



UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO
CENTRO DE FILOSOFIA E CIÊNCIAS HUMANAS
ESCOLA DE COMUNICAÇÃO

**DO BRASIL ANTENADO AO BRASIL CONECTADO: AS TRANSFORMAÇÕES DO
CONSUMO DE TELENVELA BRASILEIRA NA ERA DO *STREAMING***

José Eduardo de Queiroz Júnior

Rio de Janeiro/ RJ
2024

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO
CENTRO DE FILOSOFIA E CIÊNCIAS HUMANAS
ESCOLA DE COMUNICAÇÃO

**DO BRASIL ANTENADO AO BRASIL CONECTADO: AS TRANSFORMAÇÕES DO
CONSUMO DE TELENÓVELA BRASILEIRA NA ERA DO *STREAMING***

José Eduardo de Queiroz Júnior

Monografia de graduação apresentada à Escola de Comunicação da Universidade Federal do Rio de Janeiro, como requisito parcial para a obtenção do título de Bacharel em Comunicação Social, Habilitação em Radialismo.

Orientador: Prof. Dr^a Ana Paula Goulart Ribeiro

Rio de Janeiro/ RJ
2024

DO BRASIL ANTENADO AO BRASIL CONECTADO: AS TRANSFORMAÇÕES DO CONSUMO DE TELENÓVELA BRASILEIRA NA ERA DO *STREAMING*

José Eduardo de Queiroz Júnior

Trabalho apresentado à Coordenação de Projetos Experimentais da Escola de Comunicação da Universidade Federal do Rio de Janeiro, como requisito parcial para a obtenção do grau de Bacharel em Comunicação Social, Habilitação Radialismo.

Aprovado por



Documento assinado digitalmente
ANA PAULA GOULART RIBEIRO
Data: 17/12/2024 09:49:21-0300
Verifique em <https://validar.iti.gov.br>

Prof. Dr^a Ana Paula Goulart Ribeiro – orientadora



Documento assinado digitalmente
JULIANA TILLMANN CAMARA RIBEIRO
Data: 19/12/2024 10:09:51-0300
Verifique em <https://validar.iti.gov.br>

Prof. Dr^a Juliana Tillmann Camara Ribeiro



Documento assinado digitalmente
ARLETE NERY DE ANDRADE
Data: 23/12/2024 11:02:40-0300
Verifique em <https://validar.iti.gov.br>

Prof. Ms. Arlete Nery de Andrade

Aprovada em: 13 de dezembro de 2024

Grau: 10,0 (dez)

Rio de Janeiro/ RJ
2024

DE QUEIROZ JÚNIOR, José Eduardo.

Do Brasil antenado ao Brasil conectado: as transformações do consumo de telenovela brasileira na era do streaming. / José Eduardo de Queiroz Júnior – Rio de Janeiro; UFRJ/ECO, 2024.

56 f.

Monografia (graduação em Comunicação) – Universidade Federal do Rio de Janeiro, Escola de Comunicação, 2024.

Orientação: Ana Paula Goulart Ribeiro.

1. Telenovela. 2. Streaming. 3. Recepção. I. RIBEIRO, Ana Paula Goulart (orientadora) II. ECO/UFRJ III. Radialismo IV. Título

Dedico este trabalho a Mateus Pompeu, colega que em sua rápida passagem pela vida conquistou e cultivou amigos, admiradores, vitórias e boas memórias.

AGRADECIMENTO

Aos meus pais, que sempre me apoiaram em cada escolha da minha vida, em cada momento em que precisei de suporte, em cada abraço e carinho.

À minha família como um todo, pelo apoio e amor constantes.

Aos meus amigos, que sempre estiveram presentes, mesmo à distância, me fazendo enxergar tudo o que eu poderia alcançar, ao passo que potencializávamos uns aos outros.

Aos amigos que a Escola de Comunicação especialmente me deu, com destaque mas não limitado a Júlia Roberta Bidão, Matheus Silva, Pedro Fonseca, Ester Fonseca e João Gabriel Haddad, parceiros do início ao fim desta jornada.

À minha orientadora Ana Paula Goulart Ribeiro, pelo “sim” recebido quando lhe procurei para ser minha mentora neste importante processo de conclusão de curso.

À banca avaliadora, integrada por Juliana Tillmann e Arlete Nery, que se colocaram à disposição para ler, avaliar e contribuir para o trabalho realizado.

À UFRJ, instituição pública de ensino referência em toda a América Latina que abriu as suas portas para mim mais uma vez.

Ao corpo docente da Escola de Comunicação, que contribuiu decisivamente para a minha formação técnica, acadêmica, profissional e, acima de tudo, humana.

O que acontece no processo da telenovela brasileira é entender que ela é de cumplicidade popular, seja na música, na dramaturgia, nas artes plásticas, ou mesmo no gibi. A manifestação popular é respiração de cultura.

- Tony Ramos

DE QUEIROZ JÚNIOR, José Eduardo. **Do Brasil antenado ao Brasil conectado: as transformações do consumo de telenovela brasileira na era do *streaming***. Orientadora: Ana Paula Goulart Ribeiro. Rio de Janeiro, 2024. Monografia (Graduação Em Radialismo) – Escola de Comunicação, Universidade Federal do Rio de Janeiro. 56f.

RESUMO

A telenovela brasileira é uma referência cultural importante no país, que acompanha as mudanças da sociedade e promove debates sociais. Com o crescimento da Internet e a popularização das plataformas de *streaming*, surgiram novos desafios e oportunidades para o gênero, impactando os modos de consumir este produto audiovisual. O estudo analisa essas mudanças tendo como objeto de análise a novela "Todas as Flores", exibida tanto no *streaming* Globoplay quanto na programação linear da TV Globo, para entender como as diferentes mídias podem impactar a recepção de uma obra. Para tal análise, foi realizada uma pesquisa *online* com espectadores da novela (tanto da versão do *streaming* quanto da televisão tradicional) para melhor compreensão das experiências vivenciadas por cada respondente. Na análise das 152 respostas obtidas, foram utilizados como base teórica os conceitos de mediação propostos por Jesús Martín-Barbero, no que tange à ritualidade, identidade, cognitividade e tecnicidade.

Palavras-chave: telenovela; *streaming*; recepção; Todas as Flores

DE QUEIROZ JÚNIOR, José Eduardo. **From Brazil tuned to Brazil connected: the transformations of Brazilian soap opera consumption in the era of streaming.** Advisor: Ana Paula Goulart Ribeiro. Rio de Janeiro, 2024. Monograph (Bachelor's Degree in "Radialismo") – Escola de Comunicação, Universidade Federal do Rio de Janeiro. 56p.

ABSTRACT

The Brazilian telenovela is an important cultural reference in the country, which accompanies changes in society and promotes social debates. With the Internet development and the popularization of streaming platforms, new challenges and opportunities have arisen for this product, impacting the ways in which the telenovela is consumed. The study analyzes these changes using the soap opera "Todas as Flores" as an object of analysis, shown both on Globoplay streaming and on TV Globo's linear programming, in order to understand how different media can impact the reception of this product. For this analysis, an online survey was carried out with viewers of the soap opera (both the streaming version and traditional television) to better understand the experiences of each respondent. In analyzing the 152 responses obtained, the concepts of mediation proposed by Jesús Martín-Barbero were used as a theoretical basis, in terms of rituality, identity, cognitiveness and technicality.

Keywords: soap opera; *streaming*; reception; Todas as Flores

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Volume de buscas por “Todas as flores” ao longo dos três períodos de exibição.....	39
Figura 2 - Perfil de gênero dos respondentes da pesquisa	42
Figura 3 – Distribuição racial dos respondentes da pesquisa	43
Figura 4 - Faixa etária dos respondentes da pesquisa	43
Figura 5 - Perfil de consumo da novela “Todas as flores” nas diferentes mídias	44
Figura 6 - Avaliação da novela “Todas as flores” de quem assistiu só no Globoplay	45
Figura 7 - Avaliação da novela “Todas as flores” de quem assistiu só na TV Globo	46
Figura 8 - Avaliação de desenvolvimento de personagens da novela “Todas as flores” pelo G3 na exibição do streaming e da televisão linear	47

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO.....	12
2. BRASIL ANTENADO: O PAPEL CENTRAL DA TELENÓVELA NA TV BRASILEIRA.....	15
2.1 CARACTERÍSTICAS DO GÊNERO	15
2.2 O PAÍS DA TELENÓVELA.....	20
3. BRASIL CONECTADO: A TELENÓVELA NO <i>STREAMING</i>.....	24
3.1 A CULTURA DO <i>STREAMING</i>	25
3.2 UMA NOVA FORMA DE CONSUMIR TELENÓVELA	30
4. ESTUDO SOBRE A RECEPÇÃO DA NOVELA “TODAS AS FLORES”	36
4.1 “TODAS AS FLORES”: PRODUÇÃO E EXIBIÇÃO.....	36
4.2 METODOLOGIA DA PESQUISA.....	40
4.3 RESULTADOS ALCANÇADOS	42
4.4 <i>STREAMING</i> X TV ABERTA: ANÁLISE DOS RESULTADOS.....	48
5. CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	51
6. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	53

1 INTRODUÇÃO

Por muitos anos, chegar à casa de alguma família brasileira era sinônimo única e exclusivamente de encontrar televisão ligada transmitindo novela. Não é tarefa difícil encontrar pessoas na rua, de diferentes grupos e estratos sociais, que conheçam Nazaré, Odete Roitman, Tufão, Carminha, Comendador e muitos outros personagens. Gênero audiovisual que existe no Brasil há mais de 70 anos, a telenovela brasileira se firmou como uma das principais referências do país – o país do futebol é também o país da novela.

Há décadas a telenovela desempenha um papel central na formação da identidade nacional e na promoção de debates sociais. Desde os primeiros folhetins até as modernas produções televisivas, a telenovela evoluiu significativamente, refletindo as transformações políticas, econômicas e culturais do Brasil. Se no seu início as novelas não tinham como proposta espelhar de forma realista a sociedade do seu tempo, com tramas de “capa e espada”, hoje não é possível imaginar um tema caro e sensível à sociedade que não seja abordado em um folhetim para gerar debate e conscientizar – inclusive em tramas não realistas, que são a exceção das produções nos tempos atuais.

Com a chegada e o crescimento da Internet nos anos 2000, aos poucos a sociedade brasileira viu a sua rotina se transformar gradativamente, compartilhando a atenção que antes era quase exclusivamente da televisão com as telas dos computadores e celulares. As redes sociais se popularizaram também, conectando as pessoas a qualquer parte do mundo. Nos dias atuais, não é exagero afirmar que a vida se tornou digital, tendo a Internet como elemento presente em cada atividade do dia a dia, não apenas nos momentos de lazer, comunicação e entretenimento. Este modelo de vida digital, que se refere ao mundo todo, é o que permitiu a criação e o desenvolvimento das plataformas de *streaming*, como Netflix, Amazon Prime, Max e Globoplay.

Tal cenário suscita questões como o fim da telenovela em prol da ascensão da produção de séries. Produto mais ágil e curto, se comparado à novela, que exige um acompanhamento durante meses do público, considerando do início ao fim. Todavia, a questão é bem mais complexa do que parece. Além do fato de uma Internet de qualidade não ser acessada por todos no Brasil, a força cultural e resiliente da novela continua presente na memória, na identidade e nas interações da sociedade.

A transição do Brasil Antenado para o Brasil Conectado representa uma mudança paradigmática na forma como o público consome conteúdo audiovisual nos tempos contemporâneos. A televisão, que por décadas foi o principal meio de comunicação e

entretenimento, agora compete com plataformas de *streaming*, que oferecem maior flexibilidade e personalização. Nesse contexto, a telenovela, um gênero tradicionalmente consolidado pela TV aberta, enfrenta novos desafios e oportunidades para se adaptar às demandas de um público cada vez mais digital e menos massivo.

Este trabalho tem como objetivo, portanto, analisar as mudanças no consumo de telenovelas na era do *streaming*, com foco no *case* da novela "Todas as Flores", exibida pelo Globoplay e posteriormente pela TV Globo. A novela de João Emanuel Carneiro serve como um estudo de caso ideal para explorar essas transformações. Inicialmente planejada para o horário nobre da TV Globo, a novela foi adaptada para o Globoplay, onde foi exibida em duas partes, com um intervalo de meses significativo entre elas. Posteriormente, a novela foi editada e exibida na TV aberta, permitindo uma comparação direta entre as duas formas de exibição e como elas alcançaram o público.

O presente trabalho se propõe a investigar como essas diferentes estratégias de exibição neste contexto de multitelas influenciam a recepção do público. A metodologia a ser adotada inclui uma revisão bibliográfica sobre a história e as características das telenovelas brasileiras, bem como as características do modelo de produção das plataformas de *streaming*. Espera-se que os resultados contribuam para uma compreensão mais aprofundada das transformações no consumo de telenovelas na era digital.

No primeiro capítulo, o gênero telenovela será apresentado em mais detalhes, trazendo perspectivas sobre as suas origens nos folhetins de rodapé de jornal até os dias atuais, gênero este que tem bastante força na América Latina e, em especial, no Brasil. Em seguida, um breve panorama sobre a telenovela no Brasil será configurado, reforçando a importância cultural deste produto no país.

No segundo capítulo, serão discutidas ideias referentes à telenovela já na era digital, iniciando por uma abordagem conceitual da cultura do *streaming* no geral e como ela afeta a cultura televisiva. Em seguida, o foco volta para a telenovela, desta vez situada no contexto do *streaming*. Como se deram as primeiras produções originais do gênero nas plataformas? Quais diferenças são observadas entre a produção voltada para a televisão e a produção do *streaming*? Como serão os próximos anos no que se refere ao assunto? Essas e outras perguntas serão explanadas.

Por fim, no terceiro capítulo, o arcabouço teórico sustentado nos dois capítulos iniciais será utilizado para o estudo de caso da novela "Todas as flores". Uma pesquisa via formulário online será apresentada, tendo como objetivo entender entre os espectadores da novela - tanto no *streaming* quanto na TV aberta -, as percepções, os hábitos de consumo e as avaliações

que fazem sobre a experiência de acompanhar a trama. A análise será guiada pelas dimensões de mediação conceituadas por Jesús Martín-Barbero, que enfatizam a importância das práticas sociais e culturais na construção de significados deste gênero audiovisual.

O presente trabalho pretende refletir, a partir do consumo de telenovela nas novas mídias, como a telenovela brasileira continua a ser um elemento fundamental social e culturalmente no país, e já encontra maneiras de se adaptar às novas plataformas e mídias digitais para se manter relevante enquanto um “espelho” – ou “espelhos” – da sociedade brasileira.

2 BRASIL ANTENADO: O PAPEL CENTRAL DA TELENÓVELA NA TV BRASILEIRA

Para além do título de país do futebol, o Brasil pode ser igualmente considerado o país da novela. Elemento já intrínseco à cultura nacional, a telenovela brasileira conquistou o seu reconhecimento dentro e fora do país, seja no que se refere à qualidade das produções, seja no que tange ao seu papel central de influência na identidade brasileira (LOPES, 2003).

Neste capítulo, as características do gênero telenovela serão apresentadas a fim de esclarecer em mais detalhes o que é o gênero, para em seguida ser apresentada a relevância das novelas para a história da televisão brasileira, acompanhando e/ou promovendo transformações sociais e culturais no Brasil Antenado¹.

