectador com seus arcos centrais. Glória Perez foi perspicaz ao misturar realidade com ficção, dentro da própria trama.

Ritinha (Ísis Valverde) é uma jovem de Parazinho, no Pará, que se diz uma sereia — ela tem fascínio por água e vive mergulhando, se achando filha d'água. Impulsiva e sonhadora, ela se casa com Zeca (Marco Pigossi), caminhoneiro, mas logo o abandona ao se apaixonar por Ruy (Fiuk), um rapaz rico do Rio de Janeiro. Do outro lado, Jeiza (Paolla Oliveira) é uma policial militar e lutadora de MMA. Mulher forte e determinada, seu sonho é vencer no octógono e se tornar campeã. Jeiza conhece Zeca e os dois se apaixonam. Mas o relacionamento é cheio de conflitos, principalmente por causa do ciúme de Zeca e o trabalho perigoso de Jeiza. Ela é envolvida em várias operações policiais, inclusive contra o tráfico de drogas, e acaba cruzando o caminho de Bibi Perigosa.

E, por último, a peça central da trama, Bibi (Juliana Paes) é uma das personagens mais complexas da novela. A autora, inclusive, baseou-se em uma história real para construir o arco narrativo de Bibi Perigosa:

A trama foi inspirada na história de Fabiana Escobar, 36 anos, estudante de Serviço Social na UFRJ. Ela se casou com seu amor de infância, Saulo de Sá Silva e o casal levava uma vida normal até que ele se envolveu com o tráfico. Saulo trabalhava como carteiro e era estudante de Matemática, porém quando a situação começou a apertar, ele decidiu trabalhar para o tráfico fazendo apenas alguns serviços pequenos de entrega. Como uma bola de neve, quando Fabiana se deu conta, seu marido já estava dentro do esquema do tráfico. Porém, isso não foi motivo para o fim do relacionamento dos dois. Ela ficou conhecida como Bibi Perigosa e Saulo como Barão do Pó, na Rocinha (REVISTA GLAMOUR, 2014). Apud: (SOUSA, Laiane. *A favela que ninguém vê: uma análise da novela A Força do Querer*. 2018)

No início da trama, Bibi é uma mulher apaixonada e dedicada ao marido, Rubinho (Emílio Dantas), mesmo quando ele começa a se envolver com o tráfico. Ao ver Rubinho preso e depois envolvido com o crime organizado, ela abandona sua vida pacata e passa a viver no morro, como "a baronesa do pó". Bibi queima um restaurante para proteger o marido, enfrenta a polícia, e entra de cabeça nesse mundo, achando que está lutando por amor. Mas

aos poucos ela percebe que Rubinho a enganou, inclusive a traindo com Carine (Carla Diaz). Quando finalmente abre os olhos, Bibi se afasta do tráfico, se entrega à justiça, cumpre pena e decide recomeçar do zero. No fim, ela escreve um livro contando sua história e começa uma nova vida ao lado do filho, Dedé.

Abordando temas como tráfico de drogas, transexualidade, marginalização, vícios online, entre outros que são considerados importantes, A Força do Querer foi um respiro para os executivos da TV Globo que viram, após cinco anos, o horário mais nobre da TV gloriar novamente. Seu último capítulo gerou comoção nacional e marcou recorde, com 50 pontos em audiência (Kantar IBOPE 2017) , tornando-se a última novela da história a alcançar esse número.

Inspirada no Conde do Monte Cristo, “O Outro Lado do Paraíso”, de Walcyr Carrasco, estreou logo em seguida, em outubro de 2017. Recebendo os índices em alta, a trama de Carrasco sofreu rejeição do público no início, por considerar que a história de Clara Tavares (Bianca Bin) era demasiada densa e a mocinha, neste caso, sofria sucessivas agressões do esposo Gael (Sergio Guizé). Walcyr então antecipou os acontecimentos da história e o icônico dia em que Clara Tavares retorna à Palmas, ao som de “Blaze of Glory” do Bon Jovi, para se vingar de todos que a fizeram mal, entrou para a história da TV com uma simples, mas impactante frase: “Vocês não imaginam o prazer que é estar de volta”. O capítulo em questão bateu 42,2 pontos no IBOPE, registrando recorde de audiência.

Figura 7 - Cena da icônica volta de Clara Tavares (Bianca Bin) à cidade de Palmas - TO



Fonte: TV Globo/ Reprodução (2017)

O sucesso de *O Outro Lado do Paraíso* foi tanto, que a novela, ainda quando estava no ar, ganhou uma “novela derivada”, chamada de *As Vinganças de Clara*, com 10 capítulos, disponibilizados na plataforma de streaming Globoplay. A TV Globo, viu na trama a oportunidade de divulgar sua própria plataforma de streaming, fazendo recortes das cenas mais memoráveis da vingança da personagem e adicionando em um “conteúdo à parte”. Além de explorar esse momento no streaming, a emissora usou e usou dos recursos das redes sociais para publicar vídeos, memes e melhores momentos da cena, garantindo engajamento do público que, naquela época, estavam vidrados com o acontecimento e retorno triunfal da personagem. A prática da TV Globo reafirma o conceito de Cultura da Convergência, defendido por Jenkins (2006), em que a convergência é um processo que abre o caminho para a criação de novas formas de mídia e novas práticas culturais.

Mesmo com o sucesso e aclamação do público, a novela foi alvo de críticas pela abordagem - considerada por muitos psicólogos como equivocada - do abuso sexual e psicológico sofrido pela personagem Laura (Bella Piero), que era violentada pelo padrasto Vinicius (Flavio Tolezani). Em meio à polêmicas, a emissora chegou a emitir uma nota, defendendo a trama, conforme relata a revista VEJA (2018): “As novelas são obras de ficção, sem compromisso algum com a realidade. A Globo reconhece a importância de todos os seus programas para discussões e reflexões sobre assuntos de interesse da sociedade e está atenta à responsabilidade que lhe é atribuída sobre todos os temas abordados. O que a novela ‘O Outro Lado do Paraíso’ quer mostrar com o desenvolvimento da trama da personagem Laura é o processo pelo qual passa uma pessoa que precisa de ajuda, recorrendo a diferentes e variadas formas de apoio e terapias, das mais às menos ortodoxas. É importante reiterar, ainda, a seriedade com que a novela ‘O Outro Lado do Paraíso’ tem abordado, desde a estreia, questões relacionadas a diferentes tipos de abuso e preconceito. Corroborando o compromisso da Globo com a sociedade, está prevista a exibição, ao final de alguns capítulos, de cartela de divulgação do Ligue 100, número oficial para denúncias de violação de direitos humanos.”

O último capítulo, exibido em 11 de maio de 2018, registrou 48 pontos. Mesmo não tendo batido os 50, como *A Força do Querer* fez, a trama se despediu de forma gloriosa ao chegar ao fim com um saldo surpreendente, superando, em média, a audiência da sua

antecessora, entrando para o top 3 de maiores audiências da década de 2010, com média de 38,2 pontos, atrás apenas de Fina Estampa (39) e Avenida Brasil (38,7).

3.8. A Dona do Pedaco com os Bolos da Paz

Quem cultiva a semente do amor, segue em frente e não se apavora. O trecho da canção “Tá Escrito”, do Grupo Revelação, resume bem a trajetória da heroína Maria da Paz, interpretada por Juliana Paes, na novela “A Dona do Pedaco”, de Walcyr Carrasco. A trama que estreou em 20 de maio de 2019 conta a história de Maria da Paz, uma confeitadeira que, com muito trabalho e dedicação, constrói um império com a fabricação de bolos.

Ao longo da história, Maria da Paz Ramirez enfrenta grandes conflitos e traições, especialmente de sua filha Josiane (Agatha Moreira), que se torna uma vilã inescrupulosa e faz de tudo para tornar-se fluente nas mídias sociais. Maria da Paz também vive um romance conturbado com o playboy Régis Mantovani (Reynaldo Gianecchini) enquanto luta pelo seu antigo amor, Amadeu Matheus (Marcos Palmeira). Além do triângulo amoroso e da filha ingrata que faz de tudo pra se dar bem na vida, a trama possui a clássica narrativa do conflito entre duas famílias. Neste caso, os Matheus versus os Ramirez, centrando a rivalidade familiar entre o casal protagonista da trama. De uma maneira geral, a novela mistura drama e comédia, explorando temas como superação, relações familiares e a luta por poder.

