



Carolina da Silva Gomes

Novela ou série? Que tal os dois?

**Um estudo da segunda novela brasileira veiculada por
*streaming***

Dissertação de Mestrado

Dissertação apresentada como requisito parcial para obtenção do grau de Mestre pelo Programa de Pós-Graduação em Comunicação do Departamento de Comunicação Social da PUC-Rio.

Orientadora: Prof.^a Bruna Sant'Ana Aucar

Rio de Janeiro,
Abril de 2024



Carolina da Silva Gomes

Novela ou série? Que tal os dois?

**Um estudo da segunda novela brasileira veiculada por
*streaming***

Dissertação de Mestrado

Dissertação apresentada como requisito parcial para obtenção do grau de Mestre pelo Programa de Pós-Graduação em Comunicação do Departamento de Comunicação Social da PUC-Rio. Aprovada pela Comissão Examinadora abaixo.

Prof.^a Bruna Sant'Ana Aucar

Orientadora
Departamento de Comunicação – PUC-Rio

Prof. Eduardo Miranda

Departamento de Comunicação – PUC-Rio

Prof.^a Lígia Maria Prezias Lemos

Universidade de São Paulo - USP

Rio de Janeiro, 30 de abril de 2024

Todos os direitos reservados. A reprodução, total ou parcial, do trabalho, é proibida sem autorização da universidade, da autora e da orientadora.

Carolina da Silva Gomes

Graduada em Comunicação Social, com habilitação em Jornalismo, com domínio adicional em Mídias Digitais e suas Tecnologias, pela Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, em 2021. Ingressou no PPGCOM PUC-Rio em janeiro de 2022.

Ficha Catalográfica

Gomes, Carolina da Silva

Novela ou série? Que tal os dois? : um estudo da segunda novela brasileira veiculada por streaming / Carolina da Silva Gomes ; orientadora: Bruna Sant'Ana Aucar. – 2024.
135 f. : il. color. ; 30 cm

Dissertação (mestrado)–Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, Departamento de Comunicação Social, 2024.
Inclui bibliografia

1. Comunicação Social – Teses. 2. Todas as Flores. 3. Globoplay. 4. Novelas. 5. Streaming. 6. Espectatorialidade. I. Aucar, Bruna Sant'Ana. II. Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro. Departamento de Comunicação Social. III. Título.

CDD: 302.23

*Aos meus pais por tudo e toda dedicação em minha formação.
Às minhas avós por serem colo e raiz.
É sempre por vocês.*

Agradecimentos

A Deus, por guiar e iluminar todos os caminhos que sigo e por ter me ajudado a ultrapassar todos os obstáculos durante esta jornada.

Aos meus pais, por sempre acreditarem e confiarem em mim, e por todo o amor e carinho que me cercaram durante toda a vida. Aos meus irmãos, Fernanda e Rafael, à minha cunhada, Lara, e à minha afilhada, Maria, por estarem sempre presentes e serem um ponto de apoio.

À minha orientadora, Bruna, pela partilha generosa de seu conhecimento e apoio na produção desta pesquisa.

A Alessandra Cruz, pelo encontro e pela cumplicidade; a Luciana Pereira, pelo acolhimento como estagiária docente e por todas as conversas que tivemos; e a Pablo Vallejos, por ser sempre um abraço disponível.

Às amigas Marina, Laís Rocha, Ana Luísa, Letícia, Mônica, Laura Barbosa, Laura Alonso, Júlia, Maísa, Yasmin, Clara e ao amigo Phillippe, por terem sido um ponto de segurança e carinho durante todo o processo de escrita. Vocês foram fundamentais para que desse tudo certo.

Aos colegas do PPGCOM-PUC Rio, em especial ao grupo de pesquisa Laboratório de Audiovisual e Consumo.

Aos professores do PPGCOM PUC-Rio, pelas aulas maravilhosas das quais já sinto muita saudade. Em especial, a Tatiana Siciliano e Claudia Pereira.

A Letícia Colin e Carlos Araújo, pela disponibilidade e pelas contribuições com a pesquisa, assim como a todos os entrevistados que separaram um pouco do seu tempo para responder às perguntas.

O presente trabalho foi realizado com apoio da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior - Brasil (CAPES) - Código de Financiamento 001.

Resumo

Gomes, Carolina da Silva; Aucar, Sant Anna Bruna. **Novela ou série? Que tal os dois? Um estudo da segunda novela brasileira veiculada por *streaming*.** Rio de Janeiro, 2024. 135p. Dissertação de Mestrado – Departamento de Comunicação, Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro

A presente pesquisa busca analisar transformações na televisão, a partir da inserção de telenovelas inéditas em plataformas de *streaming*. Para isso, exploramos mudanças, permanências e adaptações que os serviços de vídeo por demanda estão realizando para a projeção do principal formato narrativo brasileiro em outros modelos de exibição e consumo. O estudo também discute as narrativas contemporâneas serializadas, as características clássicas da telenovela no Brasil e sua influência cultural, as transformações na espetatorialidade e no modelo de negócios do audiovisual dentro do contexto hipermediático. A investigação está ancorada metodologicamente na teoria das mediações proposta por Martín-Barbero e em uma pesquisa de recepção com telespectadores de *Todas as flores* – segunda novela brasileira do *streaming* e primeira totalmente produzida para o *Globoplay*. Esta análise qualitativa de novas práticas de consumo da teledramaturgia nacional busca uma maior compreensão dos caminhos dos conteúdos ficcionais e das experiências participativas diante das transformações tecnológicas que transcendem as fronteiras tanto do formato quanto do dispositivo original.

Palavras-chave:

Todas as flores, Globoplay, Novelas, Streaming, Espectatorialidade

Abstract

Gomes, Carolina da Silva; Aucar, Sant Anna Bruna (Advisor). **Novela or series? What about both? A study of the second Brazilian soap opera broadcast exhibited on streaming.** Rio de Janeiro, 2024. 135p. Dissertação de Mestrado – Departamento de Comunicação, Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro

This research aims to analyze the transformations in television, through the insertion of new telenovelas on streaming platforms. To do so, we explored changes, continuations and adaptations that video on demand services is doing to project the main Brazilian narrative format into other exhibition and consumption models. The study also discusses contemporary serialized narratives, the classic characteristics of telenovelas in Brazil and their cultural influence, the transformations in spectatorship and the audiovisual business model within the hypermedia context. The investigation is methodologically anchored by the map of mediations proposed by Martin-Barbero and in a reception survey with viewers of *Todas as Flores* – the second Brazilian telenovela on streaming and the first original produced for *Globoplay*. This analysis of new consumption practices of national television drama seeks a greater understanding of the paths of fictional content and participatory experiences in the face of technological transformations that transcend the boundaries of both the format and the original device.

Keywords:

Todas as Flores, Globoplay, Novelas, Streaming, Spectatorship

Sumário

Introdução	11
CAPÍTULO 1 – Brasil, o país das novelas.....	18
1.1 - O melodrama serializado na TV	18
1.2 - Do rádio ao <i>streaming</i>	21
CAPÍTULO 2 – A telenovela brasileira, a grade de programação e a audiência.....	33
2.1 – O Brasil no melodrama e o poder da audiência.....	32
2.2 – Telenovela em grade	38
CAPÍTULO 3 – A televisão expandida: as novas formas de fazer televisão .	33
3.1 – A telenovela na era do <i>streaming</i>	45
3.2 – Caminho metodológico da pesquisa de recepção	50
CAPÍTULO 4 - Um estudo de caso sobre as espectralidades da novela <i>Todas as flores</i>	59
4.1 – Delimitando o corpus da pesquisa de recepção	58
4.2 – A novela <i>Todas as flores</i>	61
4.3 – As mediações presentes na novela	65
4.3.1 – <i>Tecnicidade</i> : a disponibilização da novela e a aceleração do ritmo narrativo	66
4.3.2 – <i>Ritualidade</i> : as mudanças no consumo.....	73
4.3.3 – <i>Socialidade</i> : a novela nas redes sociais.....	75
4.3.4 – <i>Institucionalidade</i> : o <i>streaming</i> e as novas espectralidades	81
Considerações finais	92
Bibliografia.....	97
Filmografia.....	97
Apêndices.....	97

Lista de Figuras

Figura 1 - Diagrama de vetores dos elementos constituintes de uma cultura das séries.....	47
Figura 2 - Segundo mapa das mediações comunicativas da cultura desenvolvido por Barbero.....	53
Figura 3 - Terceiro mapa das mediações comunicativas da cultura desenvolvido por Barbero	55
Figura 4 - Key Visual <i>Todas as flores</i> primeira e segunda parte, respectivamente	70
Figura 5 - Memes de <i>Todas as flores</i>	76
Figura 6 - Volume de pesquisas no Google entre a estreia no Globoplay e o fim da exibição na TV Globo	81
Figura 7 - Cenas do último capítulo da novela , em que a Natura esteve presente	85
Figura 8 - Publicações da campanha da Natura no Instagram da marca.....	87
Figura 9 - Ação publicitária voltada para as redes sociais com o gancho na exibição na TV aberta	88

Introdução

2006, Pecuária, Campos dos Goytacazes, 20h30. O portão abre. É minha mãe chegando em casa pontualmente na hora de a novela começar. No ar: *Páginas da vida*, obra de Manoel Carlos. Quando ela se atrasa, não tem jeito: perde os primeiros blocos e até mesmo o capítulo inteiro, mas não há com o que se preocupar. No dia seguinte, dá para continuar a entender a história do Maneco.

2017, Lapa, Rio de Janeiro, 22h. Depois de um dia de estudo e trabalho, chegou a hora de descansar, ou melhor, a hora da novela. Ligo o Globoplay para mais um capítulo de *A força do querer*, de Glória Perez. Minutos antes, minha mãe me liga e pergunta se eu já tinha assistido ao capítulo do dia, mas respondo que iria assistir naquele momento na plataforma de *streaming*¹ e que depois poderíamos comentar o enredo.

2022, Copacabana, Rio de Janeiro, 18h. Mais uma quarta-feira muito aguardada. Há poucos segundos, mais um bloco de cinco capítulos de *Todas as flores* chegou ao Globoplay. A trama de João Emanuel Carneiro se tornou um sucesso nacional, sendo bem recebida pelos espectadores e pela crítica. Toda quarta-feira, o meu compromisso – e de boa parte do público – é certo: maratona² os capítulos que são disponibilizados na plataforma antes de ser impactada por um *spoiler*³ na internet.

A presença da novela na rotina do brasileiro ditou regras, promoveu conversas, pautas públicas e, muitas vezes, horários definidos para certas atividades. Segundo Martín-Barbero (1997), a telenovela sempre atraiu diariamente milhões de pessoas e é mais do que um gênero televisivo consolidado; é também o formato de programa mais longo e importante da televisão brasileira, que se sustenta pelas regras do melodrama

¹ *Streaming* é a transmissão de conteúdos, como filmes, séries e música, online em alta velocidade.

² Assistir a um seriado ou consumir qualquer produto de entretenimento de forma ininterrupta, frenética e incessante, com bastante interesse e empolgação, consumindo-o inteiramente ou parcialmente em um curto período.

³ Revelação antecipada de partes da trama.

que constitui a principal matriz narrativa latino-americana. Observando a história da telenovela, é possível acompanhar as transformações na espetatorialidade, já que o público se manteve ativo, íntimo e presente ao longo de toda a trajetória da teledramaturgia no país. Ouso dizer que as pessoas nunca estiveram tão participativas na ordem pública, na teledramaturgia e nas redes sociais como agora, não apenas comentando e criticando as tramas ficcionais, mas interferindo nos modelos de produção ou mesmo diretamente na temporalidade das narrativas.

Mas, afinal, como a novela continua conquistando diferentes públicos há tantos anos e se mantém como produto relevante na cultura brasileira? E de que forma ela sobreviverá à chegada das plataformas digitais e às novas demandas de audiência? A ideia inicial desta pesquisa surge a partir da intenção de promover uma reflexão sobre as novas formas de exibição e os novos hábitos de consumo das telenovelas brasileiras. Desta maneira, busca analisar como este produto audiovisual se adapta à emergência de novas telas e práticas espetatoriais, mantendo-se atual e hegemônico no Brasil, com uma produção conectada à cultura, às pessoas, aos hábitos da sociedade e às transformações do mercado audiovisual.

Assim, a pesquisa parte da segunda⁴ novela do Globoplay, *Todas as flores*⁵, uma produção original da plataforma de *streaming* da TV Globo, escrita e criada por João Emanuel Carneiro, com direção artística de Carlos Araújo e produção de Betina Paulon e Gustavo Rabelo. A trama é guiada por mulheres fortes e determinadas em seus desejos reprimidos e ambições imorais. O enredo engloba temas como luta de classes, deficiência visual, tráfico humano e trabalho análogo à escravidão.

Todas as flores chama atenção também por seu caráter híbrido, que mistura elementos dos formatos de novela e série seguindo um modelo de narrativa complexa (Mittel, 2012). A obra foi disponibilizada em duas partes na plataforma: a primeira de outubro a dezembro de 2022, e a segunda de abril a junho de 2023, sempre em blocos semanais de cinco capítulos. Além disso, cada capítulo apresenta uma narrativa com

⁴ A primeira novela do Globoplay foi a segunda parte de *Verdades secretas*, que teve a plataforma como primeira janela de exibição. No entanto, não foi uma obra pensada e produzida para o *streaming*, já que sua primeira parte foi exibida na TV aberta. Sendo assim, *Todas as flores* é a primeira novela produzida e pensada para o *streaming*.

⁵ Globoplay. 2022. ‘Todas as flores’ - <https://globoplay.globo.com/todas-as-flores/t/pp7sN9wfdb/>

ritmo próprio, muitas vezes ágil e ousado, que mantém o telespectador atento para não perder nenhum detalhe da trama. O formato de exibição também alterou os ganchos e arcos principais, transformando-os em quinzenais e semanais. Dessa maneira, conclui-se que os cinco capítulos disponibilizados semanalmente foram pensados para serem consumidos de uma só vez (Rocha e De Almeida Ferreira, 2023).

Outro ponto importante a ser levantado é o aumento da influência cultural das séries internacionais sobre a hegemonia da telenovela no Brasil. A maior oferta de títulos estrangeiros por meio da popularização das plataformas de *streaming* apresenta um novo cenário para o consumo de mídia no país. Ballerini e Künsch (2022), em artigo sobre os novos desafios da TV Globo frente aos formatos das séries estadunidenses, também fazem uma reflexão comparando o atual cenário da novela no país com o espaço conquistado pelas séries no território nacional. Nos últimos anos, diversas plataformas de *streaming* alcançaram um importante espaço na audiência brasileira com séries e filmes que trazem conhecidos atores também presentes na TV Globo – a líder de audiência nacional. Isso ocorre por conta de uma mudança nas estratégias de empregabilidade da emissora, que agora contrata seu elenco por obra, e não com contratos fixos como anteriormente, permitindo, assim, uma onipresença dos mesmos rostos em diversas produções e plataformas (Guaraldo, 2023).

De fato, a TV aberta hoje se vê diante de uma fragmentação que desestabiliza sua preponderância e seu *status* cultural. Atualmente, o jovem telespectador é introduzido em um ecossistema midiático que transcende barreiras temporais e espaciais. Os serviços de *streaming*, por sua vez, dão mais liberdade e autonomia para esse novo público, que tem hábitos de consumo audiovisual em outro ritmo. Assim, há uma migração constante da TV aberta para os serviços sob demanda, como demonstram Amaral et al. (2021).

Em 2022, pela primeira vez, a PNAD Contínua (Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios) coletou dados sobre as plataformas de *streaming*. O estudo mostra que, em 2022, 31,1 milhões de domicílios já usavam o serviço, um número que corresponde a 43,4% do total de casas com aparelhos de televisão em todo o Brasil (IBGE, 2022).

Diante disso, no âmbito deste trabalho, empreendemos uma pesquisa qualitativa e representativa com o intuito de compreender as transformações no consumo das

telenovelas brasileiras – a partir das transformações dos modelos de exibição – tendo como corpus de análise o discurso de telespectadores da novela *Todas as flores*, do Globoplay. Realizamos entrevistas em profundidade (Haguette, 2010) com 14 voluntários. Metodologicamente, a pesquisa toma como suporte a teoria das mediações de Martín-Barbero, especialmente o segundo mapa das mediações, de 1998, analisando a novela nos âmbitos da *Tecnicidade*, da *Ritualidade*, da *Socialidade* e da *Institucionalidade*, relacionando os conceitos com o discurso dos informantes. As mediações podem ser entendidas como um conjunto de princípios usados para investigação dos significados culturais a partir dos usos sociais e das incorporações técnicas e institucionais nos processos de comunicação. Barbero admite o caráter móvel e migrante das mediações a partir das apropriações discursivas da cultura. Neste sentido, podemos inferir que as mediações procuram abarcar tanto os processos de produção quanto os de consumo, tentando conceber um escopo amplo das transformações em voga. Desta forma, a pesquisa procura enfatizar os modos de ver e os subterfúgios culturais travados em um ambiente institucional atravessado por novas estratégias de negócios e transformações técnicas.

Os 14 voluntários foram selecionados a partir de pesquisas na rede social Instagram e por meio de conversas informais com amigos e familiares – à medida que a pesquisa foi sendo apresentada em rodas de conversa, os indivíduos se identificaram com a temática e compartilharam seus modos de consumo. As entrevistas ocorreram por meio de videoconferências, ligações de voz, áudios e mensagens no aplicativo WhatsApp. Todas as entrevistas foram gravadas. A questão etária foi usada como categoria de delimitação dos grupos com o intuito de mostrar as transformações no consumo de quem já assiste e de quem está desenvolvendo o hábito de assistir a novelas.

Além dos informantes, também realizamos entrevistas com o diretor artístico da novela e com uma das protagonistas, a atriz Letícia Colin, intérprete da vilã Vanessa. O uso de entrevistas com profissionais busca descortinar os vieses produtivos a partir de agentes internos ao campo. Assim, é possível indagar com maior precisão sobre os aspectos levados em consideração para a composição de um objeto audiovisual inscrito em um sistema de regras específico e limitado. Ou seja, a dimensão da

institucionalidade é formatada a partir de um conjunto de regras de funcionamento, divisão de etapas, hierarquias, disputas produtivas, soluções criativas e interações com audiências, que operacionalizam ações conjuntas para depositar um produto cultural na sociedade. Assim, as entrevistas com os agentes produtivos da novela *Todas as flores* e com seus consumidores ajudaram a compor um panorama – que vai da produção à recepção – na tentativa de compreendermos o fenômeno em curso com maior abrangência.

Desta forma, nos capítulos a seguir, procuramos explorar as tendências, preferências, hábitos e práticas de consumo dos entrevistados em relação às transformações e adaptações da telenovela de seu dispositivo original para as plataformas de *streaming*.

O primeiro capítulo desta pesquisa aborda a história, a hegemonia e o fortalecimento do maior produto audiovisual brasileiro até as novas formas de convergência de conteúdo com as plataformas de *streaming* no século XXI. O objetivo é mostrar suas influências na cultura brasileira ao longo do tempo e o modo como a transformação das narrativas e questões está presente até os dias atuais. Mesmo após 70 anos de sua chegada ao Brasil, a telenovela segue o principal produto de entretenimento da indústria audiovisual, além de ser exportada para países de todo o mundo.

O segundo capítulo aprofunda o conceito de melodrama, matriz narrativa da telenovela (Martín-Barbero, 1997), e a presença desse produto na agenda pública nacional, traçando uma análise da relação do público com as telenovelas, do processo de adaptação das tramas de acordo as demandas de audiência e a ingerência do público sobre o conteúdo televisivo. Além disso, o tópico também pondera como esse produto garantiu um horário cativo na rotina dos brasileiros e na grade televisiva seguindo o conceito de fluxo analisado por Williams (2016).

Já o terceiro capítulo trata dos desafios enfrentados pela televisão e pelas telenovelas para se manterem relevantes entre os telespectadores, assim como as novas oportunidades de conteúdo que cativam a audiência no novo modelo de negócios atravessado pela tecnologia. Percorremos então um caminho para conceituar e analisar a televisão expandida (Capanema, 2008) e a nova era do *streaming* a partir das

contribuições de Jason Mittel (2012), Umberto Eco (1989) e François Jost (2012). Além disso, é apresentado o caminho metodológico com base nas novas espetatorialidades inseridas no mapa das mediações de Martín-Barbero (1997).

No quarto capítulo, faremos o estudo de caso da novela *Todas as flores*, do Globoplay. O propósito é explorar a relação dos espectadores com as novas ofertas de conteúdo e práticas de consumo disponibilizadas por *streaming* e as convergências digitais. Aqui apresentamos as escolhas metodológicas tomadas para a realização da pesquisa de recepção a partir de entrevistas em profundidade com diferentes perfis etários. Em seguida, levantamos as categorias do segundo mapa das mediações de Martín-Barbero e traçamos um paralelo com as competências da novela. Assim, analisamos: a *institucionalidade* presente na aceleração do ritmo narrativo; a *tecnicidade* no modelo de distribuição da novela; a *ritualidade* nos novos hábitos de consumo; e a *socialidade* na conversa gerada pela novela nas redes sociais.

Finalmente, nas considerações finais, reexaminamos a principal questão levantada e discutida nos capítulos: como a telenovela brasileira mantém sua relevância diante de novas formas de distribuição de conteúdo, experiências participativas e consumo audiovisual? Ao final deste trabalho, estão anexados o roteiro semiestruturado que utilizamos nas entrevistas, assim como a transcrição completa das entrevistas em profundidade dos voluntários e da equipe da novela.

CAPÍTULO 1 – Brasil, o país das novelas

1.1 - O melodrama serializado na TV

O assassinato de Odete Roitman em *Vale tudo* (TV Globo, 1988); Gabriela subindo no telhado para pegar uma pipa; o Shopping Tropical Tower indo abaixo em *Torre de Babel* (TV Globo, 1998); a deliciosa guerra de comida entre Charlô e Otávio em *Guerra dos sexos* (TV Globo, 1983); Camila raspando a cabeça por causa de um tratamento para leucemia em *Laços de família* (TV Globo, 2000); a dissimulada Carminha e suas mentiras em *Avenida Brasil* (TV Globo, 2012); o fim de Nazaré Tedesco em *Senhora do destino* (TV Globo, 2004): não é preciso descrever detalhadamente cada uma dessas cenas nem mesmo explicar o perfil dessas personagens para que boa parte dos leitores saiba do que estamos falando. São momentos que fazem parte da memória cultural e televisiva de quem acompanha assiduamente a teledramaturgia do Brasil.

Neste capítulo, a história, a hegemonia e o fortalecimento da telenovela brasileira serão lembrados até chegarmos às novas formas de convergência de conteúdo com as plataformas de *streaming* no século XXI. O objetivo é analisar as transformações midiáticas e o modo como a telenovela se adaptou para sobreviver, seguindo as mudanças propostas por quem sustenta a sua existência simbólica: o telespectador.

A telenovela é uma das responsáveis pela formação do imaginário brasileiro, tornando-se uma “narrativa da nação” (Lopes, 2009). Ao usar essa definição, Maria Immacolata Vassallo de Lopes (2009) percorre um caminho analítico ao afirmar que a teledramaturgia está presente na cultura e na identidade do país. O próprio público reconhece o formato como um produto estético e cultural que aborda importantes temáticas do cotidiano privado e da vida pública, construindo um repertório narrativo familiar. Desta forma, a telenovela se torna um dos fenômenos mais representativos da

cultura do país. No geral, a novela brasileira⁶ tem cerca de seis meses de duração, sendo exibida de segunda a sábado. Com uma narrativa mais lenta, os conflitos se diluem ao longo dos capítulos, que podem chegar a um volume de 200 edições (Lopes, 2009).

Lopes (2009) faz ainda uma relação com a obra de Benedict Anderson (1991), quando o autor usa a noção de “comunidade nacional imaginada” para associar o “sentimento de pertencimento e uma comunidade imaginária ao surgimento da imprensa e das línguas nacionais” (p. 23). O autor aponta o hábito de leitura de um jornal como a consolidação desse sentimento na emergência dos Estados nacionais na Europa do século XIX. O hábito da sociedade brasileira de assistir à telenovela em um horário determinado, diariamente, se tornou um ritual em todo o país.

Pessoas que passam a dominar as convenções narrativas da telenovela e que tomam os padrões nela mostrados como referenciais com os quais passam a definir tipos ideais (no sentido weberiano) de família brasileira, mulher brasileira, homem brasileiro e de corrupção brasileira, violência brasileira etc. Parece-me adequado usar a noção de “comunidade nacional imaginada” para indicar as representações sobre o Brasil veiculadas pelas novelas e as maneiras como produzem referenciais importantes para a reatualização do conceito de nação e de identidade nacional. (Lopes, 2009, p. 23).

A partir da década de 1960, a novela se propõe a levar para as telas uma representação da realidade social, captando, expressando e constantemente atualizando essa ideia de comunidade imaginada da TV (Lopes, 2009). Desta forma, Wolton (1996) observa que o ato de assistir à televisão mobiliza milhões de pessoas fazendo surgir um “laço social”. Para o autor, a televisão é uma ação transversal que religa os indivíduos, sendo um instrumento de comunicação entre eles ao pautar as conversas sobre aquilo a que se assiste no dispositivo. Assim, se torna um “espelho” em que o público pode se ver. Ou seja, a televisão se torna uma companheira do telespectador, gerando uma sensação de pertencimento, isto é, de que o indivíduo faz parte da sociedade e pertence a uma comunidade imaginada de pessoas que estão fazendo a mesma coisa.

Lopes (2009) afirma, ainda, que as tramas dão visibilidade a ações e comportamentos contemporâneos, pautando a família e as inserções entre a vida pública e privada. De outro modo, as vestimentas, os costumes e os comportamentos

⁶ No próximo capítulo desta pesquisa, as características específicas da telenovela serão discutidas e aprofundadas.

dos personagens apresentados nas tramas podem influenciar diretamente o modo de pensar e agir de quem assiste. A televisão é uma fonte de informação para que se tenha um repertório comum com outras pessoas na sociedade (Svartman, 2023).

Cerca de 70 anos após a estreia da primeira novela, o formato pode ser considerado o mais popular e lucrativo da televisão brasileira, que se tornou um agente central do debate sobre a cultura nacional e a identidade do país. Isso se dá principalmente pela reestruturação da linguagem usada nos folhetins a partir do trabalho acumulado no rádio e no cinema (Lopes, 2009). Atualmente, a indústria televisiva é responsável por grande parte da produção de entretenimento audiovisual no Brasil. Segundo a Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua (PNAD Contínua) do IBGE, 95,5% dos domicílios brasileiros possuíam televisão em 2021. Além disso, a mesma pesquisa mostra que, dos 84,7% de brasileiros que tinham acesso à internet, 88,1% a utilizam para assistir a vídeos, inclusive programas, séries e filmes, seja em telefones celulares, seja na televisão, no computador ou no *tablet* (IBGE, 2021). Segundo Lopes,

a televisão está implicada na reprodução de representações que perpetuam diversas matizes de desigualdade e discriminação. Entretanto, também é necessário reconhecer que ela possui uma penetração intensa na sociedade brasileira devido à sua peculiar capacidade de criar e de alimentar um "repertório comum", por meio do qual pessoas de classes sociais, gerações, sexo, raça e regiões diferentes se posicionam e se reconhecem umas às outras. (Lopes, 2009, p. 22).

Com tudo isso, o mercado televisivo alcança as cinco regiões do país influenciando as relações sociais e a forma como o indivíduo interpreta o mundo. Nesse sentido, é preciso sublinhar que a comunicação é um espaço que constrói importantes representações, promove debates e edifica novas narrativas e modos de ser (Castro et.al, 2019).

Nos anos 1970, a telenovela passou a atrair olhares externos e se consolidou como um produto de exportação, com grande potencial de captação de audiência, ganhando os cinco continentes. Foi com *Escrava Isaura* (TV Globo, 1976) e *O bem-amado* (TV Globo, 1973) que a novela extrapolou as fronteiras. Em 1976, a TV Globo montou sua estrutura própria para comercialização internacional, o que gerou a exportação de *O bem-amado* – a primeira novela em cores da televisão brasileira – para 17 países (Ricco e Vannucci, 2017). Outro sucesso que se destacou em Portugal foi

Gabriela (TV Globo, 1975). A adaptação da obra de Jorge Amado ajudou a consagrar o país como o maior consumidor da teledramaturgia brasileira. Atualmente, as telenovelas da Globo são vendidas para mais de 80 países e ajudaram a consolidar e criar uma imagem amigável e acolhedora do brasileiro, mesmo que de forma estereotipada (Ballerini e Künsch, 2022).

O chamado “horário da novela” foi uma criação da TV Globo quando passou a exhibir três obras diariamente. Atualmente, são seis tramas diárias na grade de programação da emissora, sendo três inéditas e três reprises. Essa faixa horária se inicia às 14h45 e termina às 02h30, com as novelas se alternando com jornais, dois filmes, séries e programas de variedades, dependendo da época do ano. Desta forma, Lopes (2002) afirma que “falar de telenovela é falar das novelas da Globo” (p.8), dada a sua preponderância nos processos de distribuição e consumo no território nacional. A qualidade técnica, estética e narrativa do conglomerado de mídia aponta para o “padrão Globo de qualidade”, *slogan* e modelo de negócios construído pelo empresário José Bonifácio de Oliveira Sobrinho, o Boni, que comandava com rigor as operações e os processos criativos da emissora na época. Ricco e Vannucci (2017) contam que, nos anos 1970 e 1980, Boni costumava distribuir memorandos com ordens e observações detalhadas sobre as produções, que iam desde os figurinos até o jornalismo, criado assim um modelo estético e narrativo que é reconhecido até hoje pelos telespectadores e pelo mercado audiovisual no Brasil.

Há quem diga que tem espaço e público para todo mundo. Segundo uma pesquisa da plataforma *Gente*, da própria TV Globo, “novelas e séries ocupam, cada uma em seu momento, o seu espaço no dia a dia do brasileiro. Para muitas pessoas, os dois formatos são complementares, não opostos” (Novelas..., 2020). Apesar de as séries permitirem um controle maior na forma de consumo para o telespectador, com recursos como pausar, voltar e acelerar, ainda há uma nostalgia que se refere aos momentos da tradição de se sentar em frente da TV para assistir à novela no mesmo horário todos os dias.

Do ponto de vista do mercado audiovisual, é notável o movimento de expansão da telenovela para além da sala de casa. Não só o Globoplay, mas também a Netflix e

a Max – plataformas *streaming* internacionais – anunciaram recentemente que estão produzindo suas primeiras novelas.

Este movimento sugere que as plataformas de *streaming* pretendem não só competir diretamente com o conteúdo de entretenimento mais importante da TV Globo - as telenovelas - como também atingir os mais diversos espectros sociais do Brasil e dos outros países da região (Ballerini e Künsch, 2022, p. 10).

É um fato que a teledramaturgia sempre acompanhou a audiência para apresentar as pautas cotidianas e as mudanças culturais em suas narrativas, mas, para além disso, a programação delineou muitos horários e hábitos de consumo do brasileiro. Na TV Globo, por exemplo, a novela que inicialmente era das “oito horas” – por conta de seu horário de exibição –, passou a ser chamada “da nove” e agora é exibida perto das dez horas da noite. E, atualmente, mais uma vez, a teledramaturgia se adapta às transformações técnicas, às novas espetatorialidades e às formas de produção, chegando ao *streaming* para manter sua audiência móvel e interativa.

As plataformas digitais têm mudado a forma como os conteúdos televisivos são produzidos, distribuídos e consumidos (Lemos, 2023). Para nos aprofundarmos melhor na jornada de consolidação das telenovelas no Brasil, vamos percorrer os principais momentos de sua história até os dias atuais.

1.2 - Do rádio ao *streaming*

O locutor Aurélio Andrade anunciava, ao vivo, no microfone:

"Senhoras e Senhores, o famoso Creme Dental Colgate apresenta... o primeiro capítulo da empolgante novela de Leandro Blanco, em adaptação de Gilberto Martins... Em busca da felicidade".

- Apresentação da primeira radionovela brasileira, *Em busca da felicidade* em 1941 (Aguiar, 2007, p. 85).

A partir da década de 1940, a radionovela passou a despertar a imaginação dos ouvintes levando para o rádio o modelo de ficção melodramática serializada que os folhetins popularizaram nos jornais. A primeira produção brasileira, *Em busca da felicidade* (Rádio Nacional, 1941), estreou promovendo mudanças e criando estratégias como veiculação de publicidade, capítulos estruturados e exibição periódica. Além

disso, foi transmitida no período matutino com o objetivo específico de alcançar as donas de casa, ficando no ar por cerca de três anos (Borelli e Mira, 2012).

A maioria das transmissões das novelas de rádio era ao vivo, sendo a improvisação um elemento essencial. Para compor a produção, existiam dois componentes: as vozes e o som ambiente. Como havia poucos recursos, apenas existiam os chamados radioatores, que muitas vezes faziam até mais de um personagem, e os efeitos de sonoplastia eram criados com os mais diversos objetos. Devido aos custos de produção e à chegada da televisão ao país, as radionovelas foram dando lugar a novos tipos de conteúdo (Borelli e Mira, 2012).

Em dezembro de 1951, pouco depois de a televisão ser inaugurada no Brasil, estreou a primeira telenovela nacional, escrita por Wálter Forster para a TV Tupi. *Sua vida me pertence* ficou no ar até meados de fevereiro e foi o pontapé inicial do surgimento de um novo gênero audiovisual no Brasil: a telenovela. As primeiras novelas foram produzidas por agências de publicidade que compravam espaços inteiros na programação e produziam o programa do início ao fim para exibirem seus produtos e mensagens publicitárias. *Sua vida me pertence* foi patrocinada pela empresa de cosméticos Coty e produzida pela JWT (J. Walter Thompson) em 1951. Nesse momento, as produções eram ao vivo, exibidas duas vezes por semana e adaptadas a partir de tramas argentinas, cubanas e venezuelanas (Ricco e Vannucci, 2017).