2.1 Características do gênero

Quando se fala em telenovela, o imaginário popular brasileiro já decodifica a ação rotineira de acompanhar uma trama em diversos capítulos. Na trama, uma série de personagens passam por situações que se conectam e se cruzam entre si, com reviravoltas surpreendentes e catárticas, até chegar ao derradeiro e último capítulo, em que toda a trama – ou quase toda – se desembaralha em um final feliz, com mocinhos juntos e vilões devidamente punidos.

Tal descrição pode funcionar como um breve e singelo resumo do que é uma telenovela, trazendo consigo elementos-chave que caracterizam o gênero, elementos estes herdados dos outros gêneros que muito influenciaram e deram origem à telenovela. Como raiz que interliga e conduz as sucessivas transformações históricas até a criação deste produto audiovisual, temos o folhetim.

Meyer (2005) traz um panorama histórico da origem dos folhetins, que surgiram na França do século XIX ainda impressos em rodapés dos jornais, até chegar na telenovela em si, com força na América Latina e, especialmente, no Brasil. A autora correlaciona os gêneros como parte do processo de adaptação para os novos meios de comunicação e as novas tecnologias, porém mantendo a sua essência narrativa e o seu forte vínculo com a cultura popular.

¹ A expressão “Brasil Antenado” faz referência ao termo empregado pela ensaísta e crítica Esther Hamburger no título do livro “O Brasil Antenado – A Sociedade da Novela” (2005).

Não seria a telenovela a "tradução" atualizada de um velho gênero que jornais, revistas (a *Fon-Fon*), fascículos prolongaram pelo século XX, recontado através de novos veículos? Um produto novo, de refinada tecnologia, nem mais teatro, nem mais romance, nem mais cinema, no qual reencontramos o de sempre: a série, o fragmento, o tempo suspenso que reengata o tempo linear de uma narrativa estilhaçada em tramas múltiplas, enganchadas no tronco principal, compondo uma "urdidura aliciante", aberta às mudanças segundo o gosto do "freguês", tão aberta que o próprio intérprete, tal como na vida, nada sabe do destino de seu personagem. (MEYER, 2005, p. 387)

Nos anos 1940, os romances folhetinescos no Brasil deram lugar às radionovelas, considerando que o rádio era o meio de comunicação com maior alcance na época. A primeira experiência de fenomenal sucesso neste meio foi a radionovela "O direito de nascer", do cubano Felix Caignet, cuja adaptação de Eurico Silva foi transmitida em 1950 pela Rádio Nacional. Produto popular que representa a primeira integração latino-americana, a novela carrega no tom melodramático ao contar a história do menino que nasce contra a vontade do avô poderoso e escapa do seu ódio ao ser criado pela fiel serviçal da casa, que foge com a criança. Em 1964, a obra ganha uma versão brasileira televisiva, na extinta TV Tupi (MEYER, 2005).

Falsa identidade, segredos, trocas, gêmeos, vinganças, triângulos amorosos, rivalidades, disputas por fortunas: muitos são os elementos narrativos em comum que é possível encontrar em um folhetim do século XIX, em uma radionovela ou em uma telenovela. Sodré (1988) observa que existem regras folhetinescas que se adaptam enquanto códigos conforme a moral de cada lugar e tempo, mas que essencialmente permanecem as mesmas nos folhetins de jornais e nos meios de comunicação como rádio e televisão. O apelo da beleza dos protagonistas, a carga romântica em paralelo com a carga dramática, a grandiosidade de impactantes eventos e o esperado final feliz são alguns exemplos destas regras essenciais.

Com a telenovela brasileira, entretanto, tais regras não são suficientes para definir a abrangência que este produto audiovisual adquiriu ao longo dos mais de 70 anos de existência, desde aquela que é considerada a primeira novela da televisão brasileira – a novela "Sua vida me pertence", de Walter Forster, que estreou na TV Tupi em 21 de dezembro de 1951 (SVARTMAN, 2023).

Para além da narrativa melodramática, a telenovela possui aspectos formais que a caracterizam. Um dos principais deles é o fato de ser uma narrativa seriada, ou seja, uma história contada através de capítulos contínuos que constroem um significado maior no conjunto, interconectando-se um ao outro por meio dos chamados ganchos. Os ganchos são os momentos que se utilizam de algum recurso narrativo gerador de expectativa e/ou suspense

para cumprir um papel fundamental: prender o telespectador para que continue acompanhando a história no capítulo seguinte e tendo, enfim, satisfeita a vontade de saber o que vai acontecer e como vai acontecer (COSTA, 2000). Svartman (2023) credita ao gancho a sensação de que a história da novela está progredindo para o telespectador.

Outra característica bem marcante é o caráter de obra aberta da telenovela, no qual ela vai ao ar enquanto é escrita (LOPES, 2003). Isto significa a possibilidade na mudança de rumos da narrativa em comparação ao que foi planejado pela autoria da história, a depender da recepção do público ou de alguma necessidade ou imprevisto de produção. Tramas com maior aceitação podem ganhar espaço maior na novela, enquanto tramas que não estão funcionando podem ser reformuladas ou até mesmo reduzidas em tempo de tela. Algum personagem secundário pode ser alçado ao posto de protagonista, assim como um vilão pode ser redimido e se tornar o verdadeiro protagonista: diversas são as possibilidades que a telenovela carrega consigo, enquanto gênero que se alimenta das experiências de se produzir e de se assistir enquanto é exibido para o público.

Tudo leva a dar cada vez mais peso ao jogo da interação da novela e o público, a mobilização da empatia pelos conteúdos temáticos, formais e estéticos, onde tudo conta: a abertura, a história central, as tramas paralelas, os atores, os cenários, as músicas, os figurinos. (LOPES, 2003, p. 27)

A duração da telenovela também é uma variável que merece atenção, pois explica muitas das características do gênero. Considerando em particular a telenovela brasileira, segundo Svartman (2023), houve muitas transformações no gênero, inclusive no que se refere ao seu tamanho. A autora dá o exemplo da novela “Sua vida me pertence” – aqui já citada como aquela que é considerada a primeira telenovela brasileira –, que teve apenas 15 capítulos ao todo, exibidos em apenas dois dias da semana, enquanto hoje uma novela do horário nobre, em geral, não tem menos do que 150 capítulos, indo ao ar em seis dias da semana (segunda a sábado).

Em outras palavras, uma novela atualmente fica no ar, pelo menos, durante cinco meses, com cada capítulo tendo em média 45 minutos de duração. Aliada à necessidade de manter um ritmo ágil nos acontecimentos da trama em cenas curtas, a duração da novela apenas se torna possível com a criação de mais núcleos paralelos, ou seja, núcleos de personagens que não fazem parte do núcleo principal, conforme pontua Svartman (2023).

Para que o público consiga acompanhar a novela ao longo de toda a sua exibição, alguns recursos estilísticos são imprescindíveis, tais como redundância e repetitividade. Por ser um tipo de obra bastante calcada no diálogo, herança da radionovela, Costa (2000)

ênfatiza a importância destes recursos para que a história flua facilmente para o público, considerando que a atenção desprendida para este produto é geralmente mais diluída por estar imersa no dia a dia do indivíduo, além do fato de que a novela deve ser capaz de se fazer entender para o telespectador independentemente da sua assiduidade em frente à telinha.

Vale destaque também para o recurso reconhecido como repercussão, que se configura como a necessidade de mostrar como um evento de grande impacto atinge os demais núcleos da novela quando estes tomam conhecimento do ocorrido (SVARTMAN, 2023). Devido ao seu viés próximo da realidade do público, principalmente no que concerne à telenovela brasileira, mostrar a repercussão de algum segredo revelado ou de algum crime praticado aproxima mais o telespectador do universo da obra, tornando-o parte do seu dia a dia como se assistir à novela fosse equivalente a observar a “janela do vizinho”.

Dias (2023) destaca que o capítulo de uma novela possui algumas características que norteiam a sua produção. Entre tais características, a autora destaca a necessidade de cada capítulo apresentar algum avanço na história principal, para conferir a sensação de mudança a quem estiver acompanhando, além de cenas externas para conferir maior dinâmica e ação ao capítulo e um forte gancho final, que prenda o público até o dia seguinte, dadas as flutuações que a novela enfrenta por estar permeada na rotina do telespectador.

Costa (2000) defende que a telenovela não é um produto fechado em si mesmo como, por exemplo, um filme ou um livro, mas sim uma obra que se sustenta na experiência de assistir, na não materialidade. Logo, o contexto sociopolítico em que é exibida pode interferir na forma como é recebida pelo telespectador, estando então em sintonia com determinada sociedade de uma época.

Além disso, se, por um lado, a telenovela é o que vai ao ar, por outro, ela não se reduz ao que é apresentado na televisão. Existe a mídia – imprensa escrita e rádio –, que participa da trama vinculando informações, entrevistando artistas e fazendo publicidade. Há o culto aos astros, que extrapola os limites das telenovelas, perpetuando-se. [...] A telenovela manifesta-se, por essa característica, como um processo e um fenômeno social e midiático. (COSTA, 2000, p. 200)

No contexto latino-americano, a obra e as ideias de Martín-Barbero (1997) são fundamentais para se compreender a importância do gênero telenovela, a sua influência na sociedade e o seu papel na construção de sentidos e identidades. O autor busca uma visão menos amparada no meio de comunicação como o principal agente de influência, mas sim uma visão que priorize mais as práticas sociais. Em outras palavras, o cotidiano, a vida prática são os principais fatores considerados, tendo assim o conceito de mediação um papel de conexão fundamental entre comunicação e cultura.

O processo de recepção da novela ganha em Martín-Barbero uma relevância maior, no sentido de estudar como os indivíduos e o seu cotidiano interferem no processo comunicativo, e conseqüentemente nas suas culturas. Como matriz cultural, a telenovela carrega em si, enquanto produto de um meio de comunicação de massa, um poder discursivo encaixado no chamado discurso hegemônico de uma sociedade, ou seja, no discurso dos grupos sociais dominantes. Em paralelo, não há apenas o poder do aparato sistemático, mas também o poder das interações sociais que cercam o indivíduo, que fazem, por sua vez, o papel de mediação. Por meio da telenovela, representações de uma nação são construídas, identidades são legitimadas e a socialidade é incentivada, seja via debates postos em pauta, sentimento de reconhecimento a um todo, etc (MARTÍN-BARBERO, 1997).

É através da duração que o folhetim consegue “confundir-se com a vida”, predispondo o leitor a penetrar na narração, a ela se incorporando mediante o envio de cartas individuais ou coletivas e assim interferindo nos acontecimentos narrados. A estrutura aberta, o fato de escrever dia após dia conforme um plano que, entretanto, é flexível diante da reação dos leitores também se inscreve na confusão da narrativa com a vida, permitida pela duração. (MARTÍN-BARBERO, 1997, p. 181-182)

Lopes (2014) ressalta que a teoria de recepção em Martín-Barbero deve ser encarada pela ótica de método de investigação, e não estudo sobre a audiência em si. O foco das pesquisas são, portanto, as mediações – e tudo que de mais amplo carrega o termo – e não o meio. Neste caminho, é a mediação comunicativa da cultura na América Latina, e em especial no Brasil, que explica a midiaticização cada vez maior da vida, ou seja, a costura cada vez mais intrínseca entre mídia e relações sociais.

Ainda segundo Lopes (2014), com as novas tecnologias da contemporaneidade, a autora reflete a partir das ideias de Martín-Barbero como a comunicação medeia toda a sociedade, seja na esfera cultural quanto política. Neste processo, a mediação apresenta quatro dimensões básicas que se interconectam entre si de diferentes maneiras: a tecnicidade, que medeia entre a temporalidade e os fluxos de informação, materializando os discursos dos produtos midiáticos e construindo modos de percepção social de forma dinâmica e rápida; a ritualidade, que medeia entre os fluxos e a espacialidade, configurando como os produtos são consumidos em múltiplos espaços, sejam estes físicos, tecnológicos ou imaginados; a cognitividade, que medeia entre a espacialidade e a mobilidade, configurando o quão capazes são as culturas de se adaptarem às novas formas de comunicação; e, por fim, a identidade, que medeia entre a mobilidade e a temporalidade, construindo e reconstruindo-se a partir das

mediações culturais e comunicativas em constante transformação.

Todos esses processos são identificáveis no consumo rotineiro da telenovela no Brasil. Na realidade do país, é certo, portanto, que a telenovela ainda possui um papel decisivo para a cultura nacional, sobrevivendo não apesar das transformações vividas, mas sim por causa das mudanças que apresentou ao longo de décadas.

2.2 O país da telenovela

Conforme Verrumo, Silva e Loyola (2023), a professora titular da Escola de Comunicações e Artes (ECA) da Universidade de São Paulo (USP) Maria Immacolata Vassallo de Lopes defende a ideia de que “a telenovela é o principal produto cultural da televisão brasileira”.

De fato, desde a chegada da televisão ao Brasil nos anos 1950, foi através das famigeradas novelas que a mídia se popularizou e, assim, consolidou-se como um dos principais meios de comunicação do país, sobrevivendo às diversas transformações vividas pela sociedade através dos tempos - transformações políticas, econômicas, sociais, comportamentais, tecnológicas, etc.

Maria Immacolata reconhece a telenovela também como a “narrativa da nação” e como “recurso comunicativo”, que, se bem dialogado com a sua época, consegue se conectar com o público de tal maneira a promover discussões e eventuais melhorias para a vida coletiva, trazendo à tona temas de relevância social como questões de gênero, políticas públicas, conscientização ambiental, etc (VERRUMO; SILVA; LOYOLA, 2023).

Hamburger (2005) reforça como o gênero provoca sentimentos de sedução, identificação e empatia com o público, como uma espécie de mecanismo distorcido de construção de significados. Como resultado, muitas das vezes configurações pouco convencionais, no âmbito comportamental ou econômico, são constituídas nesse processo de mediação que a novela promove, em uma espécie de acordo caracterizado pelo público-privado. Apesar de desiguais formas de poder entre produtor e consumidor, um laço de cumplicidade é concretizado indiretamente neste processo.

Exemplos não faltam na história da telenovela brasileira que demonstram a tênue separação entre ficção e realidade, como no caso do assassinato da atriz Daniela Perez, cometido pelo também ator Guilherme de Pádua e sua esposa, Paula Thomaz, na época de exibição da novela “De corpo e alma” (1992), de autoria de Glória Perez, mãe da vítima. Novela no horário nobre da Rede Globo, maior produtora de telenovelas brasileiras, o crime

causou comoção nacional, comoção esta em que personagens e pessoas foram confundidas a todo instante, seja originando boatos mentirosos ou potencializando o sentimento de justiça. Tal caso é um emblemático exemplo de como a novela está infiltrada na realidade cultural brasileira, alcançando homens e mulheres, jovens e idosos, e diferentes classes sociais (HAMBURGER, 2005).