Figura 8 - Juliana Paes como Maria da Paz em “A Dona do Pedaco”



Fonte: TV Globo/Reprodução (2019)

O sucesso da trama tem explicação. O texto de Walcyr consegue ter um apelo popular com sua repetição e diálogos simples, como aponta o jornalista Valmir Moratelli (VEJA, 2019).

Em entrevista ao jornal GZH (2019), o especialista Mauro Alencar relata que Walcyr Carrasco consegue transitar com desenvoltura em diferentes tipos de obras - desde infantojuvenis (como *Sítio do Picapau Amarelo*) a dramas realistas (*Verdades Secretas*) - e, por isso, consegue representar a fábula contemporânea com eficiência:

Ele recebe influência direta da obra de Monteiro Lobato, das histórias em quadrinhos, do romance *O Apanhador no Campo de Centeio* e do universo dos Irmãos Grimm e Walt Disney. (...) Por isso, utiliza várias figuras de linguagem e estilos (a alegoria, o apólogo e a parábola). Tudo isso sempre com uma questão moral de um mundo mais justo, ou a lei do retorno, como base.

A trama fez um estrondoso sucesso de audiência e repercussão comercial. Em 2019, por exemplo, a novela das 21 horas, *A dona do pedaço* (2019), de Walcyr Carrasco, teve uma audiência média de 34,1 pontos e 50,9 de share (percentual de televisores ligados na telenovela). Nesse ano, cada ponto representava 703.167 indivíduos nos 15 principais mercados brasileiros aferidos pela Kantar Ibope Media⁹ (Rosane Svartman, 2023). Para ter uma noção maior do alcance da novela, *A Dona do Pedaço* alcançou, ao longo de sua

⁹ Atual medidor de audiência do Brasil, vigente desde 2014, quando a empresa inglesa Kantar comprou a divisão de audiência televisiva do IBOPE.

trajetória, mais de 24 milhões de telespectadores diários, um número considerado extremamente positivo para a TV Globo.

Além de se destacar na audiência, a novela também utilizava da narrativa transmidiática, como aponta Rosane Svartman (2023) a narrativa transmídia em uma telenovela pode ser o vlog de um personagem específico ou uma websérie, na qual personagens secundários expandem um enredo da história.

Neste caso, a personagem Vivi Guedes (Paolla Oliveira) era uma digital influencer na trama e utilizava as redes sociais, como o Instagram, para se comunicar com o seu público real e fictício. A ideia deu tão certo que em uma ação inédita na história da dramaturgia brasileira, a TV Globo, junto aos anunciantes comerciais da novela, viram a oportunidade de transgredir ao misturar uma publicidade real com uma personagem fictícia.

E o resultado não podia ser diferente: o público amou a ideia e vibrou nas redes sociais. Até os dias de hoje, Vivi Guedes é usada como referência quando se trata de personagens transmidiáticos.

Figura 9 - Print da rede social X, onde um internauta elogiou a personagem Vivi Guedes de “A Dona do Pedaço”



Fonte: X/Reprodução (2025)

A personagem, de fato, tinha uma popularidade dentro e fora da novela. Quando a novela acabou, o user @estilovivigues foi alterado, o que gerou revolta em alguns usuários, fãs da personagem e da novela:

“Um exemplo recente é o perfil nas redes sociais de Vivi Guedes, vivida por Paola Oliveira, da telenovela *A dona do pedaço*, de Walcyr Carrasco. Além de promover a telenovela, e aproximar o público da personagem, houve várias ações comerciais com a atriz na pele de Vivi Guedes. No final da telenovela, o perfil original, @estiloviviguedes se tornou @pravcarrasar. De acordo com Lopes e Gomes (2020), essa mudança não agradou à audiência, que expressou frustração em comentários no perfil.” (SVARTMAN, 2023, pág.116)

Esse exemplo ilustra o poder crescente das redes sociais no contexto das telenovelas e como elas têm sido integradas nas narrativas para criar uma experiência transmidiática. A interação com os personagens vai além da tela da TV, gerando uma relação mais íntima e envolvente com o público, fazendo com que os telespectadores sintam-se parte do universo da trama.

3.9. Amor de Mãe, Pandemia e Pantanal

Manuela Dias, conhecida por seu trabalho em séries como *Justiça* (2016) e *Ligações Perigosas* (2016), estreou oficialmente como autora de novelas no horário nobre da TV Globo em 25 de novembro de 2019, com a obra *Amor de Mãe*. A novela tinha como proposta central abordar os diferentes aspectos e complexidades do amor materno, explorando as histórias de três mulheres com realidades distintas: Lourdes (Regina Casé), Thelma (Adriana Esteves) e Vitória (Taís Araújo). A trama, elogiada pela crítica especializada por sua densidade dramática e construção narrativa mais realista, se destacou por trazer questões sociais contemporâneas ao centro da teledramaturgia, como adoção ilegal e racismo estrutural.

Figura 10 - A polêmica logo minimalista da novela “Amor de Mãe”

amor de mãe

Fonte: TV Globo (2019)

A trama, no entanto, enfrentou um grande desafio. Após estrear com a missão de manter os bons índices de audiência da antecessora *A Dona do Pedaço*, *Amor de Mãe* teve sua produção interrompida em 21 de março de 2020, em decorrência da pandemia de COVID-19. Esse acontecimento marcou uma ruptura histórica na grade da TV Globo, que se viu obrigada a suspender todas as suas novelas em exibição e substituí-las por reprises de folhetins anteriores em todos os horários – como *Fina Estampa* (2011) às 21h, *Totalmente Demais* (2015) às 19h e *Flor do Caribe* (2013) às 18h.

A paralisação das gravações refletiu uma crise inédita na produção audiovisual nacional. As medidas sanitárias e o isolamento social demandaram a reformulação de protocolos de gravação e uma adaptação de linguagem e formato. A retomada das gravações da novela só ocorreu meses depois, sob um rigoroso esquema de segurança. *Amor de Mãe* retornou com uma segunda fase mais compacta, composta por apenas 23 capítulos, exibidos entre 15 de março e 9 de abril de 2021.

Figura 11 - As mães centrais Vitória (Taís Araújo), Lourdes (Regina Casé) e Thelma (Adriana Esteves)



Fonte: TV Globo/Reprodução (2019)

Durante esse período de suspensão das produções originais da televisão linear, as plataformas de streaming, em especial o Globoplay, registraram um crescimento exponencial de público. Segundo reportagem do portal TechTudo (2020), o Globoplay mais que dobrou o número de assinantes em 2020, com um aumento de 145% no primeiro semestre em relação ao mesmo período do ano anterior. Esse crescimento foi impulsionado pelo período de isolamento social e pela busca por entretenimento digital durante a pandemia.

“O Globoplay mais que dobrou o número de assinantes em 2020. Segundo a empresa, somente no primeiro semestre, a plataforma teve aumento de 145% no número de assinantes, em comparação com o mesmo período de 2019. O streaming diz que o período de isolamento causado pela pandemia colaborou com o crescimento.” (TECHTUDO, 2020)

Além disso, dados apurados por Rosane Svartman (2023), autora e supervisora de dramaturgia da TV Globo, indicam que as telenovelas nunca saíram do top 10 de conteúdos mais assistidos no Globoplay, mesmo com a grande oferta de séries internacionais, filmes e produções originais da plataforma. Esse dado demonstra que, apesar da crescente concorrência do audiovisual sob demanda, a teledramaturgia nacional permanece como um dos principais pilares de consumo cultural dos brasileiros, inclusive no ambiente digital.