Anos depois, se entendeu que era necessário manter o público em frente da tela por mais tempo. Assim, a primeira produção diária foi lançada, inspirada nos moldes argentinos, pela TV Excelsior em 1963, intitulada de *2-5499 ocupado*, com Tarcísio Meira e Glória Menezes. Nos anos seguintes, os investimentos nas teledramaturgias cresceram, mas as produções ainda não haviam se libertado dos moldes radiofônicos e do estilo dramático com poucas relações com as práticas culturais brasileiras (Ricco e Vannucci, 2017)

Após o grande sucesso com *A moça veio de longe* (1964), a TV Excelsior passou a produzir em sequência diversas novelas diárias, a atrair ainda mais os anunciantes e a avançar na proposta de criar uma faixa apenas para as telenovelas – estrutura que permanece até hoje. Desta forma, a teledramaturgia foi ganhando cada vez mais espaço nas emissoras nacionais. Em 1965, a TV Globo iniciou suas operações,

mas não alcançou o resultado esperado, o que levou Roberto Marinho a buscar uma maior profissionalização da emissora para melhorar seu desempenho. A partir de um acordo⁷ inconstitucional com o grupo americano Time Life, o empresário e jornalista reuniu recursos para montar o maior parque industrial da América Latina, extremamente avançado para a época. O negócio forneceu a estrutura necessária para incremento técnico, melhoria qualitativa e permitiu a compra de emissoras afiliadas ao redor do Brasil, ampliando o alcance e a penetração cultural da Globo. Nasce uma nova forma de produzir televisão no Brasil. Como uma indústria, o canal passou a ter orçamentos, metas, regras e funções determinadas (Ricco e Vannucci, 2017).

A contratação de José Bonifácio de Oliveira Sobrinho, o Boni, em 1976, acelerou o processo de expansão da emissora e, como já dito anteriormente, estabeleceu um cuidadoso processo de criação, não só na teledramaturgia, mas no jornalismo e nos programas de variedades também (Ricco e Vannucci, 2017).

Com todos os investimentos e a aceitação da audiência, o formato se consolidou no Brasil, principalmente quando mudou seu viés narrativo e passou a exibir tramas que aproximavam o público de suas realidades cotidianas. Em 1968, com a exibição de *Beto Rockfeller*, na TV Tupi, a novela se torna uma crônica do cotidiano, provocando debates e conversas, deixando de ser um produto apelativo de baixa qualidade. Na trama de Braúlio Pedroso, Beto trabalha em uma loja de sapatos e é um típico representante da classe média-baixa que mora com os pais e a irmã no bairro de Pinheiros em São Paulo. Devido a sua intuição e malandragem, ele se torna Beto Rockfeller ao criar um sobrenome sofisticado para se passar pelo primo em terceiro grau de um grande magnata dos Estados Unidos. Assim, consegue penetrar na alta sociedade paulistana e se envolve com uma moça de família rica, Lu, que pode mudar seu destino. Entretanto, seu coração ainda estava com sua namorada de bairro, Cida. O sucesso da trama se dá pelo encantamento do público com a malandragem e a esperteza de Beto vivendo uma vida dupla, o que não estava presente nas tramas importadas. A

⁷ O acordo entre a Time Life, renomada empresa de mídia dos Estados Unidos, e a Globo foi firmado na década de 1960, e a companhia norte-americana adquiriu uma participação na emissora brasileira, permitindo que ela se tornasse a principal emissora do Brasil. O acordo foi considerado inconstitucional pelo então governador da Guanabara Carlos Lacerda, que alegou que o contrato feria o artigo 160 da Lei de Radiodifusão de 67, que proibia participação de capital estrangeiro na gestão ou propriedade de empresas de comunicação.

humanização e a ausência de perfeição e heroísmo aproximou o protagonista do público brasileiro (Ricco e Vannucci, 2017).

As tramas passaram, então, a dialogar mais com a cultura popular brasileira e a lançar modas com humor, sátiras e ironias. É nesse cenário que a TV Globo rompe com o modelo de produção norte-americano e cria seu próprio departamento de teledramaturgia investindo em um estilo mais realista e apostando no trabalho de autores como Janete Clair e Dias Gomes para as novas produções, como *Véu de noiva* (1969), *Irmãos Coragem* (1970), *Pecado capital* (1975), entre outras. Esse foi um dos primeiros passos da emissora para se tornar a pioneira na produção de novelas no país (Hamburger, 2005).

A TV Globo enfrentou desafios para reformular as telenovelas. Um deles está relacionado à supremacia de Glória Magadan, autora cubana que iniciou sua carreira no rádio em Havana e veio para o Brasil para produzir melodramas por intermédio do departamento de publicidade da Colgate-Palmolive. Em 1965, ela foi contratada para dirigir o recém-criado departamento de telenovelas da TV Globo. Glória acreditava que as tramas deveriam ter dramas românticos e ser ambientadas em cenários distantes, o que construiria uma atmosfera ficcional distante da realidade. A estratégia era completamente oposta ao que a Globo implementou após o sucesso de *Beto Rockfeller*. Devido a questões contratuais, Glória tinha autonomia para decidir sobre absolutamente tudo nas novelas, o que levou a emissora a buscar brechas para diminuir a interferência da autora em seus produtos até sua saída definitiva. Desta forma, a empresa pôde investir em um novo formato que a permitiu abordar temas brasileiros contemporâneos (Sobrinho, 2011).

A década de 1970 foi uma das mais importantes para a teledramaturgia brasileira. Com a chegada da TV em cores, o rigor estético passou a ser ainda maior, com a preocupação com as cores de cenários, figurinos e iluminação das produções. Com isso, a televisão se profissionaliza e ganha melhores condições de trabalho com uma rotina operacional estabelecida. Além disso, houve maior facilidade na compra de equipamentos, avanços tecnológicos e crescimento publicitário que alavancaram ainda mais a disputa pela audiência. A nova forma de produção também passou a viabilizar a realização de gravações externas, ou seja, fora dos estúdios, que mais tarde se

tornaram uma das características do gênero e um diferencial das produções brasileiras (Ricco e Vannucci, 2017).

Uma das maiores marcas da década é que a telenovela brasileira passa a ter personalidade própria, um estilo “abrasileirado”, com produções memoráveis marcadas pelo conteúdo ideológico político. Nessa nova fase, o produto audiovisual tem características mais contemporâneas e permite uma maior interação com a audiência, que passa a se apropriar de elementos da narrativa como bens de consumo, moda e estilo de vida. Desta forma, a novela se torna uma vitrine e passa a integrar um “sistema” ligado à economia publicitária.

Em vez de figurinos de época que aludem a tempos e lugares remotos, a novela afirma, expressa e pauta o aqui e agora. Carros, trens, aviões e helicópteros expressam um senso de mobilidade relacionado à fluidez da vida contemporânea, disponível na tela da tevê às hordas de populações migrantes (Hamburger, 2005, p. 100)

Em *O Brasil antenado*, Hamburger (2005) busca analisar de que forma a lógica industrial na qual a telenovela passa a se inserir afeta os modos de produção e de qual maneira o telespectador tem poder de decisão e pode interferir na produção de conteúdo. A autora afirma que “o consumo associado à novela é carregado de significados”, sendo vinculado à atualização cotidiana do “contemporâneo”, que “representou de maneira verossímil e convincente o sonho brasileiro de se tornar ‘o país do futuro’” (p. 100).

Ainda na década de 1970, a telenovela enfrentava a censura promovida pela ditadura militar no Brasil. Durante uma das edições do *Jornal Nacional* de 1975, o âncora Cid Moreira leu um editorial, assinado pelo então presidente da TV Globo, Roberto Marinho, anunciando o veto à novela *Roque Santeiro*, de Dias Gomes, que estava marcada para estrear no horário seguinte da grade, já com 36 capítulos gravados. O governo exigia a aprovação prévia de todas as obras que iam a público, sejam elas filmes, músicas, livros e novelas, e a justificativa para a censura era de que a trama ofendia a ordem pública e os bons costumes, quando na verdade o governo militar descobriu que o autor estava adaptando uma obra que havia sido vetada dez anos antes, *O berço do herói*. Outras tramas também sofreram cortes e mudanças com as represálias, como *Selva de pedra* (1975), *O bem-amado* (1973) e *O rebu* (1974) (Dicionário da TV Globo, 2003).

Para solucionar o buraco na grade, a emissora exibiu uma reprise compacta de *Selva de pedra* (1975), que em seguida foi substituída por *Pecado capital*, de Janete Clair, que acabou sendo produzida às pressas e reaproveitando cenários e parte do elenco de *Roque Santeiro*. Assim que *Roque Santeiro* foi censurada, o diretor Dennis Carvalho, que também fazia parte do elenco da trama, levou um grupo de 23 artistas a Brasília para protestar contra a medida e tentar entregar uma carta para o então presidente Ernesto Geisel, que nunca os recebeu (Dicionário da TV Globo, 2003).

Entretanto, foi nesse período que o Estado ampliou sua gama de investimentos na televisão, elegendo-a como o principal meio para exportar sua ideologia, usando o espaço televisivo como uma estratégia política de desenvolvimento para a segurança nacional, imposta pela ditadura (Lopes, 2009). Para que a televisão se tornasse o principal veículo de comunicação, era preciso alcançar uma abrangência nacional e, para isso, a Empresa Brasileira de Telecomunicações (Embratel) foi criada pelo governo em 1965 como estratégia central de união federativa por meio dos sistemas de comunicação. Uma das suas primeiras medidas foi implementar e expandir o sinal televisivo via satélite para todo o país, fornecendo a estrutura necessária para a criação das redes. O Brasil foi o quarto signatário do Consórcio Internacional de Comunicações por Satélite (Intelsat) e chegou a ter quatro estações terrestres internacionais controladas pela Embratel – tudo isso fazia parte do projeto de integração nacional do governo militar, que procurava exportar a ideologia do nacionalismo principalmente pela televisão (Ricco e Vannucci, 2017).

Além disso, aumentou a interferência nas programações com a forte censura e as políticas normativas. Alguns autores afirmam que a Rede Globo de televisão se beneficiou desse momento em que o governo militar promoveu grandes investimentos na infraestrutura das produtoras de conteúdo para televisão favorecendo a formação de redes nacionais, um resquício do acordo com o Time Life (Lopes, 2009; Ricco e Vannucci, 2017).

Na década seguinte, a novela se consolidou como um gênero essencial na televisão, o preferido das audiências em todo o território nacional. Nos anos 1980, com o encerramento da TV Tupi, a Rede Globo estabeleceu sua hegemonia e impulsionou a exportação de novelas para o mundo, que passou a ver o Brasil e suas belezas naturais.

Foi nesse período, após a redemocratização, que a emissora pôde finalmente exibir sua novela censurada. *Roque Santeiro* (1985) foi um dos maiores sucessos do canal. Dias Gomes conseguiu a incrível marca de bater 100% da audiência no último capítulo, um feito histórico para a telenovela – até então, apenas *Selva de pedra*, de Janete Clair, tinha conquistado tal feito em 1975. A obra, que havia sido vetada pela censura da Ditadura Militar em 1975, retornou em nova produção e conquistou o país de ponta a ponta (Fadul, 2000).

No início da década, a emissora, líder de audiência nas principais capitais do país, tinha sua produção alocada em mais de 40 locais diferentes. Nesse momento, cresce a percepção de que era preciso reunir tudo em um só lugar para alinhar o modelo industrial já estabelecido. Assim, a Globo monta um centro de produções inspirado nos estúdios americanos com estrutura para todas as áreas necessárias para a produção audiovisual: cenografia, figurino, produção, pós-produção, roteiro, efeitos especiais e muitos outros serviços (Ricco e Vannucci, 2017).

O Projac – Projeto Jacarepaguá – teve sua construção iniciada em 1983 com um investimento de cerca de US\$ 250 milhões. Em 1995, o centro de produções começou suas operações com a gravação de uma das cenas de *Explode coração*, de Glória Perez. Atualmente, os chamados Estúdios Globo têm 1,17 milhão de metros quadrados – onde ficam 13 estúdios de gravação – e são considerados o maior centro de produção da América Latina, dividido em etapas que revolucionaram a produção de telenovelas no país (Ricco e Vannucci, 2017).

A década de 1990 foi marcada pela guerra pela audiência entre, principalmente, a Rede Globo e a TV Manchete. Esta última produziu o grande sucesso *Pantanal* (1990), de Benedito Ruy Barbosa. O período acumulou diversos títulos de destaque, como *Renascer* (1993), *O rei do gado* (1996), *Rainha da sucata* (1990), *A próxima vítima* (1995), *Barriga de aluguel* (1991) e *Vamp* (1991) (Ricco e Vannucci, 2017).

A virada do século mostrou como a novela amadureceu e se tornou ainda mais vinculada à cultura brasileira. Nos anos seguintes, a briga pela audiência continuou, e as principais emissoras passaram a criar um estilo próprio. O SBT passou a investir em folhetins infantis e adaptados de países latinos. A Record priorizou as adaptações de

histórias bíblicas, e a TV Globo passou a tentar se adaptar aos novos hábitos e gostos do público, investindo no *streaming* e em *remakes* (Ricco e Vannucci, 2017).

Em 2020, a novela enfrentou um dos maiores desafios da década: a pandemia da Covid-19. Às pressas, em meio ao confinamento, a TV Globo anunciou que substituiria suas três novelas inéditas no ar por reprises renomadas (Willmersdorf, 2021). Pela primeira vez, as produções dos Estúdios Globo, no Rio de Janeiro, pararam. Foram meses de incertezas e dez novelas reapresentadas em todos os horários da grade. Na produção, a tecnologia ajudou na captação de cenas inéditas, como as de beijo, já que o toque entre os atores não era permitido por risco de contaminação do vírus (Globo..., 2021).

Em novembro de 2015, o Globoplay foi lançado para abrigar o conteúdo da TV Globo, ficando disponível no site e em aplicativos para os sistemas operacionais Android e iOS. No primeiro momento, a plataforma oferecia acesso gratuito a capítulos de novelas, séries e minisséries, além de programas jornalísticos e esportivos. Nas regiões metropolitanas do Rio de Janeiro e de São Paulo, também estava disponível a programação ao vivo da emissora de forma gratuita. Já os assinantes poderiam encontrar grande parte do acervo da TV Globo, com os principais programas de entretenimento, além de filmes e séries de produtoras brasileiras (2015 - Lançamento..., 2021).

A distribuição de conteúdos pelo Globoplay agitou o mercado brasileiro com novas formas de produção, distribuição e consumo (Rocha e De Almeida Ferreira, 2023). A primeira produção criada originalmente para o *streaming* de vídeo foi a comédia *Além da ilha*, em 2018. A série foi protagonizada pelo ator Paulo Gustavo e produzida pela plataforma em parceria com a produtora Floresta e o canal por assinatura Multishow. Em seus três primeiros anos, o Globoplay atuou apenas como distribuidor e acervo de conteúdos oriundos de diferentes fontes nacionais e internacionais. O grande atrativo do catálogo foram as novelas antigas. Com isso, a TV Globo abriu novas possibilidades de negócios e exibição de sua memória dramatúrgica. Assim, famosas obras serializadas do nosso repertório audiovisual passaram a ser exibidas em plataformas *on demand* (VOD – vídeo por demanda) e apontaram para entrecruzamentos e novas relações com audiências em formato *crossmedia*, conceito

amplamente explorado por Henry Jenkins (2006). O autor discute o processo antes mesmo de as plataformas de reprodução audiovisual online existirem. Em seus estudos sobre a convergência de midiática, apresenta uma análise que define as transformações tecnológicas, mercadológicas, culturais e sociais derivadas de um novo fluxo de conteúdos que circula por meio das múltiplas plataformas de mídias e do comportamento migratório dos públicos em busca de experiências de entretenimento.

Em *Cultura da convergência*, Jenkins (2006) analisa o comportamento dos consumidores que procuram informações e fazem conexões em conteúdos e suportes midiáticos distintos. Na convergência, o consumo: associando recursos e habilidades, a inteligência coletiva, conceito de Pierre Lévy (2003), são comunidades de interesses comuns em que a cooperação entre recursos diferentes soma inteligências individualizando a busca de um conhecimento comum. Sendo assim, o autor demonstra que os novos consumidores são ativos e cooperativos, e não mais passivos e isolados como descrito pelo pensamento clássico da teoria da comunicação (Adorno e Horkheimer, 1985).

A partir de 2016, o Globoplay passou a disponibilizar conteúdos e produções próprias com grandes investimentos (Rocha e De Almeida Ferreira, 2023). Já em maio de 2020, lançou o chamado “Projeto Resgate”, em que, a cada duas semanas, a plataforma resgatava um grande sucesso da dramaturgia da Globo, começando pela icônica *A favorita* (2008), de João Emanuel Carneiro (*As novelas...*, 2021). No ano seguinte, outro projeto foi lançado pela plataforma, desta vez o “Originalidade”, que pretende oferecer ao assinante um conteúdo exatamente como foi exibido pela primeira vez na TV aberta, além de melhorar a resolução em relação ao material que já estava disponível na plataforma e que estava, inclusive, sem vinhetas de intervalo. A primeira obra escolhida foi *Amor eterno amor* (2012), de Elizabeth Jhin.

Em outubro de 2021, a TV Globo, mais uma vez, foi pioneira, e as novelas passaram a ganhar ainda mais destaque no *streaming*. *Verdades secretas 2* estreou como primeira novela inédita feita para exibição no Globoplay, e não na televisão linear. A trama é uma continuação da minissérie *Verdades secretas*, de Walcyr Carrasco, exibida em 2015, mas foi com *Todas as flores*, seu primeiro roteiro completo original Globoplay, em 2022, que a plataforma conseguiu deixar sua marca com uma

nova forma de produção, exibição e espetatorialidade na telenovela brasileira (Rocha e De Almeida Ferreira, 2023).

Entre as principais plataformas de streaming de vídeo da América Latina, se destacam o Prime Video, a Netflix, a Max, a Disney + e o Globoplay. Atualmente, o Globoplay tem mais de 30 milhões de pessoas cadastradas⁸ – o dobro em relação à Netflix no Brasil –, sendo a maior plataforma brasileira de *streaming*, com oferta de conteúdo gratuito e exclusivo para assinantes (Ferreira, 2022). Em janeiro de 2023, a plataforma registrou 10,7% de audiência no país (Góis, 2022). O serviço reúne diversos conteúdos originais da Globo e do mercado audiovisual independente, além de filmes e séries internacionais renomadas: dentre elas, produções exclusivas, que só estão disponíveis online. A plataforma conta ainda com uma oferta completa com os canais lineares da Globo por meio do Globoplay + canais ao vivo, que agrega, em um só lugar, além da TV Globo, os canais por assinatura Multishow, GloboNews, Sportv 1, Sportv 2, Sportv 3, GNT, Viva, Gloob, Gloobinho, Off, Bis, Modo Viagem, Megapix, Universal TV, Studio Universal, Canal Brasil e Futura. Trata-se de uma variada oferta de conteúdo para que o público acesse a qualquer momento e de onde estiver o que está no ar, o que já foi ao ar e o que ainda será exibido (Ferreira, 2022).

Nos últimos anos, o Globoplay tem ganhado maior notoriedade com suas produções originais, como a série *Sob pressão*, criada por Lucas Paraizo, que recebeu uma indicação ao Emmy Internacional pela atuação de Marjorie Estiano (Marjorie..., 2019) como Carolina em sua quarta temporada (2019). Outra série que também teve reconhecimento internacional foi *Onde está meu coração* (2021), estrelada por Leticia Colin, indicada ao Emmy de melhor atriz (Leticia..., 2022). No último ano, com o aumento da concorrência, da fragmentação dos meios e a disputa por espectadores em múltiplos espaços, a plataforma fez grandes investimentos em séries e documentários como *Vale o escrito* (2023), *Justiça segunda temporada* (2024) e *Xuxa, o documentário* (2023). São tramas que remetem à realidade brasileira, reforçando a proximidade cultural como característica diferencial do Globoplay (Meimaridis, 2023).

⁸ Aqui adotaremos o termo “cadastradas” para todos os assinantes em sua totalidade, que assistem ou não, e o termo “usuários” para os assinantes que consomem o conteúdo disponibilizado na plataforma.

CAPÍTULO 2 – A telenovela brasileira, a grade de programação e a audiência

Como vimos, desde suas primeiras obras, as telenovelas brasileiras adotaram estrutura de melodrama e formato de folhetim como herança do rádio. A presença de um núcleo principal e de ganchos em cenas estratégicas no final dos capítulos se tornou a fórmula que se popularizou por todo o país. Ricco e Vannucci (2017) afirmam que foi com *A moça que veio de longe* (1964), de Ivani Ribeiro, exibida na TV Excelsior, que uma das principais características da telenovela, que ajudou a consagrar o modelo, se consolidou: ser uma obra aberta (Eco, 1962) e sujeita a alterações para manter um diálogo com o público, um de seus agentes transformadores.

A substituição do teatral e fantasioso por uma linguagem mais realista, de acordo com as temáticas cotidianas da população brasileira, foi uma estratégia que fez da telenovela um produto popular e lucrativo. Um dos elementos mais importantes é o pleonasma ou a reiteração. É comum o público estar realizando outras atividades enquanto assiste às tramas ou que tenha perdido algum capítulo durante a semana; desta forma, é importante reiterar a história para que ele possa continuar acompanhando. Outra característica que ficou de herança das radionovelas é a presença de um narrador, que serve para fazer uma rápida recapitulação do dia anterior ou até mesmo deixar o gancho final mais impactante para o dia seguinte, o que melhora a experiência de quem assiste e de quem perdeu alguns dias da trama. A exibição de cenas do próximo capítulo após o gancho também é um recurso bastante utilizado para gerar expectativa no telespectador e tentar manter a audiência no dia seguinte, assim como o *flashback*, que se tornou um recurso essencial para a telenovela. É com ele que o público pode ser lembrado rapidamente de um momento crucial da trama. A cena pode não ter sido apresentada anteriormente, e, muitas vezes, um *flashback* revela um desfecho sendo apresentado pela primeira vez para quem assiste (Svartman, 2023).

A audiência contemporânea levou as telenovelas a passarem por diversas transformações para acompanhar as dinâmicas da vida do telespectador. Atualmente, com raríssimas exceções, as obras não têm mais que 150 capítulos e são exibidas de segunda a sábado. A trama apresenta mais de um núcleo, além do principal, que divide

a atenção do público e ajuda no ritmo mais acelerado da narrativa, que também tem cenas mais curtas, tudo isso devido à pressa e à impaciência do telespectador (Svartman, 2023).

O modelo serializado, isto é, com histórias que se fecham a cada episódio, está cada vez mais presente nas tramas. A autora Rosane Svartman (2023) afirma que isso ajuda a tornar o capítulo mais interessante para aquelas pessoas que não acompanham a trama diariamente. “A resiliência da telenovela é o que mantém a audiência até hoje, fazendo-a permanecer como um produto viável comercialmente e presente em novas telas” (p. 57). Ou seja, o diálogo com o telespectador se mantém como fator importante. Assim, as tramas permanecerão transmitidas nas mais diversas telas que a tecnologia pode – e poderá – nos proporcionar.

Este capítulo pretende aprofundar as características do melodrama e a presença da telenovela na pauta pública de discussões fazendo uma análise da relação do público com as telenovelas que parte das adaptações das tramas de acordo as expectativas do espectador e de seu possível poder sobre o conteúdo televisivo. Além disso, se propõe a analisar como essas narrativas garantiram um horário cativo na rotina dos brasileiros e na grade televisiva, sendo um dos principais produtos do audiovisual do país.

2.1 – O Brasil no melodrama e o poder da audiência

Em um primeiro momento, quando o conceito de melodrama é aplicado às narrativas, há uma conotação pejorativa de um padrão que carrega personagens bem definidos, com pouca profundidade histórica, além da redenção do mal e a vitória do bem. Todos esses – e muitos outros – são estereótipos carregados pelo gênero melodramático. Peter Brooks (1995) discute o conceito de “imaginação melodramática” partindo do modelo clássico francês até chegar às telenovelas. Com o conceito, Brooks refere-se às maneiras de representar o mundo de forma que as emoções são intensificadas, com luz na redenção e na moralidade e com conflitos entre o bem e o mal, caminhos clássicos do melodrama. Sendo assim, a essa definição o autor acrescenta a “polarização da moralidade”, o “maniqueísmo tático” e a ideia de “moral

oculta”. Para Brooks, o termo ultrapassa as barreiras entre a alta cultura⁹ e a cultura popular¹⁰, indo além de formatos e escolas.

Brooks (1995) afirma que a moralidade precisa ser descoberta e articulada no plano real para atingir a consciência de cada telespectador. O objetivo da moral oculta é transparecer, sutilmente, um ensinamento, evidenciando a polarização entre o bem e o mal. Assim, ele afirma que o melodrama não é um drama moralizante, mas um “drama da moralidade”, ajudando na compreensão do discurso ficcional televisivo, que não escapa da polarização das emoções nem da intensidade dos sentimentos.

Em um contexto mais próximo do Brasil, Martín-Barbero (2009) analisa a presença do melodrama na América Latina – não se limitando apenas à televisão, mas também ao teatro e ao rádio – e aponta o gênero como uma força para moldar as contradições e as potencialidades das múltiplas culturas da região latino-americana. Para ele, o melodrama é gerado pela complexidade cultural com procedimentos estruturais e simbólicos que utilizam de forma excessiva emoções, sentimentos e visões estéticas acerca da sociedade que é retratada. O excesso melodramático diz respeito à cultura popular massiva cheia de exageros, ao contrário das culturas tidas como sofisticadas e refinadas.

Um exemplo disso é a construção e a complexidade dos personagens que se guiam pelo eixo central do melodrama, fator que Martín-Barbero (2009) chama de “quadrilátero melodramático”. O modelo é composto pelos personagens do Justiciero (herói), Traidor (vilão), Vítima (mocinha) e Bobo (bufão), que constituem os quatro sentimentos básicos: entusiasmo, medo, riso e dor. Sendo assim, cada personagem precisa ter camadas que sustentem uma história. Muitas vezes, o recurso utilizado é a observação da sociedade para incorporar temas e, assim, se adaptar aos mais variados formatos industriais, promovendo uma manutenção do melodrama por conta da mediação do popular massivo.

⁹ Segundo Dwight Macdonald (1973), na Alta Cultura, o artista pode se expressar em sua arte tendo apenas o compromisso com seus próprios critérios e padrões. Sendo assim, o resultado é um produto de alta qualidade estética, uma lapidação do produto que se apresenta em forma de pintura, escultura, arquitetura, teatro, literatura, dança e música.

¹⁰ Segundo o mesmo autor, a Cultura Popular é a expressão do povo, é aquela que está presente nas tradições e tem esse valor. Ela vem de baixo para cima, sem a ajuda da elite.

As produções audiovisuais provocam no indivíduo a sensação de que o que é mostrado é real. É com a verossimilhança que o efeito real surge na teledramaturgia. Feitosa (2008) mostra que as emoções, em uma obra ficcional, são um efeito de um enredo bem armado. Além disso, a autora discute sobre uma “narrativização” da sociedade na teledramaturgia ao expor que experiências vividas em situações do cotidiano são um espaço aberto de produção e de histórias.

Vardiero e Guerra (2015) explicam que fazer parte da programação televisiva tem como função entreter a população e, conseqüentemente, o programa procura uma identificação do público: isso pode ser notado pela maneira como a vida real é retratada. “Sendo assim, busca também, tornar a realidade popular menos distante daquela que é representada na tela da televisão” (p. 6). Os autores afirmam, ainda, que a teledramaturgia consegue criar vínculos entre a realidade e a ficção, já que pode transitar no campo social de cada indivíduo e, assim, deixa de ser apenas um entretenimento e passa a ter um poder simbólico sobre o público que assiste a ele. Deste modo, a teledramaturgia é um agente do poder simbólico quando seu enredo alcança um lugar comum com os telespectadores. O conceito de “poder simbólico” de Bourdieu (1989) indica que os símbolos funcionam como um elemento de integração social que, por meio de instrumentos de conhecimento e de comunicação, asseguram um consenso sobre o sentido do mundo social. “O poder simbólico é um poder de construção da realidade que tende a estabelecer uma ordem gnosiológica: o sentido imediato do mundo” (p. 9).

A teoria do *agenda setting* – em português, agendamento –, do jornalista Maxwell McCombs e do cientista social Donald Shaw, formulada a partir do caso Watergate¹¹, nas eleições presidenciais estadunidenses de 1972, mostra que os assuntos

¹¹ O caso Watergate foi um escândalo político que ocorreu na década de 1970 durante a presidência de Richard Nixon. Tudo começou quando cinco homens foram presos por invadir o Comitê Nacional Democrata, que estava localizado no complexo Watergate, em Washington, D.C. Eles foram identificados como membros do Comitê para Reeleição do Presidente, uma organização de apoio à campanha de Nixon. As investigações subsequentes revelaram que a invasão tinha ligações com a administração de Nixon e que o objetivo era espionar e sabotar as atividades políticas dos democratas, a oposição. Conforme as investigações avançavam, tornou-se claro que Nixon e sua equipe estavam envolvidos em uma série de atividades ilegais, incluindo suborno, obstrução da justiça e abuso de poder para encobrir o escândalo que teve grandes consequências para os norte-americanos, como a renúncia do presidente, reformas políticas na legislação e regulamentação na política dos EUA, incluindo reformas no processo de financiamento de candidaturas e supervisão do presidente.

selecionados pela mídia a serem veiculados levam o público a presumir que certos temas ou eventos são mais importantes do que outros. Sendo assim, fica ilustrada a causalidade da mídia na opinião pública, ou seja, o seu papel como enfatizadora de acontecimentos e temas que repercutem nas diversas camadas da sociedade, tornando-os importantes para o público. Nesse sentido, um assunto na opinião pública fica determinado, então, pela intensidade noticiosa com que a mídia o divulga (McCombs e Shaw, 1972).

O conceito de McCombs e Shaw é muito aplicado às reflexões sobre jornalismo, mas ele também aparece relacionado à teledramaturgia em diversas pesquisas. Motter (2003), em seu estudo sobre a teledramaturgia brasileira, usa a teoria do agendamento para pensar o audiovisual com o intuito de desvendar o papel das tramas ficcionais em pautas jornalísticas. Deve-se ressaltar que as temáticas sociais, quando exibidas nas narrativas ficcionais, seja por meio do gênero dramático, seja pelo gênero cômico, buscam testemunhar uma situação vigente. Ou seja, na teledramaturgia o agendamento é identificado pela inserção de temas do cotidiano nacional fazendo com que a obra "dialogue com o real, numa dinâmica em que o autor colhe, a partir de suas inquietações, aspectos da realidade a serem tematizados ou tratados como questões de importância em sua ficção" (p. 3).

Lopes (2009) também relaciona o conceito à teledramaturgia ao afirmar que a novela dá visibilidade a certos assuntos, comportamento e produtos, além de definir o que regula as interseções entre vida pública e privada. É desta forma que a telenovela exerce a função de *agenda setting* na rotina de brasileiros, pautando as discussões com temáticas do ambiente público para o privado, organizando a agenda nacional. Temas públicos viraram assunto nas conversas dentro de casa, como, por exemplo, a violência contra a mulher e idosos em *Mulheres apaixonadas* (TV Globo, 2003), o processo de transição de gênero em *A força do querer* (TV Globo, 2017) e a chegada do universo de influenciadores em *A dona do pedaço* (TV Globo, 2019).

Tamanha mobilização e diálogo provocados pelas telenovelas levam Lopes (2009) a afirmar que elas podem ser consideradas um novo ambiente público de debate ao provocar polêmicas nacionais. E, desta forma, a autora vai além ao reconhecer a telenovela como um recurso comunicativo capaz de atuar no direito à cidadania e nos

direitos humanos na sociedade. Outro ponto ressaltado por Lopes (2009) é o tom naturalista dado a esses temas, que muitas vezes não escondem o preconceito estrutural, trazendo à tona a credibilidade da telenovela perante o telespectador e colocando assim em debate temáticas sociais. “Nesse sentido, a novela parece configurar-se como uma linha de força na construção de uma sociedade multicultural no Brasil”, reforçando o conceito da telenovela como uma narrativa da nação (p. 29).

Por exemplo, a novela *Vai na fé* (TV Globo, 2023) apresentou conflitos do cotidiano brasileiro com ênfase em questões de representatividade que estão em voga no momento, como os debates em torno da raça e o crescimento de religiões evangélicas e de matriz africana. A família da protagonista, Sol, vivida por Sheron Menezes, é 100% negra, evangélica e favelada. Segundo a Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios (PNAD) Contínua, publicada pelo IBGE em 2022, 56% da população nacional é negra, ou seja, se autodeclaram pretas ou pardas. A autora Rosane Svartman procurou retratar dramas do Brasil contemporâneo nas telas para que o espectador crie processos de identificação com os personagens. Não à toa, a novela obteve o maior faturamento da história da TV Globo, com cerca de 15 patrocinadores e 60 ações publicitárias dentro da narrativa (Vaquer, 2023b), atingindo mais de 162 milhões de pessoas durante toda sua exibição na TV aberta – mais do que a população inteira da Rússia.¹²

A audiência sempre se mostrou relevante para os caminhos das telenovelas, e a indústria publicitária ajudou a conceber mudanças no conteúdo para fidelizar o público em frente da tela. De acordo com a pesquisa Inside Video 2023¹³, do Kantar Ibope Media, os brasileiros assistem em média a cinco horas e 17 minutos de conteúdo na TV Linear por dia, o que seriam 78 dias ininterruptos ou mais de dois meses no ano assistindo à televisão. Em 2022, 196.403.922 pessoas assistiram a emissoras de televisão linear no país. No Brasil, a TV linear atrai milhares de pessoas diariamente para assistirem a telenovelas entre as 18 e as 23 horas, intercaladas com programas

¹² Demoscope. Estimativa população Russa.