A televisão desempenhou o papel de “integrador nacional” articulando pressão governamental com forças de mercado, incluindo a força criativa de um grupo específico de profissionais. E a consequência é esse produto nacional inusitado, misto do que de mais comercial e lucrativo a indústria cultural foi capaz de produzir, embalado com as cores nacionais, vitrine da contemporaneidade brasileira, definida em cenários que destacam, muitas vezes, imagens de ícones nacionais, como Brasília, o Pão de Açúcar etc., e reconhecida como palco de movimentação de tipos ideais de homem, mulher, pai, mãe, filho, filha e família brasileiros. (HAMBURGER, 2005, p. 35-36)

Para atingir esta importância para a televisão e para a sociedade brasileira, o formato diário da telenovela, que se mantém até os dias atuais, foi fundamental. Conforme Ricco e Vannucci (2017), a primeira telenovela brasileira diária foi exibida pela TV Excelsior em 1963. O título da novela de Dulce Santucci e direção de Tito de Miglio, baseada no original de Alberto Migré, era “2-5499 Ocupado”, e tinha como casal protagonista Tarcísio Meira e Glória Menezes. A novela contava com o patrocínio da Colgate-Palmolive, empresa que, por sua vez, já patrocinava os melodramas em outros países.

Os bons resultados e a liderança na audiência conquistados pela TV Excelsior mostraram para as emissoras TV Tupi e Record que a telenovela tinha uma força social e comercial inegáveis. Começaram, portanto, a investir no produto, dando origem ao primeiro grande fenômeno da teledramaturgia brasileira – a adaptação de “O direito de nascer” em 1964, cujo último capítulo foi exibido ao vivo diretamente do Ginásio do Ibirapuera, em São Paulo. No dia seguinte, foi a vez do Rio de Janeiro, com a exibição em um Maracanãzinho lotado (RICCO; VANNUCCI, 2017).

Em abril de 1965, surge no cenário da televisão brasileira a emissora que futuramente se tornaria a maior produtora de telenovelas do país: a TV Globo. De início, o processo não foi fácil, com a produção de novelas de estilo “capa e espada” da autora cubana Glória Magadan, que conseguiram relativo sucesso. O estilo mais realista e próximo da sociedade brasileira se firmou por meio do grande sucesso “Beto Rockfeller”, novela da TV Tupi escrita por Bráulio Pedroso em 1968 que rompeu com os folhetins hispânicos e trouxe elementos nacionais, do cotidiano, para compor o universo diegético da obra, apostando na realidade e na figura do anti-herói para fisgar o público. Assim a telenovela brasileira encontrou o seu perfil que durante muitos anos foi aprimorado e se consolidou como fenômeno cultural no

país (RICCO; VANNUCCI, 2017).

Nos anos 1970, inspirando-se no caminho aberto pela novela da TV Tupi, a TV Globo encerrou a era Glória Magadan e deu início à era Janete Clair. A emissora passou a focar a atenção do seu departamento artístico em novelas próximas à realidade do público, incorporando elementos como humor, figurinos da moda e maior densidade nas tramas para alcançar o público com maior força. Nesta década, conteúdos ideológicos e políticos marcaram significativa presença nas novelas, como ferramenta de ressignificação da realidade e geração de debate. Com “Irmãos Coragem” (1970), a Globo assumiu a liderança de audiência. Dois anos depois, mais um estrondoso sucesso da emissora a mantém no topo: “Selva de pedra” (1972), também de Janete Clair. Vale destacar que foi nesta década que o tradicional e ainda atual modelo de telejornais intercalados com telenovelas se consolidou no horário nobre da emissora, que se tornou a maior referência no que tange à indústria cultural de telenovelas no Brasil (HAMBURGER, 2005).

Na década de 1980, Hamburger (2005) relata como ocorreu de forma ainda mais evidente o aprofundamento nas pautas nacionais pelas telenovelas. Ironia e cinismo são elementos que passam a fazer parte das construções dramatúrgicas, carregando nas tintas das críticas sociais em um período da História marcado pela redemocratização no país. Não à toa as cores verde, amarelo e azul passaram a ser frequentes nas identidades das novelas, como elementos visuais evidentes do papel que a telenovela assumiu enquanto criadora do imaginário nacional e da identidade do país. Os mais expoentes exemplos são as novelas “Vale tudo” (1988), de Gilberto Braga, Aguinaldo Silva e Leonor Bassères, e “Roque Santeiro” (1985), de Dias Gomes. A primeira, vale ressaltar, pôs em debate nacional se vale a pena ser honesto no Brasil, trazendo assuntos como corrupção, ética e divisão de classes para os lares dos brasileiros.

Dos anos 1990 até o início do século XXI, observou-se uma diversificação da estrutura das telecomunicações, com o advento dos canais de TV a cabo e o aumento da competição entre as emissoras de televisão. O período coincide também com o fim da censura e a consolidação da democracia no país, reforçando a importância da televisão como meio de comunicação mais relevante em âmbito nacional. Um caso marcante se refere à minissérie “Anos rebeldes” (1992), de Gilberto Braga, à qual foi creditada o forte engajamento do movimento dos “caras pintadas”, que resultou em manifestações em todo o país pelo *impeachment* do então presidente Fernando Collor de Mello, o que acabou acontecendo (HAMBURGER, 2005).

Dos anos 90 em diante, também se observou o fenômeno das novelas de intervenção,

que se propuseram a trazer para debate temas específicos a fim de jogar luz sobre dilemas sociais que merecessem atenção da sociedade. Começou, então, a onda do *merchandising* social nas telenovelas, que permanece até os dias de hoje. Exemplos notáveis não faltam na teledramaturgia brasileira: o desaparecimento de crianças e adolescentes em “Explode coração” (1995); a reforma agrária em “O rei do gado” (1996); a dependência química em “O clone” (2001); e a violência contra mulheres e idosos em “Mulheres apaixonadas” (2003) são apenas alguns destaques da vasta quantidade de assuntos já debatidos em todo o território nacional por meio da força da telenovela (HAMBURGER, 2005).

Lopes (2011) enfatiza que tão importante quanto o processo de assistir à telenovela todos os dias é o processo de conversação e informação gerado pela novela atingindo a todos, em uma verdadeira integração nacional acerca de determinada pauta. Para além da exibição da novela na programação da televisão linear, a telenovela se faz presente nas conversas do dia a dia do brasileiro, na trilha sonora que marca determinada época, na moda, etc.

Tal é a “narrativa da nação” defendida por Lopes (2011), assim como o “recurso comunicativo” que se configura por meio da telenovela brasileira, através da qual políticas de comunicação e cultura do país são institucionalizadas a fim de se defender a cidadania e os direitos humanos na sociedade.

Na história que a telenovela tem construído ao longo dos anos, a matriz melodramática – forma de narrar – foi se repetindo, porém incorporando a novidade, o acontecimento e transformando-se segundo as demandas sociais de cada contexto histórico. Nessa evolução histórica da matriz do melodrama persegue-se o efeito de verossimilhança a partir do aprofundamento do tratamento «naturalista» de temáticas sociais nas tramas, notadamente na década de 1990, superando a proposta «realista» dos anos 1970. (LOPES, 2011, p. 33)

O processo de transformação e adaptação da telenovela está longe de terminar. Ao longo do século XXI, o mundo viu a era digital se consolidar, percolando cada detalhe da vida cotidiana. No Brasil, não foi diferente. Ricco e Vannucci (2017) observam a mudança no comportamento do telespectador com o avanço da Internet, meio baseado na interatividade e na possibilidade de se informar praticamente em tempo real, quando, onde e como quiser.

O mais recente desafio para as telenovelas brasileiras é a resistência do gênero na era das multiplataformas e dos *streamings*, com o processo avançado de digitalização da vida.

3 BRASIL CONECTADO: A TELENVELA NO *STREAMING*

A telenovela brasileira possui o incontestável poder de alcançar milhões de pessoas diariamente, de segunda a sábado. Para atingir tal número tão expressivo, basta considerar o público que consome este produto de forma síncrona, dentro da programação linear da televisão. Mais do que vista, a telenovela sempre se apresentou como produto de influência, pauta de conversas e ponto de integração e identificação social (HAMBURGER, 2005).

Todavia, a linguagem e a recepção da telenovela brasileira estão se vendo em constante transformação, cada vez mais vinculadas à lógica do ver quando, onde e como quiser, inclusive em relação a produtos audiovisuais já exibidos em tempos passados, com o crescente fortalecimento da cultura do *streaming*.

A espectralidade estruturalmente mudou, e a forma de consumir produtos do público brasileiro passa pela mídia multiplataforma nos tempos contemporâneos, conforme destaca Svartman (2023). Ou seja, as narrativas passam a possuir diversas maneiras de serem consumidas, além de possibilitarem diferentes ramificações dos produtos audiovisuais como desdobramentos em paralelo ou sequenciais.

No cenário atual, a configuração midiática se apresenta de uma maneira totalmente diferente do período que foi até o início dos anos 2000. No cenário atual, as emissoras de televisão se encontram em uma situação mais desafiadora, visto que nos encontramos em uma época cuja concorrência pela atenção do público com a Internet se distancia bastante do domínio total da TV aberta enquanto meio de comunicação e fonte de entretenimento nas décadas passadas (SVARTMAN, 2023).

Além de discutir como ao longo do tempo uma mídia substitui a outra nesse papel de protagonismo midiático, Svartman (2023) destaca que na era da Internet e de tudo o que ela engloba (destaque para *players* como o site de vídeos YouTube e plataformas de *streaming*, tais como Netflix, Globoplay, Max, Amazon Prime, etc.) o fator multimídia é peça-chave para que a “conta feche” e o futuro da televisão esteja garantido.

Svartman (2023) também enfatiza que, nesta trajetória prospectada, é a telenovela o produto que vai garantir a sua continuidade enquanto mídia, conectando-se ao público pela força cultural, social e emocional. De fato, tal ideia é coerente com a percepção de que a telenovela foi um elemento-chave para a forte consolidação da televisão como meio de comunicação no Brasil, construindo uma identidade para um país com dimensões continentais, o que apenas foi possível devido à sua grande capacidade em envolver o espectador ao penetrar em sua rotina e despertar as mais variadas emoções.

O Brasil tem uma audiência multiplataforma que continua a assistir massivamente às telenovelas, seja pelo laço social que proporcionam, pela origem histórica e cultural dessas obras, pela prática já enraizada na sociedade, seja pela adaptação da telenovela à rotina do espectador. No entanto, o modelo de negócios das redes de televisão e o formato da telenovela se adaptam continuamente à convergência de telas e narrativas contemporâneas no contexto da realidade brasileira (SVARTMAN, 2023, p. 171).

O presente capítulo tem como finalidade analisar os elementos da cultura do *streaming* e seus impactos no modo de recepção do público. Em seguida, será analisado de forma mais específica como o *streaming* impacta no modo de se produzir e assistir à telenovela no Brasil, configurando o panorama atual do gênero na nova realidade midiática nacional, acompanhando as transformações da sociedade.

3.1 A cultura do *streaming*

Durante muitas décadas, a indústria cultural brasileira era predominantemente vinculada a um meio de comunicação: a televisão. Um dos fatores que muito contribuiu para a relevância que a TV brasileira adquiriu na formação e influência da nossa sociedade foi a telenovela, principalmente quando se analisa o alcance e o poder conquistados pelo conglomerado de mídia do Grupo Globo.

É verdade que, ao longo do tempo, muito se questionou sobre a longevidade da televisão aberta, considerando o avanço da tecnologia e o surgimento de novos modelos de mídia – podemos destacar o surgimento da TV a cabo, que sinalizava o acesso a novos e variados conteúdos através de diversos canais, tanto nacionais quanto internacionais, assim como podemos destacar o surgimento da Internet. Entretanto, foi com a chegada da era digital que a TV aberta viu este debate se avolumar, com a força do *streaming* mostrando crescimento na sua influência diante da sociedade nos anos de 2010.

Castellano e Meimaridis (2021) destacam o papel significativo da Netflix neste cenário global, inclusive no cenário brasileiro. Como *player* pioneiro nos serviços de *streaming*, a Netflix hoje é referência popular neste assunto, trazendo desde o seu início uma potencialidade para revolucionar a forma com que o público interage com o conteúdo dramático através da exitosa exibição de séries da plataforma.

Em 2011, a Netflix chega ao Brasil como serviço de *vídeos on demand*, e assim se dá início de forma tímida a popularização de conteúdos internacionais no formato de séries e filmes. Mais do que o conteúdo, inicia-se uma nova forma de consumir audiovisual: onde, quando e como você quiser consumir, independente da programação linear das emissoras (TEIXEIRA, 2015).

Com a chegada da Netflix ao Brasil, não foram poucos os meios e intelectuais que decretavam o fim retumbante da televisão como era até então conhecida. Junto com o novo *player*, consolidou-se entre os espectadores o hábito de maratonar os conteúdos de interesse, assistindo aos episódios de uma série, por exemplo, continuamente, um atrás do outro, sem precisar demandar tempo para ações publicitárias. Tal diferença em relação à televisão tradicional é uma das mais impactantes na comparação entre as experiências de recepção (BALLERINI; KÜNSCH, 2022).

Mas o que é a cultura do *streaming* em si? O que ela supõe e compreende?

Arditi (2021) explica como os serviços de consumo de conteúdos disponíveis em plataformas de *streaming* passaram a ser totalmente diferentes de todo o processo de consumo audiovisual vivido pela sociedade até então, como nos casos de produtos como televisão, filmes, música e *videogame*, ao passarem do conceito de posse e aquisição para o de aluguel e acesso mediante pagamento regular. Com o avanço da Internet e a consequente digitalização da mídia, o novo modelo de armazenar e exibir conteúdos para os usuários, possibilitou uma nova forma de consumo deles – mais simples, direta e rápida.

Sendo assim, a cultura do *streaming* facilita o acesso a variados produtos culturais, conforme preferências e interesses do usuário. Ao tornar mais fácil a relação entre produto e consumidor, mais este tende a consumir, seja influenciado por fatores sociais, como amigos, familiares ou repercussão na mídia, seja influenciado por algoritmos próprios das plataformas. Ao aumentar o consumo, mais as plataformas de *streaming* se veem induzidas a produzirem mais, principalmente o que traz retorno, de maneira que o consumo também cresce. Neste ciclo aparentemente sem fim, o antigo telespectador e atual usuário se vê cercado e pressionado a não parar de consumir e alimentar os sistemas com seus dados (dados pessoais, dados referentes aos interesses e às formas de consumo, etc.). Em contrapartida, à medida que se aumenta a sede por consumir audiovisual, diminui-se a capacidade de possuir mídia. Ao se decidir por interromper o acesso à determinada plataforma de streaming, interrompe-se também o acesso aos conteúdos audiovisuais nele presentes (ARDITI, 2021).

Ainda segundo Arditi (2021), o impacto da transformação promovida pelo *streaming* se centra em três principais conceitos: disrupção, distribuição e desintermediação. Disrupção se refere ao modo de transformar o modelo de negócios da indústria cultural a fim de aumentar os seus lucros. Conforme menciona o autor, “a Internet não rompeu nada, mas

mudou a forma como as empresas funcionam para que possam obter lucros maiores”². Se na televisão tradicional a receita vem da publicidade por meio da monetização das suas audiências, nos serviços de streaming o faturamento oriundo das assinaturas se soma ao que se ganha coletando dados robustos sobre a experiência e os interesses do usuário, investindo em uma publicidade específica e de maior retorno.