Com o controle da pandemia e a retomada das atividades presenciais, a televisão aberta sofreu uma mudança perceptível nos índices de audiência, especialmente no horário das 21h. A novela *Um Lugar ao Sol* (2021), de Lícia Manzo, enfrentou baixa repercussão e tornou-se a obra com menor audiência da faixa, segundo o Kantar Ibope Media (2022). Esse

cenário levou a TV Globo a apostar em um projeto com forte apelo nostálgico e potencial comercial: o remake de *Pantanal*.

Figura 12 - Juma Marruá (Alannis Guillen), a mulher que vira onça



Fonte: TV Globo/Reprodução (2022)

A nova versão da trama, originalmente exibida pela extinta Rede Manchete em 1990, foi adaptada por Bruno Luperi, neto do autor Benedito Ruy Barbosa, autor original da obra. A novela estreou em março de 2022 com uma proposta estética inovadora, marcada por gravações em locações naturais e uma abordagem mais sensorial e contemplativa. A ampla divulgação da emissora, com clipes em formatos de trailers, divulgações nas mídias sociais e em próprios programas da grade deu certo. O resultado foi um grande sucesso de audiência – ultrapassando os 34 pontos no Ibope em diversos capítulos – e repercussão nas redes sociais, com alto engajamento digital, principalmente no X (antigo Twitter). *Pantanal* consolidou-se como o último grande fenômeno da teledramaturgia brasileira na televisão aberta, reunindo crítica e público em torno de uma narrativa clássica, porém adaptada aos novos tempos e linguagens.

Esse movimento revela como a teledramaturgia nacional tem buscado se reinventar diante das transformações no modo de consumo audiovisual, impulsionadas tanto por fatores externos – como a pandemia – quanto por mudanças estruturais na indústria do entretenimento. A coexistência entre televisão linear e streaming, embora marcada por tensões e adaptações, também representa uma oportunidade de ressignificação do formato de novela

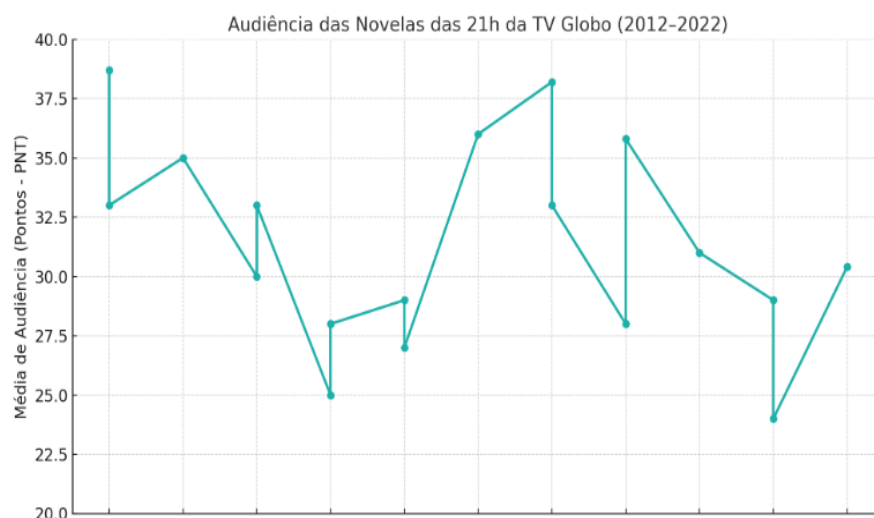
dentro do ecossistema digital. Abaixo, há uma planilha com a audiência das novelas, da maior para menor média, além do gráfico, que mostra a decadência e crise que a TV Globo sofreu por anos, após o fim de Avenida Brasil.

Figura 13 - Tabela com audiência das novelas das 21h de 2012 a 2022

Ano de Estreia	Novela	Média de Audiência (Pontos - PNT)
2012	Avenida Brasil	38,7
2012	Salve Jorge	33
2013	Amor à Vida	35
2014	Em Família	30
2014	Império	33
2015	Babilônia	25
2015	A Regra do Jogo	28
2016	Velho Chico	29
2016	A Lei do Amor	27
2017	A Força do Querer	36
2018	O Outro Lado do Paraíso	38,2
2018	Segundo Sol	33
2019	O Sétimo Guardião	28
2019	A Dona do Pedaço	35,8
2020	Amor de Mãe (1ª fase)	31
2021 (retorno)	Amor de Mãe (2ª fase)	29
2021	Um Lugar ao Sol	24
2022	Pantanal	30,4

Fonte: Kantar IBOPE Media, autor-data (2025)

Figura 14 - Gráfico detalhado da audiência das novelas das 21h de 2012 a 2022



Fonte: Kantar IBOPE Media, autor-data (2025)

CAPÍTULO 4 - A ERA DOS STREAMINGS

4.1 Séries Originais Netflix

O fenômeno de popularidade das plataformas de streaming começou a se consolidar com a chegada da Netflix que, inicialmente, era focada na distribuição de filmes e séries de outros estúdios. Mas não demorou muito para que a plataforma passasse a investir em conteúdo próprio, fazendo com que a indústria da TV se reinventasse. Há mais de 10 anos, o

termo *streaming*¹⁰ era uma palavra fora do dialeto popular, sendo nichado a especialistas do ramo tecnológico.

No entanto, com a chegada da Netflix em 2011, tudo mudou. Ao longo de uma década, num período que compreende-se de 2011 a 2021, a Netflix foi a grande responsável por tornar o termo ‘streaming’ popular no Brasil, além de tornar-se a principal plataforma no país, liderando o mercado brasileiro com 33% de presença, conforme o levantamento da consultoria JustWatch (Metrópoles, 2021).

Mesmo com sua chegada em solos brasileiros em 2011, a Netflix tornou-se popular, de fato, com o sucesso da série “House of Cards”, sua primeira produção original, lançada em 1 de fevereiro de 2013. Inclusive, House of Cards tornou-se a série responsável por elevar o patamar da Netflix, transformando a plataforma em um estúdio de renome, como aponta o artigo publicado por Steve Rose, no jornal britânico The Guardian (2022):

No ano seguinte a Lilyhammer, a Netflix lançou a série que realmente a consolidou como produtora: House of Cards, cuja mistura de talentos renomados (David Fincher, Kevin Spacey, Robin Wright), temas políticos polêmicos e valores de produção padrão de cinema eram impossíveis de ignorar. A Netflix fez uma oferta exorbitante pelos direitos da série – cerca de US\$100 milhões – e até deu o passo inédito de dar sinal verde para uma segunda temporada. A série continuou a atrair grandes nomes nos anos seguintes: Martin Scorsese, os irmãos Coen, Noah Baumbach e Alfonso Cuarón (cujo filme Roma rendeu à Netflix seu primeiro Oscar em 2019). [...] Na verdade, porém, essas são as exceções, e não a regra. O programa típico da Netflix não é criado por vencedores do Oscar ou membros da realeza. Aliás, por definição, não existe um programa “típico” da Netflix. Enquanto a grande emissora tradicionalmente adota uma abordagem de programação “tamanho único” – com esse tamanho único sendo determinado por um pequeno escalão superior de executivos – principalmente heterossexuais, brancos, americanos e homens – a Netflix adotou a abordagem exatamente oposta, lançando uma rede ampla e abrangente em busca de novos talentos e adaptando o conteúdo a públicos carentes.

O site especializado em televisão brasileira e vinculado ao UOL, Notícias da TV (2016) reporta que, no ano de 2016, a Netflix dobrou seu tamanho em poucos anos e chegou a superar o faturamento e audiência do canal de TV aberta SBT:

Dados inéditos, obtidos com exclusividade pelo Notícias da TV, revelam que a plataforma de vídeo por streaming tem cerca de 6 milhões de assinantes pagantes no país. Em seu melhor ano, dobrou de tamanho. Seu faturamento anual está estimado em R\$ 1,290 bilhão ou quase 30% a mais do que o SBT. A Netflix não divulga dados de assinantes e receitas por país, exceto os dos Estados Unidos. Os números foram calculados a partir de loggins na internet, tráfego de dados e pesquisas de

¹⁰ É uma tecnologia na qual possibilita assistir a vídeos e escutar música sem a necessidade de download e horário marcado frente a TV. Ou seja, a transmissão de dados de áudio ou vídeo é feita em tempo real do servidor para o dispositivo, como celular, notebook ou smart TV.

mercado. A empresa que os produziu pediu para não ser identificada e admite uma margem de erro de até 10%.