Disponível em: <<https://www.demoscope.ru/weekly/app/popclock/popclock.php>>. Acesso em: 02 dez. 2023.

¹³ Kantar Ibope Media. Inside Video 2023. [data não especificada].

Disponível em: <https://kantariopemedia.com/conteudo/estudo/inside-video-2023/> . Acesso em: 02 nov. 2023.

jornalísticos. A pesquisa do Observatório Ibero-Americano de Ficção Televisiva (Obitel) aponta que, em 2019, cerca de 61% da audiência das telenovelas exibidas nesse horário era feminina, com uma maior concentração no horário das 18 horas, 65,9% (Lopes e Lemos, 2020).

Todos esses dados mostram que a televisão faz companhia diariamente para o telespectador, sendo uma fonte informação, de notícias e de entretenimento. Por outro lado, Svartman (2023) também sublinha que o espectador acrescenta e associa as tramas a outras narrativas de acordo com a sua vivência e individualidade. Assim, a telenovela provoca na audiência uma

(...) reflexão sobre a realidade de cada um e temas atuais; fornece informações e conhecimentos; auxilia na identificação com traços de personagens, histórias e emoções; oferece uma oportunidade de fantasiar e se distanciar da realidade; proporciona relaxamento e, finalmente, inspiração. (p. 103)

Por ser uma obra aberta, como já abordado anteriormente, é comum que as emissoras de televisão invistam em pesquisas empíricas mensais, e até semanais, para terem uma programação em sintonia com a sociedade. Dessa forma, buscam entender os movimentos nos temas abordados entre os telespectadores, afinando a programação em torno dos resultados, com interesses explicitamente comerciais para conquistar e agradar uma maior audiência. Em seus estudos sobre as telenovelas, Svartman (2023) detalha como são realizados os grupos focais para pesquisas de telenovelas na TV Globo.

Geralmente, as pesquisas acontecem em São Paulo devido ao mercado publicitário e à equivalência da média da audiência com as taxas dos 15 principais mercados do país, segundo o Painel Nacional de Televisão (PNT). A pesquisa qualitativa é feita com pessoas que entendem e acompanham a trama com o “objetivo de entender o que agrada ao público fiel e o que está faltando na trama para atrair os esporádicos”. (p. 111) Além das pesquisas, a repercussão das obras nas redes sociais também é levada em consideração. Após a análise, o autor e o diretor podem ou não modificar a telenovela, mas, por conta das características comerciais que permeiam as obras, muitas vezes as pesquisas são consideradas relevantes, já que as baixas audiências podem acarretar a diminuição da obra ou intervenção de uma supervisão artística.

A autora também traz estratégias usadas durante a narrativa para gerar mais identificação e empatia do público com determinados personagens, seja fazendo-o sofrer, seja despertando outras características mais próximas da realidade (Svartman, 2023). “O público ativo é aquele que se envolve com a história emocionalmente” (p. 115). Nas redes sociais, o espectador também tem uma grande participação com suas opiniões, o que acaba gerando uma influência maior nas narrativas das telenovelas, nos programas de variedades e, principalmente, nos *reality shows*. Como já abordado anteriormente, o modelo de melodrama contemporâneo reforça a convergência de mídia analisada por Henry Jenkins (2006). Para a TV Globo, por exemplo, a opinião do público é tão importante que, até 2020, a emissora manteve ativa a Central de Atendimento ao Cliente da TV Globo, a famosa CAT. Nela, o telespectador podia ligar e enviar e-mail com sugestões, críticas e até dúvidas em relação a figurinos e maquiagens dos talentos (Svartman, 2023).

2.2 – Telenovela em grade

Segundo Martín-Barbero (1997), a televisão na América Latina tem a família como unidade básica de audiência, já que a programação gera nas pessoas uma sensação de reconhecimento. A televisão no Brasil se organizou de acordo com um modelo familiar burguês, principalmente das cidades de São Paulo e Rio de Janeiro, composto por pessoas brancas, conservadoras, de classe média e heterossexuais. Ou seja, a grade televisiva foi formatada com base nos horários desse modelo de “família tradicional”. É uma grade que está programada para que o telespectador não desligue o aparelho.

Neste ponto é preciso explorar o conceito de “fluxo televisivo” de Raymond Williams (2016), que define a radiofusão televisiva como forma cultural e tecnológica. Para Williams, o fluxo é a experiência televisiva composta por uma série de unidades que se misturam e formam uma organização interna da TV, que é diferente daquela divulgada na grade; sendo assim, o fluxo é uma sequência de imagens, palavras e temas que se relacionam sendo recontextualizados e criando uma continuidade. Isto é, há um diálogo entre os programas à medida que são apresentados na grade. Esses temas, que

são abordados por textos jornalísticos e publicitários e pelo entretenimento, acabam reverberando no ambiente doméstico e em outras interações sociais, já que atingem diferentes públicos por seus diversos formatos.

Com o aumento da audiência ao longo dos anos, houve um aprimoramento da grade de exibição em que critérios internos e externos estruturaram um “equilíbrio” para os diferentes tipos de programas exibidos. Uma das estratégias usadas para manter o público em frente da televisão é a correlação entre o perfil do público disponível em determinado horário e o que é exibido na tela. Outra estratégia usada são as chamadas sobre os próximos programas que serão exibidos: elas funcionam como uma “vitrine” para o telespectador e, muitas vezes, forçam o público a assistir à programação em sequência até pelas palavras usadas. Por exemplo, ao final das chamadas da TV Globo, não é informado o horário em que determinado programa será exibido, mas sim após qual outro produto da grade ele virá, forçando o telespectador a permanecer atento à programação devido à ordenação de programas – “*Pantanal*, após o *Jornal Nacional*”. Sendo assim, há uma construção do hábito de assistir à TV e da forma como os canais se inseriram na rotina do público para organizar o fluxo (Williams, 2016).

A distribuição da programação é o que define a identidade das emissoras, que passam a ter seus conteúdos marcados de acordo com o público que, a partir de pesquisas, está em frente do aparelho televisivo. Ou seja, tudo é pensado para manter o telespectador o máximo de tempo possível em frente da tela. Para isso, as emissoras usam três estratégias: as temáticas, as formas de produção e os horários (Jost, 2007).

Observando a grade da TV Globo, é possível relacioná-la com as estratégias apresentadas por Williams (2016) e Jost (2007). A primeira delas diz respeito aos horários na existência de dois tipos de programação: vertical e horizontal. Na primeira, os programas são exibidos em função dos dias específicos da semana, como acontece com os programas de variedades *Caldeirão com Mion* e o *Domingão com Huck*, exibidos aos sábados e domingos, respectivamente. Já o segundo tipo agrupa os programas exibidos no mesmo horário semanalmente, de segunda a sexta, criando uma recorrência e uma fidelidade do público. É importante observar que os dois tipos de grade seguem a programação cotidiana do telespectador em relação ao dia a dia ao colocar programas semanais, que não exigem um acompanhamento para o fechamento

da mensagem, no final de semana, quando teoricamente o telespectador está de folga em casa.

Outra estratégia de programação é o agrupamento de programas por gostos comuns que provocam um deslocamento da audiência. Por exemplo, quando há um programa que, por si só, tem potencial para atingir a muitas pessoas, ele pode ser seguido por outro programa que também é potente, como acontece com o *Jornal Nacional* e a novela das nove. Outra forma de preservar a audiência é formando trios de programas em que o público se mantém assistindo ao primeiro em prol de outro mais forte na sequência. Isso acontecia nas manhãs da TV Globo com a tríade de programas de variedades como *Mais você*¹⁴, *Bem estar*¹⁵ e *Encontro com Fátima Bernardes*¹⁶. O *Bem estar*, informativo voltado para questões de saúde, estava localizado no meio de duas grandes potências de audiência na grade de programação, ajudando a catalisar o público das duas atrações.

Já com as escolhas temáticas, as emissoras buscam mesclar discretamente os assuntos abordados, quase misturando um programa dentro do outro. A finalidade é borrar os limites entre as atrações e dar a sensação ao telespectador de que ele está assistindo ao mesmo programa. Isso acontece com as manhãs da TV Globo, em que, atualmente, o *Encontro* é seguido do *Mais você*, com notícias e assuntos bem similares (Jost, 2007).

Os temas, os formatos e as formas narrativas de cada programa estão diretamente relacionados com o público disponível naquele horário. Novamente, podemos exemplificar com os programas *Encontro* e *Mais você*, que são voltados para

¹⁴ Há mais de 20 anos no ar, Ana Maria Braga apresenta o *Mais você* e leva para seu público assuntos diversos de comportamento, saúde, serviço, moda e, claro, sua famosa culinária. Entre as mais variadas pautas, entrevistas e receitas, o programa se mantém leve e divertido, com uma apresentadora querida pelo público. O *Mais você* tem direção geral de Vivi De Marco e Frederico de Oliveira. O programa vai ao ar de segunda a sexta após o *Encontro com Patrícia Poeta*.

¹⁵ *Bem estar* tinha apresentação de Mariana Ferrão e Fernando Rocha e abordava pautas sobre saúde e boa alimentação. Atualmente, o *Bem estar* é um quadro integrante dos programas *Encontro com Patrícia Poeta* e *É de casa*, ambos dedicados à saúde e à qualidade de vida, e é apresentado por Michelle Loreto e Valéria Almeida.

¹⁶ Em 2013, Fátima Bernardes assumiu a apresentação do *Encontro*, programa de variedades que mistura notícias, shows, curiosidades e entrevistas ao vivo com convidados anônimos e famosos. O *Encontro com Fátima Bernardes* tinha direção geral de Alexandre Mattoso e ia ao ar logo após o *Mais você*. Atualmente, o matutino é comandado por Patrícia Poeta e veiculado antes do programa de Ana Maria Braga.

o público feminino das donas de casa que estão em frente da TV durante toda a manhã. As últimas mudanças ocorridas nessas duas atrações comprovam como a emissora está atenta aos novos formatos cotidianos do público. Durante muitos anos, o programa de Ana Maria Braga – cheio de dicas sobre o cuidado com o lar e receitas culinárias – foi seguido pelo *Encontro* – um programa de entrevistas, notícias e atrações musicais – na grade de programação da TV Globo. Em 2022, a emissora decidiu inverter a apresentação dos dois programas, aproximando o *Encontro* e suas notícias do telejornal *Bom dia, Brasil*, e o *Mais você* e suas receitas da hora do almoço, com um foco mais voltado para o entretenimento. Apesar de difícil, por conta do antigo hábito do público, a mudança deu certo e consolidou as adaptações dos programas para os novos horários (Zanetti, 2022).

O mesmo acontece com as telenovelas. Na grade de programação, a partir das 14h15, o público passa a ser impactado por seis tramas, entre reprises e inéditas, que são inseridas na programação e alternadas com telejornais e um filme no meio da tarde. O horário é tão marcante para cada novela inédita exibida que, muitas vezes, o público não a chama pelo seu nome, mas sim pelos termos novela das seis, novela das sete e novela das nove. É importante ressaltar que cada trama apresenta características narrativas em suas histórias de acordo com os horários em que são exibidas, tudo para fidelizar o público em frente da tela. A novela das seis tem uma narrativa mais leve, quase lúdica, explorando, muitas vezes, temas de época; já a das sete tem maior liberdade para o humor e tramas mais fantasiosas; e a das nove, por sua vez, é focada no drama, e os vilões têm mais liberdade devido ao horário. Assim, a TV Globo tenta agradar ao maior número de pessoas possível entre crianças, adultos, homens, mulheres, costurando diferentes programas buscando reunir a maior audiência para o principal produto da emissora, em termos ficcionais e rentáveis: a novela das nove. Desta forma, a novela é centro da divisão da grade de programação televisiva.

Ao longo da história, diversas mudanças ocorreram, principalmente no modo como as pessoas se relacionam com a televisão e com a inserção dos conteúdos televisivos no cotidiano. Essas mudanças continuam acontecendo de maneira contínua, mudando a espetatorialidade e a forma como a televisão deixa de ser apenas um meio e se torna parte de fundamental do dia a dia (Muanis, 2012).

A compreensão histórica da evolução da televisão foi definida por Umberto Eco (1984) a partir da distinção entre os conceitos de paleo e neotelevisão, aprofundados por Francesco Casetti e Roger Odin em “Da paleo à neotelevisão: uma abordagem semiopragmática” (1990).

Segundo Casetti e Odin (1990), a paleotelevisão é um espaço mais característico da TV, com um intuito coletivo que leva à fascinação da descoberta de uma televisão clássica. Nessa fase, a televisão se mostrava de forma didática com apresentadores que tinham uma superioridade perante o telespectador e imagens que apresentavam poucas intensidades e interferências gráficas. Temas tabus não eram abordados, e os assuntos pertenciam a um repertório de referências comuns a todo o público. Ou seja, o telespectador precisava ser educado e informado.

Já a neotelevisão se consolida no final da década de 1990 e mostra uma televisão mais madura, complexa e moderna. Com o surgimento das TVs privadas e segmentadas, há um aumento no número de emissoras, o que faz surgir novas formas de consumo como o *zapping* – o ato de ficar “passeando” pelos canais, sem se fidelizar a apenas um. Desta forma, a televisão passa a ser destinada ao indivíduo, estabelecendo uma relação de intimidade com os telespectadores, inclusive em pesquisas qualitativas. É nesse momento que a TV sai da sala de estar e passa a ocupar os quartos, com um consumo cada vez mais individualizado (Casetti e Odin, 1990).

Assim, começam a surgir programas com tons mais intimistas e específicos à televisão, como *reality shows* e *talk shows*, gerando uma diluição da grade e um aumento no contato com o telespectador e a sua visão sensorial e informativa. Entretanto, como observa Muanis (2012), a neotelevisão é caracterizada por um novo momento que agrega novas formas mantendo as pré-existentes. As trocas e a complementação entre o meio e espectador realizam o processo de comunicação, ou seja, a paleo e a neotelevisão se caracterizam pela relação que o telespectador tem com a televisão; sendo assim, não se impede que ele oscile entre as duas propostas em busca de conteúdos diferentes. A temporalidade entre os dois momentos não é flexível, mas sim concomitante entre si; desta forma, ambas coexistiriam em uma hipertelevisão.

É neste ponto que a televisão passa a se inserir em novos contextos de mudanças e inovações, como o vídeo sob demanda, a polarização do digital, a interatividade e as

redes sociais, além dos novos modelos de negócios das emissoras. O termo “hipertelevisão” foi proposto por Carlos Alberto Scolari (2009), ao afirmar que os atuais estudos de televisão não devem ser realizados de forma isolada, mas sim levando em conta todos os eixos e influências dos espaços midiáticos.

A postura paleotelevisiva reflete uma busca conteudística do programa, em que o espectador mantém fidelidade ao seu texto: liga-se a televisão para ver o telejornal, a série ou determinado programa. Para o espectador neotelevisivo, o conteúdo importa menos, pois importante é estar diante da televisão, muitas vezes vendo os canais transversalmente por meio do *zapping*. Qualquer fidelidade a um programa ou canal importa menos que uma forma mais sensorial e veloz de ver a televisão. Com essas duas formas, somadas ao advento das redes sociais na internet, surge uma nova maneira de experienciar a televisão: a hipertelevisão (Muanis, 2012, p. 181).

Muanis (2012) afirma ainda que, com a atenção neotelevisiva, não há uma fidelidade com o conteúdo, mas com a televisão. Atualmente, o telespectador não apenas assiste à televisão, mas se insere em um ecossistema midiático com temáticas televisivas, como, por exemplo, quando ele assiste a um conteúdo comentando nas redes sociais, buscando uma experiência conjunta nas mídias. É o que o autor chama de *zapping midiático*, que gera uma atenção hipermidiática. Desta forma, Scolari (2009) caracteriza a televisão como lugar para conteúdo transmídia, classificado dentro da ideia de transtelevisão (Siciliano, et al, 2023), que se caracteriza pela experiência televisiva pautada na produção, na distribuição, na reprodução e na interação com diferentes públicos e em múltiplos dispositivos, o que traz diversos desafios para o mercado audiovisual, que precisa lidar com a divisão da atenção do telespectador.

CAPÍTULO 3 – A televisão expandida: as novas formas de fazer televisão

Com as novas transformações midiáticas, a televisão não foi extinta; ao contrário de outros meios de exibição de conteúdo audiovisual, ela ocupou um novo espaço, expandindo-se para outros suportes tecnológicos e potencializando assim sua presença e hibridização. Ou seja, ela foi um dos meios que mais sofreu com a convergência midiática e precisou se reinventar na forma de produzir e exibir o conteúdo. Como uma mídia menos tradicional, já que exige inúmeros recursos técnicos, a televisão tem vantagem de conseguir absorver novas linguagens e formatos (Capanema, 2008).

Sendo assim, a televisão se expandiu, deslizou conteúdos, promoveu adaptações, adequando-se ao ciberespaço: assistir à televisão, atualmente, não necessariamente diz respeito ao ato de assistir ao conteúdo no aparelho televisivo. Na rede cibernética, as redes sociais são como uma extensão da mídia tradicional, fazendo surgir uma experiência televisiva inédita. O comportamento do público também acompanhou as transformações; na verdade, ele que influenciou diretamente as mudanças. A audiência se mostra cada vez mais ativa, participativa e multitela, entretanto é importante ressaltar que a televisão sempre estimulou a conversa e a interação entre as pessoas durante o seu consumo. Hoje essas trocas são intensificadas pela presença das redes sociais, que estabelecem novos formatos de socialização (Svartman, 2023).

O conteúdo transmídia é consolidado quando o mercado audiovisual o vê como um produto altamente lucrativo. Neste panorama,

(...) a televisão surge como seu ambiente preferencial: apresenta-se, muitas vezes, como a nave mãe dos conteúdos, que combinam os screenagers, as novas tecnologias digitais e a variedade das plataformas midiáticas a uma estratégia narrativa já antiga, potencializando seu caráter comercial, criando consumidores para produtos diferentes, contidos em um mesmo universo narrativo. O transmídia vira uma lógica mercadológica de produção e, conseqüentemente, um formato (Capanema, 2008, p. 183).

Neste ponto, é importante retomar as ponderações de Jenkins (2006) acerca dos conteúdos e das narrativas transmídias, em que ele observa o surgimento de uma espécie de “nave-mãe” sendo o primeiro produto produzido por uma franquia de distribuição. As narrativas transmídias são definidas por Scolari (2009) como estruturas de conteúdos que se expandem por meio de diferentes mídias e linguagens. Assim, narrativas secundárias podem surgir a partir dos projetos de “nave-mãe”. É o caso de *Dona Lurdes – o filme* (2024), derivado da personagem de Regina Casé na novela *Amor de mãe*, de Manoela Dias, exibida entre 2019 e 2021 na TV Globo¹⁷, que marcou o Brasil por sua sinceridade e semelhança com as donas de casa brasileiras e agora é a segunda obra produzida pelo novo núcleo de produções de filmes dos Estúdios Globo.

Neste capítulo, serão abordados os desafios enfrentados pela televisão e pelas telenovelas para se manterem relevantes entre os telespectadores diante das transformações de produção, distribuição, circulação e consumo, assim como as novas oportunidades de conteúdo que cativam a audiência no novo modelo de negócios, com base nas contribuições de autores como Jason Mittell (2012), Umberto Eco (1989) e François Jost (2012) – com suas respectivas análises –, que ajudarão a fundamentar a discussão sobre as novas formas de consumo do audiovisual nos dias de hoje. Além disso, apresentaremos a metodologia da pesquisa com base na teoria barberiana da comunicação (Martín-Barbero, 1997).

3.1 – A telenovela na era do *streaming*

A partir dos anos 2000, começa a ganhar fôlego um outro tipo de narrativa, que vai duelar com as telenovelas. As séries são um formato televisivo que conquistou um lugar no coração da audiência, sendo um fenômeno de crítica, não apenas pela sua alta qualidade estética, mas por outros fatores, como a identificação e a projeção do público. François Jost (2012) se debruça sobre as séries estadunidenses, consideradas por ele o grande *boom* do estilo, e sobre as diversas questões que envolvem a relação do telespectador com as ficções televisivas.

¹⁷ A exibição da novela foi interrompida pela necessidade de isolamento da pandemia da Covid-19.

Para o autor, a grande identificação com as séries está ligada à relação que o mundo ficcional estabelece com a realidade e a cultura do telespectador, abordando temas atuais que trazem credibilidade para a narrativa. Ou seja, uma relação entre o visível e o invisível seduz o público que busca saber de tudo sobre mundos próximos da realidade em que vive. “O que seduz o telespectador não é, portanto, encontrar a cópia exata do nosso mundo, mas, sim, e sobretudo, identificar um modo de narração, um discurso, com o qual ele está habituado” (p. 42). Como vimos, essa estratégia está presente nas novelas brasileiras desde o início, provando que as tramas brasileiras se destacam com um complexo modelo narrativo, similar aos sucessos internacionais.

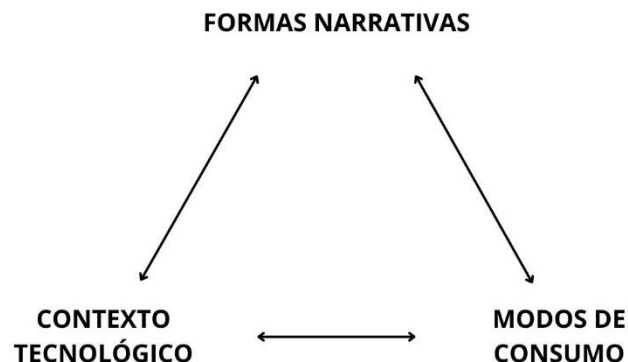
Apesar de também analisar as séries norte-americanas, Marcel Silva (2014) deixa claro que é essencial expandir a análise ao cenário televisivo brasileiro. Ele aponta um tripé de condições fundamentais para o estabelecimento de uma “cultura das séries” no presente ecossistema midiático. Desta forma, produz uma base para uma discussão mais aprofundada sobre o contexto das séries no Brasil, já que as telenovelas, até hoje, dominam as discussões sobre formatos narrativos no país. Ele ainda relaciona o desenvolvimento das narrativas audiovisuais à emergência da televisão como espaço de qualidade artística.

Segundo Silva (2014, p. 243), a cultura das séries “é o resultado dessas novas dinâmicas espectatoriais em torno das séries de televisão, especialmente, as de origem norte-americana”. A primeira ponta do tripé é chamada de “forma narrativa”, que está diretamente ligada aos novos modelos narrativos e à reconfiguração dos modelos clássicos. Ou seja, a televisão é debatida como um novo espaço de qualidade artística, para além do cinema. O streaming de vídeo teria, portanto, invertido o rebaixamento cultural imposto à televisão desde sua implantação (Castellano e Meimaridis, 2021). A segunda se relaciona com o “contexto tecnológico” que leva a população mundial para além da grade televisiva com a internet. E, por fim, Silva refere-se aos “modos de consumo” desses produtos,

seja na dimensão espectatorial do público, através de comunidades de fãs e de estratégias de engajamento, seja na criação de espaços noticiosos e críticos, vinculados ou não a veículos oficiais de comunicação como grandes jornais e revistas, focados nas séries de televisão (Silva, 2014, p. 243).

Isso é mostrado na figura 1, abaixo:

Figura 1 - Diagrama de vetores dos elementos constituintes de uma cultura das séries.



Fonte: Silva (2014, p. 251). Versão do desenho elaborado pela autora

Jason Mittel (2012) analisa a complexificação na televisão americana e discrimina uma gama de elementos responsáveis pela ascensão do que vai chamar de “narrativas complexas”, conceito que enquadra algumas características narrativas e ficcionais como diferentes ou até inovadoras. Em termos estruturais, segundo o autor, ocorre a hibridização das duas formas de serialidade: a episódica (*serial*), dividida em capítulos em que o arco dramático acontece ao longo dos episódios até uma conclusão – essa é a forma que predomina nas telenovelas brasileiras; e a contínua (*serie*), dividida em episódios em que os arcos são fechados, não ultrapassando a unidade do episódio. Sendo assim, as narrativas estão entre o tempo presente e as relações com o passado e futuro. Como observa Mittel (2012), as séries atuais apresentam um arco melodramático com narrativas mais extensas e dramáticas, isso porque, para o autor, todas as séries têm conexões com a dramatização. A mistura do melodrama a outros gêneros narrativos é uma das evoluções no formato narrativo seriado naturalizada com o desenvolvimento de narrativas mais complexas.

Mungioli e Pelegrini (2013) observam que atualmente tem ocorrido a hibridização das duas modalidades de serialização. “Mais que classificações categorias, serial e serie tornaram-se polos de um eixo ao longo do qual são encontradas ficções que possuem características de um e de outro tipo” (p. 28). Observam, ainda,

que os personagens concluem seus arcos dramáticos dentro de um episódio, mas os retornam em outros momentos estratégicos das tramas, trazendo todo o seu histórico construído na primeira aparição e gerando o que as autoras chamam de narrativa acumulativa. Para Mittel (2012), a complexidade narrativa está presente no equilíbrio entre as duas modalidades, de forma que as narrativas serializadas têm o melhor das duas partes, criando modos de interação entre a produção e a audiência.

Trazendo para o contexto das telenovelas brasileiras, movimentos de serialização com base nas temporadas aconteceram em tramas como *Novo mundo* (TV Globo, 2017) e *Nos tempos do imperador* (TV Globo, 2021). As duas obras fazem parte de uma trilogia inacabada da TV Globo, que tem o intuito de contar a história do Brasil do Império à República. A primeira novela retratou o período imperial de D. Pedro I, e a segunda, o de D. Pedro II. A construção narrativa, feita por Alessandro Marson e Thereza Falcão, levou personagens da primeira novela para a segunda, para além de *flashbacks* exibidos quatro anos depois que a pioneira foi ao ar. Os personagens de Ingrid Guimarães, Viviane Pasmanter e Guilherme Paiva estiveram presentes nas duas tramas, tendo suas histórias continuadas exatamente de onde pararam na primeira, criando uma sequência narrativa muito comum nas temporadas de séries.

Diante dessas transformações na produção narrativa, em sua distribuição e práticas de consumo, Eco (1989), em seu ensaio “Inovação no seriado”, nos ajuda a compreender essas complexidades a partir do surgimento de um novo tipo de “leitor”, o de segundo nível, com relações cada vez mais rebuscadas com a ficção audiovisual. Nas narrativas contemporâneas, as camadas de informações podem ser entendidas de diversas formas de acordo com o grau de conhecimento do indivíduo.

Poderíamos aliás, classificar as produções narrativas seriadas num continuum que leva em consideração as diversas graduações do contrato de leitura entre texto e leitor de segundo nível ou leitor crítico (como sendo o oposto do leitor ingênuo). É evidente que até o produto narrativo mais banal permite ao leitor constituir-se, por decisão autônoma, em leitor crítico, isto é, em leitor que decide avaliar as estratégias inovadoras, ainda que mínimas, ou registrar a ausência de inovação. Há porém obras seriais que estabelecem um pacto explícito com o leitor crítico e por assim dizer o desafiam a destacar as habilidades inovadoras do texto. (p. 129)

Com essas novas dinâmicas, vimos surgir uma nova geração de espectadores interessados e acostumados a assistir a conteúdos via internet, seja por meio das

plataformas de *streaming*, seja por meio de *downloads* de vídeos. Assim, a televisão também buscou desenvolver estratégias para ocupar os espaços virtuais. Silva (2014) afirma que é o aumento do interesse no universo das séries que provoca esse movimento. Jenkins (2006) também reforça os novos comportamentos dos telespectadores, que não são mais fiéis a nenhum meio de comunicação, muito menos àqueles que os obrigam a consumir em horários e locais pré-definidos, apontando uma necessidade de flexibilização e convergência de mídia.

Se os antigos consumidores eram tidos como passivos, os novos consumidores são ativos. Se os antigos consumidores eram previsíveis e ficavam onde mandavam que ficassem, os novos consumidores são migratórios, demonstrando uma declinante lealdade a redes ou a meios de comunicação. Se os antigos consumidores eram indivíduos isolados, os novos consumidores são mais conectados socialmente. Se o trabalho de consumidores de mídia já foi silencioso e invisível, os novos consumidores são agora barulhentos e públicos. (p. 45)

Scolari (2009) formula o conceito de “ecossistema midiático” relacionando as transformações dos indivíduos expostos às tecnologias dos meios de comunicação. O autor afirma, ainda, que esse fenômeno traz mais desafios para os conteúdos audiovisuais, já que cada plataforma tem suas próprias características, formatos, públicos e modelo de financiamento. Jenkins (2006) identifica dois fluxos diferentes no processo de conversão midiática: primeiro, o corporativo, de cima para baixo; e, depois, o caminho do consumidor, de baixo para cima. Esses dois polos, no entanto, se misturam:

Empresas midiáticas estão aprendendo a acelerar o fluxo de conteúdo midiático pelos canais de distribuição para aumentar as oportunidades de lucros, ampliar mercados e consolidar seus compromissos com o público. Consumidores estão aprendendo a utilizar as diferentes tecnologias para ter um controle mais completo sobre o fluxo da mídia e para interagir com outros consumidores. As promessas desse novo ambiente midiático provocam expectativas de um fluxo mais livre de ideias e conteúdos. (p. 44)

É interessante observar a reorganização dos modelos de negócios e de distribuição devido ao surgimento de novas plataformas, já que nem sempre a exibição de conteúdo segue o modelo tradicional das janelas de exibição. Por exemplo, há alguns anos, um filme seria primeiro exibido nas salas de cinema, depois no VOD, seguindo para a televisão a cabo, até chegar à TV aberta de forma gratuita. Atualmente, temos diversos casos de sucesso de conteúdos que foram disponibilizados diretamente nas

plataformas de *streaming*, como é o caso do filme *Ritmo de Natal* (2023), a primeira produção do núcleo de filmes dos Estúdios Globo, que teve como primeira janela de exibição o Globoplay e, poucas semanas depois, foi transmitido na televisão aberta (Ritmo..., 2023).

As telenovelas também já tiveram experimentações em suas formas de disponibilização. Em 2019, a TV Globo liberou, com um dia de antecedência, os capítulos da novela *Órfãos da Terra*, de Duca Rachid, que só foram ao ar na televisão linear no dia seguinte (Vaquer, 2023a). Isso ocorreu até a penúltima semana de exibição da obra. Apesar de ser uma estratégia já utilizada anteriormente para séries e filmes, se tornou significativa no caso de uma novela, um tipo de produção que sempre teve a TV como dispositivo original. Essa tendência foi acelerada pela pandemia do Covid-19, em que a ordem de exibição dos conteúdos precisou ser invertida para que a distribuição audiovisual continuasse dentro das casas das pessoas, e não nos cinemas.

3.2 – Caminho metodológico da pesquisa de recepção

Nos estudos sobre as mudanças nas formas de consumo da televisão, é inegável a importância de se olhar para a linguagem e a materialidade de cada meio de comunicação, visto que um dos aspectos mais importantes é a readequação do conteúdo à plataforma. Os estudos culturais britânicos, com base em autores como Stuart Hall (2003) e Richard Johnson (1999), reforçam a importância de pensar a comunicação em consonância com as formas populares e a cultura de massa. Colocando luz no contexto latino-americano, Martín-Barbero (1997) – um dos principais representantes dessa tradição epistemológica na região – elege a televisão como o meio de comunicação central de suas pesquisas, dada sua grande importância cultural. Para ele, a televisão se torna um espaço de mediação cultural quando atua ativamente na formação de identidades e na produção de significados compartilhados, não sendo apenas um mero espelhamento das dinâmicas sociais, culturais e políticas.

Martín-Barbero (1997) concebe uma estrutura acerca da relação entre a cultura e os meios de comunicação, a chamada “teoria das mediações”. Segundo o autor, as

mediações são caminhos em que se torna possível entender os processos de interação entre o espaço da produção e o da recepção. Sendo assim, “o que [a mídia] produz na televisão não responde unicamente a requisitos do sistema industrial e a estratégias comerciais, mas também a exigências que vêm da trama cultural e dos modos de ver” (Martín-Barbero e Munhoz 1992, p. 20)¹⁸.

Em seus estudos, ele também focou no gênero do melodrama, a partir do entendimento de que as telenovelas são essenciais na construção da identidade individual e coletiva dos povos latino-americanos. Como já vimos anteriormente, a telenovela cumpre um papel para além do entretenimento, retratando o cotidiano e as realidades das culturas existentes. Sendo assim, ainda segundo Martín-Barbero, a televisão deve ser olhada de forma abrangente, ocupando um lugar determinante na formação e nas discussões de políticas culturais.

No caso específico da televisão, o autor propõe três lugares de mediação entre os receptores e os meios de comunicação que interferem na produção de significados do conteúdo: a *cotidianidade familiar*, a *temporalidade social* e a *competência cultural*. Sobre o primeiro lugar de mediação, o autor coloca a família como uma unidade básica de audiência, já que promove o reconhecimento entre as pessoas. Entretanto, atualmente, se observa um consumo cada vez mais individualizado, em que o próprio espectador escolhe o que e como assistir em seu próprio dispositivo móvel, diferentemente do ritual televisivo praticado anteriormente na organização familiar. O consumo individualizado é estimulado pelas próprias plataformas de *streaming* ao criar um perfil específico para cada usuário dentro de uma mesma assinatura e, desta forma, ter um conteúdo cada vez mais direcionado e personalizado de acordo com as preferências do titular. Assim se desfaz a prática coletiva e a proximidade que a televisão proporciona. Entretanto, ainda que o consumo seja individualizado, a programação televisiva e o conteúdo exibido/disponível são voltados para a ideia cultural de família, gerando identificações, reforçando estereótipos e criando representações e subjetividades (Martín-Barbero, 1997).