Em relação à distribuição, o autor destaca como as plataformas se tornaram elas próprias grandes canais de distribuição dos seus conteúdos. Hoje, com as ferramentas viabilizadas pela tecnologia existente (exemplo: armazenamento em nuvem de conteúdo), o processo de distribuição ficou relativamente mais barato e simplificado para a circulação de conteúdo. Por meio dos algoritmos, o público se segmenta cada vez mais no acesso aos conteúdos da plataforma, que, com a simplificação da distribuição, tornam-se *players* bastante influentes na produção audiovisual. Tamanho poder suscita importantes questões, como a padronização dos conteúdos oferecidos, submetidos a um algoritmo que sufoca a liberdade artística, a chance de arriscar e a pluralidade cultural.

Neste modelo de consumo constante do *streaming*, que promove uma disrupção com a forma tradicional de lucratividade e uma facilitação no modo de distribuição em relação à programação linear da televisão, o autor pontua o conceito de desintermediação, que basicamente se refere à eliminação de partes intermediárias envolvidas na cadeia de distribuição de mídia. Com a desintermediação, a redução de custos para os produtores é indispensável – Arditi (2021) menciona o exemplo dos CDs, cujo todo o processo de produção, transporte e armazenamento tiveram seus custos eliminados em prol da distribuição das obras musicais em plataformas *online*.

A desintermediação do sistema de distribuição cultural não cria disrupções; a desintermediação gera lucro. Pensar nas plataformas de streaming como distribuidores digitais ajuda a reavaliar como a cultura do *streaming* interage com a economia. A desintermediação não acaba com a distribuição, apenas a torna mais rentável para as grandes corporações (ARDITI, 2021, p. 37-38, tradução própria³).

² Extraído e traduzido do original em Inglês: “Internet did not disrupt anything, but rather, it changed the way businesses function so they can make higher profits.”

³ No original em Inglês: “The disintermediation of the cultural distribution system does not create disruption; it drives profit. Thinking about streaming platforms as digital distributors helps to reevaluate how streaming culture interfaces with the economy. Disintermediation does not end distribution, it just makes it more profitable for large corporations.”

A pandemia da COVID-19⁴, que se iniciou no ano de 2020, acelerou o processo de mudanças pelas quais a televisão ainda está passando, com o forte crescimento das plataformas de *streaming* no dia a dia de parte da sociedade brasileira. A partir deste período, verifica-se uma concorrência cada vez maior entre as plataformas de *streaming*, tais como Netflix, Amazon Prime, Max, Star+, Disney+ e Globoplay, e destas com a TV tradicional, seja aberta (Globo, Record, SBT, Band e RedeTV, por exemplo) ou fechada.

Neste contexto de alta competição e volatilidade de interesse do usuário, observam-se diferenças importantes entre as empresas competidoras. Castellano e Meimaridis (2021) destacam a Netflix como um modelo particular de SVOD (*subscription video on demand*) ao não possuir um histórico de produções próprias tão consolidado quanto o dos seus concorrentes. Destacam, por exemplo, como algumas plataformas estão atreladas a tradicionais empresas produtoras de audiovisual antes da era do *streaming*: Globoplay é a plataforma do Grupo Globo; Disney+ e Star+, do Grupo Disney; e Max como plataforma das produções da HBO. Além disso, a Netflix não faz parte de um modelo de negócios mais amplo, como é o caso da Amazon Prime e da Apple TV+. Isto reforça o quão mais importante é a quantidade de assinantes para o modelo de negócios da Netflix, que já reflete bem como o mercado do *streaming* também já passa por adaptações e transformações para conseguir se manter.

Conforme notícia do site TechTudo (2024), a Netflix encerrou no início de novembro de 2024 o seu plano básico sem anúncios de publicidade, migrando os clientes para um plano “padrão com anúncios”. Se o primeiro plano compreendia conteúdo na qualidade 720p em apenas um dispositivo por vez por R\$25,90 mensais, o segundo, por sua vez, compreende uma qualidade maior (1080p) e até dois dispositivos por vez por um preço menor (R\$20,90). Em contrapartida, exibe propagandas de 30 a 75 segundos e não possui o catálogo completo. Em outras plataformas, inclusive, é comum encontrar planos mais baratos com anúncios – como Disney+, Max e Globoplay.

A celeridade com a qual as transformações ocorrem na era digital, principalmente no que se refere à tecnologia da produção, demonstra que previsões fáceis e rasas sobre o futuro da comunicação precisam ser avaliadas atentamente. A cultura do *streaming* ainda confere um

⁴ Em março de 2020, a Organização Mundial da Saúde (OMS) decretou oficialmente a pandemia da COVID-19, infecção respiratória aguda causada pelo coronavírus SARS-CoV-2, com alta capacidade de transmissão a nível global. Diversos países decretaram quarentena, entre outras medidas de prevenção, causando diversos impactos no dia a dia da população. Disponível em: <<https://oglobo.globo.com/brasil/linha-do-tempo-mostra-os-principais-fatos-da-pandemia-no-brasil-24897725>>. Acessado em 28 de junho de 2024.

grau de autonomia ao seu cliente no momento em que lhe oferece liberdade para montar a sua programação quando, onde e como quiser. No entanto, cada vez mais se percebe que o modelo de negócios do *streaming* está ainda se descobrindo para, enfim, consolidar-se.

Neste contexto em que a televisão mostra possuir elementos a serem absorvidos pelo *streaming*, Castellano e Meimaridis (2021) afirmam que “a ideia de concorrência parece superada, mas dá lugar à noção de incorporação”. Para muito além do aparato tecnológico, o conceito de televisão não cabe mais em um equipamento como TV de tubo ou tela plana. Tal conceito se evidencia mais próximo do seu conteúdo e linguagem, que hoje podem ser consumidos em diferentes telas, de diferentes maneiras, o que sinaliza algo mais realizável para o caminho a se seguir.

Um *case* que permite analisar com robustez a relação entre televisão e *streaming* no contexto brasileiro é o da plataforma de *streaming* Globoplay. Conforme destaca Antoniutti (2019), o Globoplay foi lançado pelo Grupo Globo em novembro de 2015, em uma já clara tentativa de se adaptar aos novos tempos da comunicação, aproximando-se dos novos públicos ao expandir as fronteiras do meio de comunicação denominado “televisão”. De início, os dois primeiros anos foram de experimentações para que fosse esclarecido o que despertava mais interesse no público. Os resultados não decepcionaram: no primeiro ano do aplicativo, foram consumidos ao todo 6,3 bilhões de minutos. Em 2016, atingiram a marca de 67 milhões de usuários únicos (ANTONIUTTI, 2019).

Nos tempos atuais, o Globoplay está consolidado como uma ferramenta digital do Grupo Globo através da qual o público consegue: conferir conteúdos que ele não conseguiu acompanhar pela programação da TV; assistir a conteúdos exclusivos da plataforma, que só chegam à TV aberta após anos; acompanhar também a programação linear dos canais abertos e fechados do conglomerado, a depender do plano; tudo com flexibilidade temporal e espacial. Em comunicado sobre os resultados do terceiro trimestre de 2024 do Grupo Globo, o diretor-presidente da empresa, Paulo Marinho, divulgou que o número de assinantes do Globoplay e do Premiere Play cresceu em um ano, respectivamente, 38% e 45%, muito provavelmente influenciado pelo acordo com a operadora Claro, que oferece o serviço aos seus clientes (CASTRO, 2024).

Conforme relatórios de *share* de audiência, que compara audiência da TV linear em comparação aos vídeos *online*, atualmente o Globoplay é a segunda plataforma de *streaming* com maior audiência do país. 81,2% da audiência ainda se encontra no consumo de programação linear em TVs abertas ou fechadas (71,6% na TV aberta e 9,6% na fechada). Entre as plataformas de vídeo online (18,8%), o YouTube avança na frente, com 11,6%,

seguido pelas principais plataformas de streaming: Netflix (4,1%), Globoplay (1,2%), Amazon Prime Video (0,9%), Disney+ (0,4%) e Max (0,3%)⁵.

É inegável que uma das maiores potencialidades do Globoplay, que, apesar de ser uma plataforma de *streaming* brasileira concorrendo com grandes *players* mundiais, possui forte presença no mercado nacional, é o setor de dramaturgia. Herdando a expertise e as obras da empresa que é referência mundial na produção de telenovelas – a Globo –, o Globoplay indica que a força da telenovela brasileira é maior do que qualquer transformação tecnológica e social. Para isso, todavia, o gênero telenovela não se mostra irredutível a mudanças e adaptações para permanecer vivo na cultura brasileira. Desde a TV da sala de casa até o celular nas mãos durante um deslocamento de ônibus, é possível nos dias atuais acompanhar uma novela do início ao final feliz do último capítulo de diferentes formas.

3.2 Uma nova forma de consumir telenovela

A era dos *streamings*, de fato, representa uma oferta maior de conteúdos ao indivíduo consumidor (maior concorrência), mas por outro lado evidencia também o quão forte e cultural é o produto telenovela no Brasil, que com todas as suas transformações se mantém relevante no cenário nacional.

Muito antes do Globoplay, o conglomerado de mídias do Grupo Globo, antenado com as mudanças que estavam transformando a sociedade em todo o mundo, decidiu pela realização de experimentações no mundo digital a partir da sua teledramaturgia de qualidade. Svartman (2023) cita o caso da novela de Silvio de Abreu, “Passione” (2010). Exibida no horário mais nobre da TV, às 21h, a novela foi a primeira experiência transmídia da emissora, estendendo conteúdo para o primeiro portal dedicado ao entretenimento da TV Globo, o Gshow.

Entre as experiências, destacam-se: a produção de uma cena extra após cada capítulo para o portal; a criação de perfis em redes sociais para os personagens; a criação de um *blog* sobre a moda de determinada personagem; e, por fim, uma espécie de jogo na Internet para adivinhar quem seria a próxima vítima do assassino algoz da novela (SVARTMAN, 2023). “Passione” foi a novela que abriu, portanto, os caminhos da telenovela para o mundo digital dentro da Globo, apesar de ser uma experiência ainda bastante incipiente.

⁵ Dados do Kantar IBOPE Media referentes a outubro de 2024. Disponível na página web <<https://kantariibopemedia.com/audiencia-de-video/>>. Acessado em 28 de novembro de 2024.

Cinco anos depois desta experiência transmídia, surge o *s* que nos dias atuais muito ratifica e contribui para a força da teledramaturgia brasileira. Em 2017, dois anos após o lançamento, o Globoplay expande pela primeira vez de forma significativa o seu catálogo a partir de obras audiovisuais produzidas para a TV Globo, trazendo séries de sucesso em formato de longa-metragem (exemplos: “Presença de Anita”, “Carga Pesada”, “Ó Paí Ó” e “As Noivas de Copacabana”). Já em 2018, foi a vez de recuperar seriados humorísticos como “Toma Lá Dá Cá”, “Os Normais” e as versões antigas da “Escolinha do Professor Raimundo” para fisgar o público brasileiro (REGINATO, 2021).

Este foi o início do Projeto Resgate do Globoplay, cujo núcleo central é composto por telenovelas clássicas que fizeram muito sucesso nas telinhas brasileiras e marcaram história. Conforme dados divulgados pelo Gshow (2024), até julho de 2024, mais de 100 novelas já foram publicadas na plataforma, além de 50 séries e minisséries, representando 25% de todo o consumo de novelas do Globoplay, o que comprova que a memória afetiva causada pela telenovela supera barreiras técnicas, visuais e estilísticas. Mais do que “o que eu quero ver?”, a pergunta que norteia o uso das plataformas de conteúdo é “como eu quero ver?”.

Como complemento ao Projeto Resgate, há outros dois projetos que trazem significativo conteúdo para o Globoplay em paralelo. Um é o Projeto Originalidade, que atualiza as obras já disponíveis no catálogo com melhor resolução e aspectos parecidos em relação à versão original, exibindo as aberturas, as vinhetas de intervalo comercial, a divisão dos capítulos, etc. O outro Projeto se chama Fragmentos, que começou em 2024 para exibir novelas dos anos 1970 e 1980 que não possuem todos os seus capítulos preservados. A fim de reforçar o compromisso com a memória cultural do país, o projeto consiste na disponibilização de novelas que apresentam de 2 a 20 capítulos originais preservados. Entre os principais exemplos de telenovelas nessa situação, encontram-se “O Rebu” (1974), de Bráulio Pedroso, “Estúpido Cupido” (1976), de Mário Prata, “Coração Alado” (1980), de Janete Clair, etc. Completam a lista outras 11 novelas: “Uma Rosa com Amor” (1972), “Fogo Sobre Terra” (1974), “Corrida do Ouro” (1974), “O Grito” (1975), “Sem Lenço, Sem Documento” (1977), “Sinhazinha Flô (1977), “Gina” (1978), “Os Gigantes” (1978), “Chega Mais” (1980), “Sol de Verão” (1982) e “Voltei pra Você” (1983)⁶.

Todas essas experiências configuram novas maneiras de acompanhar uma telenovela

⁶ Informações retiradas do portal Gshow, disponível em: <https://gshow.globo.com/novelas/mundo-de-novela/noticia/globoplay-projeto-fragmentos-relanca-capitulos-de-novelas-dos-anos-1970-e-1980-veja-as-tramas-disponiveis.ghhtml>. Acesso em: 03 nov. 2024.

no Brasil, bem diferentes do único modo que havia enquanto só era exibida na programação linear da TV aberta. O consumo diário, regular, no qual o telespectador ocupava uma função mais dependente das escolhas da emissora produtora, se transfigurou em novos tipos de consumo, muitos deles influenciados pela cultura de séries que surgiu com força pelo *streaming*. Além de poder assistir a quantos capítulos de novela quisesse, sem precisar esperar 24 horas de intervalo entre um capítulo e outro, hoje o consumidor deste importante produto cultural brasileiro também consegue assisti-lo fora do ambiente de casa, ou selecionando para acompanhar apenas os trechos que lhe interessam. É um poder tamanho para o espectador que este passa a também possuir papéis de diretor ou editor da própria novela que assiste, estando sob o seu domínio o tempo narrativo da trama. Segundo Lopes e Freire (2022), a ficção televisiva tem se consolidado no Brasil progressivamente através do consumo em múltiplas plataformas e da convergência de produção.

No Brasil, a ficção televisiva tem se consolidado cada vez mais pela convergência de produção e consumo em múltiplas plataformas. Essa concepção é adotada principalmente pela Globo, por meio de uma estratégia que combina, de maneira própria, TV aberta, TV paga e vídeo sob demanda (VoD). A indústria audiovisual parece ter se conscientizado de que este é o momento de investir na transição dos hábitos de consumo de conteúdos ficcionais nacionais, integrando a esses hábitos novos formatos e gêneros, novas serialidades, e experimentando diversas plataformas além da TV aberta (LOPES; FREIRE, 2022, p. 3).

Para além da reprodução em plataformas de *streaming* de telenovelas exibidas originalmente na televisão, iniciou-se também o inevitável processo de criação de novelas nas próprias plataformas. A primeira novela brasileira criada para ser exibida originalmente no streaming foi, na verdade, uma continuação de uma trama bastante bem-sucedida na TV aberta. “Verdades secretas 2”, de Walcyr Carrasco, estreou em 20 de outubro de 2021 trazendo de volta a protagonista Angel (Camila Queiroz) – que foi batizada como Arlete. Anos após os eventos da primeira fase, Angel se encontra viúva após um misterioso acidente que mata Guilherme (Gabriel Leone), e precisando de dinheiro para custear o tratamento do filho, precisa retornar a uma agência de modelos para fazer o agora famoso *book rosa* (XAVIER, s.d.).