Devido ao alto índice de aceitação do mercado brasileiro, a “vermelhinha” (como é chamada nas redes sociais) investiu na primeira produção original, a série 3%. A distopia futurista, que abordava de forma crítica a desigualdade social no Brasil, foi lançada em 25 de novembro de 2016, com apenas oito episódios. A série foi um sucesso internacionalmente, garantindo sua renovação por mais três temporadas, sendo a última exibida em 14 de agosto de 2020. fez sucesso internacional e garantiu mais duas temporadas. Uma das responsáveis pelo sucesso e consolidação da Netflix foi outra obra original do estúdio, “Stranger Things”, uma série de suspense e ficção científica ambientada nos anos 1980, que mistura mistério, terror e elementos sobrenaturais. A história se passa na pequena cidade de Hawkins, Indiana, onde uma série de eventos estranhos começa a acontecer após o desaparecimento de um garoto, o Will Byers (Noah Schnapp).

Figura 15 - Elenco principal de “Stranger Things”



Fonte: Netflix/Divulgação (2022)

Enquanto seus amigos e familiares tentam encontrá-lo, descobrem uma série de segredos envolvendo o governo e um mundo paralelo chamado "Mundo Invertido". Em entrevista ao site Omelete¹¹(2017), os atores da série afirmaram que o maior público que eles possuíam eram os brasileiros e não esperavam tamanha fidelidade:

¹¹ Omelete é o principal veículo de comunicação brasileiro dedicado à cultura pop, fundado em 29 de junho de 2000.

"Você pode conferir as estatísticas dos seus seguidores no Instagram", explica Caleb McLaughlin (Lucas). "No meu caso, são 25% de homens e 75% de mulheres. Ele também mostra a cidade dos seus seguidores: o povo de São Paulo vence todas as demais, 70% dos meus seguidores são de lá." Finn Wolfhard (Mike) rapidamente complementou: "O ponto é que a América Latina domina", ao qual Gaten Matarazzo (Dustin) afirmou: "Brasil é o nosso maior público!"

Esse feito ilustra a transformação do panorama televisivo no Brasil, em que as plataformas de streaming, lideradas pela Netflix, conseguiram não só disputar audiência com as emissoras tradicionais, mas também moldar a forma como as pessoas consomem conteúdo. Segundo Rosane Svartman (2023) "A tendência de perda no mercado publicitário e assinaturas de canais a cabo supostamente é equilibrada pelo aumento de assinaturas da plataforma digital." A Netflix, ao se tornar a maior plataforma de streaming do Brasil, foi responsável por um fenômeno cultural, mudando a indústria da TV de uma maneira irreversível, e se tornando um dos maiores exemplos de como o streaming transformou a indústria do entretenimento globalmente.

4.2 O Futuro é Black Mirror

Originalmente lançada pelo canal televisivo britânico Channel 4¹² em 4 de dezembro de 2011, "Black Mirror" foi adquirida e transformada em produto original pela Netflix em 2015, que alçou a série ao conhecimento mundial, tornando-a uma das mais aclamadas de

¹² Channel 4 é um canal de televisão público aberto britânico de propriedade e operado pela Channel Four Television Corporation .

todos os tempos e, também, um fenômeno global. Criada por Charlie Brooker, “Black Mirror” explora as consequências causadas pela tecnologia na sociedade civil.

Figura 16 - Logotipo da série



Fonte: Netflix/Divulgação (2025)

Os episódios da série são independentes - ou seja, não precisam ser assistidos em ordem cronológica - e abordam temas como as redes sociais, inteligência artificial e vigilância, mostrando como inovações tecnológicas podem ampliar falhas humanas e gerar distopias perturbadoras.

O idealizador Charlie Brooker traz para seus episódios elementos ou comportamentos em certo sentido triviais, e potencializa-os no sentido de expor limites ou indícios de degradação humana, inclusive, ao considerarmos o caso de termos acesso a tecnologias mais avançadas, tais como, nanotecnologia, microchips implantados, dispositivos de bloqueio a terceiros, memórias armazenadas em HDs cerebrais e revisitadas a cada comando, enfim, algo próximo do que acontece na distopia retratada pelo episódio Queda-livre, que apesar de desenvolver o tema em torno das redes sociais, circunstância totalmente possível na atualidade, estabelece a situação “futurista” em que o perfil de cada indivíduo é determinante para posicioná-la socialmente através de um ranking utilizado como referência para tudo. Os que mantêm pontuação alta têm privilégios: filas especiais, salas VIP, descontos no aluguel e são “rodeados” de amigos. Já pontuações baixas afastam oportunidades e, curiosamente, pessoas. (P Azambuja & C Perri, 2018, pág. 54)

Ao analisar avanços tecnológicos, pode-se criar uma relação entre a premissa da série com o constante crescimento das plataformas de streaming. Duas décadas atrás, a única opção do telespectador era ligar a TV e assistir a programação a qual a emissora havia definido, diariamente. No entanto, com as mudanças impostas pelos streamings, o telespectador sofreu uma mudança personalizada, por meio dos algoritmos, que recomendam programas com base no seu próprio consumo.

Com a crescente utilização de telas interativas e de alta definição, como smart TVs, smartphones e dispositivos móveis, o consumo de mídia se tornou cada vez mais imersivo, gerando uma experiência que coloca os usuários em contato direto com o conteúdo, mas também os expõe a novas formas de vigilância e controle, temas centrais na série. *Black Mirror* reflete essa realidade, questionando os limites da privacidade e da segurança no ambiente digital.

As plataformas de streaming e as recentes mudanças tecnológicas nas telas, causadas pelo advento da web 2.0, intensificam debates ao permitir acesso instantâneo e ilimitado a conteúdos, ao mesmo tempo em que cria uma sociedade cada vez mais vigiada e manipulada por algoritmos. Como aponta o site de tecnologia norte-americano The Verge (2016), “a genialidade de *Black Mirror* é que ela nunca se limita ao futuro distante; em vez disso, oferece um olhar desconfortante sobre o presente, explorando como a tecnologia, que deveria nos libertar, muitas vezes nos prende”.

4.3 Os Novos Preços

“Netflix chega ao Brasil por R\$15 ao mês”, essa é a manchete utilizada pelo site jornalístico do Grupo Globo, g1 (2011), ao anunciar a chegada da gigante dos streamings em solos brasileiros. Ao longo de mais de uma década, a plataforma e (agora) estúdio, aumentou pelo menos sete vezes os valores de seus planos no Brasil. O site NaTelinha (2024), reporta que a gigante dos streamings aumentou seu preço em 300% ao longo de 13 anos:

Os clientes da Netflix levaram um susto nesta sexta-feira (24) ao se deparar com mais um aumento na mensalidade. Susto maior ainda é quando observamos a escalada nos valores da plataforma de streaming desde que desembarcou no Brasil em setembro de 2011 que chegou até 300%. Com três planos ofertados ao público, o Padrão com anúncios teve um acréscimo de 10%, passando de R\$18,90 para R\$20,90. Já o plano padrão sem anúncios teve o maior percentual de aumento, de 12%, variando de R\$39,90 para R\$44,90. É a opção com mais assinantes e conta com acesso a dois dispositivos simultâneos com qualidade Full HD. Já o plano Premium foi de R\$55,90 para R\$59,90, o equivalente a mais 7%. Nessa opção, os clientes têm acesso a quatro aparelhos simultâneos na mesma residência. A resolução é a Ultra HD, o famoso 4K. Netflix aumenta valor da assinatura em até 300% nos 13 anos de Brasil.