¹⁸ No original: “Las mediaciones son ese lugar desde donde es posible compree: lo que se produce en la televisión no responde unicamente a requerimientos del sistema industrial y a estrategias comerciales sino también a exigencias que vienen de la trama cultural y los modos de ver”.

A segunda mediação apontada por Martín-Barbero (1997) é a *temporalidade social*, em que o telespectador tem uma rotina pré-estabelecida pela grade televisiva. Olhando para a disponibilização de conteúdos *on demand*, essa lógica organizacional é quebrada quando o indivíduo pode criar uma grade própria de programação de acordo com as suas preferências e o tempo disponível para assistir a um determinado produto, fugindo do ritual de cotidianidade. Para além disso, o espectador consegue editar seu próprio conteúdo acelerando, pausando, pulando ou voltando para qualquer frame que está disponibilizado nas plataformas, além de poder criar e fazer circular suas próprias narrativas (por meio dos recursos disponíveis nas redes sociais) a partir do conteúdo original.

A terceira e última mediação que a televisão opera é a *competência cultural*, que reforça a noção da sua própria cultura. Ou seja, é uma mediação que fala sobre toda a bagagem cultural adquirida pelo indivíduo ao longo de toda a sua vida, incluindo as experiências cotidianas. Martín-Barbero (1997) critica a forma como a televisão é colocada em um lugar de decadência cultural, já que, para ele, ela é uma das maiores responsáveis pela reprodução cultural, como acontece com as novelas, como já foi abordado anteriormente.

Em seu artigo “De los medios a las practicas” (1990), Martín-Barbero propõe que as três mediações anteriores sejam transformadas em dimensões: *socialidade*, *ritualidade e tecnicidade*. A primeira refere-se à interação social, preconizando as negociações do indivíduo com o poder e com as instituições. A segunda se relaciona com as rotinas de trabalho e a produção cultural. E, por fim, a *tecnicidade* remete à lógica de produção do próprio meio.

Apoiado em Walter Benjamin, Martín-Barbero seguiu repensando sua teoria das mediações e ampliando seu modelo considerando a centralidade dos meios na sociedade junto à recepção e ao consumo. Em *Ofício de cartógrafo* (2004), Barbero passa a refletir sobre mediações comunicativas da cultura afirmando que estas estão organizadas sobre dois eixos: o primeiro, diacrônico, relacionado às Matrizes Culturais e aos Formatos Industriais, e o segundo, sincrônico, ligando as Lógicas de Produção com as Competências de Recepção e Consumo.

A *sociabilidade* está relacionada às Matrizes Culturais e às Competências de Recepção e Consumo; sendo assim, essa mediação conecta a tradição cultural com a relação dos receptores com a cultura de massa. Ela diz respeito às relações do cotidiano e às diversas formas de interação do indivíduo. Já a *ritualidade* está entre as Competências de Recepção e Consumo e os Formatos Industriais, referindo-se às formas como um produto midiático é consumido. É uma mediação que relaciona os ritos e formas a seus cenários de interação e repetição. Deste modo, a *ritualidade* provoca um olhar diferenciado para os diferentes usos dos meios, que estão diretamente relacionados aos hábitos individuais e a questões de classe e gênero (Martín-Barbero, 2004).

Entre os Formatos Industriais e as Lógicas de Produção, está a *tecnicidade* – em um cenário de globalização e convergência midiática –, que mostra como a tecnologia molda a cultura e interfere nas novas práticas sociais dos meios de comunicação, o que demanda a compreensão das lógicas de produção e das estruturas mercadológicas. Por fim, a *institucionalidade* está entre as Lógicas de Produção e as Matrizes Culturais, relacionando a produção com a cultura; ou seja, cada instituição que cria ou produz um produto cultural tem seus valores, o que afeta na interpretação do receptor sobre a sua mensagem. O autor afirma, ainda, que essa mediação afeta a regulamentação dos discursos e dos meios, do Estado e dos cidadãos (Martín-Barbero, 2004).

Com este segundo mapa, é possível perceber a comunicação como mediadora das mais variadas formas da vida cultural e política, sendo assim, “é possível operacionalizar a análise de qualquer fenômeno social que relaciona comunicação, cultura e política, impondo-se como uma dimensão da articulação entre produtores, mídia, mensagens, receptores e cultura” (Lopes, 2018, p. 17). É o que está representado na figura 2.

Figura 2 - Segundo mapa das mediações comunicativas da cultura desenvolvido por Barbero.



Fonte: Martín-Barbero (2004, p. 16), versão do desenho elaborada pela autora

Em 2010, Martín-Barbero retomou novamente a discussão a fim de redefinir a abrangência das mediações ao contexto contemporâneo e à globalização na qual os meios de comunicação estão inseridos atualmente; isso porque, para ele, com os avanços tecnológicos e os sistemas digitais, surge um novo ecossistema comunicativo. Devido a isso, o autor propõe a mudança das mediações *institucionalidade* e *socialidade* para *identidade* e *cognitividade*, respectivamente. O terceiro mapa ainda traz novos eixos: no vertical, a *temporalidade/espacialidade* e, no horizontal, a *mobilidade/fluxo* (Lopes, 2018).

Para Lopes (2018, p. 57), a *temporalidade* contemporânea

(...) configura a crise da experiência moderna do tempo, que se manifesta na transformação profunda da estrutura temporal, no culto ao presente, no debilitamento da relação histórica com o passado e na confusão dos tempos que nos prende à simultaneidade do atual.

Já a *espacialidade* está ligada aos múltiplos espaços que entram em contato uns com os outros, tornando-se um dos eixos centrais do atual momento globalizado. Barbero contempla desde os espaços das redes eletrônicas até o espaço imaginado da nação e de sua identidade. A *mobilidade* diz respeito às constantes migrações virtuais dos indivíduos, e os *fluxos* são as “imagens, informação, linguagens e escrituras

virtuais, que desestabilizam a cultura letrada e escolar. No mundo não especializado dos internautas, as redes constituem novos espaços de socialidade” (Lopes, 2018, p. 57). Já na mediação da *identidade*, o autor aborda diretamente os novos contextos tecnológicos, colocando um como dependente do outro, fazendo surgir “explosões e implosões” de identidades, que são entendidas, por ele, como aquilo que dá sentido ao indivíduo (Martín-Barbero, 2009).

Abaixo, na figura 3, está representado o terceiro mapa das mediações comunicativas desenvolvido por Barbero.

Figura 3 - Terceiro mapa das mediações comunicativas da cultura desenvolvido por Barbero



Fonte: Martín-Barbero (2009), versão do desenho elaborada pela autora

Estabelecida a perspectiva das mediações elaborada por Martín-Barbero (1997), entende-se que os meios não são o único aspecto a ser considerado para a observação de novos modos de espetatorialidades, embora sejam extremamente importantes. Os fatores que incidem sobre os efeitos das mídias na sociedade precisam ser também considerados. Aproximando-se do objeto desta pesquisa, a análise do consumo audiovisual não pode omitir, por exemplo, a dificuldade de acesso de toda a população brasileira a plataformas pagas e dependentes do uso da internet. “A oferta diferenciada dos produtos de vídeo está ligada ao poder aquisitivo dos indivíduos” (p. 292).

Assim, pensar a cartografia como inspiração metodológica significa partir das propostas dos mapas criados por Martín-Barbero para discutir os caminhos de análise a serem seguidos. Aqui nos debruçaremos sobre as mediações da *ritualidade*, da *socialidade*, da *tecnicidade* e da *institucionalidade*, que estão diretamente ligadas ao processo de atribuição de sentidos do receptor e são relevantes para a pesquisa sobre os novos modelos de distribuição e circulação das telenovelas. No próximo capítulo, apresentaremos a pesquisa de recepção e seus resultados, assim como o objeto utilizado para a análise.

Capítulo 4 - Um estudo de caso sobre as espetatorialidades da novela *Todas as flores*

Como já apresentado anteriormente, não é novidade o crescente consumo de produtos audiovisuais em diversos tipos de dispositivos para além do aparelho televisivo tradicional. As mudanças no mercado audiovisual mostram a direção dessas novas formas de distribuição e consumo. Com isso, endereçam um caminho pelo qual o principal produto televisivo brasileiro, a telenovela, precisa seguir para sobreviver como formato industrial e perdurar sua influência cultural. Sendo assim, não apenas o mercado, mas também os telespectadores se adaptam aos novos recursos digitais. É neste sentido que buscamos, na presente pesquisa, entender como a novela continua conquistando diferentes públicos há tantos anos e se mantém um produto relevante na cultura brasileira a partir de uma reflexão sobre os hábitos de consumo nas novas telas e as transformações na estrutura narrativa do melodrama serializado brasileiro. Para isso, tomamos como objeto a novela *Todas as flores*, do Globoplay. Além de um mapeamento das mudanças na forma de narrar e de produzir a novela, tomamos como corpus de análise o discurso de telespectadores da obra a partir de suas práticas de consumo no *streaming*.

Diante disso, no âmbito deste trabalho, empreendemos uma pesquisa de campo com o intuito de compreender essas transformações na recepção da telenovela brasileira, entendendo a realidade do telespectador e de suas práticas cotidianas na construção de novos hábitos. Efetuamos uma pesquisa com abordagem qualitativa, por meio de entrevistas em profundidade junto a telespectadores de *Todas as flores* no *streaming* com diferentes faixas etárias e contextos cotidianos que interferem nos hábitos de consumo.

A escolha metodológica se justifica pela possibilidade que a técnica oferece de explorar as tendências, as preferências, os hábitos e as percepções de consumo praticadas pelos entrevistados em relação às novas janelas de exibição de telenovelas (Haguette, 2010, p. 86). Haguette (2010, p. 88) destaca, ainda, que é essencial “reconhecer que estamos recebendo meramente o retrato que o informante tem de seu mundo, cabendo a nós, pesquisadores, avaliar o grau de correspondência de suas

afirmações com a realidade objetiva, ou factual". Sendo assim, o resultado das entrevistas na pesquisa de recepção não pode ser utilizado como um reflexo do modo de recepção, mas sim como a opinião das pessoas sobre determinado assunto com base no recorte da amostra.

Para as entrevistas, utilizamos um roteiro semiestruturado (Apêndice A) como um guia formal para a captação de dados, com questões previamente estabelecidas em torno da problemática central da pesquisa aqui apresentada. Não necessariamente as perguntas foram feitas na ordem estabelecida, mas sim com base no fluxo de pensamento que o entrevistado estabeleceu durante a entrevista.

Para entender um pouco mais sobre as estratégias narrativas e produtivas, também entrevistamos dois produtores da obra, agentes que participaram ativamente do processo de composição da novela – o diretor artístico de *Todas as flores*, Carlos Araújo, e uma das protagonistas, a vilã Vanessa, interpretada pela atriz Letícia Colin (Apêndices C e D). Além de esclarecerem os modos de produção, eles puderam comparar essa obra do *streaming* com os métodos convencionais das narrativas das telenovelas da televisão linear. É importante ressaltar que houve inúmeras tentativas de contato com o autor João Emanuel Carneiro para investigações sobre a construção narrativa da novela voltada para o *streaming*, mas todas sem sucesso.

Para desenvolvimento da análise proposta, buscamos refletir, a partir de *Todas as flores*, os aspectos das lógicas de produção, das matrizes culturais e dos formatos industriais, para entender como as mediações propostas por Martin-Barbero (2004) atravessam essa ficção audiovisual. É fundamental acrescentar que, apesar de não termos contexto robusto para uma análise a longo prazo, acreditamos que há indícios significativos de mudanças nos rumos mercadológicos da telenovela diante do novo cenário globalizado.

4.1 – Delimitando o corpus da pesquisa de recepção

A busca por informantes para subsidiar a pesquisa começou com uma conversa informal no ambiente familiar sobre a novela *Todas as flores*. Rapidamente, o tema

despertou o interesse nas novas formas de consumo que a obra proporciona. Posteriormente, à medida que a pesquisa foi sendo apresentada e comentada em rodas de conversas com amigos, algumas pessoas se identificaram com o objeto e, espontaneamente, começaram a relatar seus hábitos de consumo. Após essa primeira rodada informal, com o propósito de encontrar um público diverso de telespectadores da novela no *streaming*, foi feita uma busca via a rede social Instagram, que teve uma rápida adesão, com mais de 25 respostas de usuários anônimos dispostos a contribuir com a pesquisa, além da rede familiar já citada. Desta forma, após a divisão do perfil etário e da região geográfica, foram entrevistadas 14 pessoas por meio de videoconferências via aplicativo Zoom, ligações de voz, áudios e mensagens no aplicativo WhatsApp, todas as entrevistas gravadas¹⁹.

Para delimitar os grupos levando-se em conta as práticas espectatoriais na plataforma de *streaming*, demos destaque à questão etária como categoria-chave. A intenção é que o fator de longevidade mostre as transformações no consumo de quem já assiste e o desenvolvimento no hábito de novos telespectadores, bem como as mudanças que a narrativa impõe.

Após a seleção dos entrevistados, dividimos os seguintes grupos:

Entrevistados na faixa etária de 24 a 34 anos (Grupo 1)

E.M. – 24 anos, gênero feminino, solteira, mora com os pais na Barra da Tijuca, no Rio de Janeiro. É jornalista e trabalha com assessoria de imprensa na área de música.

L.M. – 25 anos, gênero feminino, solteira, mora sozinha em Copacabana, no Rio de Janeiro. É natural de Campos dos Goytacazes e veio para a cidade devido a uma oportunidade de emprego. É engenheira de produção.

¹⁹ Todos os entrevistados autorizaram a utilização das gravações para fins acadêmicos e divulgação da pesquisa.

A.B. – 26 anos, gênero masculino, solteiro, mora com a mãe em Copacabana, na Zona Sul carioca. É ator e cineasta.

Y.P. – 27 anos, gênero feminino, solteira, mora com os pais e o irmão na Vila da Penha, Zona Norte do Rio de Janeiro. É cineasta.

J.L. – 29 anos, gênero feminino, solteira, mora com a mãe na Barra da Tijuca, no Rio de Janeiro. É digital influencer.

I.M. – 34 anos, gênero feminino, solteira, mora sozinha em Botafogo, na Zona Sul do Rio de Janeiro. Veio para a cidade há dez anos cursar faculdade de medicina. É arquiteta e médica.

Entrevistados na faixa etária de 35 a 49 anos (Grupo 2)

N.M. - 35 anos, gênero feminino, solteira, divide apartamento com a irmã mais nova no Rio de Janeiro. É jornalista e assessora de imprensa de escolas da rede pública.

C.C. – 37 anos, gênero feminino, divorciada, mora com os dois filhos gêmeos em Campos dos Goytacazes/RJ. É formada em matemática, mas atua como servidora pública no município.

T.M. – 40 anos, gênero feminino, casada, mora com o marido, a filha e a enteada na Barra da Tijuca, Zona Oeste do Rio de Janeiro. É jornalista e atua como assessora de imprensa em produções audiovisuais.

R.R. – 41 anos, gênero feminino, casada, mora com o marido e um casal de filhos em Botafogo, Zona Sul do Rio de Janeiro. É jornalista e atua como assessora pessoal de atores.

R.C. – 42 anos, gênero masculino, solteiro, mora sozinho em Laranjeiras, no Rio de Janeiro. É agente de viagens.

C.L. – 44 anos, gênero feminino, casada, mora com o marido e dois filhos em Jacarepaguá, no Rio de Janeiro. É jornalista e atua como assessora de imprensa em produções audiovisuais.

Entrevistados na faixa etária com mais de 50 anos (Grupo 3)²⁰

S.G. – 64 anos, gênero feminino, casada, mora com o marido no distrito de Campo Limpo, em Campos dos Goytacazes/RJ. Tem três filhas e sete netos. É aposentada, mas atuava como professora de matemática na rede federal de ensino, além de realizar venda de cosméticos.

S.S. - 66 anos, gênero feminino, casada, mora com o marido em Campos dos Goytacazes/RJ. Tem três filhos e uma neta. É servidora pública federal e atua como professora no curso de arquitetura.

4.2 – A novela *Todas as flores*

Marcada por mulheres fortes, determinadas, articuladas e capazes de tudo para conseguirem o que querem, *Todas as flores* foi criada e escrita por João Emanuel Carneiro, com direção artística de Carlos Araújo, e tem como trama central a história de Maíra (Sophie Charlotte), uma jovem perfumista com deficiência visual que viveu por duas décadas na cidade de Pirenópolis, em Goiás, sendo criada apenas pelo pai, Rivaldo (Chico Diaz). Sem nenhuma explicação, sua mãe, Zoé (Regina Casé), que a moça achava que havia morrido – uma mentira que seu pai contou para protegê-la do desprezo da mãe, que a rejeitou quando soube que ela nasceu com deficiência visual –

²⁰ Com o intuito de dar ritmo ao texto, quando analisarmos os entrevistados de uma faixa etária específica, utilizaremos a divisão por grupo.

, aparece em sua casa dizendo que procurou a filha por anos e pede perdão por tê-la abandonado. Entretanto, Zoé, na verdade, estava em busca de uma doadora de medula compatível com Vanessa (Leticia Colin), sua primogênita, diagnosticada com leucemia, que, por trás da sua aparência frágil, esconde uma mente perspicaz e articuladora. Irônica, Vanessa sabe se fazer de vítima e vive mentindo em benefício próprio, mesmo para quem está do seu lado. Zoé, então, mata Rivaldo e convence Maíra a embarcar com ela para o Rio de Janeiro, onde viverá com sua irmã e será a doadora da medula que salvará a vida de Vanessa. Sem desconfiar de nada, acreditando na boa vontade da mãe, Maíra segue rumo à capital carioca, onde sua vida se transformará (Ferreira, 2022).

Já no Rio de Janeiro, incentivada por Judite (Mariana Nunes), sua madrinha, Maíra consegue uma vaga de perfumista na loja de departamentos Rhodes & Co. Tailleur, empresa de que Guiomar (Ana Beatriz Nogueira), mãe de Rafael (Humberto Carrão), é uma das proprietárias. O primogênito é noivo de Vanessa – que pretende se casar com o herdeiro por interesse e ambição na herança do rapaz –, mas acaba se apaixonando pela perfumista, que não sabe da relação dele com a irmã nem de seu histórico familiar (Ferreira, 2022).

Como outra linha de ação da trama, Zoé faz parte de uma quadrilha de tráfico humano e trabalho escravo que usa uma ONG beneficente como fachada. As histórias de diversos personagens se entrelaçam pouco a pouco com a organização – como o esquema é chamado na narrativa – quando começam a descobrir o lado sombrio de Zoé, que conta com a conivência de Vanessa e Humberto (Fábio Assunção). A partir disso, começam a ganhar fôlego as histórias de Diego (Nicolas Prates), um rapaz que vive de bicos para ajudar a família, e Samsa (Ângelo Antônio), um presidiário que consegue controlar seus crimes de dentro da cadeia. Os dois se conhecem na prisão após Diego levar um golpe de Luis Felipe (Cássio Gabus Mendes), que convence o rapaz a assumir a culpa por um atropelamento no lugar do genro em troca de dinheiro e uma boa defesa na justiça. Diego é preso, e Luis Felipe não cumpre o combinado, fazendo surgir um desejo de vingança no rapaz, que mais tarde será alimentado por Samsa, que também deseja acabar com a vida do promotor que o investiga há anos (Ferreira, 2022).

Não muito longe dali, o núcleo do bairro da Gamboa, um dos mais antigos do Rio de Janeiro, reforça uma das premissas da novela: a essência versus aparência.

O bairro da Gamboa e a empresa Rhodes & Co. Tailleur são os principais universos que representam esse antagonismo ao transitar por mundos que contrastam o “ser” (uma vida simples, desprovida de ganância ou posses) e o “ter” (uma vida de status social, riqueza e consumo), respectivamente (Ferreira, 2022, n.p).

Originalmente, a TV Globo tinha a intenção de que *Todas as flores* estreasse na faixa das 21h da TV linear, substituindo o grande sucesso da nova versão da novela *Pantanal* (TV Globo, 2022), de Bruno Luperi. Na ocasião, a emissora optou por exibir *Travessia* (TV Globo, 2022), novela de Glória Perez, e colocar a novela de João Emanuel Carneiro para exibição na plataforma Globoplay. Em entrevista à jornalista Carla Bittencourt (2022a), do site *Notícias da TV*, Erick Bretas, até então Diretor de Produtos Digitais e Canais Pagos da Globo, foi questionado sobre a mudança na grade de exibição e avisou que o telespectador agora precisará se acostumar a encontrar os produtos *premium* no Globoplay: “As pessoas têm falado que a novela é tão boa que teria que estar na TV aberta, mas a verdade é que a novela é tão boa que tem que estar no Globoplay. O público vai ter que se acostumar que obras de muita qualidade estarão cada vez mais no streaming”, explica.

Todas as flores estreou no dia 19 de outubro, com um formato de exibição inédito na TV brasileira: toda quarta-feira, às 18h, um bloco de cinco capítulos era disponibilizado no Globoplay. Na mesma entrevista citada acima, Brêtas esclarece, ainda, que o autor precisou adaptar sua trama para o *streaming*, já que os capítulos seriam liberados de cinco em cinco, semanalmente. Sendo assim, os tradicionais ganchos ao final de cada capítulo seriam colocados a cada cinco, dez, 15, etc. para fisgar o telespectador. O diretor ainda adiantou que não está nos planos da plataforma fazer novelas de longa duração, mas sim tramas com menos de cem capítulos.

A liberação da obra no Globoplay foi dividida em duas fases²¹, sendo a primeira de 19 de outubro de 2022 a 14 de dezembro de 2022, com 45 capítulos, e a segunda de

²¹ Mas essa não foi a primeira vez que o público precisou assistir a uma novela dividida em duas partes. A pandemia da Covid-19, como já falamos, obrigou a paralisação dos Estúdios Globo e dividiu todas as novelas que estavam no ar – *Nos tempos do imperador*, *Salve-se quem puder* e *Um lugar ao sol* – em duas partes, dando lugar às reprises que ficariam mais de um ano ocupando a grade até que a produções

5 de abril de 2023 a 1º de junho de 2023, finalizando com um total de 85 capítulos. Todos os capítulos foram disponibilizados com e sem audiodescrição – um recurso de acessibilidade para deficientes visuais. Durante os lançamentos semanais, mais inovação na teledramaturgia: o primeiro capítulo de cada fase estreou com transmissão ao vivo na plataforma, com sinal aberto para não assinantes. Já no final da trama, como estratégia para evitar a antecipação prematura pela imprensa dos desfechos de cada personagem, o Globoplay disponibilizou apenas um bloco com os capítulos 81 a 83, sendo os últimos capítulos, 84 e 85, exibidos em dias seguidos com transmissão ao vivo na plataforma (Ferreira, 2022). Desta maneira, o *streaming* evitou que a imprensa pulasse para a parte final da novela, dando um *spoiler* para o telespectador.

Segundo a colunista de televisão Cristina Padiglione (2023), do site F5, com o primeiro bloco de capítulos da segunda fase, a audiência do folhetim dobrou em relação à primeira parte e alcançou a marca de 3,1 milhões de horas consumidas. Superando os nove blocos liberados anteriormente na primeira fase da novela, o saldo vale para o bloco de cinco capítulos da reestreia. Na comparação com a primeira semana de *Todas as flores*, o consumo foi 98% maior, e o número de usuários aumentou em 37%.

Após o desfecho no *streaming* e a disponibilização integral em forma de arquivo, a novela estreou na TV aberta em 3 de setembro de 2023, na faixa das 23 horas da emissora. A exibição dos capítulos não foi similar à divisão do *streaming* e, em alguns dias, a TV Globo chegou a exibir dois capítulos seguidos. A estreia da trama registrou 16 pontos – cada ponto de audiência equivale a 517.553 indivíduos (Yahya, 2023) – no Rio de Janeiro e em São Paulo, mantendo sua média durante a primeira semana (Santiago, 2023). Já na segunda semana de exibição, a audiência da novela de João Emanuel Carneiro teve um aumento de mais de 30%, fechando a semana com 20 pontos de média na Grande São Paulo e se mantendo na liderança absoluta de audiência durante toda exibição, até outubro de 2023 (Forato, 2023).

Todas as flores é escrita com Vincent Villari, Eliane Garcia e Daisy Chaves. A direção é de Luiz Antonio Pilar, Carla Bohler, Fellipe Barbosa, Guilherme Azevedo e Oscar Francisco. A produção é de Betina Paulon e Gustavo Rebelo, e a direção de

pudessem retornar de forma segura para toda a equipe. Não era uma estratégia de exibição para a emissora, mas uma necessidade de segurança, como a autora presenciou em sua atuação na empresa.

gênero é de José Luiz Villamarim. No elenco, estão nomes como Sophie Charlotte, Regina Casé, Letícia Colin, Humberto Carrão, Mariana Nunes, Fabio Assunção, Caio Castro, Thalita Carauta, Nicolas Prattes, Ana Beatriz Nogueira, Cassio Gabus Mendes, Zezeh Barbosa, Douglas Silva, Mary Sheila, Naruna Costa, Mumuzinho, Moira Braga, Camila Alves, Cleber Tolini, Amanda Mittz, Nilton Bicudo, Suzy Rêgo, Yara Charry, André Loddi, Xande de Pilares, Chico Diaz, Heloisa Honein, Jhona Burjack, Luis Navarro, Micheli Machado, Kelzy Ecard, Duda Batsow, Ângelo Antônio, Bárbara Reis, Valentina Bandeira, Samantha Jones, Luiz Fortes, entre outros.

4.3 – As mediações presentes na novela

Deu no jornal *O Globo*: “*Todas as Flores* faz história e inaugura uma nova forma de ver novela” (Kogut, 2023). A crítica da colunista Patrícia Kogut detalha bem a rotina criada pelos telespectadores que acompanharam a novela assim que batiam as 18 horas no relógio em uma quarta-feira qualquer. No texto, a jornalista destaca que a mudança foi bem recebida pelo público e que a trama tem características de uma “telessérie”. Segundo o dicionário da Academia Brasileira de Letras, o formato se define como uma “obra audiovisual similar à telenovela, mas com características próprias das séries, como a trama fechada, escrita e gravada inteiramente antes da estreia, e a curta duração, em torno de 50 episódios” (Telessérie, n. d.).

Desta forma, *Todas as flores* se coloca em uma posição híbrida entre os conceitos de novela – explorado anteriormente – e telessérie. A trama segue o modelo clássico de narrativa entre mocinhos e vilões, com dois núcleos centrais: o romance entre Rafael e Maíra, e a quadrilha de tráfico humano de Zoé, sendo que todas as histórias – com exceção de parte do núcleo da Gamboa – se direcionam para esses núcleos centrais, um modelo clássico das séries que acelera a narrativa (Rocha e De Almeida Ferreira, 2023).

Entretanto, em entrevista à autora, o diretor Carlos Araújo não acredita que a mistura entre a telenovela e as séries cria um conceito de narrativa. “Realmente a mistura acontece, mas não acho que faz surgir um novo gênero televisivo., mas sim

uma narrativa com mais força, liberdade de conteúdo e linguagem”²². Por sua vez, a atriz e protagonista Letícia Colin, que também trouxe contribuições para a pesquisa, foi categórica ao responder a mesma pergunta:

Com certeza. É um pioneirismo muito brasileiro, então realmente nos cabe. Nós fazemos televisão de excelência há muitos anos. Realmente somos uma referência para outros países que querem entender como a indústria daqui funciona e essa máquina, especialmente da TV Globo, a forma como montamos e remontamos os cenários, por exemplo. (...) Então, eu acho que sim, nós inauguramos algo novo. (...) Eu acho que são algumas novidades da nossa época de entender e experimentar formatos para quem gosta da telenovela e dessa temperatura que esse gênero tem. Que é intenso, que tem o melodrama e brinca com os arquétipos. Ao mesmo tempo, de uma forma mais enxuta e personalizada, que você pode assistir a hora que quiser, sem ter que estar ali naquela relação coletiva e muito rígida de só poder assistir naquele horário. A internet também abriu para isso. Mas foi a primeira vez que a gente fez isso aqui [no Brasil], e as pessoas gostaram de ver, se entenderam com esse formato e com o aplicativo, com o esquema de voltar, parar e até mesmo de “maratonar”. (...) Então unir a tradição com uma reinvenção é realmente um desafio potente para trazer público²³.

A partir dessa perspectiva, com todas as discussões levantadas nos capítulos anteriores, e das entrevistas realizadas, analisaremos as características presentes na hibridização de *Todas as flores*, inserindo-a no segundo mapa das mediações proposto por Martín-Barbero (2004). Assim, a investigação destaca: a *institucionalidade* presente na aceleração do ritmo narrativo; a *tecnicidade* no modelo de distribuição da novela; a *ritualidade* nos novos hábitos de consumo; e a *socialidade* na conversa gerada pela novela nas redes sociais. É importante ressaltar que não desenvolvemos nosso estudo buscando categorizar de maneira estática ou imutável cada um desses pontos, uma vez que acreditamos que todas as características se misturam, como mostram os eixos no mapa de Martín-Barbero, usado aqui como um guia para a construção da análise.

4.3.1 – *Tecnicidade*: a disponibilização da novela e a aceleração do ritmo narrativo

²² Entrevista para a dissertação realizada em 6 nov. 2023.

²³ Entrevista para a dissertação realizada em 4 out. 2023.

O modelo de produção de *Todas as flores* provoca mudanças no modelo clássico da telenovela brasileira, a que estávamos acostumados desde os anos 1960. A *tecnicidade* é uma mediação presente nas escolhas da disponibilização e dos modos de circulação da obra que faz uma relação entre as lógicas de produção e os formatos industriais propostos por Martín-Barbero (2004), mostrando como a tecnologia molda a cultura e interfere nas práticas sociais dos meios que visam o lucro. Logo, o conteúdo se adapta aos novos contextos em que os meios estão inseridos.

Assim como outras tramas da TV Globo, as gravações da novela começaram meses antes da estreia, possibilitando ajustes e organização para os ganhos no ritmo de produção. Entretanto, logo após o final do primeiro bloco de capítulos, encerraram-se as gravações, que atrasaram devido a casos de Covid-19 na equipe e ao incêndio que destruiu a loja Rhodes construída na cidade cenográfica da novela (Acidente..., 2021). Para evitar o vazamento da segunda parte, a emissora montou um esquema de segurança em que gravou cenas específicas com o elenco e a produção reduzidos, como aconteceu no caso de um enterro, em que poucas pessoas sabiam qual personagem estava dentro do caixão. O enterro em questão foi referente à morte de Humberto (Fábio Assunção), um personagem importante para a trama (O Globo, 2021).

Contrariando o conceito de obra aberta, explorado por Ricco e Vannucci (2017), tão característico das telenovelas por promover o diálogo com o público e suas expectativas, a trama se tornou uma obra fechada, sem possibilidade de mudanças em seu enredo, independente do gosto do público. Ao ser questionado sobre essa mudança, Carlos Araújo responde sobre os desafios que enfrentou na direção:

Não ter a troca com a audiência, que é algo que acontece normalmente na TV aberta, foi, num primeiro momento, uma incógnita, mas utilizei todo meu repertório para pensar no público. Não acho que *Todas as flores* chegou a sofrer com isso, apesar de toda a expectativa que sempre esteve presente. Foi um desafio intenso que resultou num sucesso.²⁴

Entretanto, não é isso que aponta nosso grupo de entrevistados. Não só durante as entrevistas, mas também em conversas informais sobre a novela, foi possível observar um grande descontentamento do público com a sequência narrativa que a obra seguiu na segunda parte. Alguns apontaram que a trama parecia estar correndo para

²⁴ Entrevista para a dissertação realizada em 6 nov. 2023.

acabar e deixou furos importantes nos capítulos finais. “Voltei a assistir com a mesma intenção, mas a segunda parte não me pegou. Achei que as tramas se perderam um pouco, pareceu tudo meio jogado, sabe? Achei que tudo deu uma caída e parecia que estava para acabar a qualquer momento””, conta AB 25.

Esse discurso foi complementado por outra questão apontada pela pesquisa. A divisão da novela em duas partes também não agradou, o que ficou marcado nas respostas de entrevistados que tinham entre 36 e 49 anos e que já estavam mais acostumados com o modelo tradicional de assistir à televisão – com exibição sequencial da obra completa, como apontado nos discursos abaixo:

Para mim, não foi legal. Como eu falei das séries, eu não gosto dessa coisa picada. Você está ali naquela emoção, com o pensamento focado naquilo, e aí rola uma ruptura. Eu não gosto e prefiro seguir naquela vida, afinal você está vivendo a vida daquelas pessoas, né? (...) Então, eu não sou a favor desse formato. Eu prefiro que seja uma coisa contínua, mas eu entendo que eles existem por uma questão de estratégia das empresas (TM 40).

No intervalo, eu achei que eu não fosse voltar a assistir. Achei que deu uma esfriada legal. Novela não é série, é bom sempre a gente reforçar isso. Eu não voltei a assistir da mesma forma que eu vi a primeira parte. Na verdade, quando *Todas as flores* retornou, eu ainda fiquei resistente a retomar a novela, eu acho que levei uns 15 ou 20 dias para voltar a assistir. Eu decidi voltar por conta das redes sociais e de comentários de amigas que me deixaram curiosa para ver. (...) Eu não gostaria de assistir novamente a uma novela que fosse dividida. Como a gente sempre fala: novela é novela, série é série. Então, se a proposta é fazer uma novela que seja para o streaming, que seja mais curta e com capítulos mais compactos, acho que o caminho é esse. Mas você colocar uma ruptura de intervalo tão grande eu acho que não combina e acho que não é necessário. Eu espero que esse caso tenha ficado guardado entre as estratégias do Globoplay porque não foi legal, eu acho que me afastou bastante (CL 44).