Com apenas 50 capítulos, a novela foi rechaçada pela crítica por apresentar uma trama fraca, vazia, repleta de cenas de sexo. Entretanto, vale pontuar que a novela foi sucesso na plataforma no quesito de tempo total consumido, chegando ao topo de produção nacional mais vista e acumulando mais de 40 milhões de horas consumidas no Globoplay na sua reta final (KOGUT, 2021).

O grande sucesso folhetinesco do Globoplay veio mesmo com a sua segunda novela

original. “Todas as flores”, de João Emanuel Carneiro, estreou no segundo semestre de 2022, dividida em dois grandes blocos de capítulos. Inicialmente pensada para ir ao ar na televisão no horário das 21h, a obra foi redesenhada para se tornar um produto original Globoplay (XAVIER, s.d.).

Apesar do êxito alcançado com a experiência anterior, a próxima novela original do principal *streaming* brasileiro que estrearia em 2024, chamada “Guerreiros do sol” – novela criada e escrita por George Moura e Sergio Goldenberg –, ainda não estreou na plataforma. Conforme divulgado por Silvano (2024), no Upfront 2025, evento criado para divulgar as novidades da programação da Globo para o ano subsequente, a trama inspirada na história de Lampião e Maria Bonita terá seus 45 capítulos lançados no Globoplay entre abril e junho de 2025, indo ao ar totalmente gravada, o que reforça mais uma disrupção no modo de fazer novela no país.

A força da telenovela e o interesse – ou necessidade? – do *streaming* de embarcar na produção deste gênero vai além do Globoplay. *Players* internacionais como Netflix e Max também já possuem seus *cases* de produção no Brasil, visando atuar nesse grande mercado existente no país.

A Max, *streaming* do conglomerado HBO, atualmente possui duas novelas já totalmente produzidas: “Beleza fatal”, de Raphael Montes, renomado autor brasileiro de livros de suspense e terror, e “Dona Beja”, remake da novela exibida na extinta TV Manchete em 1986 e baseada no romance de Thomas Ohton Leonardos “Dona Beija: a feiticeira do Araxá” (MORATELLI, 2024). Até o ano de 2024, nenhuma das obras se encontra disponibilizada ainda no acervo da Max, mas já possuem previsões para as suas datas de estreia.

“Beleza fatal” será a primeira novela da plataforma, a estreiar em 27 de janeiro de 2025. A novela terá renomados nomes no seu elenco, como Camila Pitanga, Giovanna Antonelli e Camila Queiroz, além da direção de Maria de Médicis, todos nomes que se consolidaram na televisão aberta, mais especificamente na Globo. A novela terá 40 capítulos, uma extensão bem menor do que uma novela tradicional apresenta, e conta uma história bem folhetinesca: a trama é centrada na vingança de Sofia (Camila Queiroz), que viu sua mãe ser presa injustamente por causa de Lola (Camila Pitanga), empresária do ramo estético (MIYASHIRO, 2024a). Ou seja, são esperados elementos característicos de um tradicional folhetim em um formato próprio dos tempos contemporâneos, o que sinaliza uma possível tendência de produção para os próximos anos, a depender dos resultados alcançados.

No caso de “Dona Beja”, novela que será protagonizada por Grazi Massafera, outra atriz também reconhecida como “nome global” (artista que construiu carreira e fez parte do

casting fixo da Globo durante significativo intervalo de tempo), ainda não há uma definição sobre a sua data de estreia na plataforma. Com estrutura similar à novela de Raphael Montes, contando com 40 capítulos, a empresa deseja avaliar como se dará a estreia da primeira novela para definir os rumos que irá tomar nesta área. Além de “Dona Beja”, um terceiro projeto está em desenvolvimento para ser uma das próximas novelas da plataforma, a depender do retorno das duas primeiras novelas: *remake* da novela “Pai Herói”, um dos clássicos de Janete Clair que a Globo exibiu em 1979 (SANTIAGO, 2024).

Enquanto a Max está envolvida com o seu planejamento de dramaturgia para os próximos anos, a Netflix, *streaming* de maior público no país, realizou a sua primeira experiência no ramo com a bem-sucedida “Pedaço de Mim”, novela de Ângela Chaves que estreou na plataforma em 5 de julho de 2024. Em um formato ainda menor, com 17 capítulos apenas, a plataforma de *streaming* não quis denominar o produto como novela, mas sim como “melodrama brasileiro”. Entretanto, apesar disso, é inegável que a obra contenha os elementos do gênero que tanto faz sucesso no Brasil. O resultado foi um grande sucesso: a novela – ou melodrama brasileiro – conseguiu alcançar a 5ª posição de obras mais vistas da plataforma em língua não inglesa; ocupou o top 10 de produtos mais consumidos em 73 países, incluindo o Brasil, onde ocupou por determinado período de tempo o posto de produto mais consumido. Conforme dados da própria Netflix, a obra alcançou entre os dias 8 e 14 de julho 78,5 milhões de horas consumidas e 5,8 milhões de visualizações, considerando o mundo todo (MIYASHIRO, 2024b).

Vale salientar, entretanto, que ainda há uma diferença abissal entre o alcance de uma novela no *streaming* e uma novela na televisão linear. Em meio a tantas transformações e experimentações de formato e meio, a análise comparativa feita por Guaraldo (2024) evidencia como os meios coexistem na era digital. Ao longo de seis semanas de exibição, a novela da Netflix alcançou no mundo 16,7 milhões de assinantes no total dos 17 capítulos, enquanto que a novela das 21h da Globo na época, o *remake* de “Renascer”, alcançou em um único capítulo média de 25 pontos no PNT (Painel Nacional de Televisão). Sendo 1 ponto equivalente a 658.194 indivíduos, pode-se considerar um público de 16.454.850 pessoas nas 15 regiões metropolitanas englobadas na medição. Como ainda há todo o restante do país, é certo verificar que um único capítulo de uma mediana novela das 21h da Globo no Brasil alcançou mais público do que uma novela exitosa da Netflix no mundo todo.

Neste cenário, fica evidente como as transformações no consumo de telenovela no Brasil ainda estão em curso, distantes de uma definição de como permanecerá nos próximos anos. Diversas são as possibilidades para o gênero continuar ser influente na sociedade

brasileira, refletindo a própria não só no que se refere a conteúdo, mas também a formato, o que significa que o crescimento das séries no país não implica na morte do outro gênero. Sendo assim, é de fundamental interesse analisarmos em mais detalhes o processo de recepção de uma das novelas. Para tal, a novela “Todas as flores” se mostra mais atrativa como objeto de estudo, considerando a sua exibição no *streaming* e, posteriormente, na TV aberta, além, claro, do sucesso alcançado nas duas exibições.

4 ESTUDO SOBRE A RECEPÇÃO DA NOVELA “TODAS AS FLORES”

Muitas são as questões suscitadas pelas constantes e crescentes transformações da telenovela enquanto principal produto audiovisual cultural do Brasil na era do *streaming*: a telenovela está acabando? As séries estão ocupando o posto de principal entretenimento popular? Como se vê novela hoje em dia? O quão frequente é hoje o ritual de assistir à novela com a família no horário predefinido pela emissora de televisão, com todos olhando para a mesma tela?

À medida que o novo jeito de se fazer e se consumir novela no Brasil vai se remodelando, para que esta não deixe de ser elemento fundamental de construção da identidade de um país, novas experiências são vivenciadas no mercado audiovisual, valendo uma análise atenta dos aspectos que as circundam. Entre os aspectos, destaque para a recepção, ou seja, a forma como a novela chega aos telespectadores hoje e suas nuances.

No presente estudo, a novela “Todas as flores”, segunda novela original Globoplay, é a produção escolhida para ser fonte de análises e pesquisas. A razão passa por dois principais pontos: o primeiro, referente ao histórico de desenvolvimento da novela, que passou de concebida para as 21h da televisão aberta para a plataforma de *streaming*; o segundo, referente à estratégia diferenciada de divulgação, que contou com uma exibição particular pelo *streaming* cujos detalhes serão esmiuçados posteriormente, mas também com uma exibição na TV aberta meses após o fim do lançamento dos capítulos no Globoplay, em uma versão editada.

Neste contexto, serão apresentados maiores detalhes sobre o *case* de estudo – a novela “Todas as flores” – como a trama desenvolvida, a produção e a sua exibição, para em seguida serem apresentados a metodologia da pesquisa de recepção, os seus resultados e uma análise comparativa entre a recepção na exibição no *streaming* e na exibição da TV aberta. Para auxiliar na análise, será utilizado o conjunto de conceitos utilizados por Martín-Barbero para representar os sistemas de mediações.

4.1 “Todas as flores”: produção e exibição

Inicialmente planejada para ir ao ar no horário das 21h na TV Globo, “Todas as flores” acabou se tornando um projeto de novela original Globoplay. Criada e escrita por João Emanuel Carneiro, mesmo autor da novela fenômeno de 2012 “Avenida Brasil”, o folhetim foi uma das apostas do Grupo Globo para impulsionar a plataforma própria de *streaming*.

Com estreia marcada para o dia 19 de outubro de 2022, “Todas as flores” conta a história de Maíra (Sophie Charlotte), uma jovem deficiente visual que vê a sua vida se transformar com a morte de Rivaldo (Chico Diaz), pai que a criou sozinho, e com o surgimento da sua mãe, Zoé (Regina Casé). Maíra é convencida por Zoé a sair de Pirenópolis, cidade do interior de Goiás, para viver com ela no Rio de Janeiro, onde se passa a trama. O que Maíra não sabe é que o interesse de Zoé em procurar a filha rejeitada no passado tem nome: Vanessa (Letícia Colin), irmã de Maíra que está doente precisando de doação de medula óssea por causa de uma leucemia. Ao se mudar para o Rio de Janeiro, Maíra se apaixona por Rafael (Humberto Carrão), herdeiro da luxuosa loja Rhodes e noivo da sua irmã, informação esta que ela desconhece. Nesta jornada, Maíra enfrenta diversas armações da sua maléfica irmã, já curada do câncer, que é capaz de tudo para se livrar dela, inclusive chantageando a mãe para isso. Zoé, que também é uma das vilãs principais da novela, é envolvida em um esquema de tráfico humano, e se vê ameaçada pela filha mau caráter a se livrar de Maíra, caso não queira ser denunciada (XAVIER, s.d.).

Outros personagens importantes fazem parte da novela, como Judite (Mariana Nunes) e Pablo (Caio Castro). Judite é inimiga declarada de Zoé e madrinha de Maíra, que vive alertando sobre a falta de caráter da mãe dela. Judite tem um filho, Pablo, que gosta de luxo e conforto e tem um caso extraconjugal com Vanessa, com quem tem uma relação intensa, seja no sexo ou nas armações. Judite esconde do filho a identidade do seu verdadeiro pai, que é Humberto (Fabio Assunção), marido da dona da Rhodes, Guiomar (Ana Beatriz Nogueira). Humberto ainda é apaixonado por Judite, mas as escolhas ambiciosas do passado feitas por ele afastaram os dois. Desde sempre, Humberto foi cúmplice de Zoé nos seus golpes, e influenciado por ela, decidiu se casar por interesse com Guiomar. Juntos, Humberto e Guiomar são pais de Rafael, com quem Zoé faz questão que a filha Vanessa case.

Entre as tramas paralelas de destaque da novela, destaca-se o núcleo de Diego (Nicolas Prattes), que decide assumir a culpa por um acidente fatal em troca de dinheiro, como parte da proposta do promotor Luís Felipe (Cássio Gabus Mendes). Entretanto, Diego não recebe o combinado e, dentro da cadeia, decide se vingar, contando com a ajuda de Samsa (Ângelo Antonio), que tem ódio mortal de Luís Felipe por tê-lo colocado na prisão por tráfico humano.

Raulzito (Nilton Bicudo) e Mauritânia (Thalita Carauta) também se destacaram na novela, como um casal improvável e engraçado. Raulzito, irmão de Guiomar e sócio da Rhodes, se apaixona pela ex-atriz pornô Mauritânia e decide embarcar nessa relação. Um incêndio na Rhodes, entretanto, acaba vitimando Raulzito e Guiomar – esta assassinada por Zoé –, e Mauritânia acaba se tornando uma das herdeiras da empresa, rendendo momentos

divertidos na história.

Este é um breve resumo da história principal de “Todas as flores”, um típico folhetim que usa elementos convencionais do gênero para contar a sua trama, que conta com romance, vilanias, suspense, triângulos amorosos, reviravoltas, drama, comédia, etc. Se a história segue a cartilha tradicional dos folhetins, não se pode dizer o mesmo do formato.

“Todas as flores” teve uma estratégia de exibição no *streaming* diferenciada. A novela foi dividida em duas partes: a primeira parte, que estreou em outubro de 2022, teve 45 capítulos, enquanto a segunda parte contou com mais 40, totalizando 85 capítulos. Ou seja, basicamente a novela contou com a metade de capítulos que ela teria se fosse originalmente exibida na televisão. A novela foi exibida no *streaming* com liberação de 5 capítulos por semana, diferentemente da primeira novela, “Verdades Secretas 2”, que foi liberada em blocos de 10 capítulos. Por se tratar de uma novela no *streaming*, vale lembrar que não se trata de uma novela com intervalos comerciais.

O maior diferencial da novela, porém, se encontra no seguinte fato: a exibição das duas partes não foi sequencial, havendo um intervalo entre elas. Se a primeira parte se encerrou no dia 14 de dezembro de 2022, a segunda parte da novela só estreou no dia 05 de abril de 2023, indo até o dia 1º de junho, quando foi exibido em tempo real o último capítulo da trama (DIAS, 2023). Para que fosse possível tal organização na divulgação da novela, o autor precisou de uma forte cartada para segurar a atenção do público no final da primeira parte e criar expectativas para a segunda. O gancho criado foi a cirurgia de correção da visão de Maíra, disposta e pronta para iniciar o seu plano de vingança contra Zoé e Vanessa, que desapareceram com o seu filho.

O sucesso da novela foi inegável. Entre as personagens, destaque para as vilãs da história, Zoé e Vanessa. João Emanuel Carneiro, autor da novela, é o tipo de autor cujas vilãs costumam despertar a curiosidade e o interesse do público, por serem engraçadas, maléficas e perigosas na mesma medida. Maurítânia também se destacou com o público, com o seu viés cômico e a sua língua afiada.

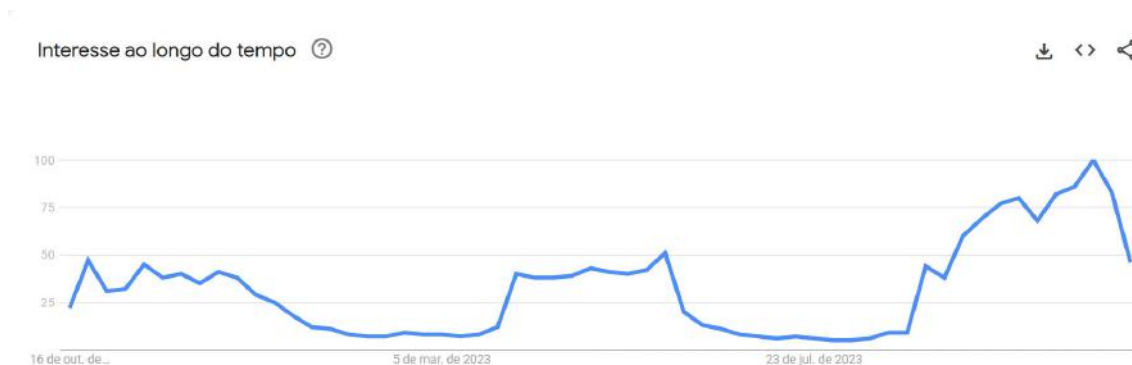
Em relação à audiência no *streaming*, considera-se a quantidade de horas consumidas do produto. “Todas as flores” acumulou recordes ao longo da sua exibição: desde a sua estreia no Globoplay até o mês de junho de 2023, mês no qual encerrou a divulgação de novos capítulos, a novela atingiu a marca de 72 milhões de horas de consumo na plataforma. Outro dado interessante se refere ao fato de ter alcançado 1 milhão de horas de consumo em apenas 24 horas, o que evidencia o bom recebimento do produto perante o público brasileiro (DIAS, 2023).