Essa dinâmica de preços das plataformas de streamings têm sido uma das questões centrais para o declínio desses serviços. Outras plataformas, como Prime Video e Disney+ seguem na mesma mão, gerando frustração no consumidor. Se levar em conta a Netflix, por exemplo, que começou com preços e assinaturas relativamente acessíveis e, ao longo dos anos, aumentou consideravelmente seus preços, pode-se observar que essa é uma tendência do mercado em que constantemente visam lucros. Além disso, a forma como o mercado lida com o preço de assinatura é crucial para a análise do crescimento das plataformas. O aumento das taxas de assinatura de serviços como Netflix e Amazon, mesmo com uma diversidade crescente de conteúdo, gerou discussões sobre a acessibilidade do serviço, especialmente em mercados emergentes, como o Brasil.

Como informa o artigo publicado pela InfoMoney (2022), “em 2019, antes da pandemia, o brasileiro desembolsava R\$77,70 por mês para ter acesso aos serviços Netflix, Prime Video (da Amazon) e Globoplay — as principais plataformas disponíveis na época. Agora, em 2022, o gasto mensal para assinar esses mesmos serviços já chega a R\$95,70, uma alta de 23,2%”.

Apesar das discussões acerca dos constantes aumentos, o mercado brasileiro tem mostrado uma crescente adesão aos serviços de streaming, como um todo. A chegada de novos serviços com modelos mais acessíveis, como a MAX¹³, oferece uma competição saudável, que pode forçar as plataformas a repensar suas estratégias de preços.

¹³ MAX é a plataforma da Warner Bros. Discovery, lançada anteriormente como HBO Max.

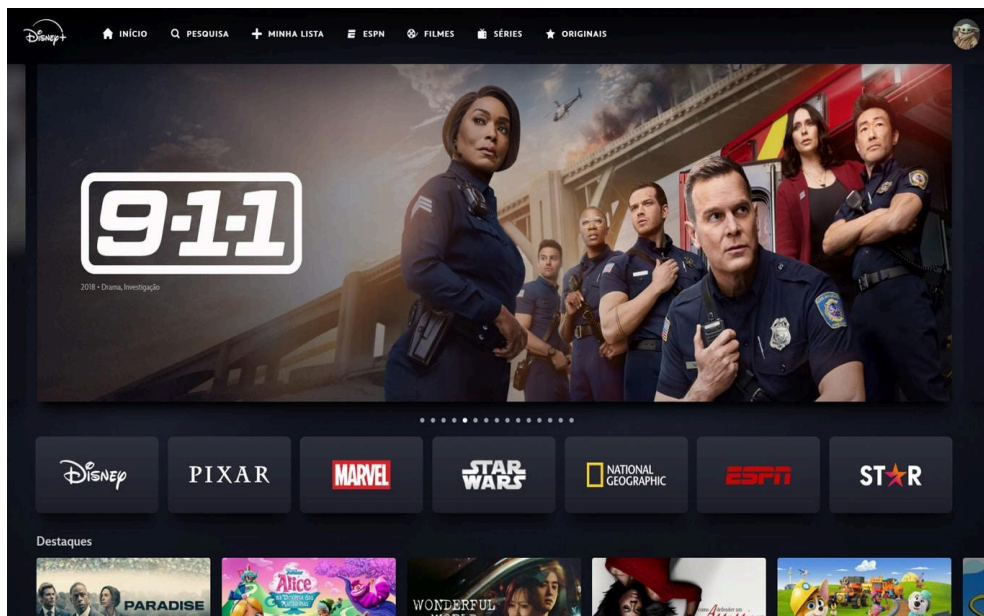
4.4 Ampliando os horizontes: Surgem Novos Streamings

Por muito tempo, a Netflix e a Prime Video reinaram sem concorrência no mercado dos streamings. No entanto, com o avanço tecnológico e, conseqüentemente, com a mudança estrutural da sociedade de se comunicar e consumir produtos, a coisa mudou. A nível mundial, grandes estúdios como a Disney e Warner passaram a investir em sua própria plataforma, criando, assim, a Disney+, lançada em 12 de novembro de 2019 e a MAX (inicialmente batizada de HBO Max), lançada em 27 de maio de 2020. Essa variedade de

plataformas aumenta a variedade de conteúdo original dentro do próprio mercado, além, claro, de reunir marcas e produções amplamente conhecidas.

Na plataforma de streaming Disney+, o estúdio optou por dar destaque às suas marcas, separando-as em abas, deixando para o cliente que todos aqueles produtos pertencem a um só conglomerado. Pixar, Marvel, Disney Animation, National Geographic, Star Wars, Star+ e ESPN são os grandes destaques da principal aba de navegação da Disney+.

Figura 17 - Nova interface do Disney+, após fusão com a Star+



Fonte: Disney+ (2024)

A Max, em contrapartida, possui todo o catálogo da Warner, Discovery, Harry Potter e HBO14, emissora que ficou mundialmente conhecida por suas produções seriadas a níveis de cinema, como a série de sucesso “Game of Thrones”. A chegada da Disney+ no Brasil, em 2020, fez a TV Globo lançar uma parceria inédita, a fim de unir forças: uma assinatura única, que dava acesso aos conteúdos do recém-chegado Disney+ e do Globoplay, como informa o g1 (2020). O então presidente de Produtos e Serviços Digitais da Globo, Erick Brêtas, explicou a decisão:

Nós sempre ouvimos os consumidores para entender seus desejos e aspirações. Nesse processo, uma mensagem vem se tornando cada vez mais clara: as pessoas querem simplicidade, conveniência, qualidade e preço justo. Para atender a essa demanda, nos associamos aos nossos parceiros da Disney para reunir em uma única oferta dois serviços de streaming que têm simplesmente o melhor em termos de conteúdo: filmes, séries, novelas, documentários, desenhos, programas infantis e para a família e ainda os melhores canais da TV por assinatura, no caso do combo

com o Globoplay + Canais ao vivo. Tudo isso por um preço que as pessoas podem pagar.

A introdução dessas novas plataformas fez com que o mercado dos streamings se diversificasse ainda mais, criando cenários competitivos e estimulantes para os consumidores. As opções de conteúdo focado em suas marcas de sucesso (vide Pixar, Harry Potter e Star Wars), não apenas desafiaram a Netflix como também ampliaram as possibilidades de consumo para os assinantes.

Esse movimento não apenas intensificou a concorrência entre as plataformas, mas também forçou as empresas a investirem ainda mais em produções originais e inovações tecnológicas para manter seus assinantes engajados. Como resultado, os consumidores agora têm mais poder de escolha, sendo capazes de selecionar as plataformas que melhor atendem aos seus gostos e preferências, gerando um mercado mais dinâmico e segmentado.

CAPÍTULO 5 - AS NOVELAS SE UNEM AO FORMATO DO STREAMING

5.1 – Verdades Secretas II: A Primeira Novela da História do Streaming

Walcyr Carrasco é conhecido como o “mago supremo” da TV Globo, por criar histórias que geram bastante audiência e repercussão, transitando nos principais horários da emissora: 6, 7 e 9. Em 2015, o autor recebe um novo desafio: criar uma trama inédita para o

horário das 11. Então o dramaturgo prontamente entregou a sinopse de “Verdades Secretas”, que girava em torno do triângulo amoroso formado pela mãe, filha e padrasto. Toda a história começa quando Arlete/Angel (Camila Queiroz) decide entrar pro mundo da moda e faz o *book rosa*¹⁴. O que ela não esperava, era que seu primeiro cliente se tornaria sua paixão mais obsessora e, posteriormente, o esposo de sua própria mãe. A novela teve sua estreia no dia 8 de junho de 2015 e ficou no ar até 25 de setembro, totalizando 64 capítulos.

Figura 18 - Angel (Camila Queiroz) mata o padrasto e amante Alex (Rodrigo Lombardi)



Fonte: TV Globo/ Reprodução (2015)

O último episódio causou apelo nacional, marcando 20 pontos. Mesmo sendo exibida após 1h da manhã, a novela chegou a alcançar o *trending topics*¹⁵ do X (antigo Twitter). Em entrevista a VEJA (2015), o autor Walcyr Carrasco refletiu sobre o sucesso de sua trama:

Pode parecer estranho, mas o autor que pensa apenas no sucesso está errado. Mensurar o impacto da novela não cabe a mim, talvez ao marketing. Eu deixo a emoção se expressar. Agora, o que tivemos aqui foi um casamento perfeito. Um tema atual, uma direção primorosa do Maurinho (Mauro Mendonça Filho) e atores que se entregaram de verdade. Um amigo me contou que assistiu ao penúltimo capítulo em um posto de gasolina, na companhia de outras 50 pessoas. Outros amigos organizaram festas em suas casas para verem juntos o último capítulo.