A estratégia da emissora foi fazer o intervalo durante o período de exibição do Big Brother Brasil 23, de janeiro a abril, *reality show* que provoca muitos acessos conjuntos ao Globoplay. Considerou-se que os acessos simultâneos poderiam gerar danos consideráveis na audiência da novela e até mesmo no sistema operacional que mantém a plataforma no ar, mas o descontentamento não ficou apenas na divisão da narrativa. Muitos apontaram uma quebra no fluxo da história que não agradou ao público em sua totalidade, com um tom bem diferente da primeira fase. CL 44 complementa: “Eu achei que atrapalhou demais a narrativa, a construção dos personagens e os arcos da história, tinha alguns trechos que eu não lembrava o que tinha acontecido anteriormente, então eu não curti”.

Já no discurso dos entrevistados entre 20 e 35 anos, a pausa foi observada como um movimento mais natural, e eles demonstraram um saudosismo positivo neste hiato, como se fosse a estreia da segunda temporada de uma série de televisão.

Eu sonhava com essa volta, mas eu acho que foi bom porque a novela parou exatamente em um momento muito importante da narrativa, que foi uma transição da menina moça que ia fazer a sua vingança, que é a fase do declínio da novela em que ela começa a cair para finalizar. Então eu estava muito ansiosa para saber como seria a Maíra vingativa. Eu acho que fiquei ainda mais assídua do que antes, eu já tinha me envolvido com a narrativa (EM 24).

Para levar o público novamente à plataforma para assistir à segunda parte da novela, houve um relançamento da trama em outro tom. As artes de comunicação publicitária institucional ficaram mais escuras e sombrias, diferentes da cartela de cores solar utilizada na primeira fase – como mostra a figura 4 –, marcando bem o momento em que a história retornaria: de vingança. Outra estratégia adotada pelo Globoplay foi a disponibilização de cinco resumos sequenciais sobre a novela semanas antes do retorno. Desta forma, o público pôde recapitular e retomar os acontecimentos da narrativa. “Quando voltou, no início da segunda parte, eu vi os resumos que eles disponibilizaram com as partes que eu não tinha visto. Aí eu lembrei e voltei a assistir tudo. E depois fui até o final direito” (IM 34).

Figura 4 - Key Visual *Todas as flores* primeira e segunda parte, respectivamente



Fonte: Gshow, 2022. Disponível em: <https://gshow.globo.com/novelas/todas-as-flores/noticia/veja-o-poster-oficial-de-todas-as-flores.ghtml>

Apesar de apresentar as características clássicas de uma novela, *Todas as flores* tem rupturas significativas no formato que provocam uma aceleração no ritmo da narrativa. É fundamental uma reflexão sobre as implicações imersas nas lógicas de produção e nos formatos industriais que foram praticados pela emissora e interferidos diretamente pela organização da distribuição da novela. Todos os núcleos da narrativa estão interligados, e seus acontecimentos são direcionados para interferências na trama central; sendo assim, os poucos núcleos e a pequena quantidade de personagens colaboram para uma história mais fluida e conectada. A cada semana, muitos acontecimentos marcantes, com mudanças grandes na trama, estão presentes a cada bloco de capítulos, o que faz com que o espectador não queira perder nenhuma informação do desenvolvimento para seguir entendendo o enredo. Em uma novela tradicional, de 180 capítulos, por sua vez, a sequência de acontecimentos é lenta, didática e repetitiva a cada semana.

Outra característica clássica do folhetim é a presença de bons ganchos. Como explica Svartman (2023), são sequências impactantes ao final de cada capítulo que fazem com que o público queira continuar assistindo à trama. Em *Todas as flores*, a velocidade com que esses ganchos são retomados e solucionados aguça ainda mais a curiosidade de novos acontecimentos e rompe a estrutura clássica das telenovelas. A ficção do *streaming* traz ainda dois outros tipos de ganchos para além daqueles no final de cada capítulo: os ganchos no final de cada bloco, de médio impacto, e o gancho no final da primeira parte da novela, de grande impacto, que aqui serão explorados em seus diferentes níveis. Ao final de cada bloco, dada a agilidade da audiência em assistir rapidamente aos cinco capítulos disponibilizados, era necessário um gancho de nível de médio prazo que levasse a assiduidade do público até a próxima semana, como aconteceu, por exemplo, com o gancho do primeiro bloco em que Vanessa leva Maíra para conhecer seu namorado, Rafael, e, ao chegar no restaurante, ele descobre que as duas são irmãs. Até então, Rafael e Maíra estavam se conhecendo melhor, mas ela não sabia que ele era namorado de sua irmã, e ele não sabia que as duas eram irmãs.

Por sua vez, o gancho de grande impacto, utilizado no final da primeira parte da novela, precisou exercer uma função a longo prazo – como ocorre nas séries – para que o público mantivesse viva a memória do último capítulo e aguardasse por quatro meses para ver a continuação da história. Neste caso, a última cena da primeira parte da novela mostra a cirurgia de Maíra, em que ela voltaria a enxergar parcialmente para se vingar de Zoé. A cena, de certa forma, surpreendeu o público, já que a possibilidade da cirurgia da personagem surgiu no mesmo bloco de capítulos e marcaria a maior virada no enredo da novela, em que a mocinha mostraria um lado obscuro para fazer justiça com as próprias mãos – todos elementos essenciais para a construção do melodrama, segundo Martín-Barbero (1997).

Sendo assim, os ganchos a cada capítulo – que não estão no final do bloco – podem ser considerados de nível baixo, a curto prazo, já que rapidamente o público seguirá para um próximo capítulo sem perder a atenção. São ganchos mais óbvios, que não desafiam a inteligência do espectador e não marcam grandes viradas na trama. É o caso do capítulo 4, em que Vanessa leva Maíra para o heliponto de um prédio sem nenhuma proteção contra quedas. Neste momento, é óbvio que a irmã mais velha não

jogará a mais nova dali de cima, pois todos os dramas da novela acabariam. Em entrevista ao UOL Splash, o autor João Emanuel Carneiro reflete sobre suas características narrativas que conversam com o *streaming*.

Sempre fui conhecido por ser um autor muito inquieto, gosto de fazer cada capítulo como se fosse um filme, pensando no gancho final. Então, minhas novelas tinham um pouco da marca de uma série. Por isso, eu me encaixo nesse lugar do autor de novelas para o *streaming*. Para mim, cada capítulo é um desafio (Pavão, 2022).

A serialidade presente na trama permite novos arranjos e organizações dos acontecimentos, algo que não é comum nos modelos clássicos de telenovela, em que o espectador está acostumado com uma narrativa com repetições e com uma história pré-estabelecida e apresentada com detalhes antes de seu arco central. Svartman (2023) traz uma reflexão sobre o “tempo da narrativa” e as interferências que a plataforma dispõe para o consumidor. Com o digital, o espectador assume uma assistência mais ativa, pode controlar a exibição, alterando o tempo da narração e o discurso da obra.

Para o público, a presença de uma narrativa mais acelerada e com nuances para o modelo clássico da TV aberta ficou perceptível. É o que ressalta AB 25 em uma de suas falas durante a entrevista:

Eu gosto bastante da estrutura da telenovela, e agora, ela indo para o streaming, foi um pouco mudada, na minha percepção. É uma coisa mais encurtada que a TV aberta, que tinha muitos capítulos e muitas barrigas, então fica ainda uma linguagem de novela, mas também uma coisa que se aproxima das séries por conta mesmo da plataforma, mas que ainda é novela (AB 25).

Outra declaração que chamou atenção durante as entrevistas foi a de SG 66, em que ela afirma que, apesar de já ter assistido a toda a novela no Globoplay, ainda assim acompanhou a exibição da trama na TV aberta. Entretanto, o que sobressai no discurso é que a entrevistada afirma que achou a narrativa mais rápida quando foi apresentada na TV Globo. Ela ressaltou ainda que, durante a exibição da segunda parte da novela, achou a trama lenta. “Teve um momento que eu achei que estava muito arrastado e enrolado. Isso me deixou um pouquinho enjoada e parei de ver, mas depois eu voltei. A novela, quando arrasta muito os capítulos, me faz perder um pouco a vontade de assistir”, conta, contrariando as opiniões dadas pelo público mais novo.

Retomando a argumentação de Mittel (2012) sobre as narrativas complexas, *Todas as flores* se apresenta de forma híbrida entre as duas formas de serialidade.

Difere do modelo clássico de novelas, em que as histórias apresentam uma sequencialidade inicial e crescente que, em determinado momento, é interrompida para apresentação do drama e segue com altos e baixos até o final da trama. Em relação à nova forma de arranjos narrativos inseridos na novela, Rocha e De Almeida Ferreira (2023) dividem a narrativa em quatro modelos de serialização: o primeiro é o *interativo*, em que as narrativas terminam no final do episódio; o segundo, *espiral*, em que o episódio apresenta conclusões e mantém relação com outros; o terceiro, *quase-saga*, em que as histórias são expandidas por vários episódios com arcos narrativos próprios; e, por fim, a *saga*, em que os episódios se conectam entre si. “Ou seja, na telenovela é preciso conhecer a parte anterior para conseguir compreender a atual e cada parte vai acrescentando camadas ao enredo como um todo” (p. 13). Portanto, podemos perceber que *Todas as flores* se enquadra na narrativa de saga e na serialidade, já que apresenta tramas com arcos dramáticos semanais e quinzenais que se costuram e se complementam, sendo apresentadas em momentos estratégicos para manter o fluxo e a temperatura do enredo, trazendo uma progressão para a história.

4.3.2 – Ritualidade: as mudanças no consumo

A partir da mediação apresentada anteriormente, é inegável o desenvolvimento de um novo hábito de consumo das telenovelas com as novas possibilidades das plataformas de *streaming*. A *ritualidade*, proposta por Martín-Barbero (2004), está presente entre os Formatos Industriais e as Competências de Recepção e Consumo, relacionando as formas de interação e os hábitos individuais com o tempo e o espaço dos meios de comunicação.

Como já relatado anteriormente, o consumo de televisão sai da sala de estar, com uma disposição coletiva, para uma prática mais privada e individualizada (Casetti e Odin, 1990), em que a conversa não está acontecendo com uma companhia ao vivo, mas com pessoas nas redes sociais, como será mostrado na próxima mediação. O hábito tradicional de assistir à telenovela esteve presente no discurso dos entrevistados, que destacaram que o ritual de se reunir na sala de casa junto com a família traz uma

memória nostálgica. Não apenas em um único grupo de entrevistados, mas em todas as três divisões foi ressaltada uma memória afetiva familiar com o hábito de assistir a telenovela. “Eu comecei a assistir à novela muito pequena. Ela sempre fez parte da minha vida porque eu sou de uma geração que só tinha a TV aberta, então eu me lembro muito de, quando era criança, ficar abrindo um olhinho para ver *Vale tudo*, porque não era para minha idade” (RR 41).

Outro ritual que apareceu no discurso de uma entrevistada foi uma preparação festiva para assistir à novela – que se diferencia de um hábito cotidiano rotineiro. LM 25 conta que, toda quarta-feira, buscava se reunir com seus amigos para assistir aos capítulos disponibilizados. “Era um evento para mim. Às vezes, eu me juntava com meus amigos aqui em casa para abrimos um vinho e pedirmos uma pizza para assistirmos a *Todas as flores*. Várias vezes eles vieram, a gente se sentava no sofá, começávamos no primeiro e só acabava no quinto”, conta. Além disso, resalta um hábito serializado ao afirmar que o grupo combinava de não assistir aos capítulos faltantes sem estarem juntos, resgatando um hábito clássico de consumo de novela.

Como era quarta-feira e, no dia seguinte, muita gente trabalha, a gente combinava de se encontrar de novo no sábado para terminar de assistir. Era um terror para mim. Às vezes eu queria roubar, né? Queria assistir antes, mas na maioria das vezes eu respeitava em nome da amizade. (LM 25)

O conceito de maratona a novela – assistir assiduamente aos capítulos em sequência – esteve presente no discurso de todos os entrevistados, alguns mais intensos, e outros mais cautelosos. Foi comum ouvir que todos os capítulos do bloco semanal eram vistos de uma só vez e que o principal motivo que os levava a não concluir o ciclo de cinco capítulos era o sono ou o fato de precisar trabalhar no dia seguinte. Nas redes sociais, era constante notar comentários relativos ao hábito de maratona, como se os usuários estivessem falando de uma série, assim como o planejamento de eventos estava presente em muitos comentários ao afirmarem que estavam deixando de fazer outras coisas e preparando um cenário de conforto para assistir ao bloco de capítulos.

Para Martín-Barbero (2004), as *ritualidades* contêm ações como o olhar, o escutar e o ler, que regulam a interação entre os espaços. Entretanto o autor afirma que a imposição de regras pelos meios na constituição dos formatos industriais interfere na significação do conteúdo. Porém resalta que é fundamental a relação entre formatos

industriais e as competências de recepção, ou seja, leva em consideração a produção de sentido entre o texto e o contexto midiático televisivo.

O grupo 3, com a faixa etária com mais de 50 anos, relatou que manteve seus tradicionais hábitos de consumo de novela: dentro da rotina, assistindo no horário exato em que estava passando na programação linear, mas que o arquivo disponível no Globoplay foi boa alternativa para que pudessem ver os capítulos que perderam por não conseguirem assistir no horário linear. “Eu sempre gostei de assistir ao mesmo tempo que novela está sendo exibida [na TV aberta]. Depois eu passei a ver os capítulos eu tinha perdido no Globoplay, mas custei a me adaptar a isso. Hoje eu faço com frequência”, conta SG 66.

Já a outra integrante do grupo, SS 63, reforça a preferência por assistir às novelas na própria TV aberta, mas, por coincidência, durante a entrevista, ela relatou que sua TV havia dado problema e que estava sem assistir. “Quando eu estava ocupada no horário da novela, depois eu via no Globoplay pelo celular, como faço até hoje, mas não deixei de ver na TV para ver no Globoplay não. Eu prefiro ver na TV, mas, com essa televisão quebrada, de que te falei, não dá. Agora estou vendo no celular”.

Com base nos discursos apresentados acima, é possível perceber que o grupo com uma faixa etária maior aproveita os recursos das plataformas e dos dispositivos digitais quando assistem a um capítulo perdido, mas sem perder seus hábitos de consumo primários que vinham sendo construídos desde a infância. Ou seja, ainda há um valor agregado no ato de assistir à novela na TV aberta com horário fixo.

4.3.3 – Socialidade: a novela nas redes sociais

Desde que os primeiros capítulos de *Todas as flores* chegaram à plataforma do Globoplay, os internautas recorreram ao humor para comentar, rir e avaliar a trama da novela. Foram inúmeros os memes²⁵ e as *trends*²⁶ que circularam e movimentaram as

²⁵ É uma mensagem quase sempre de tom irônico, que pode ou não ser acompanhada por uma imagem ou vídeo e que é intensamente compartilhada por usuários nas mídias sociais.

²⁶ Significa “tendência” e dá nome aos conteúdos que atingem um pico de popularidade nas redes sociais por certo tempo.

redes sociais e marcaram as torcidas por personagens, a irritação com alguns deles e as viradas de trama. Zoé (Regina Casé), Vanessa (Letícia Colin), Maurîtânia (Thalita Carauta) e Judith (Mariana Nunes) foram as personagens que mais renderam frases e momentos engraçados nas redes, como mostrado abaixo, na figura 5.

Figura 5 - Memes de *Todas as flores*



Fonte: X (Twitter)

As conversas geradas pelas novelas, que antes eram nas salas com as famílias reunidas no sofá, agora acontecem nas redes sociais, em que cada um pode expressar suas opiniões, independentemente da audiência – usando não só as palavras, mas também imagens, memes, vídeos do universo da narrativa. Assim, a conversa ganha outra proporção e ultrapassa as barreiras demográficas, mas continua inseridas em um ambiente público de debate, como foi observado por Lopes (2009).

Com as redes sociais e as possibilidades dos ambientes audiovisuais digitais, o telespectador pode criar uma história própria a partir da matriz original, gerando uma nova forma (personalizada) de assistir ao conteúdo (Jenkins, 2006). Os fãs recortam determinadas tramas das novelas e constroem o próprio tempo narrativo. Por exemplo, é fácil encontrar na plataforma YouTube vídeos específicos de casais de novelas, apenas com cenas que contemplem os dois personagens, ignorando todo o restante dos

núcleos. O mesmo pode ser feito os recortes dos capítulos disponibilizados no Globoplay (Svartman, 2023).

É possível que muitos espectadores, agora diante da possibilidade de assistir apenas à trama que os interessa, prefiram assistir a telenovela por trechos do que na íntegra, escolhendo sua narrativa por uma lógica própria. É a novela customizada. Isso traz novas possibilidades distintas de espetatorialidade de uma telenovela (p. 207).

Alguns dos entrevistados relatam que muitas vezes assistiam à novela com o celular na mão, acompanhando os comentários no X, antigo Twitter. Esse hábito esteve presente nos discursos dos grupos 1 e 2, que juntos abrangem a faixa etária de 24 a 49 anos. Já as duas entrevistadas do grupo 3 pouco falaram sobre a presença da novela nas redes sociais.

Neste ponto é importante recorrermos novamente ao conceito de laço social, de Wolton (1996), em que o ato de assistir à televisão mobiliza milhões de pessoas, pautando as conversas sobre os assuntos abordados nos conteúdos televisivos e gerando no espectador a sensação de pertencimento a uma comunidade imaginada. Trazemos aqui a fala de uma das entrevistadas que exemplifica exatamente o conceito explorado por Wolton:

A maioria das vezes eu vi tudo no mesmo dia. Foram poucas vezes que eu consegui dividir. O que eu acho que foi diferente é porque tinha uma repercussão quase que de TV aberta. Por mais que fossem cinco capítulos por vez, parecia que todo mundo assistia ao mesmo tempo. Não parecia que eu estava assistindo sozinha, igual era a minha maratona ali na pandemia. A gente comentava e se segurava para falar com o outro. (NM 35)

Toda essa empolgação do público nas redes traz uma nova questão apontada durante as entrevistas da pesquisa: os *spoilers*, ou seja, a revelação antecipada de partes da trama. Os entrevistados relataram uma preocupação com os *spoilers* nas redes sociais nas semanas em que não conseguiam assistir a todos os capítulos em um só dia. Durante o período de distribuição, era comum ver um movimento de antecipação da trama dos últimos capítulos por parte da imprensa. Os jornalistas avançavam direto para o último episódio dos blocos em busca de furos de notícias que acabavam antecipando a narrativa para o telespectador. O mesmo acontecia nas redes sociais oficiais da novela e da TV Globo, em que eram publicados conteúdos referentes àquele bloco de capítulos para encaminhar o público para a plataforma de *streaming*.

Enquanto eu não assistia, eu não olhava o Instagram porque uma vez eu peguei alguns spoilers. Agora não vou lembrar qual exatamente, mas eu entrei no Instagram para ver e tinha um videozinho, aquele que às vezes o Instagram da TV Globo posta. Eu falei: caraca, não acredito que isso aconteceu, e eu estou vendo assim. (LM 25)

Outra entrevistada compartilha o mesmo sentimento e evita a navegação nas redes para fugir dos *spoilers*, mas não renuncia à opinião dos críticos sobre as obras.

Eu não gosto de spoiler. Então eu não acompanho nada das novelas nas redes. Eu acompanho, por exemplo, quando tem o primeiro episódio, aí eu adoro ler as críticas para saber o que os críticos pensaram e para saber como a minha visão se assemelha à do crítico – o que ele viu que eu também vi ou se ele viu algo em que eu não reparei e que pode me chamar atenção em um próximo capítulo. (TM 40)

Entretanto, historicamente, as telenovelas exibidas em TV aberta constantemente têm suas tramas antecipadas em colunas de televisão e nas redes oficiais das emissoras – muitas vezes até de forma exagerada –, com o intuito de levar audiência para a frente da tela. Até mesmo os resumos de cada capítulo são divulgados até hoje para as revistas e os jornais setorializados. Devido ao tempo de exibição de uma novela, a antecipação de narrativas serve para trazer ou reconquistar um telespectador que não consegue acompanhar a trama na sua totalidade (Briglia e Barreto, 2016). Para além da mídia tradicional, o público também adianta detalhes da trama assistida nas redes, principalmente no X, antigo Twitter. Segundo Jenkins (2006), esse grupo pode ser chamado de consumidores fiéis, que conhecem tão bem as narrativas que conseguem divulgar com mais propriedade seus próprios conteúdos sobre as obras audiovisuais. Já Eco (1994) analisa esse telespectador como um “leitor de segundo nível” ao afirmar que, para entender uma obra por completo, o público precisa prestar atenção em estruturas e intertextos possíveis inseridos no contexto audiovisual. É um telespectador muito atento aos detalhes da narrativa, que – atualmente nas redes sociais – compartilha um saber privilegiado (Motter e Mungioli, 2006).

Jenkins (2006) afirma que o *spoiler* tem uma importância considerável na audiência das séries. Quando usado em momentos estratégicos de divulgação e em formatos atrativos de conteúdo, o *spoiler* aguça a curiosidade do público pela narrativa. Entretanto é preciso ressaltar as delicadezas de se antecipar um conteúdo decisivo ou resoluções finais de tramas. Há uma necessidade de se manter o caráter exclusivo de exibição, gerando a expectativa sobre o final da história.

Assim, acredita-se que a preocupação com *spoilers* em *Todas as flores* seja uma herança da cultura das séries (Silva, 2012), em que alguns telespectadores evitam – ou não – ser impactados por conteúdos de determinado momento da narrativa. A tendência também foi observada pelos executivos do Globoplay, que decidiram mudar a estratégia de exibição dos últimos capítulos da trama com o objetivo de evitar vazamentos, como já foi detalhado anteriormente (Bittencourt, 2023).

A última semana de exibição chegou a ter capítulos exibidos em tempo real para o público, uma estratégia curiosa para a plataforma, que recorre ao modelo tradicional de distribuição das novelas. Na reta final da trama, o Globoplay anunciou que, em determinado horário, começaria a exibir o capítulo da novela ao vivo e só depois ele estaria disponível para consumo por livre demanda. Desta forma, o público teve acesso ao mesmo tempo que a imprensa, evitando a antecipação de acontecimentos para quem não gosta.

Todos esses fenômenos reforçam a chamada “cultura participativa”, que Jenkins (2006) entende como um fenômeno decorrente da relação entre as tecnologias, os conteúdos que os consumidores produzem e as alterações no mercado audiovisual.

A expressão cultura participativa contrasta com noções mais antigas sobre a passividade dos espectadores dos meios de comunicação. Em vez de falar sobre produtores e consumidores de mídia como ocupantes de papéis separados, podemos agora considerá-los como participantes interagindo de acordo com um novo conjunto de regras, que nenhum de nós entende por completo. Nem todos os participantes são criados iguais (JENKINS, 2006, p. 30).

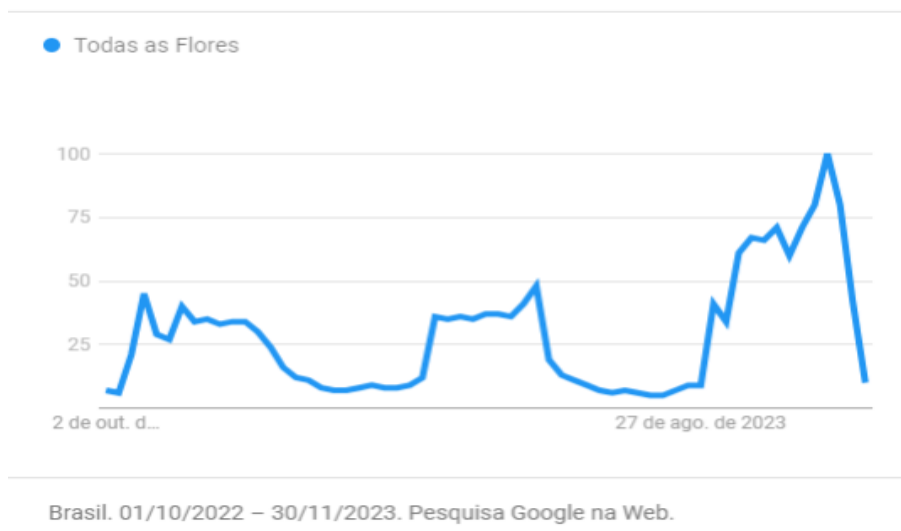
Sobre a presença da novela na TV aberta, também há dados importantes que precisam ser considerados. Ao serem perguntados sobre a presença de *Todas as flores* na grade da TV Globo, a maioria dos entrevistados foi categórica ao afirmar que não estava acompanhando a novela. Entre os principais motivos, estão o horário de exibição e a repetição do conteúdo. Entretanto alguns assumem que, quando a televisão está ligada, eles param para dar uma olhada nas cenas. Isso está presente na fala da entrevistada JL 29.: “A TV fica ligada quando eu não tô assistindo nada em nenhum *streaming* e aí, quando tá passando, de vez em quando eu olho. Ontem mesmo passou uma cena ótima, a da Vanessa bebendo no bar, e eu reví, porque eu amo aquela cena, e até comentei no Twitter”. Um único entrevistado afirmou que começou a assistir à

novela na TV aberta e migrou para o *streaming* para acelerar a velocidade com que assiste aos capítulos.

Entretanto, um dado curioso é o volume de pesquisas sobre a novela no Google. No período de outubro de 2022 – quando a divulgação da estreia da novela foi intensificada – até o final de novembro de 2023 – mês em que o último capítulo da novela foi exibido na TV aberta –, muitas oscilações nas buscas aconteceram, deixando claros os períodos de maior evidência enquanto novos capítulos da novela estavam sendo disponibilizados na plataforma e durante todo o tempo de exibição na TV Globo. No gráfico representado na figura 6²⁷, o pico de pesquisas relativas à novela é exatamente na última semana de exibição na TV aberta, reforçando o poder e relevância do público *off streaming*. Na TV Globo, a exibição de *Todas as flores* teve uma média de 17 pontos de audiência em São Paulo e 19 pontos de audiência no Rio de Janeiro, enquanto no Globoplay, a título de comparação, a temporada de 2023 do *Big Brother Brasil* – o principal produto da TV Globo – alcançou 19 pontos de audiência em São Paulo e 22 pontos de audiência no Rio de Janeiro.

²⁷ Os números representam o interesse de pesquisa relativo ao ponto mais alto no gráfico de uma determinada região em um dado período. Um valor de 100 representa o pico de popularidade de um termo. Um valor de 50 significa que o termo teve metade da popularidade. Uma pontuação de 0 significa que não havia dados suficientes sobre o termo.

Figura 6 - Volume de pesquisas no Google entre a estreia no Globoplay e o fim da exibição na TV Globo



Fonte: Google Trends

É claro que isso está diretamente ligado ao fato de que o número de domicílios com a presença de televisores é muito maior do que os domicílios com plataformas de *streaming*. É importante ressaltar que no Brasil, segundo o IBGE, 43,4% dos lares tiveram acesso a serviços diversos de *streaming* no ano de 2022, enquanto 91,6% dos domicílios brasileiros tinham recepção de sinal analógico ou digital de televisão aberta (Streamings..., 2023).

4.3.4 – *Institucionalidade*: o *streaming* e as novas espetatorialidades

Para Martín-Barbero (2004), a *institucionalidade* parte da forma como as instituições moldam e são moldadas, influenciando nos modelos de produção, distribuição, consumo e cultura. Ou seja, para ele, essa mediação representa um conjunto de regras e práticas que organizam a vida social e cultural. Desta forma, com as novas formas de consumo, a *institucionalidade*, que até então estava bem pautada e definida na rotina dos telespectadores e das produções, passa a sofrer transformações como a descentralização do poder em relação às telenovelas, a participação da

audiência em várias esferas digitais e as novas narrativas que podem ser apresentadas a partir da influência do público.

Como já abordado no primeiro capítulo, com a chegada das novas plataformas de *streaming*, a TV Globo mudou suas formas de empregabilidade de atores, alterando os contratos de boa parte do elenco da emissora, retirando a exclusividade de imagem e assinando-os por cada obra produzida. Desta forma, os artistas podem ser vistos também em outras plataformas, descentralizando a imagem da emissora (Guaraldo, 2023). Outro ponto é a produção de telenovelas, nos mesmos moldes da líder de audiência, por outras plataformas de *streaming* de vídeo, aumentando a variedade de conteúdo que o público pode acessar.

É possível observar que alguns objetivos do Grupo Globo com os altos investimentos na plataforma Globoplay e a produção de conteúdo original estão relacionados às possibilidades de transformar a experiência espectral. Por meio da plataforma, o público tem a oportunidade de escolher como e onde montar sua própria programação televisiva (Amaral, et al, 2021), além de interferir nas temporalidades ao criar narrativas personalizadas para determinado produto, como mostrado na mediação da socialidade.

O *streaming* de vídeo trouxe, ainda, mudanças no formato de produção da novela. Com a trama fechada e toda gravada previamente para a plataforma, *Todas as flores* perdeu uma das principais características da telenovela: ser uma obra aberta (Eco, 1962).²⁸ Sendo assim, o termômetro da audiência (nos moldes da TV aberta) não serviu para mudar a trama oficial, mas funcionou como uma estratégia para ações nas redes sociais para a divulgação de outra janela de exibição, a TV Globo. O contrário acontece com uma obra aberta que está sendo exibida na grade linear e, atualmente, tem uma maior participação e influência do público com os comentários nas redes sociais. O modelo demarca a necessidade de instaurarmos novas metodologias para reinterpretar o conceito de audiência e os parâmetros de sucesso de um produto ficcional (Lemos, 2023). Em entrevista, Leticia Colin afirma que não acredita que a trama tenha sido pensada para ser uma obra aberta.

Eu acho que o João [Emanuel Carneiro] não fazia exatamente uma obra aberta. Tenho a impressão de que ele já tinha o caminho pensado, com mais nuances e com mais momentos e desdobramentos das histórias, de como a gente já conhecia e de como elas chegaram até o fim. Eu não acredito que ele seja um autor que se adapta à expectativa das pessoas. Acho que ele faz como um livro, sabe? Disseca em 80 e poucos capítulos, e a pessoa vai ter aquela experiência. Cada autor escreve de um jeito, tem gente que vai a partir da pesquisa de opinião, por exemplo. Agora a gente tem muito esse retorno imediato das redes sociais, do Twitter. Então eu tenho a impressão de que isso não se aplica na nossa obra.²⁹

Colin também aponta mudanças nos formatos de gravação. Por ser disponibilizada em blocos de cinco capítulos semanais, *Todas as flores* – quase – abandonou o recurso de *flashbacks* tão comum em tramas lineares para recapitular momentos importantes e decisivos da narrativa para o telespectador. Com isso, a atriz discorre sobre as diárias de gravação, que tinham um volume de cenas entre os roteiros de uma novela e uma série, mas ressalta que todas as gravações eram muito intensas, já que os atores não precisavam ficar recontando a história dos personagens. Sendo assim, as cenas, em sua maioria, eram de acontecimentos marcantes.

Para a gente fazer 85 capítulos em cinco meses, foi bem agitado. A gente gravava umas 15 cenas por dia, o que é um desafio. Geralmente, nas novelas, a gente grava 25 por dia e, em uma série, a gente grava cinco. Então, estávamos realmente no meio da régua, mas ainda assim era um volume muito intenso para você ter que decorar as cenas e pensar na construção de cada uma e do que ela tem que ter, provocar, de como elas têm que ser diferentes entre si, de como podemos torná-las mais interessantes. Nós tínhamos uma coisa a nosso favor, que era, como nós tínhamos esse formato do João de ser uma novela muito ágil e que tem essa influência da série, é que não tinha uma repetição dos acontecimentos. Geralmente, em uma novela tradicional, a gente fica contando o que o personagem fez no capítulo anterior. Então a gente tinha muitas cenas em que as coisas aconteciam e mudavam. Cada cena tinha um acontecimento importante. Isso é uma das características do trabalho do João e acho que um dos pontos do sucesso dessa série.³⁰

Feita nos moldes e investimentos de uma novela tradicional das nove, mas com exibição para o *streaming*, os custos de produção de *Todas as flores* dependeu de ampla abertura para novas possibilidades de ações publicitárias para fechar a conta de produção junto com as assinaturas do Globoplay (Bittencourt, 2022b). Desta forma, a institucionalidade presente na relação entre as matrizes culturais e as lógicas de

²⁹ Entrevista para a dissertação realizada em 4 out. 2023.

³⁰ Ibidem.

produção trouxe inovações para o mercado publicitário, visando a lucratividade da plataforma e a inserindo na narrativa.

Na TV linear, a presença de anúncios publicitários se concentra, em sua maioria, no intervalo da programação e em ações de *merchandising*, que são fechadas bem próximas da exibição na televisão, e as marcas tentam se inserir de forma natural na trama. Outro formato são os anúncios de *branded content*, em que é construída uma narrativa em torno do produto da marca para se inserir no conteúdo de forma mais sutil (Siciliano et al, 2023). Uma história bem contada, que conversa diretamente com um público-alvo, atrai facilmente marcas, afinal esse é o objetivo do conteúdo de entretenimento para televisão (Ricco e Vannucci, 2017).

Mas o fato que queremos ressaltar aqui é que a presença de telenovelas no *streaming* é uma questão que apresenta grandes desafios para o mercado publicitário, já que uma das características do *streaming* é o apelo pela não interrupção do conteúdo para a divulgação do anunciante. Sendo assim, as ações e estratégias publicitárias também sofreram mudanças por conta do novo formato, mas permitiram novas oportunidades de ações. A Natura, principal patrocinadora da novela, que desde o início do enredo traz a perfumaria como um de seus temas, esteve presente até o último capítulo da trama dentro da história do núcleo principal, composto pela perfumista cega Maíra e pelo mocinho Rafael. Renata Fernandes, diretora de produtos publicitários digitais da Globo, em entrevista ao Meio & Mensagem, ressalta os desafios de se fazer uma ação que pode gerar impactos a longo prazo no público, o que a executiva encara como uma vantagem para as marcas:

No linear, a ação de *merchandising* é exibida muito próximo à produção, com data certa para ir ao ar. Já as obras desenvolvidas pela Globo para o streaming têm cauda longa de consumo, tanto pela própria natureza VOD do streaming, em que o público escolhe quando assistir, como pela estratégia de janelas da empresa. As marcas ganham, com isso, oportunidade de impactar o público em muitos momentos, além do período de estreia (Farias, 2023).