Em 04 de setembro de 2023, a novela estreou a sua versão editada na televisão aberta ocupando o horário das 23h da Globo de segunda a sexta-feira, sucedendo a novela das 21h da época, “Terra e paixão”, de Walcyr Carrasco. A estreia se deu três meses após o término dos capítulos inéditos da novela no Globoplay, e o seu deslizamento para a mídia tradicional – a TV linear – gerou diversas especulações sobre os tipos de corte e o nível destes que a edição sofreria. Para esta versão, algumas cenas de sexo foram cortadas, assim como cenas de maior violência, além da diminuição do espaço de núcleos que não agradaram ao público do *streaming*. Na TV aberta, a novela conseguiu classificação indicativa de 16 anos, contendo 55 capítulos.

A repercussão da exibição na TV aberta, mesmo após a exibição inédita no Globoplay, foi de bastante proveito para a emissora, que viu a sua audiência crescer. Segundo Santiago (2023), o último capítulo marcou nas principais praças do país – São Paulo e Rio de Janeiro – 20 e 22 pontos, respectivamente, com a última semana batendo recorde de audiência média em São Paulo. Na média geral, a novela conquistou 19 pontos de média geral no Rio de Janeiro, aumentando a audiência do horário em 1 ponto se comparado ao período anterior à sua estreia. Já em São Paulo, conquistou média de 17 pontos, o que equivale a um crescimento de 2 pontos.

Considerando o interesse do público da Internet e o volume de buscas no Google, encontra-se um resultado relativamente surpreendente. Observando o gráfico presente no Google Trends ao pesquisar o termo “Todas as flores”, verifica-se na figura 1 a elevação da curva entre os meses de setembro a novembro de 2023, período em que estava no ar na televisão. Esta foi a maior quantidade de buscas comparando os três períodos de exibição (a primeira parte do *streaming*, a segunda parte e a versão da TV aberta).

Figura 1: Volume de buscas por “Todas as flores” ao longo dos três períodos de exibição



Fonte: Google Trends

Se surpreende uma reexibição conter o ápice de buscas no Google, por outro lado fica mais evidente que isso se deve à abrangência que a TV aberta tem na sociedade brasileira, diferentemente do *streaming*, ainda restrito a alguns grupos sociais/ regionais.

Para uma análise mais completa, é necessário entendermos melhor como o público consumiu a novela e recebeu as suas mensagens, a fim de verificar eventuais diferenças no processo para o espectador.

4.2 Metodologia de pesquisa

Para este tipo de pesquisa, que busca entender melhor as transformações no modo de consumir telenovela através de “Todas as flores”, é fundamental conhecer o que dizem pessoas que tiveram esta experiência e assistiram à trama.

Neste contexto, a fim de alcançar a maior quantidade de respondentes possíveis, compondo um banco de respostas robusto que permita uma análise mais substancial, decidiu-se pela criação de um formulário no Google Forms com perguntas objetivas e discursivas sobre o processo de recepção da novela “Todas as flores”.

O formulário começa com uma seção que tem como propósito definir o perfil demográfico dos participantes. Entre as perguntas feitas, foram solicitadas informações como nome completo, idade, gênero, raça e profissão. Vale ressaltar que o participante da pesquisa não era obrigado a se identificar, de modo a deixar qualquer pessoa confortável para tal, sem que afetasse o alcance do questionário.

A seção 2 do formulário tinha como objetivo identificar por qual meio a pessoa respondente assistiu à novela. Através de uma pergunta objetiva, foram dadas 3 opções de resposta: se a pessoa acompanhou a novela apenas pelo Globoplay, se a pessoa acompanhou apenas pela exibição na Globo ou se a pessoa acompanhou ambas as exibições, em ambos os meios.

A terceira seção de cada respondente variou conforme a resposta dada na seção 2. Isto porque a seção anterior filtrou quem assistiu à novela no *streaming*, na televisão aberta ou em ambas as mídias.

Caso a pessoa tivesse respondido que acompanhou a novela pelo Globoplay, ela responderia as seguintes questões:

- Pergunta 1 - Em uma escala de 0 a 10, o quanto você assistiu aos capítulos da novela?
- Pergunta 2 - Como você geralmente acompanhava a novela?

- Pergunta 3 - Sua experiência como público espectador da novela foi individual ou coletiva?
- Pergunta 4 - O seu interesse pela novela mudou, se comparado o interesse pela primeira parte (capítulos 1 a 45, no qual Maíra realiza a cirurgia e passa a enxergar) e o interesse pela segunda (capítulos 46 a 85)?
- Pergunta 5 - O que você achou da divisão da novela em 2 partes? Como afetou a sua experiência enquanto público espectador?
- Pergunta 6 - Você considera que os conflitos da trama foram bem desenvolvidos ao longo dos capítulos? Quais tramas/personagens você destaca positivamente e quais você destaca negativamente?
- Pergunta 7 - Ao longo da exibição, você conversava sobre a novela com pessoas ao seu redor? Como eram essas conversas?
- Pergunta 8 - Ao longo da exibição, você comentava a novela nas redes sociais? Como você geralmente fazia (comentava ao mesmo tempo em que assistia, comentava depois de assistir, etc.)?
- Pergunta 9 - Comente a sua opinião sobre o ritmo narrativo da novela. Achou acelerada demais? A novela teve "barriga" (termo popular para o período de enrolação da novela, em que a história não evolui e só anda em círculos)?
- Pergunta 10 - Em uma escala de 1 a 10, sendo 1 péssimo e 10 ótimo, como você avalia a novela "Todas as Flores" nos critérios abaixo? (critérios: história/trama; diálogos; ritmo narrativo; desenvolvimento de personagens; duração dos capítulos; extensão)
- Em uma escala de 1 a 10, como você avalia o conjunto da novela "Todas as Flores"?
- Sentiu falta de alguma pergunta? Deseja fazer alguma observação? Fique livre para fazer os comentários que forem do seu interesse.

Caso a pessoa respondesse que só assistiu à versão da TV aberta, algumas perguntas eram retiradas ou adaptadas. Entre as perguntas retiradas, estão as perguntas de número 2, 4 e 5, enquanto uma nova pergunta foi adicionada: “Você ficou interessado(a) em assistir à novela por causa da repercussão da exibição original no Globoplay?”.

Na condição da pessoa ter visto a novela de ambos os jeitos, os questionários de cada módulo foram combinados, com o acréscimo de duas novas perguntas: “Por que depois de

acompanhar a novela pelo Globoplay você decidiu assistir à versão da TV aberta, na Globo? O que te fez manter o interesse na produção?”, além de “Enquanto público da novela, você observou diferenças na experiência de acompanhar as duas versões (versão do *streaming* Globoplay e a versão da TV aberta na Globo)? Qual versão funcionou mais e por quê?”.

Para finalizar a pesquisa, bastava o participante informar se estava disposto a falar em mais detalhes enquanto espectador da novela com o autor do formulário, em eventual necessidade.

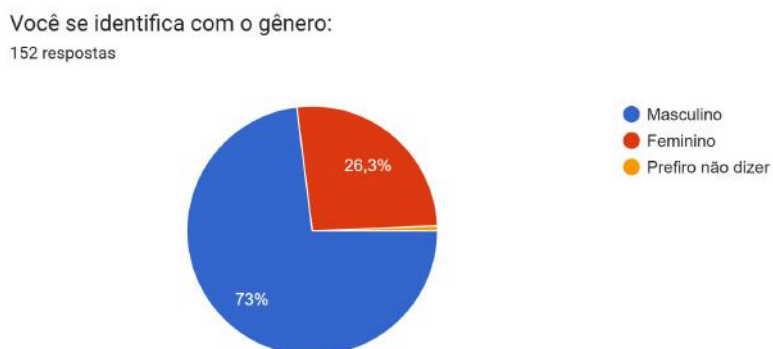
A pesquisa ficou aberta do dia 15 de outubro de 2024 até o dia 12 de novembro de 2024. A estratégia de divulgação seguiu alguns grupos específicos, tais como: pessoas ao redor que assistiram à novela (amigos, familiares, vizinhos, etc.), na rede social X (antigo Twitter), no Instagram e em grupos sobre novelas no Facebook.

4.3 Resultados da pesquisa

Após as divulgações da pesquisa, que ficou aberta durante quase 30 dias, foram reunidas ao todo 153 respostas ao formulário. Em outras palavras, 153 respondentes dedicaram parte da sua atenção ao formulário. Para evitar respostas duplicadas ou jocosas, sem o nível de seriedade que a pesquisa exige, foi realizada uma revisão. Como resultado, 1 dos respondentes foi desconsiderado para efeitos práticos, sobrando 152 respostas.

O perfil das pessoas participantes da pesquisa aponta, no que se refere a gênero e raça, uma maioria masculina (73% dos respondentes, conforme indicado na figura 2) e branca (53,9% se identificaram de tal modo, enquanto 28,9% se identificaram como pardo e 14,5% como preta, conforme figura 3).

Figura 2: Perfil de gênero dos respondentes da pesquisa

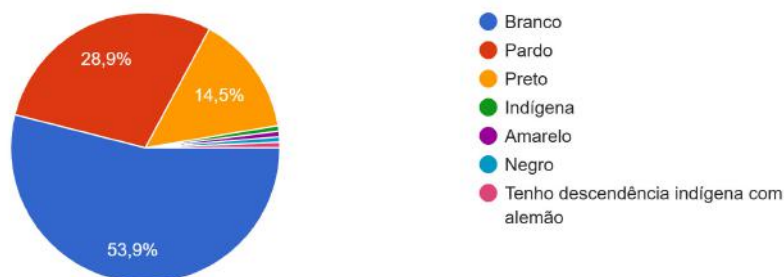


Fonte: de autoria própria

Figura 3: Distribuição racial dos respondentes da pesquisa

Como você se autodeclara?

152 respostas



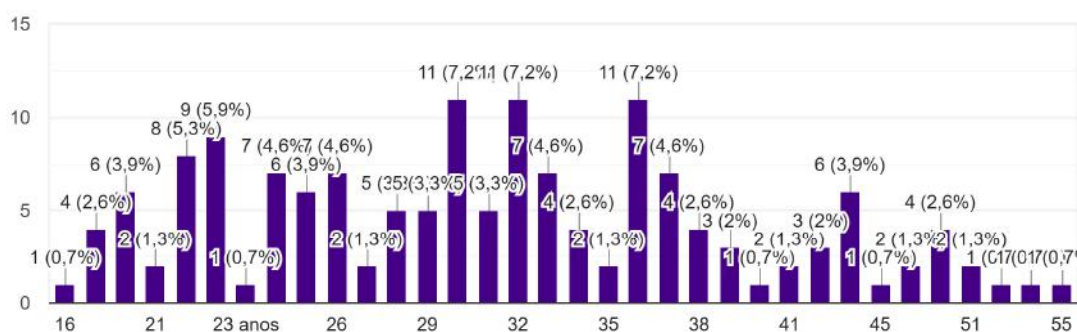
Fonte: de autoria própria

Em relação à faixa etária, a pesquisa conseguiu alcançar uma variedade de idades, o que significa um alcance a diferentes gerações de consumidores de telenovela – desde os que se formaram como espectadores pela televisão linear, até os que começaram a consumir audiovisual já na era digital, pelo *streaming*. A figura 4 revela o perfil das idades dos respondentes da pesquisa, que vão de 16 a 55 anos, com destaque para a faixa de 30 a 40 anos (aproximadamente 43%).

Figura 4: Faixa etária dos respondentes da pesquisa

Idade - no formato numérico (ex. 24, 40, 65):

152 respostas



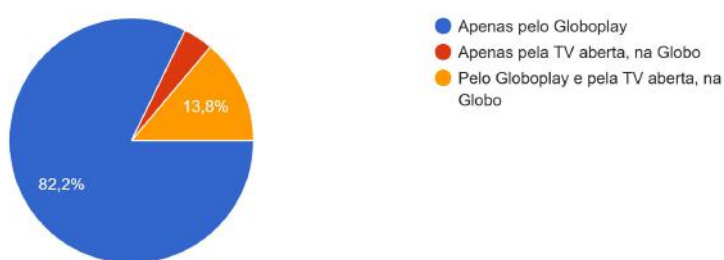
Fonte: de autoria própria

O perfil de público da novela “Todas as flores” obtido mostra a preponderância do streaming *Globoplay* perante a TV Globo – entre os respondentes, vale salientar. Mais de 82%, o equivalente a 125 pessoas, sinalizaram ter assistido a novela só pelo Globoplay,

enquanto 21 pessoas afirmaram ter assistido tanto pelo *streaming* quanto pela televisão linear. Referente à parcela que só acompanhou na exibição pela TV, apenas 6 pessoas sinalizaram tal situação. Para otimizar o entendimento, consideraremos o grupo de quem assistiu apenas pelo streaming como G1, de quem assistiu apenas pela TV como G2 e de quem assistiu ambos como G3.

Figura 5: Perfil de consumo da novela “Todas as flores” nas diferentes mídias

Você acompanhou a novela "Todas as Flores":
152 respostas



Fonte: de autoria própria

Entre aqueles que responderam ter visto “Todas as flores” apenas pelo *streaming*, vale destacar os principais resultados obtidos a partir das perguntas realizadas. A maioria das pessoas no G1 – mais de 82% - indicou o nível máximo ao responder o quanto assistiu à novela, demonstrando fidelidade ao produto, que mesmo por 85 capítulos, conseguiu prender a atenção.

Considerando o formato de consumo no *streaming*, no qual o espectador tem o controle sobre a forma como vai assistir a determinado produto, a pesquisa reforça a variedade de possibilidades neste aspecto ao mostrar os modos de acompanhar a novela. Das 125 pessoas que compõem este grupo, 47,2% responderam que assistiram à novela maratonando de uma vez só os 5 capítulos de cada bloco semanal, à medida que eram lançados na plataforma. Já 40,8% dos respondentes, a depender do gancho de final de capítulo, decidiam dar *play* no capítulo seguinte imediatamente, o que já indica uma diferença importante em relação à exibição tradicional, na qual o espectador não tem este poder de decisão. Tal forma de acompanhar a novela, assistindo a um capítulo por vez, também é possível no *streaming*, conforme sinalizou 8% dos respondentes deste grupo. Comparando a média de idades entre quem maratonava os blocos semanais e quem assistia a apenas um capítulo por dia, não se observou curiosamente diferença significativa: média de 32 anos entre

quem indicou a primeira opção, e média de 31 anos a última.