O sucesso da trama foi tanta que, anos depois, a TV Globo encomendou uma continuação, intitulada “Verdades Secretas II”, só que ao contrário da tradicional exibição em

¹⁴ Expressão utilizada por algumas agências de modelos, que designam profissionais a prestarem serviços sexuais.

¹⁵ Assuntos ou palavras-chave que estão em alta nas mídias sociais, seja por rede social ou sites de notícia.

televisão aberta, a trama estreou diretamente na plataforma de streaming Globoplay, se tornando a primeira novela da história a ser produzida originalmente neste formato. Com esse movimento, a TV Globo começou a explorar um novo modelo de produção e distribuição de conteúdo, respondendo à demanda crescente por formatos de audiovisual voltados para o consumo on-demand.

Figura 19 - Pôster de divulgação da telenovela



Fonte: Globoplay (2022)

A estratégia da Globo foi lançar a novela em cinco blocos, de dez capítulos, a fim de segurar a audiência e manter o engajamento da trama nas mídias sociais. Aproveitando a oportunidade para inovar ainda mais, a emissora decidiu que a novela teria duas versões diferentes em seu último capítulo, fugindo da maneira tradicional em que é exibido seus últimos capítulos na TV aberta.

O sucesso, mais uma vez, foi garantido, como reporta a matéria publicada no NaTelinha (2021), “entre o dia de sua estreia, em 20 de outubro, e o último domingo (26), Verdades Secretas 2 atingiu a marca de 50,007 milhões de horas consumidas no Globoplay, se firmando como o maior lançamento de um original da plataforma. De acordo com nota enviada à imprensa pela Globo, com apenas 68 dias de disponibilidade, a novela de Walcyrr Carrasco com direção artística de Amora Mautner já é o terceiro conteúdo mais consumido da história do Globoplay, ficando atrás apenas das séries The Good Doctor e The Big Bang

Theory, que estão disponíveis há três anos e quatro meses e dois anos e 11 meses, respectivamente”.

Apesar de ter estreado diretamente no streaming, *Verdades Secretas* foi exibida na TV Globo entre 4 de outubro a 18 de novembro de 2022. Diferente da primeira parte da história, a segunda não conquistou o público e fez a audiência noturna da TV Globo desabar, caindo para apenas 8 pontos de média geral, carregando o título de pior média para uma trama das 11. Sob essa ótica, pode-se observar uma peculiaridade com a trama. Há quem ame, mas também há quem a critique, sem ressalvas. Em sua coluna no UOL (2022), Marcelle Carvalho opina, dizendo que *Verdades Secretas II* é o "típico caso da continuação que não deveria existir". Além da crítica, parcela do público que acompanhou a primeira versão da história também não se agradou com o desfecho que a trama tomou.

No entanto, mesmo com ressalvas, ela entrou para a história como primeira telenovela produzida diretamente para um novo formato - o streaming -, ressaltando a cultura da convergência defendida por Jenkins (2006).

5.2 – As novelas em um novo lar: Da TV para o Streaming

Ficar antenado às tendências do mercado é crucial para o mundo dos negócios, especialmente em um mundo globalizado. Como dito anteriormente, a TV Globo tem adotado uma nova política desde que criou o seu próprio serviço de streaming, o Globoplay. Com a ascensão das plataformas digitais, a Globo reconheceu que era necessário se adaptar

rapidamente para continuar competitiva no mercado. Segundo Nelson de Sá, colunista cultural da Folha de S.Paulo (2019), a emissora está se transformando numa “empresa de tecnologia e conteúdo” (p. CI), principalmente por meio de sua plataforma de streaming, o Globoplay, que começou a oferecer suas novelas no formato on-demand, com a opção de os usuários assistirem às novelas no momento em que desejassem. A estratégia de exibir os capítulos na TV linear e, em seguida, disponibilizar no streaming dá certo.

Hoje em dia, muitas pessoas não conseguem ficar assistindo em um horário fixo e, por vezes, optam por assistir na tela do celular, do notebook e até mesmo de um tablet. Essa forma possibilita a emissora a investir em meios alternativos para angariar ainda mais seu público e manter a relevância como líder no Brasil. Além de seu conteúdo já exibido na TV linear, a TV Globo investiu em dois campos que são promissores. O Projeto Originalidade foi uma iniciativa da TV Globo para adaptar algumas de suas novelas clássicas para o Globoplay.

Figura 20 - Lançamento do projeto Resgate e Originalidade



Fonte: TV Globo/ Gshow (2023)

Trata-se de um esforço da emissora para manter seu catálogo relevante em um momento em que os telespectadores têm migrado para as plataformas de streaming. Essas adaptações envolvem a restauração das novelas mais queridas do público e a disponibilização delas no formato digital, além de incorporar alguns ajustes modernos, como a inserção de cenas bônus ou remasterização das produções, além de incluir aberturas e vinhetas de

intervalo. Em dezembro de 2023, o então presidente do Globoplay, Erick Brêtas, anuncia o Projeto Resgate, em que a emissora passa a disponibilizar capítulos fragmentados de obras que marcaram época, mas que não puderam ser reprisadas por faltar muitos capítulos. Em comunicado à imprensa, o diretor detalha sua opinião sobre a relevância do projeto:

“Muitos de vocês pediram. Nós temos 28 títulos que estão incompletos. Em alguns casos, temos apenas um capítulo, sete, dez. Não é possível ter um arco completo da história, mas tem uma parte importante da história da telenovela que ainda pode ser contada com valor cultural, valor de acervo, valor da curiosidade e que faz parte da nossa vontade de ver como era uma novela daquela época. Então, vamos resgatar, em etapas, esses 28 fragmentos da nossa cultura, da dramaturgia brasileira.”

5.4 – Todas as Flores: A Consolidação da Teledramaturgia nas Plataformas de Streamings

Como mencionado anteriormente, João Emanuel Carneiro foi o autor responsável pela criação do fenômeno de audiência e popularidade, Avenida Brasil. O seu prestígio dentro da TV Globo sempre foi alto, devido ao seu histórico de tramas bem-sucedidas, como Da Cor

do Pecado, Cobras & Lagartos, A Favorita e, claro, a própria Avenida Brasil. No entanto, após o seu ápice, o autor entregou tramas abaixo da expectativa da emissora, vide A Regra do Jogo e Segundo Sol, a polêmica novela da Bahia branca.

Anos depois, João entregou ao departamento de teledramaturgia da TV Globo uma trama intitulada, provisoriamente, de Olho por Olho. Após avaliação da direção, houve consenso: a trama estrearia após Travessia, de Glória Perez. No entanto, no meio do caminho, João recebeu a notícia que sua trama sofreria uma alteração drástica: ao invés de ser exibida na TV linear e com mais de 170 capítulos, ela estrearia diretamente no Globoplay, com 85 capítulos. O motivo, segundo a imprensa, teria sido porque a direção da emissora considerou a história pesada e densa para o horário das 21.

Primeiramente anunciada como nova novela das 21h, Todas as Flores foi logo rebaixada para o Globoplay. Alegou-se que era uma trama pesada para o horário. A emissora tratou de desdizer a colocação, para valorizar que o streaming seria uma ótima plataforma de lançamento da aguardada novela de João Emanuel Carneiro. Nem os telespectadores nem o autor compraram essa ideia. João, aliás, precisou mexer muito na sinopse original, dizimando alguns núcleos e cortando personagens. (Valmir Moratelli, VEJA 2023)

No dia 19 de outubro de 2022, o Globoplay lança oficialmente Todas as Flores - anteriormente batizada de Olho por Olho -, no mesmo dia em que foi exibido o último capítulo de Avenida Brasil, dez anos atrás, do mesmo autor. A Globo, novamente, apelou para a divulgação ao usar a frase “do criador de Avenida Brasil, João Emanuel Carneiro (...)”, prática que, se analisar, tornou-se comum ao divulgar as tramas do autor, levando em conta que essa divulgação citando Avenida Brasil aconteceu, também, anteriormente com as novelas A Regra do Jogo e Segundo Sol.