Infelizmente, não foi possível obter acesso ao plano comercial da novela em sua totalidade, porém é possível observar que a estratégia do setor comercial da emissora foi inserir as marcas ao longo da trama devido à ausência de intervalos comerciais. As cotas oferecidas no plano comercial chegaram a valer sete milhões de

reais – segundo informações publicadas pela imprensa –, incluindo ações no meio da novela e no ambiente digital da plataforma (Bittencourt, 2022b).

Desde o início desta pesquisa, conjecturamos se o enredo principal da trama havia sido pensado e desenvolvido para a Natura, devido à presença da marca de forma constante e muitas vezes explícita na ficção, que optou por mostrar constantemente os padrões produtivos reais da empresa. A diretora de marketing da Natura, em entrevista ao site *Marcas Pelo Mundo*, respondeu que a empresa foi procurada pela emissora para uma parceria inédita em que o enredo da trama foi cocriado e desenvolvido dentro do universo da marca, reforçando seus valores e expertises. Ao ser exibida na TV aberta, a edição manteve todas as ações comerciais (Natura..., 2023).

Ao longo da história, a protagonista Maíra pôde se aperfeiçoar na profissão de perfumista destacando as características da marca a partir de uma experiência imersiva e sensorial. Na novela, ela participa de uma oficina olfativa ministrada por uma personagem inspirada em Verônica Kato, perfumista exclusiva da Natura, em que a mocinha precisa acertar quais são os cheiros em cada frasco. Como recompensa, ela ganha uma caixa com produtos naturais e brasileiros alinhados com o catálogo da Natura. Maíra também visita a sede da companhia, em Cajamar, em passeio romântico com seu par Rafael, personagem de Humberto Carrão. Neste caso, a empresa virou cenário para a trama, e a Natura incorporou a narrativa ficcional em seu processo real de criação de fragrâncias e perfumes.

O desfecho da novela também foi amplamente marcado pela interferência da Natura. No último capítulo, foram cerca de cinco minutos em torno do universo da marca. Na trama, Maíra e Rafael lançam uma linha de perfumes, em uma parceria entre Natura e Rhodes, com o intuito de ajudar na parte financeira da loja fictícia – a marca realmente lançou a linha de perfumes “Essencial Ato” em sincronia com a exibição na novela. Na cena, os personagens estão em uma festa de lançamento ambientada no Orquidário do Jardim Botânico, no Rio de Janeiro, com os produtos expostos e com diversas ativações de marca, como é possível observar na figura 7.

Figura 7 - Cenas do último capítulo da novela, em que a Natura esteve presente



Fonte: Globoplay

Nas redes sociais, a marca também teve Humberto Carrão e Sophie Charlotte como personalidades na campanha de lançamento da linha “Essencial Ato”. Os dois atores participaram ativamente com publicidades em seus perfis e no perfil da marca, como mostra a figura 8. Toda divulgação foi sincronizada com o lançamento do último capítulo no Globoplay. Como já abordado anteriormente, a novela foi exibida posteriormente na TV aberta, o que também trouxe desafios para as ações publicitárias, já que a obra já estava 100% gravada e sem possibilidades de reedições posteriores. As ações com a Natura também foram exibidas na TV aberta, e a campanha de divulgação se repetiu nas redes sociais no mesmo formato, mas agora chamando para a exibição na TV Globo.

Figura 8 - Publicações da campanha da Natura no Instagram da marca



Fonte: Instagram.

Disponível em: www.instagram.com/naturabrofficial/

Outra solução encontrada pela emissora que chamou atenção foi a inserção de uma ação publicitária que não esteve presente no *streaming*. A marca de sabão em pó Comfort inseriu comerciais na novela exibida na grade linear para divulgar o lançamento da nova linha de amaciantes para roupas Segredos. Como parte da divulgação, a empresa aproveitou para realizar inserções nos intervalos da programação, com peças protagonizadas pela atriz Mariana Nunes, que vive a personagem Judite na trama, falando sobre o produto. Além disso, a marca fez uma ativação no perfil do @tvglobos no Instagram em que a atriz brinca e relaciona o universo da novela com o conceito da linha. Também foram inseridos conteúdos sobre a marca no Globoplay. “A novela realmente tem uma conexão incrível com o nosso propósito e, por isso, o próprio enredo tão focado neste universo das fragrâncias se tornou propício para fazermos inserções do lançamento de Comfort Segredos”, comenta Beatriz Seabra, gerente de marketing de Comfort, em entrevista ao jornal Meio & Mensagem (Sacchitiello, 2023).

Figura 9 - Ação publicitária voltada para as redes sociais com o gancho na exibição na TV aberta



Fonte: Instagram TV Globo

CONSIDERAÇÕES FINAIS

As telenovelas conquistaram um lugar cativo no dia a dia dos brasileiros ao se tornarem uma forma de comunicação e entretenimento que gera profundas identificações com o público por meio de tramas marcantes que passeiam entre o romantismo, o drama, as questões sociais, a comédia e muitas outras temáticas. O telespectador se envolve com as histórias fazendo do gênero um grande sucesso nacional e internacional. Esse produto passou por diversas transformações e se adaptou a mudanças sociais e tecnológicas mantendo sua relevância para o cenário audiovisual brasileiro (Svartman, 2023). Nos últimos anos, as novelas estão passando por novas mudanças no contexto de produção e agora têm um consumo mais flexível com o crescimento dos *streamings* de vídeo.

A presente pesquisa buscou explorar de que forma as transformações e adaptações da telenovela para as plataformas de VOD criaram tendências, hábitos, novos formatos de produção e práticas de consumo. *Todas as flores* foi o objeto escolhido para ajudar a ilustrar a criação de um produto com ritmo próprio, muitas vezes ágil e ousado, que mantém o telespectador atento para não perder nenhum detalhe da trama.

O primeiro capítulo desta pesquisa passeou pela história da telenovela e mostrou como esse produto audiovisual passou por diversas transformações ao longo do tempo. Essas mudanças foram influenciadas, principalmente, pelo público, que ajudou a consolidar a telenovela brasileira como um produto único em conteúdo e formato, e pelas transformações tecnológicas, que atravessaram a barreira do espaço e do tempo e impactaram modelos de produção e práticas de consumo. Sendo assim, a telenovela pode ser entendida como parte importante da formação da cultura brasileira e de diversos imaginários sociais (Martín-Barbero, 1997).

Já no segundo capítulo exploramos o conceito de melodrama e observamos a presença da novela no dia a dia dos brasileiros, fazendo uma análise do hábito cotidiano e da expectativa dos telespectadores perante as tramas ficcionais. A construção desses vínculos fez das audiências agentes transformadores das narrativas. No terceiro tópico

da dissertação, examinamos de que forma a telenovela se hibridizou para ocupar um espaço preponderante em novas janelas de exibição. Trazemos também os desafios e inovações propostos pelo novo formato industrial e mercadológico dentro do sistema midiático, expandido sobretudo pelas plataformas de *streaming*. Outro ponto de reflexão foi a disputa com as séries americanas pela audiência e pela influência cultural.

Finalmente, no quarto capítulo, realizamos uma análise da primeira novela 100% original para o *streaming*, *Todas as flores*, abordando o novo modelo de negócios adotado pelo Globoplay e as novas formas de espetatorialidades. Colocamos em prática um estudo de recepção com 14 entrevistados voluntários e inserimos a novela no mapa das mediações de Martín-Barbero (1997). Cada mediação ajudou na categorização e na identificação de elementos e disputas que se dão dentro do novo formato de distribuição. Desta forma, procuramos destacar as mudanças na narrativa, os impactos da convergência midiática nas redes sociais, as novas escolhas operacionais e mercadológicas e o ato de “maratonar” uma novela como prática de consumo. Também observamos algumas mudanças da novela no *streaming* com relação ao modelo clássico do gênero, apontado por diversos autores como Martín-Barbero (1997), Maria Immacolata Vassallo de Lopes (2009), Flávio Ricco e José Armando Vannucci (2017).

Podemos considerar que os capítulos oferecem elementos para ajudar a responder às seguintes questões: Como a televisão brasileira pode se manter relevante, transformando-se, junto com a telenovela, com a chegada das plataformas digitais e do *streaming* e com as novas práticas de audiência? E como a telenovela pode estabelecer uma relação com um novo público, que já nasce conectado aos novos aparelhos tecnológicos e é pautado pelo imediatismo das produções de conteúdos digitais?

A observação participante e o estudo de recepção foram escolhas metodológicas para que a pesquisa pudesse entender um pouco como essas transformações estão ocorrendo, a fim de não cair em meras especulações ou mapeamento de tendências do audiovisual. Sendo assim, entrevistamos 14 voluntários e telespectadores de *Todas as flores* no *streaming*, o diretor artístico, Carlos Araújo, e a atriz Letícia Colin. Com os dados levantados, ancoramos a novela no segundo mapa das mediações de Martín-Barbero (2004), analisando-a nos âmbitos da *Técnica*, da

Ritualidade, da *Socialidade* e da *Institucionalidade*, relacionando os conceitos com o discurso dos informantes e com as entrevistas realizadas com os profissionais da telenovela.

A pesquisa *Media Trends e Predictions 2024*, do Kantar Ibope³¹, aponta caminhos interessantes para os conteúdos de entretenimento no mercado para o ano de 2024, que podem ser facilmente interpretadas a longo prazo. A instituição afirma que a adaptação de produtos para várias plataformas não tratará apenas da disponibilidade, mas da forma como as organizações aproveitarão as ferramentas oferecidas pelas plataformas e como monetizarão a audiência. Como exemplo, a pesquisa revela que a BBC está cruzando dados do comitê da Indústria do Reino Unido com seus próprios dados para entender a vida útil de determinada série da corporação. O estudo aponta, também, um futuro híbrido inclusive para as grandes transmissões ao vivo, como Olimpíadas e Eleições, uma vez que se aposta no crescimento do consumo sob demanda sem o desaparecimento do recurso do “ao vivo”, que muitas vezes o *streaming* não pode proporcionar ao telespectador.

A expansão televisiva e as novas possibilidades do ecossistema midiático trazem a necessidade de que as empresas procurem conhecer as atitudes e os novos hábitos de consumo de vídeo dos indivíduos, para além da sua própria plataforma. Sendo assim, o *streaming* demanda uma estratégia específica para a produção, a distribuição e a comercialização que obriga as empresas a repensarem desde a criação de conteúdo até os preços e táticas promocionais para se adequarem às características distintas do cenário de cada região. Quanto mais segmentado o conteúdo, mais fácil é a sua inserção entre os consumidores.

É possível perceber esse esforço das plataformas e emissoras para agradarem e se aproximarem do público televisivo já que, como afirma Svartman (2023), “o futuro da telenovela está nas mãos do telespectador, e o futuro da televisão brasileira está nas mãos da telenovela” (p.219). Desta forma, a telenovela se mantém um produto cultural relevante que desempenha um papel fundamental ao conectar a cultura popular, o local e o global. Em seus estudos, Martín-Barbero (1997) coloca a novela neste espaço de

³¹Media Trends e Predictions 2024 do Kantar Ibope. Disponível em: https://kantaribopemedia.com/wp-content/uploads/2023/11/Media_Trends__Predictions_2024_PT.pdf

negociação e interação entre diferentes culturas. É a partir das mediações culturais que ela realiza um intercâmbio com todo o mundo, gerando uma hibridização dos costumes e promovendo o diálogo entre o local e o global, levantando questões sociais que também ressoam em contextos distantes.

Os dados apresentados ao longo do desenvolvimento desta pesquisa mostram que a TV aberta continua relevante ao ocupar um lugar de destaque na sociedade, já que nem todos conseguem manter as assinaturas de tantos serviços de *streaming* por questões financeiras. Sendo assim, é necessário um maior investimento em tramas que conquistem um novo público para a telenovela, pensando em manter a longevidade desse produto em meio à população brasileira, além da grande atenção para questões sociais que transpassam gênero, classe e raça.

A jornalista Patrícia Kogut (2020) ressalta:

Quem gosta de afirmar que a novela é um gênero em extinção que foi engolido pelas séries americanas deve morder a língua. Isso ficou mais do que provado durante a pandemia. As séries são maravilhosas, mas ocupam outro compartimento no coração do público brasileiro. As novelas seguem num lugar de honra, e esse território só se ampliou nos últimos meses.

Há uma grande expectativa para as próximas telenovelas que estarão disponíveis em diversas plataformas virtuais presentes no Brasil. Apenas para este ano de 2024, há a previsão de estreia de mais quatro tramas produzidas e pensadas exclusivamente para o *streaming*: *Beleza fatal*, de Raphael Montes, e *Dona Beija*, de Daniel Berlinsky, na Max; *Pedaço de mim*, de Ângela Chaves, na Netflix; e *Guerreiros do sol*, de George Moura e Sergio Goldenberg, no Globoplay. Todas foram inteiramente gravadas sem opções de alterações, com um elenco misto e já conhecido do público.

Possibilidades não faltam para a inserção de um novo modelo mercadológico para a telenovela. Assim como as narrativas e linguagens se transformaram da literatura para o teatro, para o jornal, para o rádio e para a televisão, a telenovela segue em direção ao *streaming* adaptando-se aos novos tempos e objetivos comerciais.

Ao longo de todo o processo de construção de conhecimento que é uma pesquisa de mestrado, nos deparamos com muitas respostas, mas também com um número ainda maior de perguntas, o que me leva a pensar que este é apenas um ponto de partida para outras pesquisas, inclusive pela imediatividade do tema, que segue em

transformação. Por fim, é importante ressaltar que esta é uma primeira análise de uma primeira novela 100% voltada para o *streaming*. Se *Todas as flores* realmente inaugurou um novo formato de televisão e de consumo, apenas o tempo poderá dizer.

BIBLIOGRAFIA

2015 - LANÇAMENTO do Globoplay. **História Grupo Globo**, Rio de Janeiro, 26 nov. 2021. Disponível em: <<https://historia.globo.com/historia-grupo-globo/2015-2024/noticia/2015-lancamento-do-globoplay.ghml>>. Acesso em: 15 jul. 2023.

ACIDENTE nos estúdios Globo acontece em lugar onde incêndio foi mostrado na ficção. **O Globo**, Rio de Janeiro, 11 nov. 2021. Disponível em: <<https://oglobo.globo.com/cultura/noticia/2022/11/acidente-nos-estudios-globo-acontece-em-lugar-onde-incendio-foi-mostrado-na-ficcao.ghml>>. Acesso em: 12 fev. 2024.

ADORNO, T.; HORKHEIMER, M. **Dialética do esclarecimento**. Rio de Janeiro: Zahar, 1985.

AGUIAR, R. C. **Almanaque da rádio nacional**. Rio de Janeiro: Casa da Palavra, 2007.

ALENCAR, M. A telenovela como paradigma ficcional da América Latina. **XXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação**, 2005.

AMARAL, H. V. et al.. A adaptação do Grupo Globo ao negócio do streaming: o caso Globoplay. **Revista de Casos e Consultoria**, v. 12, n.1, 2021.

ANDERSON, B. **Imagined Communities. Reflexions on the Origins and Spread of Nationalism**. Londres: Verso, 1991.

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.

BITTENCOURT, C. Chefão do Globoplay explica por que 'Todas as Flores' ficou no streaming. **Notícias da TV**, São Paulo, 26 out. 2022a. Disponível em: <<https://noticiasdatv.uol.com.br/noticia/novelas/chefao-do-globoplay-explica-por-que-todas-as-flores-ficou-no-streaming-91500>>. Acesso em: 23 nov. 2023

BITTENCOURT, C. Por que 'Todas as Flores' mudou exibição de capítulos finais? Chefão explica. **Notícias da TV**, São Paulo, 30 maio 2023. Disponível em: <<https://noticiasdatv.uol.com.br/noticia/novelas/por-que-todas-as-flores-mudou-exibicao-de-capitulos-finais-chefao-explica-103314>>. Acesso em: 20 fev. 2024

BITTENCOURT, C. Todas as Flores muda estratégia para faturar milhões no Globoplay. **Notícias da TV**, São Paulo, 6 nov. 2022b. Disponível em:

<<https://noticiasdatv.uol.com.br/noticia/novelas/todas-flores-muda-estrategia-para-faturar-milhoes-no-globoplay-92189>>. Acesso em: 20 dez. 2023.

BORELLI, S. H. S.; MIRA, M. C. Sons, imagens, sensações: radionovelas e telenovelas no Brasil. **Intercom: Revista Brasileira de Ciências da Comunicação**, São Paulo, v. 19, n. 1, 2012. DOI: 10.1590/rbcc.v19i1.897. Disponível em: <<https://revistas.intercom.org.br/index.php/revistaintercom/article/view/897>>. Acesso em: 14 jul. 2023.

BOURDIEU, P. **O poder simbólico**. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 1989. Disponível em: <<https://nepegeo.paginas.ufsc.br/files/2018/06/BOURDIEU-Pierre.-O-poder-simbolico.pdf>>. Acesso em 5 out. 2020.

BRIGLIA, B.; BARRETO, M. Spoiler: fenômeno da cultura participativa na era da convergência. **Intercom: Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação**, Bahia., 2016.

BROOKS, P. **The Melodramatic Imagination** – Balzac, Henry James, Melodrama, and the Mode of Excess. Nova Iorque: Columbia University Press, 1995.

CAPANEMA, L. A televisão expandida: das especificações às hibridizações. **Ver. Estud. Comun.**, Curitiba, v. 9, n. 20, p. 193-202, set./dez. 2008.

CASETTI, F.; ODIN, R. De la paléo- à la néo-télévision. Approche sémiotico-pragmatique. **Communications**, n. 51, p. 9-26, 1990.

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, A. P. et al. Representatividade na TV: análise da cobertura dos principais telejornais da televisão pública e privada. 2019. **Intercom** - Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, Goiânia, Goiás. Disponível em <<http://portalintercom.org.br/anais/centrooeste2019/resumos/R66-0703-1.pdf>>. Acesso em 6 jun. 2023.

DICIONÁRIO DA TV GLOBO, v. 1: **programas de dramaturgia & entretenimento**. Projeto Memória das Organizações Globo. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed, 2003.

ECO, U. **Apocalípticos e integrados**. São Paulo: Perspectiva, 2004.

ECO, U. A inovação no seriado. In: _____. **Sobre espelhos e outros ensaios**. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1989.

ECO, U. A poética da obra aberta. **A obra aberta**, v. 251, 1962.

ECO, U. Tevê: a transparência perdida. In: _____. **Viagem na irreabilidade cotidiana**. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1984.

FADUL, A. Telenovela e família no Brasil. **Comunicação & Sociedade**. São Bernardo do Campo: PósCom-Umesp, n. 34, p. 13-39, 2º sem. 2000.

FEITOSA, S. **Como a teledramaturgia conta a História**: Realidade e ficção na reconstituição de uma época na minissérie JK, 2008. Disponível em: <<http://www.tvereadade.facom.ufba.br/coloquio%20textos/Sara%20Feitosa.pdf>>. Acesso em 5 out. 2020.

GLOBO interrompe gravações de novelas e séries por conta do agravamento da pandemia. **G1**, Rio de Janeiro, 23 mar. 2021. Disponível em: <https://g1.globo.com/pop-arte/noticia/2021/03/23/globo-interrompe-gravacoes-de-novelas-e-series-por-conta-do-agravamento-da-pandemia.ghtml>. Acesso em: 14 jul. 2023

GUARALDO, L. Fim dos contratos fixos força Globo a apostar em novatos como protagonistas. **Notícias da TV**, São Paulo, 18 jun. 2023. Disponível em: <<https://noticiasdatv.uol.com.br/noticia/mercado/fim-dos-contratos-fixos-forca-globo-a-apostar-em-novatos-como-protagonistas-104137>>. Acesso em 10 dez. 2023.

FARIAS, T. Natura e Todas as Flores: como fica o merchan no streaming? **Meio & Mensagem**, São Paulo, 24 maio 2023. Disponível em: <<https://www.meioemensagem.com.br/midia/natura-e-todas-as-flores>>. Acesso em: 20 dez. 2023.

FERREIRA, A. Todas as Flores. **Imprensa Globo**, Rio de Janeiro, 2022. Disponível em: <<https://imprensa.globo.com/programas/todas-as-flores-1/temporada/438/>>. Acesso em 7 out. 2023.

FORATO, T. ‘Todas as Flores’ cresce mais de 30% no Ibope e fecha semana em alta. **NaTelinha** UOL, São Paulo, 18 set. 2023. Disponível em: <<https://natelinha.uol.com.br/audiencias/2023/09/18/todas-as-flores-cresce-mais-de-30-no-ibope-e-fecha-semana-em-alta-201910.php>>. Acesso em: 1 dez. de 2023.

HAGUETTE, T. M. F. **Metodologias qualitativas na sociologia**. Petrópolis: Vozes, 2010.

HALL, S. **Da diáspora**: identidades e mediações culturais. Belo Horizonte: UFMG, 2003

HAMBURGER, E. **O Brasil antenado**: a sociedade da novela. Rio de Janeiro: Zahar, 2005.

HAMBURGER, E. **Diluindo fronteiras**: a televisão e as novelas no cotidiano. São Paulo: Companhia das Letras, 2002.

IBGE, Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. PNAD Contínua - **Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua**: características gerais dos domicílios e dos moradores. Rio de Janeiro: IBGE, 2022.

IBGE. **Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua**: Acesso à Internet e à televisão e posse de telefone móvel celular para uso pessoal, 2021. Disponível em <https://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/livros/liv101963_informativo.pdf>. Acesso em: 4 jul. 2023.

JENKINS, H. **Cultura da convergência**. São Paulo: Aleph, 2006.

JOHNSON, R. “What is Cultural Studies Anyway?”. In: STOREY, J. (org.). **What is Cultural Studies?** A Reader. Londres: Arnold, 1996, p. 75-114. (Edição brasileira: SILVA, T. T. O que é, afinal, estudos culturais? Belo Horizonte: Autêntica, 1999).

JOST, F. **Compreender a televisão**. Porto Alegre: Sulina, 2007.

JOST, F. **Do que as séries americanas são sintoma?** Porto Alegre: Sulina, 2012.

KOGUT, P. Campeões de reprises: os atores e atrizes que mais voltaram à TV durante a pandemia. **O Globo**, Rio de Janeiro, 31 jul. 2020. Disponível em <<https://oglobo.globo.com/cultura/campeoes-de-reprises-os-atores-atrizes-que-mais-voltaram-tv-durante-pandemia-24963462>>. Acesso em: 14 jul. 2023.

KOGUT, P. ‘Todas as Flores’ faz história e inaugura uma nova forma de ver novela. **O Globo**, Rio de Janeiro, 14 dez. 2023. Disponível em: <<https://oglobo.globo.com/kogut/critica/2022/12/todas-as-flores-faz-historia-e-inaugura-uma-nova-forma-de-ver-novela.ghml>>. Acesso em 1 dez. 2023.

LEMOS, L. P. A centralidade da ficção televisiva: TV Paga e VOD no Brasil (2005 – 2019). **INTERIN**, v. 28, n. 2, jul./dez. 2023.

LETÍCIA Colin é indicada ao Emmy Internacional por Onde Está Meu Coração. **Veja São Paulo**, São Paulo, 29 set. 2022. Disponível em: <<https://vejasp.abril.com.br/coluna/filmes-e-series/leticia-colin-e-indicada-ao-emmy-internacional-por-onde-esta-meu-coracao>>. Acesso em: 20 fev. 2024.

LÉVY, P. **A inteligência coletiva**: por uma antropologia do ciberespaço. 4. ed. São Paulo: Loyola, 2003.

LOPES, M. I. V. Jesús Martín-Barbero e os mapas essenciais para compreender a comunicação. **Intexto**, Porto Alegre, n. 43, p. 14–23, 2018. DOI: 10.19132/1807-8583201843.14-23. Disponível em: <<https://seer.ufrgs.br/index.php/intexto/article/view/81160>>. Acesso em: 5 jul. 2023.

LOPES, M. I. V. Narrativas televisivas e identidade nacional: o caso da telenovela brasileira. Salvador: **XXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação**, 2002.

LOPES, M. I. V. Telenovela brasileira: uma narrativa sobre a nação. **Comunicação & Educação**, n. 26, p. 17-34, 2003. DOI: 10.11606/issn.2316-9125.v0i26p17-34. Disponível em: <<https://www.revistas.usp.br/comueduc/article/view/37469>>. Acesso em: 15 jul. 2023.

LOPES, M. I. V. Telenovela como recurso comunicativo. **Matrizes**, Universidade de São Paulo, 3ª ed, p. 21-48, 2009. Disponível em <<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=143012785002>> Acesso em: 01 jul. 2023.

LOPES, M. I. V. A teoria barberiana da Comunicação. **MATRIZ**, v. 12, n.1, p. 39-63, 2018. Disponível em: <<https://www.revistas.usp.br/matrizes/article/view/145750>>.

LOPES, M.; LEMOS, L. Melodrama in Times o Streaming. In: LOPES, M.; GÓMEZ, G. (orgs.). **Observatório Ibero-Americano de Ficção Televisiva**. Porto Alegre: Sulina, 2020.

MACDONALD, Dwight. Uma teoria da cultura de massa. In ROSENBERG, Bernard; WHITE, David Manning (orgs.). Cultura de massa. São Paulo: **Cultrix**, 1973. pp. 77-93.

MARJORIE Estiano é indicada ao Emmy Internacional por ‘Sob Pressão’. **Veja**, São Paulo, 19 set. 2019. Disponível em: <<https://veja.abril.com.br/cultura/marjorie-estiano-e-indicada-ao-emmy-internacional-por-sob-pressao>>. Acesso em: 20 fev. 2024.

MARTÍN-BARBERO, J, De los medios a las prácticas. **Cuadernos de Comunicación y Prácticas Sociales**, n. 1, PROIICOM, Universidad Iberoamericana, México, 1990.

MARTÍN-BARBERO, J. **Dos meios e das mediações**. Rio de Janeiro: UFRJ, 1997.

MARTÍN-BARBERO, J. As formas mestiças da mídia (Entrevista). **Revista Pesquisa FAPESP**, n.163, 2009.

MARTÍN-BARBERO, J. **Ofício de Cartógrafo**. Travessias latino-americanas da comunicação na cultura. São Paulo: Edições Loyola, 2004.

MARTÍN-BARBERO, Jesús; MUNHOZ, Sonia (Coord.). **Televisión y melodrama: géneros y lecturas de la telenovela en Colombia**. Bogotá: Tercer Mundo, 1992.

McCOMBS, M. **A teoria da agenda**: a mídia e a opinião pública. Petrópolis: Vozes, 2004.

McCOMBS, M.; SHAW, D. **The Agenda-Setting Function of Mass Media**. Oxford: Oxford University Press, 1972.

McLUHAN, M. **Os meios de comunicação como extensões do homem**. São Paulo: Cultrix, 1996.

McLUHAN, M.; FIORE, Q. **O meio é a mensagem**. São Paulo: Ubu, 2018.

MEIMARIDIS, M. Revendo a Hegemonia da TV Brasileira: o streaming de vídeo como força disruptiva na indústria televisiva nacional. **Revista GEMInIS**, v. 14, n. 2, p. 4-29, 2023.

MITTELL, J. Complexidade narrativa na televisão americana contemporânea. **Matrizes**, v. 5, n. 2, p. 29-52, 2012.

MOTTER, M. L. Ficção e realidade - Telenovela: um fazer brasileiro. São Paulo: **Comunicação & Cultura**, 2003. Disponível em <<http://www.portcom.intercom.org.br/pdfs/93c8672e358352c456d8bd0baff3130c.pdf>> Acesso em 16 jul. 2023.

MOTTER, M. L. A telenovela: documento histórico e lugar de memória. **Revista USP**, n. 48, p. 74-87, 2000.

MOTTER, M. L.; MUNGIOLI, M. C. P. Gênero teledramatúrgico: entre a imposição e a criatividade. **Revista USP**, São Paulo, n. 76, p. 157-166, 2007/2008. Disponível em: <<http://www.revistasusp.sibi.usp.br/pdf/revusp/n76/15.pdf>>. Acesso em 15 jul. 2023.

MOTTER, M. L.; MUNGIOLI, M. C. P. Serialidade: o prazer de reconhecer e pré-ver. **Communicare**, v. 6, n. 2-2006, 2006.

MUANIS, F. O tempo morto na hipertelevisão. Anais. **XXI Encontro Anual da Compós.** Juiz de Fora (MG), 2012. Disponível em: <www.compos.org.br/data/biblioteca_1869.doc>

MUNGIOLI, M. C. P.; PELEGRINI, C. Narrativas complexas na ficção televisiva. **Revista Contracampo**, v. 26, n. 1, p. 21-37, 2013.

NATURA revela os bastidores de sua perfumaria na trama de 'Todas as Flores'. **Marcas pelo Mundo**, São Paulo, 14 set. 2023. Disponível em: <<https://marcaspelomundo.com.br/anunciantes/natura-revela-os-bastidores-de-sua-perfumaria-na-trama-de-todas-as-flores/>>. Acesso em: 20 dez. 2023

NOVELAS ou séries? As duas coisas! **Globo Gente**, Rio de Janeiro, 19 out. 2020. Disponível em: <<https://gente.globo.com/novelas-ou-series-as-duas-coisas/>>. Acesso em: 4 jul. 2023.

AS NOVELAS voltaram para ficar (e maratonar). **Comunicação Globo**, Rio de Janeiro, 21 maio 2020. Disponível em: <<https://imprensa.globo.com/publicacoes/as-novelas-voltaram-para-ficar-e-maratonar/>>. Acesso em: 15 jul. 2023.

PADIGLIONE, C. 'Todas as Flores': audiência da novela dobrou na reestreia. **F5**, Folha de S. Paulo, São Paulo, 12 abr. 2023. Disponível em: <<https://f5.folha.uol.com.br/colunistas/cristina-padiglione/2023/04/todas-as-flores-audiencia-da-novela-dobrou-na-reestreia.shtml>>. Acesso em: 24 nov. 2023.

PAVÃO, F. "Todas as Flores": novela das 9 migrou para Globoplay e teve ator preso. **UOL**, São Paulo, 20 out. 2022. Disponível em: <<https://www.uol.com.br/splash/noticias/2022/10/20/todas-as-flores.htm>>. Acesso em: 10 dez. 2023.

PROJETO Originalidade do Globoplay proporciona imersão em conteúdo de acervo da TV Globo. **Comunicação Globo**, Rio de Janeiro, 15 set. 2021. Disponível em: <<https://imprensa.globo.com/publicacoes/projeto-originalidade-do-globoplay-proporciona-imersao-em-conteudo-de-acervo-da-tv-globo/>>. Acesso em: 15 jul. 2023.

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

RITMO de Natal é o primeiro longa do Núcleo de Filmes dos Estúdios Globo. **Tela Viva**, São Paulo, 1 nov. 2023. Disponível em: <<https://telaviva.com.br/01/11/2023/ritmo-de-natal-e-o-primeiro-longa-do-nucleo-de-filmes-dos-estudios-globo/>>. Acesso em: 20 nov. 2023.

ROCHA, S.; DE ALMEIDA FERREIRA, M. La telenovela en la era del streaming: innovaciones narrativas y cuestiones de serialidad en Todas las flores, de Globoplay. **Conexión**, n. 19, 26 jun. 2023.

SACCHITIELLO, B. Comfort usa enigma e novela Todas as Flores para apresentar linha. **Meio e Mensagem**, São Paulo, 04 set. 2023. Disponível em: <<https://www.meioemensagem.com.br/comunicacao/comfort-usa-enigma-e-novela-todas-as-flores-para-apresentar-linha>>. Acesso em: 20 dez. 2023.

SANTIAGO, A. L. Audiência de 'Todas as flores' cresce na Globo. **O Globo**, Rio de Janeiro, 8 set. 2023. Disponível em: <<https://oglobo.globo.com/play/audiencia/noticia/2023/09/08/audiencia-de-todas-as-flores-cresce-na-globo.ghtml>>. Acesso em: 1 dez. 2023.

SCOLARI, C. A. Ecología de la hipertelevisión. Complejidad narrativa, simulación y transmedialidad en la television contemporánea. In: SQUIRRA, S.; FECHINE, Y. (Org). **Televisão digital: desafios para a comunicação**. Porto Alegre: Sulina, 2009.

SICILIANO, T. O.; AUCAR, B. S.; ROCHA, E. Espectatorialidade e consumo: da Loja de Departamento à Shoppable TV. **Comunicação Mídia e Consumo**, v. 20, n.

57, 2023. DOI: 10.18568/cmc.v20i57.2717. Disponível em: <<https://revistacmc.espm.br/revistacmc/article/view/2717>>. Acesso em: 23 mar. 2024.

SILVA, M. V. B. Cultura das séries: forma, contexto e consumo de ficção seriada na contemporaneidade. **Galaxia** (São Paulo, Online), n. 27, p. 241-252, jun. 2014.

SOBRINHO, Jose Bonifacio O. **O livro do Boni**. Leya, 2011.

STREAMINGS: 31,1 milhões de brasileiros tiveram acesso em 2022. **Meio & Mensagem**, São Paulo, 9 nov. 2023. Disponível em: <https://www.meioemensagem.com.br/midia/ibge-311-milhoes-de-brasileiros-tiveram-acesso-ao-streaming-em-2022>. Acesso em: 20 de dez. de 2023

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

TELESSÉRIE. In: **Academia Brasileira de Letras**. Rio de Janeiro, n. d. Disponível em: <<https://www.academia.org.br/nossa-lingua/nova-palavra/telesserie#:~:text=s.f.,em%20torno%20de%2050%20epis%C3%B3dios>>.