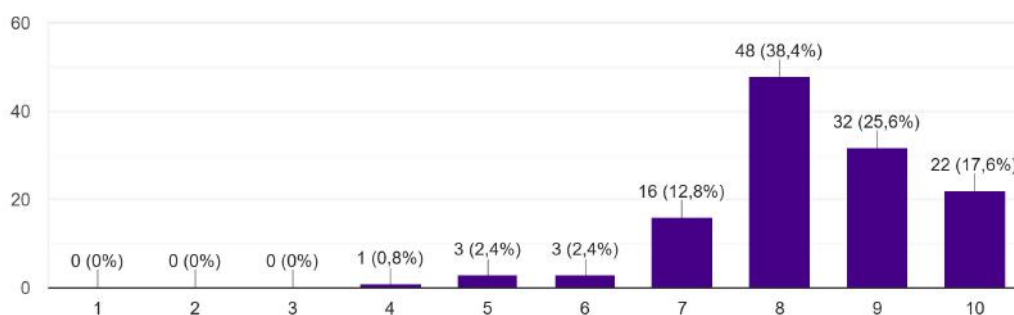
Sobre o caráter individual ou coletivo de acompanhar a novela pelo *streaming*, a presente pesquisa obteve resultados interessantes. 53 participantes, o equivalente a 42,4% do G1, responderam que assistiam à novela de forma individual, mas comentavam e interagiam nas redes sociais sobre o assunto, ao passo que 26,4% possuíam uma experiência ainda mais solitária, assistindo sozinho e não comentando e interagindo nas redes. 17,6% assistiram à novela em grupo, o que engloba família e/ou amigos, e também interagiam nas redes. Apenas 11,2% assistiram de forma coletiva sem interagir nas redes sociais. Como um todo, portanto, aproximadamente 70% dos respondentes sinalizaram uma experiência individual no consumo da novela pelo Globoplay, e 60% indicaram interagir nas redes sociais para falar sobre o assunto, o que mostra as tendências do consumo de audiovisual na contemporaneidade.

Na avaliação da trama, os respondentes do grupo G1 destacaram de forma mais positiva a duração dos capítulos (em outras palavras, o tempo de cada capítulo), a extensão da novela (a quantidade de capítulos) e os diálogos. Nestes tópicos, a maioria dos respondentes avaliaram com grau 10 a novela. O tópico que foi pior avaliado foi o de desenvolvimento de personagens – a maioria deu grau 7, seguido por grau 8 e grau 2.

No geral, a novela “Todas as flores” foi avaliada pelo G1 como uma boa novela. Conforme indica a figura 6, 38,4% dos respondentes deram grau 8 para o conjunto da novela, 25,6% deram grau 9 e 17,6% grau 10. Apenas 5,6% deram grau menor do que 6, o que mostra uma parcela pequena das pessoas.

Figura 6: Avaliação da novela “Todas as flores” de quem assistiu só no Globoplay

Em uma escala de 1 a 10, como você avalia o conjunto da novela "Todas as Flores"?
125 respostas



Fonte: de autoria própria

Em relação ao G2, grupo que viu a novela apenas na sua segunda exibição, pela TV Globo, um terço apenas indicou ter assistido a todos os capítulos da novela, o que é explicado pelo horário tardio de exibição e pela própria dinâmica da TV aberta, cujo consumo é mais fluido por estar imerso no dia a dia dos seus espectadores.

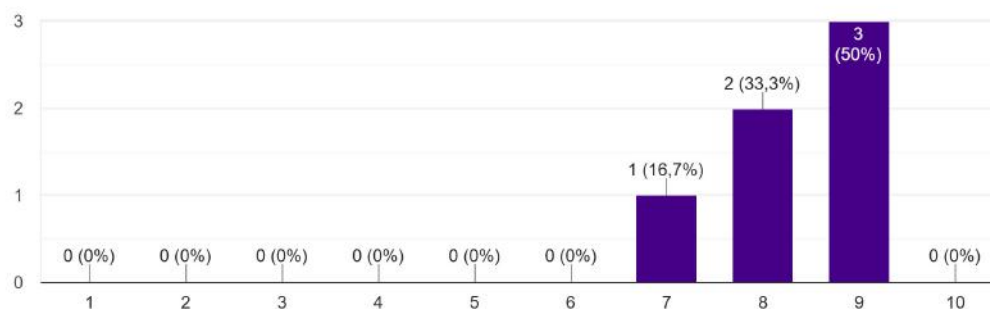
Metade dos respondentes do G2 respondeu que assistiu à novela de forma individual, mas interagindo nas redes, enquanto um terço assistiu sozinho e não interagiu. Completando o grupo, parcela de 16,7% respondeu que assistiu em grupo, com familiares e/ou amigos, comentando nas redes sociais.

Questionadas se o interesse pela novela veio da repercussão exitosa do *streaming*, apenas 1 pessoa não confirmou, respondendo que o interesse veio pelas chamadas da novela na programação da Globo. Tal resultado mostra o alcance da novela, atingindo públicos que inclusive não assistiram pelo *streaming* e ficaram curiosos em conhecer a trama.

No que toca à avaliação da novela pelo G2, os diálogos também receberam avaliação positiva, mas o maior destaque ficou para a extensão da trama. A exibição da novela na televisão em 55 capítulos agradou aos respondentes, o que está muito provavelmente vinculado à possibilidade de um ritmo mais movimentado nos acontecimentos da história, evitando as famosas “barrigas”. No conjunto, “Todas as flores” também foi avaliada como uma boa novela pelo grupo G2, conforme indicado na figura 7.

Figura 7: Avaliação da novela “Todas as flores” de quem assistiu só na TV Globo

Em uma escala de 1 a 10, como você avalia o conjunto da novela "Todas as Flores"?
6 respostas



Fonte: de autoria própria

Vale ressaltar que não foram obtidas muitas respostas de pessoas que só assistiram a novela pela televisão, na programação linear da Globo. Uma maior amostra desse grupo seria

benéfica para tornar mais robusta a leitura dos dados, que eventualmente podem ser vistos de forma diferente no caso de um público maior.

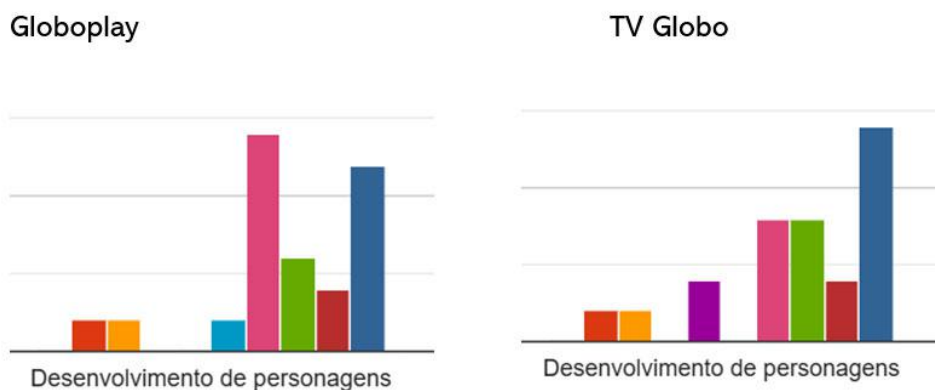
No grupo G3, correspondente às pessoas que viram “Todas as flores” no Globoplay e também no horário das 23h da Globo, a maioria também demonstrou fidelidade no acompanhamento da novela. 81% das pessoas deste grupo indicaram grau máximo no quanto assistiram à novela.

42,9% dos respondentes, a depender do gancho de final de capítulo, decidiam dar *play* no capítulo seguinte imediatamente, enquanto 38,1% maratonavam os blocos semanais de capítulos de uma só vez. É interessante observar que, diferentemente do G1, neste grupo a maioria não maratonou, o que mostra uma proximidade maior com a cultura tradicional de acompanhar novelas. 14,3% das pessoas responderam que assistiram um capítulo por dia.

No grupo de respondentes em questão, a porcentagem de pessoas que assistiram à novela sozinhas consegue superar as porcentagens dos outros dois grupos: 90,5% afirmaram que assistiram sozinhas (ao todo, 61,9% assistiram sozinhas, mas com participação ativa nas redes; 28,6%, por sua vez, não comentaram nas redes enquanto assistiram). Apenas 9,5% assistiram à novela em grupo, trocando conversas nas redes sociais.

Para o grupo G3, foi solicitada uma avaliação da novela nas suas duas versões: a versão do *streaming* e a versão editada e exibida na Globo. Analisando as avaliações, destacam-se: a melhor avaliação na duração dos capítulos da novela no Globoplay em relação à duração na TV aberta, que contou com capítulos editados mais longos em uma faixa de horário no final da noite; e uma avaliação superior no desenvolvimento dos personagens na exibição da TV aberta, conforme figura 8, na qual a barra azul representa nota máxima.

Figura 8: Avaliação de desenvolvimento de personagens da novela “Todas as flores” pelo G3 na exibição do streaming e da televisão linear



Fonte: de autoria própria

4.4 *Streaming* x TV Aberta: análise dos resultados

Por meio das respostas dos espectadores de “Todas as flores” participantes da pesquisa, foi possível depreender observações significativas sobre as diferenças no processo de recepção do público que consome novela no *streaming* e o que consome de forma mais tradicional, na programação linear da televisão aberta, pelos conceitos de mediação de Martín-Barbero: ritualidade, cognitividade, identidade e tecnicidade.

Partindo destes conceitos, a pesquisa corrobora para a notável transformação nas ritualidades de se assistir às novelas com o advento da era digital. Se nas décadas passadas assistir à telenovela era um processo coletivo, em família, realizado na sala de estar da casa, hoje a experiência está mais individualizada e desterritorializada. Os participantes que acompanharam “Todas as flores” no *streaming* declararam em sua maioria que assistiam à novela sozinhos e em ritmos diferentes das demais pessoas ao redor, característica também do modelo *on demand* de consumo audiovisual.

Neste processo, os fluxos de informação e integração gerados pela novela alcançam de forma particular cada indivíduo em diferentes espaços, inclusive nos espaços virtuais, que possuem grande destaque. Para muitas pessoas, a dimensão das redes sociais representava a face da integração humana para se discutir a novela, porém em alguns casos levantados por alguns dos respondentes é possível identificar o desejo de recuperar ou manter as ritualidades mais tradicionais, decidindo por rever a novela na sua versão editada na televisão aberta com expectativa de “saber como seria a experiência acompanhando um capítulo por dia” ou “acompanhar com o público em geral”. Comentários comuns que foram feitos pelos respondentes ainda no que tange à ritualidade são referentes à figura materna (familiar). Por terem o hábito ou o desejo de verem novela na televisão aberta ao lado da mãe, optaram por rever a novela na Globo para vivenciar esta experiência, em local e horário fixos.

Ao avançar as fronteiras do mundo físico e, na realidade, predominar nas interações digitais, o que é observada também é uma mudança significativa na mediação da cognitividade que a novela no *streaming* é capaz de trazer. Com “Todas as flores”, não foi diferente. Fica evidente pelas respostas como a construção de significados pela novela se dá através das redes sociais, o que tem tudo a ver com o próprio modelo de exibição de conteúdo.

A maioria dos respondentes declarou que, durante a divulgação da novela no Globoplay, eles tinham o hábito de comentá-la nas redes logo após assistirem ao produto. Desta forma, as pessoas debatiam, interagiam e constituíam seus conceitos sobre a novela que estavam acompanhando, com destaque para o X (popularmente conhecido ainda como

Twitter), bastante mencionado pelos respondentes.

Nesta rede social, marcada por um maior dinamismo e instantaneidade, alguns comportamentos comuns foram identificados por meio dos comentários feitos na pesquisa. Entre estes comportamentos, é possível destacar: o simples e único ato de ler e acompanhar o que as outras pessoas estão falando sobre a novela e suas reações; além de ler e acompanhar, também fazer análises e críticas na rede sobre a novela, recebendo respostas e gerando debates; fazer comentários sobre as partes da novela que a pessoa mais gosta; e, como último exemplo, podemos destacar o acompanhar dos memes que as pessoas criam a partir da novela (como no comentário de um dos respondentes: “Os memes e comentários a respeito da trama era (*sic*) um refresco”). Nas respostas, percebe-se uma recorrência na citação aos memes da vilã principal da novela, Zoé, uma das personagens preferidas dos respondentes ao lado da outra vilã, Vanessa. Exemplo de meme é o tão repetido termo “coisa da Zoé”, referência ao fato da personagem Judite sempre atribuir os acontecimentos ruins à vilã na trama. Fica assim evidenciado o papel que o meme tem hoje na ressignificação de ideias, um dos fatores-chave para a esfera da cognitividade nas mediações.

Já para uma outra parcela de respondentes, este processo de interação nas redes acontecia durante a reprodução do capítulo. Neste contexto, o celular na mão foi mencionado pelos respondentes, reforçando a importância atual deste aparato para o processo cultural e comunicativo dos indivíduos: é difícil imaginar um cenário contemporâneo que dissocie as telas. X/Twitter e WhatsApp ganham relevância para o processo de mediação ocorrer, quase como canais substitutivos dos familiares que nas décadas passadas cumpriam o papel de agente imediato de mediação na rotina do lar.

É notório que, comparando a televisão aberta e o *streaming*, houve uma descentralização do poder, antes concentrado nas mãos do emissor – no caso, o conglomerado de mídia. Com o modelo atual de conteúdo audiovisual, o público abandona os traços de passividade e se torna agente do processo comunicativo-cultural, construindo e reconstruindo a sua identidade por meio das escolhas que faz ao consumir um produto audiovisual.

No caso de “Todas as flores”, tal poder do consumidor-espectador se dá pela autonomia com a qual ele assistiu à novela, principalmente no *streaming*. Os comentários demonstram o poder do público em ver o que quiser em determinado produto, seja no que se refere à plataforma de *streaming* em si – pulando trechos da novela que não interessam ao espectador, por exemplo –, seja nas redes sociais, por meio das quais a pessoa pode consumir conteúdos editados por fãs dos seus personagens preferidos. Tal autonomia permite que o produto audiovisual – no caso, “Todas as flores” – alcance de forma mais personalizada cada

um que integra o seu público espectador, se comparado ao modelo tradicional da televisão aberta, criando de forma mais complexa as representações e as subjetividades perante os espectadores.

Por fim, a tecnicidade é uma das faces da mediação que também merece ser analisada em detalhes, pois reflete como o meio e o modo de produção podem influenciar a recepção do produto e a cultura de uma sociedade. “Todas as flores” foi uma experiência diferenciada do Grupo Globo através do Globoplay, não só por ser uma das primeiras novelas criadas para o *streaming*, mas também na sua estratégia de divulgação. Indo ao ar totalmente gravada, em blocos semanais de 5 capítulos, divididos em duas grandes partes como se fossem duas temporadas de alguma série, a novela recebeu mais comentários negativos do que positivos na pesquisa em relação a este aspecto, conforme alguns exemplos citados abaixo.

Acho que para a telenovela, como gênero, a divisão em duas partes com um intervalo sensivelmente grande não ajuda pois parece que a novela perde um pouco do ritmo, temperatura e o frescor. Além disso, das experiências recentes que tivemos com essa estrutura – vide Todas as Flores e Amor de Mãe – parece que os autores se perdem quando retomam a segunda parte. Há sempre uma frustração (LSS, respondente 80 da pesquisa).