A trama narra a história de Maíra (Sophie Charlotte) que é criada com o pai e abandonada por sua mãe, Zoé (Regina Casé), ao descobrir que a filha é cega. Quando sua outra filha, Vanessa (Leticia Colin) precisa de uma doação de transplante de medula óssea, Zoé procura Maíra e começa uma forçada reaproximação. A partir daí a trama toma rumos digno de novela do horário das 9, com a tão aguardada vingança de Maíra contra sua mãe e sua irmã.

Figura 21 - Zoé (Regina Casé) acolhe a filha cega Maíra (Sophie Charlotte)



Fonte: Globoplay/Reprodução (2022)

Conforme apurado pelo NaTelinha (2022), a Globo aproveitou o enredo da trama e a expectativa do público para segurar a audiência e impulsionar um de seus principais produtos: o BBB.

A Globo vai usar a novela Todas as Flores, novo nome da trama que tem sido escrita por João Emanuel Carneiro, para manter o número de assinantes do Globoplay em alta após o BBB em 2023. As metas são duas. A primeira é provocar a repercussão da novela por mais tempo nas redes sociais e na boca do povo. A segunda é tentar segurar os clientes que assinam o streaming apenas no início do ano. Anteriormente batizada de Olho por Olho, Todas as Flores terá sua primeira parte exibida no último trimestre de 2022, entre outubro e dezembro. Serão disponibilizados 45 capítulos em blocos semanais. A segunda leva de entrará na plataforma no segundo trimestre de 2023, entre abril e junho do ano que vem. A produção começará a ser rodada em julho. Ao todo, serão 85 capítulos. Segundo apurou o Notícias da TV, o planejamento interno é colocar a segunda fase de Todas as Flores dias depois do anúncio do campeão do Big Brother Brasil 23, que ocupa as atenções do streaming entre janeiro e abril.

A estratégia adotada pela emissora marca, de vez, a mudança em como as telenovelas são exibidas nos dias de hoje. Ao lançar cinco capítulos semanais, em que dá a opção do público maratonar, a TV Globo consegue distinguir-se do seu público da TV linear ao mesmo tempo em que conquista e atrai novos telespectadores para o seu streaming, o Globoplay.

O gancho, na lógica da TV aberta, é o que garante que a audiência retorne no bloco, no dia ou na semana seguintes. No streaming, é um bom gancho que garante que o público se mantenha interessado e “maratone” seu conteúdo. A mesma ferramenta sendo utilizada de diferentes maneiras mas com a mesma finalidade, capturar ao público para acompanhar uma história. Todas as Flores utiliza desse recurso e possui, por seu caráter híbrido, a capacidade de cumprir com os dois objetivos citados. É possível maratonar a novela e ainda assim querer voltar na semana

seguinte para saber o que aconteceu com aqueles personagens. (DIAS; RIBEIRO, 2023, p. 14).

Sob esse viés, pode-se afirmar que a novela se destacou por sua forma narrativa mais curta e intensa, algo semelhante a preferência do público atual que consome conteúdos rápidos, que possam ser vistos em viagens, intervalos de trabalho etc. Além disso, a novela apresenta uma trama complexo, com abordagem do tráfico humano de uma maneira mais pesada do que a abordada em *Salve Jorge* (2012), além de temas contemporâneos que já são clichês em uma boa novela, como relações amorosas e conflitos familiares.

O seu enredo de suspense ao longo dos capítulos foi capaz de prender o público, que vibrava a cada leva de novos episódios. O sucesso de *Todas as Flores* foi tão grande que os capítulos finais da trama fez o streaming Globoplay cair com acessos simultâneos, o que gerou revolta do público em redes sociais como X (antigo Twitter), como informa a Contigo! (2022). Além do sucesso gigantesco dentro do Globoplay, a TV Globo exibiu a trama na tv aberta no período de 4 de setembro a 20 de novembro de 2023, como aconteceu com *Verdades Secretas II*, no horário das 11. Segundo dados do Kantar IBOPE Media (2023) , a novela bateu diversos recordes de audiência, fechando com média geral de 16,7 pontos, o dobro de *Verdades Secretas II* que seguiu o mesmo formato: estreou no streaming e, em seguida, foi exibida na TV aberta.

Dessa forma, *Todas as Flores* não apenas consolidou João Emanuel Carneiro novamente como um autor de sucesso, mas também simbolizou um ponto de virada na forma como a teledramaturgia brasileira é produzida, distribuída e consumida. A novela provou que o formato seriado e com lançamentos em blocos semanais pode funcionar perfeitamente para o gênero, adaptando-se ao ritmo contemporâneo sem perder a essência melodramática que caracteriza a telenovela nacional. Com isso, a obra se tornou um verdadeiro case de sucesso dentro do streaming brasileiro, pavimentando o caminho para que outras produções originais da Globo sejam lançadas diretamente no Globoplay — e, mais do que isso, demonstrando que o público está disposto a consumir novelas fora do formato tradicional da televisão aberta, desde que haja qualidade, trama envolvente e estratégia de divulgação eficiente.

6 - CONSIDERAÇÕES FINAIS

As novelas, sem dúvidas, são parte importante da cultura brasileira, constituindo um dos pilares mais sólidos do audiovisual brasileira, em especial pelas novelas produzidas e exibidas pela TV Globo. Esse produto, responsável por articular entretenimento, debates e informações sociais, consolidou-se como um dos principais produtos culturais de massa, desde sua migração das rádios para a televisão. Entretanto, o advento das tecnologias digitais e, em especial, a revolução proporcionada pela web 2.0, a forma como o conteúdo audiovisual é consumido e distribuído foi modificado. Neste contexto, a presente pesquisa se propôs a analisar de que maneira as plataformas de streamings influenciaram a estrutura, estética e estratégia de divulgação das novelas, destacando a cultura da convergência e as novas formas de interação entre o produtor e o espectador.

A pesquisa, fundamentada em uma metodologia composta por pesquisas bibliográficas, análise de conteúdo e pesquisas descritivas, permitiu compreender as várias nuances que envolvem o formato dramático brasileiro e como ele foi reconfigurado na era digital. A escolha das obras analisadas, centradas nas novelas do horário nobre da TV Globo entre *Avenida Brasil* (2012) a *Pantanal* (2022) e em *Todas as Flores* (2022), a última novela original produzida para um streaming, foi essencial para observar a transição do modelo tradicional para um formato híbrido, marcado pela integração entre televisão aberta e plataformas digitais sob demanda.

Os conceitos de convergência midiática, cultura participativa e a narrativa transmídia defendida por Henry Jenkins (2006, 2009) foram fundamentais para a construção deste trabalho. Jenkins defende que a convergência não se resume a apenas um fenômeno técnico, mas constitui um processo cultural complexo, em que os consumidores passam a exercer papel ativo na circulação e, também, na ressignificação dos conteúdos. Utilizando o contexto da teledramaturgia, esse viés se manifesta na ampliação das narrativas para diferentes tipos de plataformas - como Youtube, redes sociais e, especialmente, os streamings -, promovendo uma expansão do universo ficcional que transcende a tradicional tela da TV.

A criação do Globoplay, em 2015, pela TV Globo, representa uma resposta direta à mudança no comportamento do consumidor e à popularização de plataformas como a Netflix,

Prime Video e Disney+ no Brasil. A emissora, que por décadas deteve o monopólio da produção e exibição de telenovelas no Brasil, percebeu a necessidade de se reinventar, adentrando no mercado dos streamings. Com a estreia de *Verdades Secretas II*, a primeira novela brasileira produzida originalmente para uma plataforma de streaming, a Globo tornou-se pioneira mundial nesse formato, evidenciando o movimento de adaptação ao novo ecossistema midiático e reinventando-se na indústria que é líder há mais de quatro décadas.