VAQUER, G. Globo disponibilizará capítulos de "Órfãos da Terra" no Globoplay antes de exibição na TV. **Na Telinha**, São Paulo, 2 abr. 2023a. <https://natelinha.uol.com.br/novelas/2019/04/02/globo-disponibilizara-capitulos-de-orfaos-da-terra-no-globoplay-antes-de-exibicao-na-tv-126876.php> Acesso em: 2 fev. 2024

VAQUER, G. 'Vai na Fé' supera recorde de 'Cheias de Charme' e se torna o maior faturamento da Globo às 19h. **F5**, Folha de S. Paulo, São Paulo, 2 dez. 2023b. Disponível em: <<https://f5.folha.uol.com.br/televisao/2023/08/vai-na-fe-supera-recorde-de-cheias-de-charme-e-se-torna-o-maior-faturamento-da-globo-as-19h.shtml#:~:text=RECORDE%20NO%20STREAMING&text=%22A%20novela%20j%C3%A1%20alcan%C3%A7ou%20mais,as%20Flores%27%22%2C%20coment>>. Acesso em: 02 dez. 2023

VARDIERO, T.; GUERRA, M. Teledramaturgia Global: produção de poder simbólico por meio do entretenimento. **Intercom** – Sociedade Brasileira de estudos Interdisciplinares de Comunicação. XXX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Rio de Janeiro, 2015. Disponível em: <<https://portalintercom.org.br/anais/nacional2015/resumos/R10-1585-1.pdf>>. Acesso em: 8 nov. 2020.

WILLIAMS, R. **Televisão: tecnologia e forma cultural**. São Paulo: Boitempo, 2016.

WILLMERSDORF, Pedro. Campeões de reprises: os atores e atrizes que mais voltaram à TV durante a pandemia. **O Globo**, Rio de Janeiro, 12 abr. 2021. Disponível em: <<https://oglobo.globo.com/cultura/campeoes-de-reprises-os-atores-atrizes-que-mais-voltaram-tv-durante-pandemia-24963462>>. Acesso em: 14 jul. 2023.

WOLTON, D. **Elogio do grande público**. Uma teoria crítica da TV. São Paulo: Ática, 1996

YAHYA, H. Entenda como é medida a audiência das TVs de notícias. **Poder 360**, Brasília, 4 jul. 2023. Disponível em: <<https://www.poder360.com.br/midia/entenda-como-e-medida-a-audiencia-das-tvs-de-noticias/>>. Acesso em: 1 dez. 2023

ZANETTI, L. O que muda com as novas manhãs da Globo. **UOL Splash**, São Paulo 29 jun. 2022. Disponível em: <<https://www.uol.com.br/splash/noticias/2022/06/29/o-que-muda-com-as-novas-manhas-da-globo.htm>>. Acesso em: 2 dez. 2023

FILMOGRAFIA

Todas as Flores. 2023. Autor: João Emanuel Carneiro. Produtora: Rede Globo.
Formato: Novela. Rio de Janeiro, Brasil.

APÊNDICES

APÊNDICE A – ROTEIRO BASE UTILIZADO NA REALIZAÇÃO DAS ENTREVISTAS EM PROFUNDIDADE

PERFIL ENTREVISTADOS:

Pessoas moradoras do estado do Rio de Janeiro, com hábito de assistir novelas ou séries e que viram ‘Todas as Flores’ no Globoplay, entendendo como hábito um acompanhamento da trama, não necessariamente diário nem limitado ao horário de publicação na plataforma. Entrevistados segmentados em três recortes etários: Grupo 1 - faixa etária de 24 a 35 anos; Grupo 2 - faixa etária de 36 a 49 anos; Grupo 3 - com mais de 50 anos

OBJETIVO:

1. Conhecer o cotidiano das práticas de consumo de novelas.
2. Identificar novas formas de consumo de telenovelas.
3. Entender os impactos da chegada do *streaming* na rotina

ROTEIRO:

1. Apresentação

Primeiro, obrigada por participar da pesquisa. Como adiantei, estou realizando um estudo sobre televisão para identificar os hábitos de consumo das pessoas que assistem novelas, principalmente no streaming. Vou fazer algumas perguntas e pode ficar livre para responder como quiser, não tem certo e nem errado. Estou gravando e tudo será usado apenas para a pesquisa, ok?

2. Contextualização

Com que frequência você assiste a novelas? E em quais canais?

O que você mais gosta de ver em novelas?

Você se lembra de quando começou a assistir novelas? Como era?

E séries? Como você assiste?

3. Relação TV Aberta X Streaming

Quando o Globoplay foi lançado, você passou a acompanhar as tramas por ele? Se sim, o que isso mudou na sua rotina?

Quando ‘Todas as Flores’ estreou você assistia no dia em que os capítulos subiam na plataforma?

Todos os capítulos de uma vez, ou um por dia?

E depois do período de intervalo? Esse hábito mudou, se intensificou ou continuou a mesma coisa?

Você acompanhou a repercussão da novela e os atores nas redes? Isso te influenciou a assistir?

E agora que a novela está passando na TV aberta, você está acompanhando de novo?

Pretende assistir a outras novelas feitas para o streaming, de outras plataformas?

APÊNDICE B - TRANSCRIÇÕES ENTREVISTAS EM PROFUNDIDADE

Entrevistados na faixa etária de 20 a 34 anos

1 - Com que frequência você assiste novelas? E em quais canais?

A.B. – Eu já fui mais noveleiro. Hoje em dia só assisto se alguma trama me cativar e me pegar. No momento não estou assistindo a nenhuma, apenas vendo algumas partes de *Elas por Elas* e sendo bem sincero, porque tenho alguns amigos no elenco. Recentemente, assisti *Vai na Fé* na TV. Só vejo na Globo ou *Globoplay*.

E.M. – Eu fiquei um grande tempo sem ver novela e, por alguma razão, esse novo estilo de *streaming* me fez resgatar uma memória cultural que eu tinha da TV aberta. Então, posso dizer que recentemente voltei a assistir novelas através do *streaming*. Não assisto mais pela TV porque não tenho mais essa disponibilidade de horário.

I.M. - Hoje em dia já não assisto mais novelas, mas acompanhei *Todas as Flores*. A razão pela qual decidi assistir foi o fato de estar disponível em um serviço de streaming. Atualmente, é bastante difícil acompanhar novelas no horário tradicional e estar disponível para assistir na frente da televisão. O *streaming* facilitou muito para mim, já que pude adequar isso à minha rotina diária. Acredito que tenha sido esse o motivo principal.

J.L. – Novelas, eu só assisto na Globo. Aqui, a TV fica ligada o tempo inteiro, então sempre tem aquela coisa de que você nem sempre assiste tudo certinho, como se fosse uma série, mas você sempre tem noção do que está acontecendo na história mais ou menos. Então, normalmente, quando eu não estou acompanhando uma novela específica de forma bem séria, eu acompanho olhando de vez em quando para a TV e meio que consigo entender a trama geral. Então, eu assisto o tempo inteiro, mas mais fortemente quando estou acompanhando de fato uma.

L.M. - Cara, eu sou muito noveleira, né? Eu acho que eu sou um perfil meio fora da curva da minha idade, porque eu assisto muita novela. Então, sobre a frequência, pós-pandemia, eu confesso que estou assistindo mais. Eu tive um hiato sem assistir novela, mas quando eu era mais novinha, eu assistia muito, aí depois parei e, depois da pandemia, estou assistindo muita novela. Então, a frequência com que eu assisto novela é quase todo dia, mas muito pelo *Globoplay*, não pelo horário certo da TV. Por exemplo, eu estava assistindo *Vai na Fé*, que passava por volta das 7. Se eu viajo ou se faço alguma coisa que não me permite assistir, depois eu assisto, sei lá, 4 episódios direto pelo *Globoplay*, mas eu acompanho certinho.

Y.P. – Eu assisto novela todos os dias. Sou noveleira mesmo, adoro uma novela. Assisto no *Globoplay*, porque tem muitas novelas lá. Tem uma agora que vai sair na *HBO Max* com a Camila Pitanga que estou ansiosa para assistir, mas acho que ainda não foi lançada. Então, por enquanto, é só o *Globoplay* mesmo.

2 - O que você mais gosta de ver em novelas?

A.B. – Uma trama envolvente para mim precisa ser algo que me cativa, bem construído, com desenvolvimento de personagens sólido, evitando situações que pareçam surgir do nada, mas sim que sejam bem integradas à história e à narrativa.

E.M. – Eu gosto do fato de ser uma obra aberta e a gente poder modificar, em algum nível, aquela narrativa enquanto telespectador. Gosto da previsibilidade da novela, isso me prende em um lugar muito específico. Gosto muito de ver a complexidade dos personagens e, como são muitos episódios, eles vão se entrelaçando. Eu acho que o que mais me pega é aquela relação de que cinco capítulos poderiam ser um episódio de uma série.

I.M. – Não respondeu.

J.L. – Nem sempre é o que eu mais gosto de ver que me atrai; eu acho que o que eu mais gosto é quando consigo me conectar com os personagens e com a trama, não necessariamente tem uma coisa específica. Posso gostar de ver várias tramas e histórias diferentes se conseguir me conectar com aqueles personagens, se eles forem bem desenvolvidos e se eu gostar do que está acontecendo. Claro que me empolgo quando vai estreiar uma novela nova e a história central me anima. Mas, por exemplo, com *Pantanal*, que eu não vi a primeira versão, aquela história meio rural e agro não tinha me cativado. Lembro que quando começou a entrar o *plot* do misticismo, que era até uma cena da Maria Marruá junto com a onça, aquilo me prendeu muito. Ali eu fiquei muito interessada e comecei a acompanhar direto. Então, essa coisa mística, ou aquelas novelas das seis que abordam outras vidas, me atraem.

L.M. - O que eu gosto ultrapassa a novela. E aí *Todas as Flores* é meio que uma exceção, porque nem é tanto assim. Mas eu gosto de novela real tipo *Vai na Fé*, onde consigo identificar pessoas reais que conheço. Por isso que eu falei que extrapola, porque não gosto de filme de herói, nem de nada muito extraordinário, que sei que não existe; preciso muito sair da caixinha para poder imaginar. Não gosto muito de filmes de fantasia. Então, novela me dá essa sensação de que, quando se passa em um ambiente, em um cenário que me identifico, ou vejo pessoas que me identifico, eu gosto mais. Por isso que falei que *Todas as Flores*, de alguma forma, é uma exceção. Porque

é muita maldade, mas me cativou também. No geral, a novela que me atrai é a novela real que não tem muita fantasia.

Y.P. – Eu gosto do dramalhão. Gosto do melodrama mesmo e dessa vivência intensa. Tipo, famílias extremamente caóticas. Novela é tudo, entendeu?

3 - Você se lembra de quando começou a assistir novelas? Como era?

A.B. – Eu não lembro exatamente, mas comecei com *Malhação* mesmo. Não sei se pode se considerar uma novela, mas foi quando teve a *Malhação 2004 da Vagabanda*, que inclusive estou revendo no *Globoplay*. Mas acho que a memória mais antiga de novela, sem ser *Malhação*, é *Senhora do Destino*, que acredito ser de 2004 também, então foi mais ou menos nessa época. Eu assistia com meus pais à noite, então quando eu via assim por alto, era mais novela das nove mesmo.

E.M. – Quando eu era mais nova, não tinha TV fechada, só TV aberta. Então, via todos os programas da TV aberta, principalmente as novelas. Na minha casa, as pessoas sempre foram noveleiras. Eu tinha os horários marcados na minha cabeça pela escola e pela TV. Eu vivia muito isso. Tinha a programação muito certa na minha cabeça e assistia com muita frequência. Lembro das mais recentes e emblemáticas.

I.M. - Ah! Eu nem lembro. Eu acho que devo ter nascido com a minha mãe vendo novela. Mas eu não tenho nenhum marco de primeira vez assim. Na verdade, eu falei da minha mãe, mas eu tinha babá, e ela assistia muito, meus avós também, e minhas tias. Antigamente, tinha muito desse ritual de ver novela e se sentar na frente da TV, né? Eu sinto até falta de ter essas conversas, mas realmente, para o dia a dia de hoje, isso é muito mais difícil. A gente está vivendo uma mudança de hábito.

J.L. – Eu tenho memórias da TV sempre estar ligada, passando coisas, a programação e as novelas. Eu lembro muito de *Presença de Anita*, eu nem lembro se era tido como novela, acho que era mais uma minissérie, né? Mas eu não sei por que eu lembro demais de ter essa novela passando na TV e alguma coisa ali me fisgar. Eu acho que era a música central. Mas eu tenho uma memória muito forte de *Presença de Anita*, eu acho

que era justamente pelo fato de a TV estar sempre ligada e eu estar vendo de canto de olho enquanto brincava.

L.M. - Eu até estava pensando nisso esses dias, porque eu tenho muita cultura de novela e muita cultura de TV aberta. Quando eu era pequenininha, não tinha TV fechada em casa, sabe? Então, quando eu era mais nova, eu praticamente só assistia à Globo. Meu pai e meu avô sempre foram muito noveleiros. Então, assim, eu percebo que é muito familiar mesmo. Eu tenho muita cultura de TV aberta, então talvez isto se desdobre até hoje, porque eu sou ruim de ver série, eu sou muito cadelinha do *Globoplay* por isso.

Y.P. – Eu comecei a assistir novelas muito jovem, com a minha avó. As novelas tinham outras temáticas, mas elas foram se adaptando ao debate, né? Eu estava assistindo a uma novela antiga – bem, não tão antiga, de 2013/2014 – *Amor à Vida*, aquela que tinha o Félix, e tinha a personagem da Fabiana Karla, que quase todas as cenas dela eram só sobre gordofobia. Mas, naquela época, ninguém entendia sobre o assunto e nem se falava sobre isso. E, nossa, humilharam essa personagem, sabe? Ela ficava se chamando de gorda, as pessoas em volta dela a chamavam de gorda o tempo inteiro e isso era uma questão em todas as falas dela na novela.

4 - E séries? Como você assiste?

A.B. – Sempre por *streaming*. As séries que eu assisti sem ser por *streaming* foram da Globo, como *Justiça*. Eu vejo bastante *reality show* também na TV.

E.M. – Depende muito da série. Tem séries que me pedem essa maratona. Recentemente, eu vi *Cangaço Novo* e assisti tudo direto. Mas, no geral, eu não consigo ver só um episódio. E atualmente, eu tô criando hábitos de intervalo. Eu vejo enquanto tô na academia, quando tô comendo. E antes, eu também determinava que só podia ver mais para o fim do dia, eu não conseguia ver nem de manhã e nem no meio do dia. Mas eu acho que varia muito de série para série.

I.M. – Não respondeu.

J.L. – Eu gosto quando tem episódios para maratona, porque agora os streamings estão liberando semanalmente, e eu não acho que é toda série que funciona assim. Eu acho

que tem séries mais densas e com episódios maiores que sim, fazem sentido, embora eu prefira que sejam dois por semana, ao invés de um. Mas tem séries que às vezes eles colocam um episódio semanal de 30 minutos e não é uma série de suspense. Tem uma série que é *Only Murders in the Building* que é aquela com a Selena Gomez, e eu acho péssimo o jeito de disponibilização. Eles liberaram um episódio semanalmente e é uma série leve que é ótima para maratonar. Mas eu prefiro quando já tem muitos episódios disponíveis, igual a *Netflix* que se mantém fiel e libera toda a temporada de uma vez. Mas concordo que têm séries que é ‘ok’ liberar semanalmente, tipo *The Handmaid's Tale*, que é uma série pesada e tensa.

L.M. – Não respondeu.

Y.P. – As séries eu também assisto por *streaming*, tenho muito pouco costume de ver na TV. Mas não vou dizer que eu não vejo TV, eu assisto, mas pelo computador mesmo. Abro o *streaming* que tem todos os canais da minha TV ao vivo, então meio que mudou esse lugar de assistir TV. Sentar na sala para assistir não faço mais, assisto no computador no meu quarto, então isso mudou bastante.

5 - Quando o Globoplay foi lançado, você passou a acompanhar as tramas por ele? Se sim, o que isso mudou na sua rotina?

A.B. - Quando o *Globoplay* foi lançado, eu acho que ajudou bastante no sentido de eu conseguir assistir fora do meu horário da novela, e isso acontece bastante. Quando eu pego uma novela para ver, eu basicamente assisto ela pelo *Globoplay* hoje em dia. E quando isso mudou, passei a conseguir acompanhar melhor.

E.M. – Não respondeu

I.M. – De novela não. Na verdade, já fazia algum tempo que eu não tinha esse hábito, então eu não migrei esse hábito. Eu via mais séries. Eu nem lembro, antes de *Todas as Flores*, qual foi a última que eu assisti.

J.L. -

Eu passei! Eu acho que, com a pandemia, pelas novelas terem pausado e por termos ficado nesse estilo de reprise, meio que perdi um pouco o hábito de ficar ligada toda

noite vendo o capítulo e esperando o dia seguinte para o próximo. Voltou um pouco com *Pantanal*, eu assistia todo dia ao capítulo do dia e quando eu perdia eu ia para o *Globoplay*, então, só foi com *Pantanal* mesmo até o momento. Por causa do *Globoplay*, tenho preferido assistir depois como se fosse uma série mesmo. Não depois que tudo acabou, mas depois de perder uma semana, eu prefiro ver tudo direto. Eu consigo me concentrar mais. Como vejo três capítulos seguidos, não tem intervalo, eu acabo não mexendo no celular e encaro aquilo ali como se fossem três episódios de série que eu vejo maratonando. Eu acho que absorvo muito mais. Então, o *Globoplay* me ajudou a não ter que ficar presa na grade do dia.

L.M. – Sim, passei a assistir muito mais. Eu quase nunca consigo ver na TV aberta, então, foi bom para conseguir acompanhar as tramas.

Y.P. – Sim, passei a assistir muita coisa no *Globoplay*. Minha rotina mudou nesse sentido de poder assistir a qualquer momento, então ajudou bastante a não precisar, como a minha tia, voltar do trabalho às seis horas para poder pegar a novela das seis, das sete, das oito, sabe? Virou uma coisa mais livre, eu posso chegar em casa a hora que for que eu vou poder assistir ao capítulo do dia. Com *Vai na Fé* foi muito assim. Eu não podia assistir no horário, às 19h, mas eu assistia depois.

6 - Quando ‘Todas as Flores’ estreou você assistia no dia em que os capítulos subiam na plataforma? Todos os capítulos de uma vez, ou um por dia?

A.B. – Quando estreou, eu via freneticamente, assim que lançavam, os cinco capítulos, eu já tentava assistir todos de uma vez. Às vezes não conseguia, porque eu chegava do trabalho de noite e tinha aula de manhã, então não dava para ver os cinco direto, mas só por não ter tempo mesmo é que eu não via, porque eu sou de maratonar mesmo. E quando acabava, eu queria mais já.

E.M. – Eu assistia todos em um dia só. Eu estava obcecada, passava metade do tempo falando sobre *Todas as Flores*, e na outra metade, eu torcia para que alguém falasse sobre, para eu poder falar também. Às vezes, eu não conseguia ver os cinco, mas deixava um para o dia seguinte e logo acordava assistindo.

I.M. – No início, eu consegui acompanhar direitinho. Então, quando saía, eu assistia no dia seguinte, não tudo em um dia só porque eu não tinha tanto tempo disponível. Mas via o quanto dava e depois via o resto. Depois ficou mais difícil e eu me atrasei, mas no início, eu começava e só parava quando tinha alguma coisa para fazer.

J.L. – Sim, eu assistia tudo no dia que saía ou no dia seguinte. Um por dia? Jamais. Eu assistia ou todos de uma vez ou dividida: três em um dia e dois no outro. Mas um por dia, jamais!

L.M. – Tudo de uma vez, eu não tinha maturidade nenhuma. Era um evento para mim. Às vezes, eu me juntava com meus amigos aqui em casa para abrimos um vinho e pedirmos uma pizza para assistirmos a *Todas as flores*. Várias vezes eles vieram, a gente se sentava no sofá, começávamos no primeiro e só acabava no quinto. Como era quarta-feira e, no dia seguinte, muita gente trabalha, a gente combinava de se encontrar de novo no sábado para terminar de assistir. Era um terror para mim. Às vezes, eu queria roubar, né? Queria assistir antes, mas na maioria das vezes eu respeitava em nome da amizade.

Y.P. – Eu assisti a primeira parte toda, depois que já estava tudo no *Globoplay*, e a segunda parte eu fui assistindo conforme os capítulos foram saindo a cada semana.

7 - E depois do período de intervalo em que a novela foi dividida? Você voltou a assistir? Se sim, da mesma forma que antes?

A.B. - Eu não vi da mesma forma que vi da primeira. Eu voltei a assistir com a mesma intenção, mas a segunda parte não me pegou. Achei que as tramas se perderam um pouco, parece tudo meio jogado, sabe? Atuações também, achei que tudo deu uma caída e parecia que estava para acabar. E aí eu não consegui maratona mesmo, para ser sincero, eu vi só para acabar de ver por que eu já tinha começado. Porque na segunda parte, eu realmente não gostei.

E.M. – Eu sonhava com essa volta, mas eu acho que foi bom porque a novela parou exatamente em um momento muito importante da narrativa, que foi uma transição da menina moça que ia fazer a sua vingança, que é a fase do declínio da novela, que ela

começa a cair para finalizar. Então eu estava muito ansiosa para saber como seria a Maíra vingativa. Então eu acho que fiquei ainda mais assídua do que antes, eu já tinha me envolvido com a narrativa. A Letícia zoava bastante nos stories na época, então eu comecei a acompanhar e isso reaqueceu a nossa espera. Então eu acho que quando voltou, eu assisti ainda mais assídua do que na primeira parte.

I.M. – Na primeira temporada, eu assistia direto. Depois, quando voltou, eu confesso que acabei me perdendo. No início da segunda parte, eu vi os resumos que eles disponibilizaram com as partes que eu não tinha visto. Aí eu lembrei e voltei a assistir tudo. E fui até o final direito.

J.L. – Sim, obviamente. Da mesma forma que antes, embora ela tenha decaído um pouco, eu segui ali firme porque eu amava demais.

L.M. - A pausa foi terrível, né? Eu não revi na pausa, eu sofri, né? Eu acho que casou com a entrada de *Vai na Fé* e teve *BBB* também então eu tentei me distrair com outras coisas. Mas a pausa foi terrível, foi muito tempo sem *Todas as Flores* que fiquei numa abstinência terrível. Na volta, mesmo evento, mesma emoção do início.

Y.P. – Eu acho que na segunda parte, como todo mundo, já que já tinha assistido a primeira, ajudou a gerar conversa. Eu percebia que todo mundo da minha idade e meus amigos estavam todos assistindo, então foi uma novela que atingiu nosso público. Eu também não estava no costume de assistir às novelas antes e *Todas as Flores* me trouxe de volta para isso. Eu estava mais nas séries e nos filmes e depois disso, eu voltei a assistir novelas e essas tramas gostosas que a gente gosta.

8 - Você acompanhou a repercussão da novela e os atores nas redes? Isso te influenciou a assistir?

A.B. – Eu acompanhei sim. Eu sou ator, né? Então, eu sempre acompanho o elenco e as coisas que estão acontecendo. E sou muito da internet e dos memes, então foi uma novela que pegou muito nisso. Eu já estava assistindo quando começou a bombar, quando teve a repercussão. Eu lembro das chamadas e estava animado com a trama e

com os atores que iam fazer, então, me influenciou porque todo mundo estava assistindo junto, mas eu também já estava assistindo desde o início.

E.M. – Dentro da minha bolha eu não via tantas coisas sobre. Então, eu não ficava com medo de levar um *spoiler*, era mais quando eu entrava no *Twitter* e procurava. Então, como eu não procurava porque eu não queria ver, eu não levava *spoiler*.

I.M. – Acompanhei e influenciou também. Eu não comentava nada, mas eu gostava de acompanhar no *Twitter*.

J.L. – Eu acompanhei a repercussão principalmente no *Twitter*. As pessoas da minha bolha assistiam e os atores nas redes também, mas não chegou a ser isso que me influenciou. Eu assisti desde o primeiro dia que passou ao vivo no *Globoplay*, o primeiro capítulo, e desde então, eu assisti porque eu realmente gostei da história. Não foi porque a galera estava assistindo e nem por causa dos atores. Foi por causa do plot mesmo, pelo fato de ser a primeira novela do *Globoplay* e eu adorar novelas e o João Emanuel Carneiro.

L.M. – Eu acompanhava tudo e vários atores nas redes também. Eu fui tentando viciar todo mundo ao meu redor. Cara, eu fiquei simplesmente viciada na Maurîtânia, né? Então, seguia ela no Instagram. Enfim, outros também. Enquanto eu não assistia, eu não olhava o Instagram porque uma vez eu peguei alguns *spoilers*. Agora não vou lembrar qual exatamente, mas eu entrei no Instagram para ver e tinha um videozinho, aquele que às vezes o Instagram da TV Globo posta. Eu falei: caraca, não acredito que isso aconteceu, e eu estou vendo assim.

Y.P. – Não respondeu.

9 - E agora que a novela está passando na TV aberta, você está acompanhando de novo?

A.B. - Eu não tô acompanhando, pra mim realmente fica difícil. Eu chego do trabalho e até está passando a novela, mas eu assisto uma cena ou outra porque minha mãe está assistindo. Mas eu não resisti não.

E.M. – Não tô acompanhando. Mas é aquilo, minha mãe tá vendo, eu dou aquela parada e penso que queria não ter visto pra ver de novo.

I.M. – Não, nem sabia que estava passando na TV aberta. Até os programas que eu deveria ter visto na TV aberta eu vejo por *streaming*.

J.L. – Como eu assisti antes, não. A TV fica ligada quando eu não tô assistindo nada em nenhum *streaming* e aí, quando tá passando, de vez em quando eu olho. Ontem mesmo passou uma cena ótima, a da Vanessa bebendo no bar, e eu revi, porque eu amo aquela cena, e até comentei no Twitter.

L.M. - Não estou, acredita? Muito tarde, mas às vezes eu vejo propagandas, assim eu falo: Caraca, está acontecendo isso, tipo, está nessa fase, sabe? Mas não estou assistindo, não estou revendo, mas do que pelo horário, porque eu já vi tudo também, né? Mas enfim, não, não estou vendo.

Y.P. – Não, eu só vi alguns capítulos que estavam passando na TV. Eu fiquei tipo: ‘Pô, uma boa Zoé, aí, quem não gosta?’ Mas não tô acompanhando não, e faz algum tempo já que eu não vejo algum capítulo.

10 - Pretende assistir outras novelas feitas para o *streaming*?

A.B. - Eu gosto bastante da estrutura da telenovela mesmo, e agora, ela indo para o *streaming*, foi um pouco mudada, na minha percepção. É uma coisa mais encurtada que a TV aberta, que tinha muitos capítulos e muitas barrigas, então fica ainda uma linguagem de novela, mas também uma coisa que se aproxima das séries por conta mesmo da plataforma, mas que ainda é novela. Então, estou realmente animado, temos algumas em produção, né? Tanto no Globoplay, como na HBO, e o fato de ser *streaming* acho que só melhora pra eu ver, porque eu consigo ver pelo celular e em qualquer lugar.

E.M. – Eu confesso que quero muito ver *Guerreiros do Sol*. Se tiver novela pra *streaming* eu vou assistir, mais TV aberta eu não consigo mais, mesmo indo pro *streaming* eu não consigo assistir. Eu tô sentindo isso. *Pantanal* eu não consegui ver no *Globoplay* e acho que muito por essa dinâmica do *spoiler*, eu acho que furou a minha

bolha e eu tinha a sensação de que eu estava assistindo. E com *Todas as Flores* eu não tive essa sensação de estar assistindo através das redes. E quero ver como essas novelas vão acontecer fora da Globo. Eu acho que vai mudar um pouco a dinâmica e pode ser que tenham outros níveis técnicos.

I.M. – Eu não sabia disso. Vou procurar saber. Mas agora que eu sei, talvez sim.

J.L. - Com certeza! Estou esperando e tenho amado muito os originais *Globoplay*. Acho que eu assisti praticamente todos que lançaram. Acho uma qualidade boa. *Todas as Flores* eu achei ótima e bem superior ao que estava passando na TV e pretendo assistir sim, tanto novela quanto séries. Adorei também esse negócio de ser uma novela de streaming no quesito de liberarem os capítulos da forma como liberaram, porque é como se fosse um mix de série para novela. Então, achei perfeito.

L.M. - É porque eu não tenho *HBO*, não é? Eu teria que assinar, mas eu vi com o elenco, é muito bom, né? Giovanna Antonelli eu vi que o elenco é bom, mas eu não vi exatamente, sei lá. Dependendo eu até assino, mas depende muito se a novela me paga assim.

Y.P. – Eu pretendo sim, como já falei, estou aguardando a da *HBO*, estou bem ansiosa.

Entrevistados na faixa etária de 35 a 49 anos

1 - Com que frequência você assiste a novelas? E em quais canais?

C.C - Quando assisto é na Globo. Ultimamente, só assisto se a novela me chamar muita atenção. No momento, nem tô vendo nada porque não tem uma boa.

C.L. – Eu sou uma noveleira, eu gosto de novelas e de teledramaturgia. É um hábito que eu cultivo desde sempre, tenho lembranças da época de criança sempre na sala com a família na casa da minha bisavó, das minhas avós, todo mundo assistindo a novela no mesmo horário reunido na sala. Eu tenho uma relação muito afetiva com o hábito de assistir novelas. Em função do meu trabalho, isso fica cada vez mais forte. Ao longo dos anos, passei a ser meio que obrigada a assistir a telenovela por ser jornalista da

área. Mas ultimamente, confesso que não tenho assistido com tanta frequência às novelas que estão atualmente no ar. Eu gosto de ver novelas da TV Globo e no Viva e atualmente, a novela que eu estou revendo é a versão original de ‘Renascer’ dentro do projeto resgate do *Globoplay*.

N.M. - Eu assisto diariamente. Eu sou apaixonada por novelas desde criança, eu venho de uma cidade pequena que é Guaratuba no litoral do Paraná, então tudo que eu vi do mundo foi pelas novelas. O primeiro lugar que eu vi de fora e de dentro do Brasil foi através das novelas. Eu cresci com isso e nunca parei. Em alguns momentos eu assisti muito ou mais. Hábitos de outras emissoras fora da Globo eu não tenho muito, às vezes olhava para as do SBT que são infantis e as da Record quando não eram bíblicas eu via um pouco mais.

R.C. - Somente quando o tema da novela nos deixa curiosos e prende a atenção. Assisti pela Globo e agora no *Globoplay* para assistir alguma reprise.

R.R. - Eu vejo novelas todos os dias. Já passei um período sem assistir, mas depois da chegada do *Globoplay* eu vejo. Esse ano eu vi *Vai na Fé*, eu vi no *Globoplay* e vi na TV aberta. Agora estou vendo *Elas por Elas*. Eu, geralmente, assisto a uma novela só, porque às três eu não aguento. Mas depois que acabou *Vai na Fé* eu vi uma novela do *Globoplay* de 2015, se não me engano, *Além do Tempo*. E eu sou noveleira desde criança, a primeira novela que eu me lembro de acompanhar foi *Mulheres de Areia* com Glória Pires. Esqueci de falar os canais. Assisti na Globo e no *Globoplay*.

T.M. - Ultimamente eu vejo as novelas que eu tô trabalhando e quando eu não cuido de novela eu vejo as que me interessam pela dramaticidade em si. Então, por exemplo, eu costumo ver as novelas depois do meu horário de trabalho, não consigo assistir as das seis e nem das sete, porque eu trabalho dentro deste horário. Mas eu gosto de ver a novela das nove das onze. E com a chegada das novelas nas plataformas de streaming, *Netflix* e *HBO*, eu pretendo assistir já que são mais curtas, elas me atraem assim como as séries porque eu consigo terminar mais rápido. Quando é novela mais longa a gente tem que fazer aquela escolha porque vai ficar seis meses refém da obra, então, eu vejo a primeira semana e se ela me pegar eu continuo, se ela não me pegar eu paro.

2 - O que você mais gosta de ver em novelas?

C.C - Novelas de época, que não têm muita violência. As novelas de hoje em dia são muito violentas.

C.L. – Eu acho que o principal é o desenvolvimento da trama. É um conjunto de fatores que uma boa novela tem que ter, além da história com uma trama bem amarrada. Uma boa escalação, direção... Quando existe um conjunto de acertos, a novela é sucesso. Uma trama bem amarrada, com ganchos, com personagens interessantes, com personagens que vão se desenvolvendo ao longo da história. Eu também gosto quando as tramas paralelas são tão boas quanto as centrais, acho bacana a forma como os autores e roteiristas desenvolvem a partir da sinopse essas tramas paralelas e em algum momento isso tem uma convergência com a trama principal e com os protagonistas. Então, eu gosto quando são histórias bem amarradas e depois vamos sendo apresentados a conexões que a gente ali não enxergava ou que já tem uma história central e que outros núcleos periféricos convergem para fortalecer essa trama central

N.M - A novela tem que pegar pela emoção. A gente até olha os conceitos técnicos, mas tem que ter emoção, não pode ser fria. Quando a gente se enxerga é bom e é importante, mas no fundo tem que ter emoção. Os mexicanos costumam dizer que a novela tem que vender esperança e eu acredito nisso. Ela tem que ter uma história boa e um final feliz e dar esperança.

R.C. - Suspense e ação. E quando envolve história de época e conta um pouco de história ou retrata alguma época.

R.R. – Não sei explicar, mas por exemplo, eu gostei muito de *Espelho da Vida* porque ela traz uma narrativa completamente diferente, mas eu também amei *Vai na Fé* porque ela levantou muitas questões e foi uma novela que a gente se identificava com aquelas pessoas e a gente queria ser amigas daquelas pessoas. Eu não gosto de certos tipos de novelas, tipo Walcyr na novela das nove, geralmente, não gosto desse tipo de novela quando o diálogo é muito didático. E eu não gosto quando tem flashback, tem novela que usa muito e eu não gosto, mas entendo que às vezes ele é necessário, mas acho que tem que ser usado com parcimônia.