Houve uma certa quebra de expectativas, em alguns momentos, a segunda parte deixou a desejar. Creio que o hiato entre as partes 1 e 2 deixou mais evidente os pontos negativos da novela, mas nada que prejudicasse o interesse em acompanhá-la (JVS, respondente 88 da pesquisa).

Acredito que isso foi mais prejudicial para a novela e também para a experiência. A divisão em duas partes gerou uma expectativa para os acontecimentos da segunda, regada a uma vingança que nunca ocorreu. Não que a novela não tenha passado por uma queda de qualidade e por um desnível, mas a divisão favoreceu a construção dessa visão. Prova disso é que quem assistiu à novela na TV aberta não sentiu a queda de nível na mesma proporção (EO, respondente 99 da pesquisa).

No geral, os respondentes destacaram que a divisão em duas partes resultou na geração de uma expectativa que não foi cumprida; outros levantaram o ponto de que o intervalo de meses entre uma parte e outra teve como consequência a perda de conexão e interesse com a história; e parcela dos respondentes apontou que o ritmo da narrativa se perdeu. Tal avaliação não foi percebida entre o público que assistiu à novela pela televisão, como um único grande bloco, o que enfatiza como o meio e formato podem gerar diferentes percepções sobre o mesmo conteúdo.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Ao longo de mais de sete décadas de existência, a telenovela brasileira se consolidou como um dos principais produtos culturais do país, desempenhando um papel central na construção de uma identidade nacional e na integração de debates que mobilizam todo o território brasileiro. Com o crescimento da Internet, o advento das novas tecnologias digitais e a popularização das plataformas de *streaming*, as telenovelas se viram desafiadas por transformações significativas, refletindo acima de tudo as mudanças culturais pelas quais a sociedade está passando nos tempos atuais.

Neste contexto, a novela “Todas as flores”, de João Emanuel Carneiro, foi selecionada como estudo de caso de recepção do produto audiovisual, considerando que foi uma das primeiras experiências originais do gênero na plataforma com subsequente exibição na televisão, em uma versão editada. Para tal, foi criado um formulário online com perguntas quantitativas e qualitativas sobre a experiência de assistir à novela nos seus diferentes formatos.

A pesquisa pôs em evidência as transformações vivenciadas pelo gênero na era digital. A novela, inicialmente planejada para ser exibida no principal horário de novelas da TV Globo e posteriormente adaptada para ser um produto original do *streaming* Globoplay, exemplifica a flexibilidade e a adaptabilidade do gênero telenovela frente às novas demandas do público, dada a sua força e penetração na cultura nacional. A autonomia do espectador no *streaming*, que pode escolher quando e como assistir aos capítulos, reforça a descentralização do poder, antes concentrado nas mãos das emissoras de TV que definiam a programação.

A análise comparativa entre a recepção da novela “Todas as flores” no *streaming* e na TV aberta revela diferenças significativas na forma como o público percebe a obra audiovisual. Considerando os conceitos de mediação de Martín-Barbero, as mudanças são perceptíveis no que se refere à ritualidade da novela, assim como a sua tecnicidade, cognitividade e identidade. Pode-se destacar a diferença notada em relação à segunda parte da novela, pois enquanto a exibição contínua na TV aberta não sentiu um decréscimo no interesse do público, a divisão em duas partes no *streaming* gerou críticas, principalmente em relação à perda de ritmo e à quebra de expectativas, o que destaca a importância do meio e do formato na experiência de consumo de telenovelas.

As 152 respostas obtidas na pesquisa mostram como o consumo de telenovelas no *streaming* é marcado pela individualização e pela desterritorialização da experiência de espetatorialidade, tão consolidada durante décadas no país pela televisão aberta. A maioria

do público participante assistiu à novela de forma individual, e na maioria das vezes maratonando os blocos semanais de cinco capítulos, ao invés do consumo diário. Esse comportamento contrasta com a experiência mais coletiva da TV aberta, na qual a novela é frequentemente assistida em família e comentada no dia a dia. Nesta experiência individual de acompanhar conteúdos no *streaming*, a maior parte dos respondentes sinalizou comentar a novela nas redes sociais após o capítulo assistido, mostrando como as redes desempenham um papel crucial na interação do público entre si e seu papel mediador, com destaque para a rede X (antigo Twitter). Por ser mais dinâmico, a rede se tornou espaço importante para interação e ressignificação das tramas e personagens, inclusive novas formas de acompanhar as novelas.

A continuidade do estudo sobre o alcance e a recepção de telenovelas em diferentes plataformas é essencial para entender as tendências futuras e as necessidades do público. Além da integração entre TV aberta e *streaming*, novos assuntos sobre esta temática podem ser explorados, como: as novas formas de narrativa e interação na produção de novelas para YouTube e redes sociais (exemplo da novela “Blogueirinha, a feia”); as edições de novelas realizadas por fãs compilando cenas dos seus personagens favoritos, formando uma mininovela; e um aprofundamento na questão de representações e subjetividades nas telenovelas no contexto da era digital.

Em suma, a telenovela brasileira continua a desempenhar uma importância para a cultura do país, adaptando-se às novas tecnologias e aos novos hábitos de consumo. A era do *streaming* trouxe desafios, mas também oportunidades para o gênero, que precisa equilibrar a tradição e a inovação para manter-se relevante e com grande alcance popular. “Todas as Flores” exemplifica essa dinâmica com o sucesso alcançado, mostrando que, apesar das transformações, a novela tem o potencial de envolver e emocionar milhões de espectadores, seja na TV aberta ou no *streaming*, necessitando para tal encontrar ainda o modelo de produção que seja o ideal nos tempos contemporâneos.

São diversos os caminhos que a telenovela brasileira pode seguir para continuar a ser um fator cultural relevante para a sociedade, refletindo suas transformações e contribuindo para elas, no âmbito político, social, cultural, etc. Decretar o seu fim de forma sumária é ignorar décadas de valorização deste produto audiovisual brasileiro, inclusive mundialmente. Na sua linha histórica, várias transformações foram necessárias para a telenovela chegar viva e forte nos tempos atuais, captando a atenção de milhões de brasileiros. A era do *streaming* é mais uma destas e, ao contrário do fim do gênero para a ascensão das séries, pode na verdade alavancá-lo. Do Brasil Antenado ao Brasil Conectado, muitas são possíveis as reviravoltas.

6 REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ANTONIUTTI, C. L. Globo Play: um estudo sobre a plataforma de *Video on Demand* da Rede Globo. **Revista Paulus**, v. 3, n. 6, p. 105-119, 2019.

ARDITI, D. **Streaming Culture: Subscription platforms and the unending consumption of culture**. Emerald Publishing Limited, 2021.

BALLERINI, F.; KÜNSCH, D. O poder suave das telenovelas na era do *streaming*: os novos desafios da TV Globo frente ao formato das séries de Hollywood. **Revista Comunicando**, v. 11, n. 1, 2022.

CASTELLANO, M.; MEIMARIDIS, M. A “televisão do futuro”? Netflix, qualidade e neofilia no debate sobre TV. **MATRIZES**, v. 15, n. 1, p. 195-222, 2021.

CASTRO, D. Globoplay cresce 38% em um ano, mas Globo perde dinheiro com assinaturas. **Notícias da TV**, São Paulo, 27 nov. 2024. Disponível em: <https://noticiasdatv.uol.com.br/noticia/daniel-castro/globoplay-cresce-38-em-um-ano-mas-globo-perde-dinheiro-com-assinaturas-128962>. Acesso em: 28 nov. 2024.

COSTA, M. C. C. **A Milésima segunda noite: da narrativa mítica à telenovela, análise estética e sociológica**. 1 ed. São Paulo: Annablume, 2000.

DIAS, G. R. Exatamente onde deveria estar: “Todas as Flores” e a telenovela no *streaming*. **Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Comunicação - Radialismo)**. Escola de Comunicação, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2023.

FICOU mais caro: Netflix encerra plano básico sem anúncios e migra clientes. **TechTudo**, 2024. Disponível em: <https://www.techtudo.com.br/noticias/2024/11/ficou-mais-carro-netflix-encerra-plano-basico-sem-anuncios-e-migra-clientes-streaming.ghtml>. Acesso em: 16 nov. 2024.

GUARALDO, L. Pedaco de Mim teve menos público no mundo todo do que Renascer só no Brasil. **Notícias da TV**, 20 ago. 2024. Disponível em: <https://noticiasdatv.uol.com.br/noticia/mercado/pedaco-de-mim-teve-menos-publico-no-mundo-todo-do-que-renascer-so-no-brasil-124155>. Acesso em: 25 nov. 2024

GLOBOPLAY celebra 4 anos do projeto Resgate com mais de 100 novelas clássicas publicadas: veja quais são as mais assistidas. **Gshow**, 2024. Disponível em: <https://gshow.globo.com/globoplay/noticia/globoplay-celebra-4-anos-do-projeto-resgate-com-mais-de-100-novelas-classicas-publicadas-veja-quais-sao-as-mais-assistidas.ghtml>. Acesso em: 02 nov. 2024.

GLOBOPLAY: Projeto Fragmentos relança capítulos de novelas dos anos 1970 e 1980; veja as tramas disponíveis. **Gshow**, 2024. Disponível em: <https://gshow.globo.com/novelas/mundo-de-novela/noticia/globoplay-projeto-fragmentos-relanca-capitulos-de-novelas-dos-anos-1970-e-1980-veja-as-tramas-disponiveis.ghtml>. Acesso em: 03 nov. 2024.

HAMBURGER, E. **O Brasil Antenado: A Sociedade da Novela**. 1 ed. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2005.

KOGUT, P. Audiência de 'Verdades secretas' 2 explode. Veja os números. **O Globo**, 17 dez. 2021. Disponível em: <https://kogut.oglobo.globo.com/noticias-da-tv/novelas/noticia/2021/12/audiencia-de-verdades-secretas-2-explode-veja-os-numeros.html>. Acesso em: 25 nov. 2024.

LINHA do tempo mostra os principais fatos da pandemia no Brasil. **O Globo**, 2024. Disponível em: <https://oglobo.globo.com/brasil/linha-do-tempo-mostra-os-principais-fatos-da-pandemia-no-brasil-24897725>. Acesso em: 28 jun. 2024.

LOPES, M. I. V. Telenovela brasileira: uma narrativa sobre a nação. **Comunicação & Educação**, São Paulo, v. 26, p. 17-34, 2003.

LOPES, M. I. V. Telenovela como recurso comunicativo. **MATRIZES**, São Paulo, v. 3, n. 1, p. 21-47, 2011.

LOPES, M. I. V. Mediação e recepção. Algumas conexões teóricas e metodológicas nos estudos latino-americanos de comunicação. **MATRIZES**, São Paulo, v. 8, n. 1, p. 65-80, 2014.

LOPES, M. I. V.; FREIRE, C. A Visualização de Dados na Pesquisa de Recepção: uma análise da apresentação visual das audiências de ficção televisiva no streaming. **XVI**

Congreso de la Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación (ALAIC), 2022.

MARTÍN-BARBERO, J. **Dos Meios às Mediações**. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 1997.

MEYER, M. **Folhetim: uma história**. 2. ed. São Paulo: Companhia das Letras, 2005.

MIYASHIRO, K. Max define data de estreia de sua primeira novela; saiba quando. **Veja**, 30 out. 2024. Disponível em: <https://veja.abril.com.br/coluna/tela-plana/max-define-data-de-estreia-de-sua-primeira-novela-saiba-quando>. Acesso em: 25 nov. 2024

MIYASHIRO, K. Pedaco de Mim se consolida como hit mundial da Netflix. **Veja**, 16 jul. 2024. Disponível em: <https://veja.abril.com.br/coluna/tela-plana/pedaco-de-mim-se-consolida-como-hit-mundial-da-netflix>. Acesso em: 25 nov. 2024

MORATELLI, V. O alívio de elenco ao encerrar gravações de ‘Dona Beja’ em meio a caos. **Veja**, 14 mai. 2024. Disponível em: <https://veja.abril.com.br/coluna/veja-gente/o-alivio-de-elenco-ao-encerrar-gravacoes-de-dona-beija-em-meio-a-caos>. Acesso em: 25 nov. 2024

REGINATO, M. A. A memória no streaming: o mercado da nostalgia e as novelas de acervo no Globoplay. **Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Comunicação - Jornalismo). Escola de Comunicação, Universidade Federal do Rio de Janeiro**, Rio de Janeiro, 2021.

RICCO, F.; VANNUCCI, J. A. **Biografia da televisão brasileira: Volume 1 e 2**. 1 ed. São Paulo: Matrix Editora, 2017.

SANTIAGO, A. L. Max aguarda estreias de 'Dona Beja' e 'Beleza fatal' para decidir futuro dos projetos de novelas, entre eles, 'Pai herói. **O Globo**, 15 jul. 2024. Disponível em: <https://oglobo.globo.com/play/novelas/noticia/2024/07/15/max-aguarda-estreias-de-dona-beja-e-beleza-fatal-para-decidir-futuro-dos-projetos-de-novelas-entre-eles-pai-heroi.ghhtml>. Acesso em: 25 nov. 2024

SANTIAGO, A. L. “Todas as flores” eleva audiência da Globo. Saiba quanto marcou o último capítulo. **O Globo**, 21 nov. 2023. Disponível em: <https://oglobo.globo.com/play/audiencia/noticia/2023/11/21/capitulo-final-de-todas-as-flores-tem-recorde-de-audiencia.ghhtml>. Acesso em: 26 nov. 2024

SILVANO, B. Sai ou não sai? Globo desenterra 'Guerreiros do Sol' em 2025: 'Reformulada'. UOL, 17 out. 2024. Disponível em: <https://www.uol.com.br/splash/noticias/2024/10/17/sai-ou-nao-sai-globo-desenterra-guerreiros-do-sol-em-2025-reformulada.htm>. Acesso em: 25 nov. 2024

SODRÉ, M. **Best-seller: a literatura de mercado**. 2. ed. Rio de Janeiro: Editora Ática, 1988.

SVARTMAN, R. **A telenovela e o futuro da televisão brasileira**. 1 ed. Rio de Janeiro: Cobogó, 2023.

TEIXEIRA, F. S. O Impacto da Netflix na Produção e Consumo de Conteúdo Audiovisual. **Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Comunicação - Jornalismo). Escola de Comunicação, Universidade Federal do Rio de Janeiro**, Rio de Janeiro, 2015.

TODAS as Flores. Autor: João Emanuel Carneiro. Direção: Carlos Araújo. Brasil: Globoplay, 2022. Disponível em: <<https://globoplay.globo.com/todas-as-flores/t/pp7sN9wfdb/>>.

VERRUMO, M. A.; SILVA, L. A. P.; LOYOLA, R. P. Maria Immacolata Vassallo de Lopes e os 30 anos do Centro de Estudos de Telenovela da USP: uma jornada narrada pela teleficção. **MATRIZES**, São Paulo, v. 17, n. 1, p. 103–112, 2023.

XAVIER, N. **Todas as flores**, s.d. Disponível em: <https://observatoriodatv.com.br/teledramaturgia/todas-as-flores//>>. Acesso em: 25 nov. 2024.

XAVIER, N. **Verdades Secretas 2**, s.d. Disponível em: <<https://observatoriodatv.com.br/teledramaturgia/verdades-secretas-2/>>. Acesso em: 25 nov. 2024.