Pode-se observar que essa transição implicou mudanças nas narrativas. As novelas que são exibidas exclusivamente no Globoplay passaram a adotar uma estética mais próxima das séries norte-americanas, com número reduzido de capítulos, maior dinamismo e temáticas mais ousadas, podendo abordar temas mais polêmicos e cenas com maior teor sexual e nudez, por exemplo. O caso do fenômeno *Avenida Brasil* é particularmente ilustrativo, pois marca um ponto de inflexão em que elementos do seriado, como cliffhangers, ritmo acelerado e arcos narrativos fragmentados, são incorporados à linguagem tradicional da telenovela, antecipando tendências que seriam mais acentuadas nas produções para o streaming.

Outra análise de extrema relevância foi o impacto cultural e social que as telenovelas podem causar na sociedade, desempenhando papel ativo na formação de imaginários, comportamentos e políticas públicas, como foi o caso da novela *Mulheres Apaixonadas*, que ajudou a criar três leis na esfera pública do país. Tal influência não desaparece no contexto digital; ao contrário, é potencializada pelas dinâmicas virais das redes sociais e pela facilidade de compartilhamento de cenas, memes e discussões que perpetuam a narrativa muito além da sua exibição original.

Sob a óptica metodológica, em que se utilizou a análise de conteúdo, a abordagem de Tim O'Reilly (2005) sobre a web 2.0 foi útil para compreender o papel central entre usuário, consumidor e produtor, os quais interagem ativamente com os conteúdos e contribui para a lógica da inteligência coletiva.

Portanto, conclui-se que as plataformas de streaming impactaram diretamente a maneira como as telenovelas são consumidas hoje em dia, além de influenciar diretamente no seu formato de produção, linguagem, estética e estratégias de divulgação. Sob essa perspectiva, pode-se observar que a teledramaturgia brasileira conseguiu reinventar-se e acompanhar a revolução tecnológica do mercado, não desaparecendo, mas adentrando em novos formatos, sem perder a sua principal essência, mantendo sua relevância como um

produto cultural de massa e um espelho social, onde é capaz de gerar debates e modificar leis através de suas narrativas. Dessa forma, a TV Globo conseguiu reafirmar seu protagonismo na produção do gênero, mesmo com a crescente disputa de outros meios - como as plataformas de streamings -, adaptando-se à cultura da convergência defendida por Jenkins (2006).

7 - REFERÊNCIAS

JENKINS, Henry. *Cultura da convergência*. São Paulo: Aleph, 2008.

SVARTMAN, R. *A telenovela e o futuro da televisão brasileira*. São Paulo: Cobogó, 2023.

DE SOUSA, Laiane Araujo. *A favela que ninguém vê: uma análise da novela A Força do Querer*. 2018. Monografia (Graduação em Publicidade e Propaganda) – Escola de Comunicação, UFRJ, Rio de Janeiro, 2018.

MOREIRA, D. R. *Um estudo da tecnologia Web 2.0*. Catalão: UFG, 2009. 101 p. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Ciência da Computação) – Universidade Federal de Goiás.

PARDINHO, Celso Luís Nogueira. *A telenovela e a identidade nacional*. 2012. 25 p. Monografia (Especialização em Comunicação Política e Imagem) – Universidade Federal do Paraná, Curitiba, 2012.

TEIXEIRA, F. S. *O impacto da Netflix na produção e consumo de conteúdo audiovisual*. Rio de Janeiro: UFRJ/ECO. Monografia (Graduação em Jornalismo).

ACEVEDO, C. R. et al. *As plataformas de streaming e seu impacto no comportamento do consumidor*. *Revista GEMInIS*, São Carlos, v. 12, n. 1, p. 227–246, 2021. DOI: 10.53450/2179-1465.RG.2021v12i1p227-246. Disponível em: <https://www.revistageminis.ufscar.br/index.php/geminis/article/view/500>. Acesso em: 14 ago. 2024.

AZAMBUJA, P.; PERRI, C. *Filosofia e distopia serializadas: sobre Black Mirror e suas relações entre humanos e técnicas*. *Ícone – Revista de Estudos da Comunicação*, v. ?, 2018. Disponível em: <https://periodicos.ufpe.br/revistas/index.php/icone/article/view/237077/pdf>. Acesso em: 14 ago. 2024.

BORELLI, Silvia Helena Simões. *Telenovelas brasileiras: territórios de ficcionalidade, universalidades, segmentação*. In: DOWBOR, L.; IANNI, O.; RESENDE, P.; SILVA, H. (orgs.). *Desafios da comunicação*. Petrópolis: Vozes, 2001. p. 127–141.

DIAS, Gabriela Rodrigues; RIBEIRO, Ana Paula Goulart. *Todas as Flores e o formato de telenovela para o streaming: uma análise da estrutura semanal de capítulos*. In: INTERCOM – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação. *46º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação*, PUC Minas, 2023.

LOPES, M. (org.). *Ficção e realidade: telenovela, um fazer brasileiro*. São Paulo: Summus, 2000.

OLIVEIRA, Arthur Freitas; PINHEIRO, Priscilla Mendonça; DUTRA, Júlio Afonso Alves. *Serviços de streaming: histórico, consumo e perspectivas*. Disponível em: <https://recima21.com.br/index.php/recima21/article/view/4314>. Acesso em: 14 ago. 2024.

Afinal, o que é telenovela? Em busca da configuração do gênero situacional. Revista INV. Disponível em: <https://periodicos.ufpe.br/revistas/INV/article/view/252076>. Acesso em: 14 ago. 2024.

GLOBO.COM. *Globoplay cresce durante a pandemia: veja os conteúdos mais assistidos.* TechTudo, Rio de Janeiro, 16 dez. 2020. Disponível em: <https://www.techtudo.com.br/noticias/2020/12/globoplay-cresce-durante-a-pandemia-veja-os-contenudos-mais-assistidos.ghtml>. Acesso em: 13 abr. 2025.

GLOBO.COM. *Globoplay anuncia parceria com Disney.* G1, 3 nov. 2020. Disponível em: <https://g1.globo.com/pop-arte/noticia/2020/11/03/globoplay-anuncia-parceria-com-disney.ghtml>. Acesso em: 12 abr. 2025.

GSHOW. *Globoplay anuncia projeto "Fragmentos" e disponibiliza capítulos de novelas que marcaram época.* Disponível em: <https://gshow.globo.com/novelas/mundo-de-novela/noticia/globoplay-anuncia-projeto-fragmentos-e-disponibiliza-capitulos-de-novelas-que-marcaram-epoca.ghtml>. Acesso em: 13 abr. 2025.

MEMÓRIA GLOBO. *Amor de Mãe e Pantanal: Informações institucionais e dados de audiência.* Rio de Janeiro: TV Globo, 2022. Disponível em: <https://memoriaglobo.globo.com/>. Acesso em: 13 abr. 2025.

NETFLIX aumentou valor da assinatura em até 300% nos 13 anos de Brasil. NaTelinha, 25 maio 2024. Disponível em: <https://natelinha.uol.com.br/mercado/2024/05/25/netflix-aumentou-valor-da-assinatura-em-ate-300-nos-13-anos-de-brasil-212264>. Acesso em: 07 abr. 2025.

OMELETE. *"Brasil é o nosso maior público", diz elenco do seriado da Netflix.* Disponível em: <https://www.omelete.com.br/series-tv/stranger-things-brasil-e-o-nosso-maior-publico-diz-elenco-do-seriado-da-netflix>. Acesso em: 10 abr. 2025.

TERRA. *Império encerra crise de audiência que assustou cúpula da Globo.* Disponível em: <https://www.terra.com.br/diversao/tv/imperio-encerra-crise-de-audiencia-que-assustou-cupula-da-globo,adcf9b3df1f28c066ecf93493faa020aw9lw8x7b.html>. Acesso em: 13 abr. 2025.

VEJA. *João Emanuel Carneiro comprova erro da Globo com Todas as Flores.* Disponível em: <https://veja.abril.com.br/coluna/veja-gente/joao-emanuel-carneiro-comprova-erro-da-globo-com-todas-as-flores/>. Acesso em: 13 abr. 2025