T.M. – Eu gosto muito de ver as atuações e gosto muito do drama. Eu não sou muito da comédia não. Claro que se no meio do drama tiver uma comédia de vez em quando rola também, mas só de comédia eu não sou muito fã não. E gosto também da fotografia da novela, se tiver uma boa com locações incríveis também me pega.

3 - Você se lembra de quando começou a assistir novelas? Como era?

C.C - Comecei quando criança (uns 10 anos). Era bem melhor do que as de hoje. Eram mais suaves.

C.L. – Como eu falei, tenho uma memória muito forte da infância, da convivência em família, os meus pais sempre assistiram novelas, toda a minha família tem esse hábito desde sempre. Eu acho que isso fica muito atrelado a memória afetiva no sentido que você tem aquele momento do assistir à novela, de todos se reunirem na frente da TV, nesse momento de união, de comentar como foi o dia. Eu tenho essa lembrança muito forte, quando eu tinha 2 anos a gente foi morar na Alemanha e quando eu voltei para o Brasil eu lembro desse hábito que eu acabei tendo muito cedo. E sempre essa lembrança de assistir acompanhada, não tenho lembrança de assistir novela sozinha, sabe? Naquela época o horário era sagrado.

N.M - A minha avó amava novelas. A gente assistia as mexicanas à tarde, e depois. A gente ia pulando de emissora para emissora. Foi com ela que eu fui aprendendo esses hábitos. O meu pai é muito noveleiro, ele é mais do que minha mãe, então minha avó e meu pai são as duas pessoas que introduziram nesse hábito. Meu pai às vezes me liga no meio do dia para perguntar sobre *Terra e Paixão*, ele é viciado nessa novela. Como a gente morava em uma cidade litorânea, no verão meu pais e meus avós trabalhavam mais. Às vezes a gente sobrevivia com o dinheiro do verão o ano todo, então de dezembro até fevereiro eu ficava quase 3 meses sem meus pais em casa porque eles tinham fábrica de gelo e trabalhavam muito. Então, minha avó ficava comigo e levava a gente a assistir às novelas. Ela era muito apaixonada por novelas.

R.C. – Lembrando de quando era criança com a minha avó assistindo novela. Ela fazia isso distrair a gente acabávamos assistindo juntos.

R.R. – Eu comecei a assistir à novela muito pequena. Ela sempre fez parte da minha vida porque eu sou de uma geração que só tinha a TV aberta, eu acompanhei o nascimento de assistir TV pela internet, então eu me lembro muito de ligar a televisão e estar assistindo à novela ou, quando criança, abrindo um olhinho para ver *Vale tudo*, porque não era pra minha idade. Mas eu lembro da novela que eu mais acompanhei e foi como eu já disse ‘Mulheres de Areia’. Fiquei fã da Glória Pires através de Ruth e Raquel e achava uma novela incrível. Eu revi ‘Vale Tudo’ recentemente, eu lembrava de alguns trechos, uma novela muito emblemática. Eu não lembro de que ano é essa novela, mas eu era muito pequena, e eu lembro de espiar. Minha mãe nunca foi muito noveleira. Mas era isso, a gente chegava em casa, ligava a TV e estava passando a novela. Então fazia parte do dia a dia, né?

T.M. – Eu não sou uma pessoa que lembro perfeitamente das coisas que eu fiz quando era mais jovem, mas meus amigos possuem essa memória e eles me lembram (risos). Então, agora com as novas versões eu fico lembrando de algumas cenas épicas que foram marcantes. Por exemplo, Ruth e Raquel em ‘Mulheres de Areia’ eu lembro muito porque eu assistia quase todos os capítulos. Mas o que me marca mesmo são as atuações. Então, eu me lembro muito das cenas dramáticas, não me lembro do meu contexto de vida da época. Mas me lembro das cenas das novelas, assim como agora com ‘Renascer’ vendo as fotos de uma colega que viajou para Ilhéus. Eu lembro das cenas do Antônio Fagundes na varanda, então vai pela fotografia mesmo daquele registro da imagem que me marcou.

4 - E séries? Como você assiste?

C.C - Assistio séries por indicação, e não muito violentas. E gosto de esperar todas as temporadas saírem para ver tudo de uma vez.

C.L. – Eu também gosto de séries, mas não sou uma série maníaca. Eu também tive o hábito de ver séries na adolescência, naquela época também não existia streaming, não existia TV a cabo e elas eram exibidas nos canais abertos, na Globo, no SBT e na

Bandeirantes. Então, eu sempre gostei de assistir uma que passava na Band que tinha uma menina que era um robô. E o *Sítio do Pica Pau Amarelo*, que eu não sei se é considerado série. E depois na adolescência teve *Barrados no Baile*. Eu tenho uma relação difícil com série, eu não tenho paciência para séries muito longas, com muitas temporadas, essas eu evito, porque acabo não assistindo e prefiro investir em séries mais curtas. Séries médicas eu não vejo nenhuma também, assim como as investigativas. Então, não sou uma consumidora. Mas de novelas eu sou fã das mexicanas, gosto muito das antigas. As novelas turcas eu nunca vi, mas também está na lista para dar uma conferida.

N.M – Eu tenho problema com séries. Eu tenho medo de chegar no final e me decepcionar. Então, eu não assisto. Eu gosto do ciclo terminado, acho que é por isso que eu gosto de novela. Mas me cansa quando as séries são muito longas. Mas eu não sou a pessoa que mais vê séries na vida.

R.C. – Só vejo na *Netflix*.

R.R. – Ah! Eu assisto a séries, tanto na TV aberta quanto na TV fechada. *Netflix*, *Amazon Prime*, *HBO Max*, *Apple TV*... Eu assisto muitas séries. Mas nas séries americanas eu preciso estar parada assistindo porque, por exemplo, eu assisto muito novela ou série brasileira fazendo coisas da casa, tipo, lavando louça, arrumando roupa... Mas é uma novela das seis, não é uma novela das nove que você tem que estar ali o tempo inteiro olhando, sabe? Antigamente, eu deixava a TV ligada na sala e ia para a cozinha fazer as coisas, agora eu levo o celular comigo para a cozinha e assisto. E acontece muito de eu assistir ao vivo pelo *Globoplay*. Ligar a televisão para assistir é muito raro. Eu vejo muito pelo celular que onde eu tô eu vou e coloco, tanto ao vivo como capítulos que eu perdi. Mas em relação a séries eu vejo muitas de diversos tipos.

T.M. – Não respondeu.

5 - Quando o *Globoplay* foi lançado, você passou a acompanhar as tramas por ele? Se sim, o que isso mudou na sua rotina?

C.C - Sim. Porque quando não dá para assistir uma novela no horário da TV, eu assisto depois no *Globoplay*. E é bom também porque não tem comercial.

C.L. – Eu sempre dou preferência a assistir ao vivo no horário em que está sendo exibido. Mesmo que tenha o intervalo, às vezes a gente não está com a atenção voltada totalmente para aquele horário, mas eu gosto. Mas também não é uma obrigatoriedade, eu não tenho problema nenhum em ver no *Globoplay* depois. Mas geralmente eu vejo no dia seguinte, ou deixo para ver no final da semana todos os capítulos que eu perdi. E mudou a minha rotina em relação ao tempo, né? Quando a novela está no ar, principalmente a das nove, é um horário que eu já cheguei em casa, mas estou ali fazendo coisas. Não é um horário que eu estou sentada, relaxada, já com tudo feito e com a mente dedicada para ver a novela. E aqui em casa eu não tenho TV aberta e nem por assinatura, eu vejo tudo pelo *Globoplay*, e tenho os *streamings*.

N.M - Eu estava me perguntando esses dias quando eu comecei a assistir. Hoje em dia eu assisto muito o capítulo no café da manhã e me dá mais flexibilidade para assistir quando eu quiser. Então acho que mudou nessa chavinha de poder ver fora do horário e de poder rever as novelas que você gosta. Durante a pandemia eu acho que maratonei umas 14 novelas. Eu voltava muito. Eu sempre escolho uma novela para rever.

R.C. - Não.

R.R. - Eu acho que até já respondi um pouco, mas para mim foi tudo que eu queria, sabe? Quando eu tinha uma novela que eu gostava e não conseguia assistir eu ficava chateada, porque estava trabalhando, chegava da faculdade e não conseguia pegar. Tanto que a minha monografia na universidade foi sobre uma novela, e eu queria ter feito de *Senhora dos Destinos* relacionando a merchandising, porque foi uma novela que mudou até a trama para que as publis coubessem dentro dela, mas ela passou e eu não estava fazendo a minha monografia, então eu tive que escolher uma novela que estivesse no ar para que eu pudesse acompanhar, levar as minhas questões e fazer a minha pesquisa. E aí eu fiz uma novela do Manoel Carlos que estava passando na época que era *Em Família*. Então se o *Globoplay* existisse na época eu, com certeza, escolheria a novela que eu realmente queria pesquisar. Então isso para mim mostra muito a questão da época.

T.M. – Eu assistia aos trechos de novelas antes do *Globoplay* existir. Eu era assinante da *Globo.com*, então tinha o *Gshow* e eles já colocavam vídeos das novelas na íntegra e trechos também. Então, antes do *Globoplay*, eu já era consumidora desse formato. Quando o *Globoplay* chegou, ele me deu mais um conforto, porque eu gostava muito de ver o GNT antes de ser mãe, mas eu assistia *Papo de Segunda*, *Saia Justa* e eu tinha que ficar refém do horário da televisão. Com o *Globoplay* agora, os programas que são interessantes eu deixo ali e assisto quando eu tenho tempo. Fico mais livre para ver quando eu estiver disponível. Mas isso me fez ver menos esses programas alternativos, quando era na TV aberta eu me condicionava a estar ali na frente da TV no horário para não perder porque depois não teria para onde correr. Agora as novelas, como eu sempre fui consumidora, eu já assistia ali no *Gshow* quando eu perdia. O que mudou foi essa calma para ver as coisas, eu não preciso mudar a rotina do meu dia para poder consumir determinada coisa porque eu sei que vai estar lá.

6 - Quando *Todas as Flores* estreou você assistia no dia em que os capítulos subiam na plataforma? Todos os capítulos de uma vez, ou um por dia?

C.C - Comecei a assistir muito tempo depois que lançou. E aí, assisti "tudo de vez".

C.L. – Eu não assistia no mesmo dia que subia. Eu pegava um dia, que eu acho que era às sextas, e via os capítulos da semana.

N.M – A maioria das vezes eu vi tudo no mesmo dia. Foram poucas vezes que eu consegui dividir. O que eu acho que foi diferente é porque tinha uma repercussão quase que de TV aberta. Por mais que fossem cinco capítulos por vez, parecia que todo mundo assistia ao mesmo tempo. Não parecia que eu estava assistindo sozinha, igual era a minha maratona ali na pandemia. A gente comentava e se segurava para falar com o outro. E eu faço isso com as do *Viva* que eu tô assistindo também porque todo domingo entra a semana toda.

R.C. - Terminei de assistir *Todas as Flores* outro dia, não peguei a estreia.

R.R. - Quando estreou, eu achei a primeira fase muito boa, a segunda não tanto. A primeira eu assistia os cinco capítulos direto, não necessariamente no mesmo dia, mas

eu não esperava uma semana. Eu via logo que entrava, no dia e no dia seguinte, mas não chegava a três dias vendo cinco capítulos, sabe? A segunda parte já foi mais lenta porque eu fiquei um pouquinho decepcionada, então eu deixava assim para ver mais tarde para logo entrar o próximo. Mas eu não aguentava e via em seguida. Mas *Todas as Flores* era uma novela que eu via na academia, lavando louça, lavando casa, eu via junto com outras tarefas.

T.M. – Eu assistia todos assim que eles entravam. Mas eu tive um bebê então a minha rotina mudou um pouco, mas quando eu estava sem filho eu conseguia ver de uma vez só porque não tinha sono, não tinha cansaço físico. Mas eu terminava bem antes do próximo bloco entrar. Assim que entrava eu já assistia a dois em um dia, dois no outro e terminava logo. O que já estivesse disponível eu ia consumindo a cada momento que eu tinha, até dirigindo ou dentro do box tomando banho, enquanto eu tô comendo.. Aí qualquer minuto valia, mas eu queria consumir correndo e logo para não ver os *spoilers*.

7 - E depois do período de intervalo em que a novela foi dividida? Você voltou a assistir? Se sim, da mesma forma que antes?

C.C - Não sei quando foi o intervalo. Porque quando fui assistir já tinha lançado tudo.

C.L. – No intervalo, eu achei que eu não fosse voltar a assistir. Eu achei que deu uma esfriada legal. Novela não é série, é bom sempre a gente reforçar isso. Eu não voltei a assistir da mesma forma que eu vi a primeira parte. Na verdade, quando retornou *Todas as flores*, eu ainda fiquei resistente a retomar a novela, eu acho que levei uns 15 ou 20 dias para voltar a assistir. Eu decidi voltar por conta das redes sociais e de comentários de amigas que me deixaram curiosa para ver. Mas eu achei que atrapalhou demais a narrativa, a construção dos personagens e os arcos da história, tinha alguns trechos que eu não lembrava o que tinha acontecido anteriormente, então eu não curti.

N.M - Eu sou muito contra o hiato. Eu acho que novela não tem que ter o hiato e deu uma impactada no público. Ainda mais que teve um BBB no meio, mas eu continuei assistindo com o mesmo tom de empolgação e eu queria ver o final. Mesmo nessa segunda parte tinham ganchos muito bons, mas eu sinto que a repercussão não foi a

mesma. Minhas amigas mesmo pararam de assistir. Então eu acho que o intervalo deu uma quebrada.

R.C. - Comecei a assistir há 2 meses e terminei esses dias. Assistia sem muita regularidade.

R.R. – Essa eu já respondi, né? Eu segui vendo, mas não com a empolgação que eu estava vendo a primeira, eu demorava mais para terminar porque eu achei mais fraca a segunda parte do que a primeira.

T.M. – Para mim, não foi legal. Como eu falei das séries, eu não gosto dessa coisa picada. Você está ali naquela emoção, com o pensamento focado naquilo, e aí rola aquela ruptura. Eu não gosto e prefiro seguir naquela vida, afinal você está vivendo a vida daquelas pessoas, né? É como se fosse família, amigos que você fica um tempo sem se ver, e quando retoma fica aquela situação meio sem graça, claro que depois volta a ser o que era, mas demora mais a voltar no tranco, né? Então, eu não sou a favor desse formato. Eu prefiro que seja uma coisa contínua, mas eu entendo que eles existem por uma questão de estratégia das empresas. E sim, eu assisti da mesma forma que antes, mas não fiquei tão ávida para terminar logo, eu fiquei vendo com mais calma e sem correria. Porque sou essa ‘brochada’, desculpa o termo.

8 - Você acompanhou a repercussão da novela e os atores nas redes? Isso te influenciou a assistir?

C.C – Sim.

C.L. – Eu vi que tinha uma grande repercussão nas redes, principalmente nos dias em que os capítulos subiam. Os atores eu não seguia, mas reparei no que eles estavam postando sobre. Mas acho que o que mais me influencia a voltar a assistir foram os grupos e ciclos de amizades comentando a trama. Eu acho que eu retomei mais por conta disso, que me despertou curiosidade.

N.M – O elenco era super reunido e engajado, né? Eu acompanhei muito eles. Isso eu sempre faço.

R.C. - Soube da repercussão e fiquei curioso para assistir e agora a novela estando no canal aberto comecei a ficar interessado e procurei no *Globoplay*.

R.R. – Eu acompanho, não só pelo meu trabalho, mas porque eu gosto. A Sophie, por exemplo, eu acompanhei tudo dela, li todas as entrevistas e isso me dava vontade de assistir.

T.M. – Eu não gosto de *spoiler*. Então eu não acompanho nada das novelas nas redes. Eu acompanho, por exemplo, quando tem o primeiro episódio, eu adoro ler as críticas para saber o que os críticos pensaram e para saber como a minha visão se assemelha à do crítico – o que ele viu que eu também vi ou se ele viu algo em que eu não reparei e que pode me chamar atenção em um próximo capítulo. Mas eu não acompanho nada nas redes, só quando eu estou trabalhando com a novela para ver a repercussão da imprensa e possíveis crises. Mas eu, por mim, quando eu estou no lazer acompanhando a novela eu não vejo nada.

9 - E agora que a novela está passando na TV aberta, você está acompanhando de novo?

C.C - Não. Achei muito pesada e violenta.

C.L. – Não estou vendo, foi muito recente, ainda está fresco na memória.

N.M - Eu acompanho de vez em quando, quando o capítulo está passando eu não consigo parar pra assistir mesmo que eu já tenha visto. Não tô vendo diariamente, mas sempre que está passando, eu olho.

R.C. - Comecei na TV aberta, mas fui assistir no *Globoplay*.

R.R. – Não vi nenhum minuto de *Todas as Flores* na TV aberta. Não veria pois já assisti e acho muito difícil para mim ver repetido.

T.M. – Não estou vendo na TV porque eu não gosto de ver nada repetido. Eu não leio o mesmo livro duas vezes, não gosto de viajar para o mesmo lugar duas vezes, então eu não vejo a mesma novela porque eu já sei o que vai acontecer, eu gosto de surpresa.

Então, não me atrai ver de novo. *Vale a Pena Ver de Novo* é algo que eu não consumo, por exemplo. E também novelas antigas, só se eu não estiver vendo.

10 - Pretende assistir outras novelas feitas para o streaming?

C.C. - Dependendo do conteúdo, sim.

C.L. – Eu pretendo sim, acho que é um formato que não necessariamente precisa ser apenas para a TV, acho que cabe em outras plataformas, mas eu não gostaria de assistir novamente uma novela que fosse dividida. Eu acho isso nada a ver e não tem a menor necessidade. Como a gente sempre fala: novela é novela, série é série. Então, se a proposta é fazer uma novela que seja para o streaming, que seja mais curta e com capítulos mais compactos, ok, acho que o caminho é esse. Mas colocar uma ruptura de intervalo tão grande eu acho que não combina e acho que não é necessário. E eu também não me importo de não ter a novela na íntegra ao ser lançada, eu acho que isso inclusive não é mais uma realidade do *Globoplay*, acho que os lançamentos vão ser sempre dessa forma mais picotada, com liberações semanais. Eu acho que isso é o diferencial de ser exibido no streaming, mas que não tenha outro plano de uma ruptura tão grande de dividir novela como se fosse uma temporada de série. Eu espero que esse caso tenha ficado guardado entre as estratégias do *Globoplay* porque não foi legal, eu acho que me afastou bastante. Eu conheço muitas pessoas que não voltaram a assistir e só assistem ao último capítulo. Eu voltei a assistir *Todas as Flores*, mas não acompanhava a subida dos capítulos no dia. Eu comecei a acompanhar bem depois de já ter lançado a segunda parte. Mas eu fui à maratona, para que no dia da exibição do último capítulo, eu acompanhei ao vivo, eu não quis ver depois. Eu quis ver naquele momento que estava ao vivo. Então, foi isso também que aconteceu comigo. Eu voltei a assistir, porém não quando voltou, mas retomei e fui maratonando para no último capítulo assistir ao vivo.

N.M. – Pretendo! Eu acho que tem uma tendência clara. A gente acha que é um recorte muito grande, mas ele não é. Eu faço assessoria de imprensa para escolas em áreas periféricas e as crianças não conhecem esses ídolos do streaming. São famílias abaixo da linha da pobreza e não podem pagar streaming. O que elas conhecem é a TV aberta.

Eu vejo sempre como uma tendência, mas não é uma realidade que todo mundo pode ter. Mas o *streaming* é uma realidade clara, e eu acho que há uma tendência das novelas serem mais curtas, então tem mais chance dos atores acertarem. Mas eu quero ver sim nas outras plataformas. E o brasileiro ama novela, qualquer lugar que a gente vá as pessoas assistem. O público gosta e é importante para eles e as pessoas gostam de comentar com o outro.

R.C. – Acredito que sim. Nos dá mais liberdade de assistir no horário que desejamos.

R.R. – Com certeza, eu vou assistir a *Dona Beija* e a *Beleza Fatal* que estão vindo por aí. Não só pelo meu trabalho, mas porque eu quero saber como que esse produto vai ser recebido e vai ao ar. Assim como *Guerreiros do Sol*.

T.M. – Essa eu já respondi né? Com certeza, eu vou ver as outras novelas, isso faz parte também da minha profissão e é algo que eu gosto de consumir. Novos formatos, novas formas de fazer e as interpretações como eu falei. Então, tendo um elenco que eu goste, pessoas que eu acompanhe o trabalho, eu com certeza vou ver até para comparar e entender como que o mercado está chegando com essas novelas. Então, nunca assisto a novelas mexicanas e do SBT, a não ser *Carrossel*, mas não lembro se foi considerada novela.

Entrevistados na faixa etária com mais de 50 anos

1 - Com que frequência você assiste a novelas? E em quais canais?

S.G. – Diariamente.

S.S. - Diariamente na Globo.

2 - O que você mais gosta de ver em novelas?

S.G. - Eu gosto quando tem suspense, porque me prende.

S.S. – Não respondeu.

3 - Você se lembra de quando começou a assistir novelas? Como era?

S.G. – Desde criança, a gente assistia novela, mas íamos para casa de um vizinho para assistir pela janela. Às vezes dava para entrar, mas era muita gente porque era a única TV da região. Mas minha mãe sempre gostou.

S.S. - Desde criança não tinha televisão na minha casa e minha mãe assistia na casa de um conhecido. Era meio longe a casa de Antônio Maria em Mussurepe. Era a única pessoa que tinha televisão lá no interior, então a gente ia pra lá pra assistir novela porque minha mãe acompanhava e a gente ia junto.

4 - E séries? Como você assiste?

S.G. - Eu não me preendo muito a séries, mas já assisti algumas pelo *Globoplay*.

S.S. – Assistio, não com muita frequência. Eu assisto mais no celular, porque a televisão do meu quarto não está ativando o *Globoplay*, que é onde eu mais assisto. A tela queimou, coitada, nem sei como vamos consertar.

5 - Quando o *Globoplay* foi lançado, você passou a acompanhar as tramas por ele? Se sim, o que isso mudou na sua rotina?

S.G. – A rotina das novelas não. Eu sempre gostei de assistir ao mesmo tempo que ela está passando. Depois eu passei a assistir aos capítulos eu tinha perdido no *Globoplay*, mas eu custei a me adaptar a isso. Hoje eu faço com frequência.

S.S. – Continuei na TV. E, quando não dava para assistir, eu via depois no *Globoplay*. Ou quando eu estava ocupada no horário da novela, como faço até hoje, mas não deixei de ver na TV para ver no *Globoplay* não. Eu prefiro ver na TV, mas, com essa televisão quebrada, não dá.

6 - Quando *Todas as Flores* estreou, você assistia no dia em que os capítulos subiam na plataforma? Todos os capítulos de uma vez, ou um por dia?

S.G. - Eu fui estimulada a assistir. Depois que eu ouvi falar um pouco da novela, me deu vontade de ver. E aí logo me preendi à trama, eu consegui chegar perto dos capítulos semanais e passei a esperar a liberação na quarta-feira.

S.S. - Eu comecei na segunda ou terceira semana, mas vi tudo desde o início. Eu assistia tudo de vez, e quando não dava, não dividia não. Ficava esperando chegar o dia para assistir.

7 - E depois do período de intervalo em que a novela foi dividida? Você voltou a assistir? Se sim, da mesma forma que antes?

S.G. - Voltei. Teve um momento que eu achei que estava muito arrastado e enrolado. Isso me deixou um pouquinho enjoada e parei de ver, mas depois eu voltei. A novela, quando arrasta muito os capítulos, me faz perder um pouco a vontade de ficar assistindo.

S.S. - Eu continuei assistindo da mesma forma, estava muito ansiosa para voltar. Na quarta-feira eu já entrava para assistir correndo.

8 - Você acompanhou a repercussão da novela e os atores nas redes? Isso te influenciou a assistir?

S.G. - Um pouco. Passei até a seguir alguns atores.

S.S. – Acompanhei muito pouco. Não gosto.

9 - E agora que a novela está passando na TV aberta, você está acompanhando de novo?

S.G. – Acompanhei! Não assisti todos os capítulos, porque era muito tarde. E achei a história mais rápida na TV aberta.

S.S. – Não, nesse horário eu já estou dormindo. Se fosse outro horário talvez eu assistisse.

10 - Pretende assistir outras novelas feitas para o *streaming*?

S.G. - Pretendo. Foi um formato que me agradou.

S.S. – Por enquanto nenhuma me atraiu.

APÊNDICE C - TRANSCRIÇÃO ENTREVISTA CARLOS ARAÚJO

Diretor Artístico de ‘Todas as Flores’. Entrevista concedida via e-mail no dia 06/11/23

Carolina: Você acha que essa migração da novela para o *streaming* se mistura com as características das séries e faz surgir um novo gênero televisivo?

Carlos: Realmente a mistura acontece, mas não acho que faz surgir um novo gênero televisivo, mas sim uma narrativa com mais força, liberdade de conteúdo e linguagem.

Carolina: A trama tem diversas cenas pesadas e possui classificação de 16 anos. A personagem da Letícia Colin, por exemplo, é uma vilã muito perversa e com diversas falas problemáticas e capacitistas. Comparando com a TV aberta, você acha que o *streaming* admite novas possibilidades criativas para o campo da direção?

Carlos: Sim, o mergulho no universo a ser narrado é mais profundo, valorizando o olhar artístico.

Carolina: Durante as gravações da novela, você sentiu que o ritmo mais ágil, com menos flashbacks e ganchos mais longos, característicos do *streaming*, estavam presentes no set?

Carlos: Sim, o set de gravação é um espaço de criação e da eterna busca do melhor, pensar uma novela numa plataforma de *streaming* faz amplificar todo esse movimento,

criando mais potência, vigor. Ao mesmo tempo generosamente dando mais liberdade para o elenco, tornando o set fluido, emocionante.

Carolina: A novela tem uma característica extremamente maleável. Ela vai se moldando e se adaptando de acordo com o tempo, com as necessidades, com o consumo e alcançando os públicos e as janelas. Você acha que ‘Todas as Flores’ sofreu com isso por acabar se tornando uma obra fechada? Como foi para você, como diretor, gravar uma obra inteira, pela primeira vez, antes de ir ao ar?

Carlos: Não ter a troca com a audiência, que é algo que acontece normalmente na TV aberta, foi, num primeiro momento, uma incógnita, mas utilizei todo meu repertório pra pensar no público. Não acho que *Todas as Flores* chegou a sofrer com isso, apesar de toda expectativa que sempre esteve presente. Foi um desafio intenso que resultou num sucesso.

Carolina: Durante as gravações da novela, foi possível levar em conta as primeiras impressões do público?

Carlos: Não chegou a ter impacto nas gravações.

Carolina: E quais foram os maiores desafios ao produzir uma obra como esta, com todas as mudanças teledramaturgias que ela carrega, tanto na produção como na forma de consumo do público?

Carlos: Foram muitos, *Todas As Flores* foi mais desafiador em todos os aspectos. Linguagem, conteúdo, expressão artística, o que eu fiz foi pensar simples, na essência. A magia se estabeleceu na escalação do elenco, da equipe de criação e produção, um grupo que se dedicou a realizar um belo trabalho.

Carolina: Tradicionalmente no Brasil, o autor de novelas é conhecido por ter a palavra final, ser o “dono do produto” (diferente do cinema hollywoodiano, onde o diretor é preponderante). Como funciona essa relação hierárquica no streaming? Como é essa relação da direção com o autor/ os roteiristas?

Carlos: É uma relação de confiança, parceria, uma troca contínua buscando sempre o melhor para a obra.

Carolina: Para fechar, uma curiosidade, por que o nome 'Todas as Flores'?

Carlos: Todas as Flores para falar plural, todas as vidas, todas as formas, todas as cores, todos os amores, o ser humano.

APÊNDICE D - TRANSCRIÇÃO ENTREVISTA LETÍCIA COLIN

Atriz e vilã de ‘Todas as Flores’. Entrevista concedida via áudio no Whatsapp no dia 04/10/23

Carolina: Você sentiu alguma diferença no ritmo de produção da novela por ser exibida no *streaming*?

Letícia: A produção do audiovisual é sempre uma experiência intensa, né? Seja no cinema, para uma série ou para um filme. A gente sabe o quanto há uma dança entre a verba versus o que seria ideal e o que é possível realizar. Então, eu já participei de muitos processos diferentes. A nossa novela especialmente ficou no meio do caminho. Ela nem era uma novela grandona e nem era uma série tradicional. A gente está inventando e experimentando esse modelo e vimos que dá certo. O que é muito legal. Mas, para a gente fazer 85 capítulos em cinco meses, foi bem agitado. A gente gravava umas 15 cenas por dia, o que é um desafio. Geralmente, nas novelas, a gente grava 25 por dia e, em uma série, a gente grava cinco. Então a gente estava realmente no meio da régua, mas ainda assim era um volume muito intenso para você ter que decorar as cenas e pensar na construção de cada uma e do que ela tem que ter, provocar, de como elas têm que ser diferentes entre si, de como podemos torná-las mais interessantes. Nós tínhamos uma coisa a nosso favor, que era, como nós tínhamos esse formato do João de ser uma novela muito ágil e que tem essa influência da série, é que não tinha uma repetição dos acontecimentos. Geralmente, em uma novela tradicional, a gente fica contando o que o personagem fez no capítulo anterior. Então a gente tinha muitas cenas

em que as coisas aconteciam e mudavam. Cada cena tinha um acontecimento importante. Isso é uma das características do trabalho do João e acho que um dos pontos do sucesso dessa série. Então isso ajuda a gente nesse processo de um volume maior de cenas a identificar como podemos fazer ela de um jeito especial e que todas as cenas são importantes, que não tem um nó ou uma cena que pode ser feita de uma maneira mais confortável. E isso também torna tudo mais intenso. Nos dias mais tranquilos a gente fazia 10 cenas em que tinham muitos acontecimentos, o que nos coloca em uma condição de muita intensidade em um trabalho. Muita atenção contínua e um volume de disponibilidade e de estímulos realmente bem cansativo.

C: Você acha que com essa migração da novela para o *streaming*, o formato se mistura com uma série e faz surgir um novo gênero televisivo?

L: Com certeza. É um pioneirismo muito brasileiro, então realmente nos cabe. Nós fazemos televisão de excelência há muitos anos. Realmente somos uma referência para outros países que querem entender como a indústria daqui funciona e essa máquina, especialmente da TV Globo, a forma como montamos e remontamos os cenários, por exemplo. As pessoas vêm de outros lugares e outras referências e acham inacreditável que a gente troque tanto os cenários e que isso não seja uma questão para esse aproveitamento total do estúdio. Para ir e voltar e gravar com o elenco e ter uma novela que seja mais rica de locações e possibilidades. Então, eu acho que sim, nós inauguramos algo novo. Eu não tenho total conhecimento do resto do mundo, mas a minha mãe, por exemplo, já me disse que assiste uma série turca que são cinquenta e poucos episódios também. Eu acho que são algumas novidades da nossa época de entender e experimentar formatos para quem gosta da telenovela e dessa temperatura que esse gênero tem. Que é intenso, que tem o melodrama e brinca com os arquétipos. Ao mesmo tempo, de uma forma mais enxuta e personalizada, que você pode assistir a hora que quiser, sem ter que estar ali naquela relação coletiva e muito rígida de só poder assistir naquele horário. A internet também abriu para isso. Mas foi a primeira vez que a gente fez isso aqui [no Brasil], e as pessoas gostaram de ver, se entenderam com esse formato e com o aplicativo, com o esquema de voltar, parar e até mesmo de maratona. A maioria das pessoas não conseguia muito esperar para ver os cinco capítulos com

calma até a próxima quarta-feira, né? Tinha essa coisa da intensidade de ver tudo de uma vez. Então, é isso. É uma experiência intensa. Essa é a sensação que eu tenho. E a gente busca intensidade na vida, né? Quando a gente faz uma viagem, quando a gente está em um relacionamento. Então, eu acho que a *vibe* deste trabalho de *Todas as Flores* tinha uma intensidade revigorante para quem assistia, de ser sempre surpreendido pelo autor. Eu me lembro de *Game Of Thrones* quando começou e tinha um desapego em nome das viradas e da excelência de um roteiro surpreendente e vivo e que até dialogava com aquela realidade medieval da série. Em relação a sair um personagem fundamental da história de repente. Então, eu acho que a gente também aprendeu muito com essa série, porque realmente, quebra uma expectativa e a gente gosta de ser surpreendido. Então unir a tradição com uma reinvenção é realmente um desafio potente para trazer ao público.

C: A novela tem características extremamente maleáveis. Ela vai se moldando e se adaptando de acordo com o tempo, com as necessidades, com o consumo e alcançando os públicos e as janelas. Você acha que ‘Todas as Flores’ sofreu com isso por ter se tornado uma obra fechada?

L: Eu acho que o João não fazia exatamente uma obra aberta. Tenho essa impressão de que ele já tinha o caminho pensado, com mais nuances e com mais momentos e desdobramentos das histórias, de como a gente já conhecia e de como elas chegaram até o fim. Eu não acredito que ele seja um autor que se adapta à expectativa das pessoas. Acho que ele faz como um livro, sabe? Disseca em 80 e poucos capítulos, e a pessoa vai ter aquela experiência. Também tem isso, cada autor escreve de um jeito. Tem gente que vai a partir da pesquisa de opinião. Agora a gente tem muito esse retorno imediato das redes sociais, do Twitter. Então eu tenho a impressão de que isso não se aplica na nossa obra.